



ISSN 2080-1807

TORUŃSKIE STUDIA BIBLIOLOGICZNE

2016, nr 2 (17)

Magdalena Wójcik

Institut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa

Uniwersytet Jagielloński

e-mail: magda.wojcik@uj.edu.pl

Kompetencje współczesnego wydawcy – założenia teoretyczne kontra opinie praktyków

DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/TSB.2016.021>

STRESZCZENIE: Przedmiotem artykułu są kompetencje współczesnego wydawcy, ukształtowane pod wpływem przemian na rynku książki, jakie zaszły w latach 2000–2015. Celem jest skonfrontowanie założeń teoretycznych prezentowanych w literaturze przedmiotu z opiniami przedstawicieli czołowych polskich wydawnictw. Analizując zmiany w zakresie kompetencji wydawców oraz zmiany w sposobach prowadzenia działalności wydawniczej, pod uwagę wzięto następujące czynniki: rozwój książki elektronicznej i nowych form medialnych, upowszechnienie się zjawiska samopublikacji oraz wzrastającą popularność mediów społecznościowych. W pierwszym etapie przeprowadzonych badań posłużono się metodą analizy i krytyki piśmiennictwa, dokonując systematycznego przeglądu literatury przedmiotu publikowanej w latach 2000–2015 w języku polskim i angielskim, celem opracowania teoretycznego modelu kompetencji i roli współczesnego wydawcy. Następnie opracowany model porównano z wynikami badań ankietowych przeprowadzonych w środowisku polskich wydawców literatury pięknej i publikacji naukowych. W rezultacie sformułowano wnioski dotyczące zakresu i postaci zmian w sposobach prowadzenia działalności wydawniczej, jakie zaszły pod wpływem obecności nowych form medialnych i sposobów upowszechniania treści na rynku książki.

SŁOWA KLUCZOWE: książka elektroniczna, proces wydawniczy, samopublikacja, Web 2.0, zawód wydawcy.

Wprowadzenie

Rynek książki ulega ciągłym przeobrażeniom¹, podobnie zakres kompetencji współczesnego wydawcy i sposób organizacji procesu wydawniczego². Zmiany te są warunkowane różnymi czynnikami – politycznymi, społecznymi, ogólnogospodarczymi, a także technologicznymi. Przyjęto, że początek XXI w. to czas, od którego można liczyć początek cezury wyznaczającej zarówno w Polsce, jak i na świecie okres wzmożonego rozwoju technologicznego, ukierunkowanego szczególnie na rozwój zasobów sieciowych, w tym zwłaszcza tzw. mediów społecznościowych. Popularność zaczęły także zyskiwać książki elektroniczne (e-booki), platformy służące samopublikacji treści przez autorów (*self-publishing*) oraz platformy wywodzące się z koncepcji otwartego dostępu do nauki (*Open Access*)³, co z kolei spowodowało szereg pytań i wątpliwości z zakresu prawa autorskiego. Przemiany zachodzące na rynku książki są przedmiotem systematycznych badań i teoretycznych analiz prowadzonych z punktu widzenia bibliologii i informatologii⁴. Kwestią otwartą pozostaje jednak pytanie, na ile rozważania prowadzone w środowisku naukowym pozostają w zgodzie z opiniami praktyków zawodu. Zdaniem autorki jedynie poprzez ciągłe konfrontowanie teorii i praktyki można zyskać wiedzę na temat specyfiki zawodu wydawcy i skali prze-

¹ Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2014*, Warszawa 2014.

² J. Esposito, *One World Publishing, Brought to You by the Internet*, "Publishing Research Quarterly" Vol. 27: 2011, No. 1, s. 13–18; D. Godine, *The Role and Future of the Traditional Book Publisher Publishing*, "Research Quarterly" Vol. 27: 2011, Iss. 4, s. 332–337.

³ B. Bednarek-Michalska, *Modele biznesowe otwartego publikowania naukowego: informator dla polskich wydawców uczelnianych* [online]. Stowarzyszenie EBIB [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.fosteropenscience.eu/sites/default/files/pdf/850.pdf>

⁴ M. Uribe, *Perspective of a smaller Latin American publisher*, "Publishing Research Quarterly" Vol. 22: 2006, Iss. 3, s. 36–41. *Badanie rynku książki w Polsce. Monitoring kondycji wydawców, trendów produkcyjnych i dystrybucyjnych na rynku wydawniczym* [online]. Polska Izba Książki [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.pik.org.pl/upload/files/Raport%20PIK%207-11-2013%20final-final.pdf>.

mian zachodzących na rynku książki. W artykule podjęto zatem próbę porównania teoretycznych rozważań na temat roli i kompetencji współczesnego wydawcy z opiniami praktyków zawodu.

Przedmiot i cel

Przedmiotem artykułu są kompetencje współczesnego wydawcy, ukształtowane pod wpływem przemian na rynku książki, jakie zaszły w latach 2000–2015. Celem jest skonfrontowanie założeń teoretycznych prezentowanych w literaturze przedmiotu z opiniami przedstawicieli czołowych polskich wydawnictw. Do celów szczegółowych można zaliczyć:

- opracowanie teoretycznego modelu kompetencji współczesnego wydawcy opartego na analizie literatury przedmiotu,
- opracowanie modelu kompetencji współczesnego wydawcy opartego na analizie opinii praktyków zawodu,
- porównanie obu modeli celem pokazania elementów wspólnych oraz rozbieżności między teorią a praktyką,
- sformułowanie wniosków dotyczących wpływu rozwoju nowych technologii na sposób prowadzenia działalności wydawniczej.

Kluczowe terminy

Wyjaśnienia wymaga termin *wydawca* oraz zakres stosowania tego pojęcia w artykule. Mianem wydawcy określana jest: „osoba lub instytucja przygotowująca do druku czyjeś dzieło, biorąca na siebie odpowiedzialność naukową i prawną za jego treść”⁵. Termin ten jest również używany na oznaczenie nakładcy, a więc osoby lub firmy, która finansuje wydanie dzieła drukiem⁶.

Proces wydawniczy obejmuje wszystkie czynności zmierzające do upublicznienia dzieła, od wyboru treści do publikacji, przez korek-

⁵ *Podręczny słownik bibliotekarza*, oprac. G. Czapnik, Z. Gruszka, przy współprac. H. Tadeusiewicz, Warszawa 2011, s. 364.

⁶ Tamże, s. 209 i 364.

ty, składanie tekstu, projektowanie szaty graficznej i promocję książki. W tradycyjnym modelu, nieobejmującym procesu samopublikacji, wydawca najczęściej nie wykonuje wymienionych czynności osobiście, ale zapewnia warunki do ich wykonania, współpracując ze specjalistami, takimi jak: redaktorzy, edytorzy, drukarze itp.

Wyjaśnienia wymaga także kontekst użycia terminu *kompetencje*. W tym artykule jest ono rozumiane szeroko, jako elementy wiedzy, umiejętności praktycznych oraz – przede wszystkim – kompetencji miękkich, które są niezbędne dla efektywnego prowadzenia działalności wydawniczej. Starano się skupić na kompetencjach charakterystycznych i kluczowych dla zawodu wydawcy, pomijając w dalszych rozważaniach umiejętności o charakterze ogólnym, niezbędne w wielu zawodach, np. odporność na stres, umiejętność kierowania zespołem itp.

Stan badań

Celem ustalenia stanu badań nad zawodem wydawcy przeprowadzono systematyczną analizę literatury przedmiotu, opartą na wyszukiwaniach prowadzonych w katalogach BN i NUKAT, w Polskiej Bibliografii Bibliologicznej oraz w bazach ScienceDirect, SpringerLink oraz Wiley Online Library. Bazy zagraniczne wybrano w taki sposób, by reprezentowały publikacje trzech istotnych wydawców pozycji naukowych: Elsevier, Springer oraz Wiley. Uzupełniając skorzystano z narzędzia Google Scholar. Pod uwagę wzięto wyłącznie pełne teksty oraz abstrakty prac opublikowanych w języku polskim i angielskim w latach 2000–2015. Zgromadzone piśmiennictwo poddano kategoryzacji, starając się wyodrębnić najczęściej poruszane tematy badawcze, wątki i ujęcia problemu.

Przeprowadzona analiza pokazała, że problematyka zawodu wydawcy była stosunkowo często poruszana w literaturze przedmiotu z zakresu bibliologii i informatologii. Wśród najczęściej eksplorowanych tematów można wymienić:

- 1) aspekty prawne działalności wydawcy⁷,

⁷ W. Orzewski, *Wydawca i prawo*, Warszawa 2009; A. Karpowicz, *Autor – wydawca. Poradnik prawa autorskiego*, Warszawa 2009; B. Lewis, J. Duchac, S. D. Beets, *An Academic*

- 2) praktyczne porady dla wydawców⁸,
- 3) zawód wydawcy w aspekcie historycznym, w tym biografie wybitnych wydawców⁹,
- 4) pamiętniki i wspomnienia wydawców¹⁰,
- 5) współczesne problemy zawodu wydawcy¹¹.

W polskiej literaturze przedmiotu na uwagę zasługuje duża liczba opracowań o charakterze wspomnieniowym i historycznym, a także spora liczba publikacji o charakterze praktycznym i poradnikowym, przy jednoczesnym niedostatku refleksji teoretycznej na temat ewolucji zawodu wydawcy. Większą liczbę odniesień do problematyki zwo-
du współczesnego wydawcy oraz czynników wpływających na zmiany w sposobach prowadzenia działalności wydawniczej, można odnaleźć w anglojęzycznej literaturze przedmiotu. Z punktu widzenia przedmiotu artykułu szczególnie interesujące okazały się prace: *Modele publikowania naukowego – pytania i wyzwania dla współczesnego wydawcy*¹², *Udane projekty Open Access w Polsce: studia przypadków*¹³, *One World Publishing, Brought to You by the Internet*¹⁴ oraz *The Role and Future of the Traditional Book Publisher*¹⁵ – podnoszące kwestię zmieniającej się

Publisher's Response to Plagiarism, "Journal of Business Ethics" Vol. 102: 2011, Iss. 3, s. 489–506.

⁸ *Katalog krojów pism wraz z poradnikiem wydawcy*, pod red. M. Jakubickiej, Warszawa 2000; M. Krajewski, *Vademecum autora i wydawcy prac naukowych*, Włocławek 2001.

⁹ *Wydawcy warszawscy*, pod red. J. Myszkowskiej, Warszawa 2003; B. Klukowski, *Filip Trzaska, redaktor, wydawca, księgarz, drukarz, nauczyciel, autor*, „Poradnik Bibliotekarza” 2014, nr 12, s. 22–24; K. Walczak, E. Andrysiak, E. Obala, *Józef Radwan (1858–1936) prawnik, wydawca i działacz społeczny*, Kalisz 2014.

¹⁰ I. Szymańska, R. Matuszewski, *Miałam dar zachwytu. Wspomnienia wydawcy*, Warszawa 2001; C. Bednarczyk, *W podmostowej arkadzie. Wspomnienia drukarza i wydawcy londyńskiej Oficyny*, Londyn 2013.

¹¹ M. Uribe, dz. cyt.; J. Esposito, dz. cyt.; D. Godine, dz. cyt.

¹² B. Bednarek-Michalska, *Modele publikowania naukowego – pytania i wyzwania dla współczesnego wydawcy* [online]. Nauka, 2/2010 [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_210_12_Bednarek.pdf

¹³ K. Grodecka, *Udane projekty Open Access w Polsce: studia przypadków* [online]. Stowarzyszenie EBIB [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: http://open.ebib.pl/ojs/index.php/wydawnictwa_zwarte/article/view/141/272

¹⁴ J. Esposito, dz. cyt.

¹⁵ D. Godine, dz. cyt.

społecznej roli wydawcy oraz wpływu nowych technologii na sposób prowadzenia działalności wydawniczej.

Metoda

Analizując zmiany w zakresie kompetencji oraz społecznej roli wydawców, pod uwagę wzięto następujące czynniki: rozwój książki elektronicznej i nowych form medialnych, upowszechnienie się zjawiska samopublikacji oraz wzrastającą popularność mediów społecznościowych.

W pierwszym etapie przeprowadzonych badań posłużono się metodą analizy i krytyki piśmiennictwa, dokonując systematycznego przeglądu literatury przedmiotu publikowanej w latach 2000–2015 w języku polskim i angielskim (zob. stan badań) celem opracowania teoretycznego modelu kompetencji i roli współczesnego wydawcy. Następnie opracowany model porównano z wynikami badań ankietowych (zob. organizacja i przebieg badania) przeprowadzonych w środowisku polskich wydawców literatury pięknej i publikacji naukowych. W rezultacie sformułowano wnioski dotyczące głównych kierunków zmian w sposobach prowadzenia działalności wydawniczej, jakie zaszły pod wpływem obecności nowych form medialnych i sposobów upowszechniania treści na rynku książki.

Organizacja i przebieg badania

Kwestionariusz ankiety złożony z czterech pytań – dwóch otwartych i dwóch zamkniętych – skierowano drogą elektroniczną do wytypowanych wydawców reprezentujących rynek książki literackiej i naukowej. Doświadczenia autorki związane z prowadzeniem badań w środowisku wydawców pokazały, że jedynie bardzo krótkie kwestionariusze mają szansę zostać wypełnione. Podstawą doboru respondentów do próby był ranking wydawców opublikowany w najnowszym tomie opracowania *Rynek książki w Polsce 2014*¹⁶. W ten sposób wytypowano 65 wy-

¹⁶ Ł. Głębiowski, P. Waszczyk, dz. cyt.

dawnictw, które w 2013 r. uzyskały największy przychód ze sprzedaży książek. Wydawnictwa reprezentowały zróżnicowany profil działalności, głównie były to wydawnictwa literackie (w tym także te specjalizujące się w książce dla dzieci i młodzieży), naukowe, popularnonaukowe i szkolne oraz wydawnictwa specjalistyczne, przeznaczone dla hobbyistów oraz wydawnictwa religijne.

Badanie dotyczyło zmian w zawodzie wydawcy oraz kompetencji niezbędnych w pracy wydawniczej. Zakładano, że ze względu na rozbudowaną strukturę oraz sposób organizacji pracy w wydawnictwach, ankieta nie zostanie wypełniona przez wydawców w ścisłym sensie – osoby posiadające inicjatywę wydawniczą – ale raczej przez wytypowanych pracowników – przede wszystkim redaktorów oraz przedstawicieli działów promocji lub współpracy. Przyjęto jednak, że osoby te ze względu na pełnione funkcje i/lub doświadczenie w pracy wydawniczej posiadają wiedzę niezbędną do rzetelnego wypełnienia ankiety w imieniu wydawcy. Ankietowanych pytano o ich opinię na temat kompetencji niezbędnych w zawodzie wydawcy oraz kompetencje potrzebne na zajmowanym aktualnie stanowisku. Respondentów proszono także o ocenę wpływu wytypowanych czynników na sposób prowadzenia działalności wydawniczej oraz o przedstawienie własnej opinii na temat zakresu i powodów zmian, jakie zaszły na rynku wydawniczym w latach 2000–2015. Na zwrot wypełnionych kwestionariuszy czekano dwa miesiące, przypominając kilkakrotnie o możliwości jego wypełnienia zarówno za pośrednictwem poczty elektronicznej, jak i poprzez profile wydawców w serwisach społecznościowych. Wypełniono ogółem 30% rozesłanych kwestionariuszy. Odsetek wypełnionych kwestionariuszy nie jest wysoki, niemniej jednak zdaniem autorki wystarczający dla wysnucia wstępnych wniosków o charakterze eksploracyjno-pilotażowym, które mogą stać się przyczynkiem do dalszych badań.

Kompetencje wydawcy – model teoretyczny

Analiza literatury przedmiotu pokazuje, że wśród kluczowych kompetencji współczesnego wydawcy można wymienić przede wszystkim elastyczność, szybkość w podejmowaniu trafnych decyzji oraz zdolność





Rysunek 1. Teoretyczny model kompetencji współczesnego wydawcy

Źródło: opracowanie własne.

przewidywania nowych trendów z dużym wyprzedzeniem¹⁷. W odniesieniu do dynamicznie zmieniającego się rynku książki wydawca musi nie tylko wiedzieć, co cieszy się popularnością teraz i co będzie poszukiwane przez publiczność w najbliższej przyszłości, ale musi również umieć prognozować długofalowo, opierając się na obserwacji globalnych trendów i oceniając ich wpływ na lokalny rynek książki¹⁸. Wśród kluczowych kompetencji można również wymienić znajomość zagadnień prawa autorskiego, także w aspekcie międzynarodowym i dotyczącym rozpowszechniania treści w Internecie¹⁹. Mimo praktyki utrzymywania działu prawnego przez wydawnictwa lub stałej współpracy ze specjalistami samoświadomość i wiedza wydawcy w tym zakresie jest nadal niezbędna do podejmowania trafnych decyzji. Do kluczowych kompetencji

¹⁷ J. Esposito, dz. cyt.

¹⁸ D. Godine, dz. cyt.

¹⁹ A. Karpowicz, dz. cyt.; W. Orzewski, dz. cyt.

można również zaliczyć znajomość nowych technologii i ich wpływu na praktyki czytelnicze²⁰. Śledzenie rynku publikacji elektronicznych, platform do samopublikacji, mediów społecznościowych czy aplikacji mobilnych staje się dla współczesnych wydawców koniecznością²¹, podobnie jak budowanie – za pomocą narzędzi społecznościowych – bliskich i opartych na partnerstwie relacji z autorami, czytelnikami i współczesnymi środowiskami opiniotwórczymi, np. blogerami²². Zbiorcze zestawienie kompetencji niezbędnych w zawodzie wydawcy, opracowane na podstawie analizy literatury przedmiotu, przedstawiono na rysunku 1.

Kompetencje wydawcy – opinie praktyków

Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych pozwoliły na skonfrontowanie teoretycznego modelu kompetencji niezbędnych w zawodzie wydawcy z opiniami praktyków.

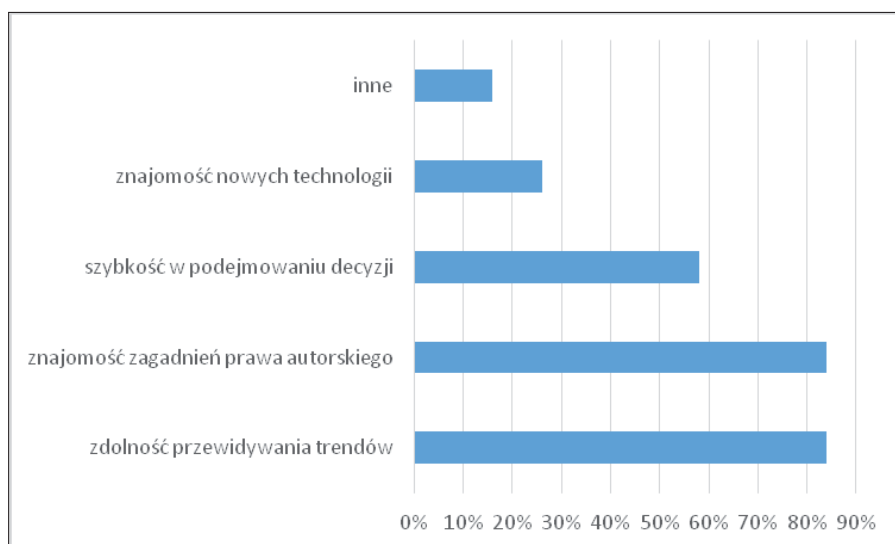
Uzyskane wyniki potwierdzają w dużym stopniu wnioski płynące z analizy literatury przedmiotu. Wydawcy uważają za niezbędne przede wszystkim posiadanie kompetencji pozwalających na skuteczne przewidywanie nowych trendów (85%) oraz wysoko cenią znajomość zagadnień prawa autorskiego (85%). O ile przewidywanie zmian na rynku książki nie budzi większych wątpliwości jako kompetencja niezbędna w zawodzie wydawcy, o tyle bardziej interesująca wydaje się kwestia konieczności posiadania wiedzy prawnej. Mimo że występuje praktyka polegająca na stałej współpracy wydawców z kancelariami prawnymi lub zatrudnianiu radców prawnych, znajomość – choćby ogólna – zagadnień prawa własności intelektualnej i umiejętność przewidywania

²⁰ C. Banou, *The Organization of Book-Publishing Houses in a Changing Era*, "Logos" vol. 24.1: 2013, s. 30–40.

²¹ D. Godine, dz. cyt.; T. Lung, *The Impacts of e-Publishing and Smart Technology*, "Current Trends in Publishing" [online] 2014, Vol. 1 [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://ottawa.scholarsportal.info/uo-esis/index.php/isi6314-1-14/article/view/7>.

²² M. Nelson, *The blog phenomenon and the book publishing industry*, "Publishing Research Quarterly" Vol. 22.2: 2006, s. 3–26; A. Steiner, *Personal readings and public texts: Book blogs and online writing about literature*, "Culture Unbound" Vol. 2.28: 2010, s. 471–494.

konsekwencji prawnych będących rezultatem działań firmy jest nadal postrzegana jako jedna z kluczowych kompetencji wydawcy. Może to do-
wodzić – stawianej niekiedy w literaturze przedmiotu oraz publicystyce²³ – tezy o zbyt-
niej komplikacji systemu prawnego, zwłaszcza w sekto-
rze prawa własności intelektualnej, co skutkuje nieustannym poczuciem
niepewności wśród podmiotów szczególnie narażonych na nieumyślne
nadużycia w tym zakresie.



Wykres 1. Kompetencje współczesnego wydawcy – na podstawie opinii praktyków

Źródło: opracowanie własne.

Badania potwierdziły również, że niezbędna w zawodzie wydawcy jest umiejętność podejmowania szybkich i trafnych decyzji (60%), często także w warunkach dużej presji czasu i w kontekście działań podejmowanych przez konkurencję. Znajomość nowych technologii – akcen-

²³ J. Gurczyński, *Wolny Internet, wolna kultura*, „Kultura i Wartości” 2013, nr 2, s. 77–90; J. Lipszyc, *Europosłanka zastanawia się, jak „wyjść z więzienia praw autorskich”* [online]. Prawokultury.pl [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://prawokultury.pl/newsy/europoslanka-zastanawia-sie-jak-wyjsc-z-wiezienia-/>.

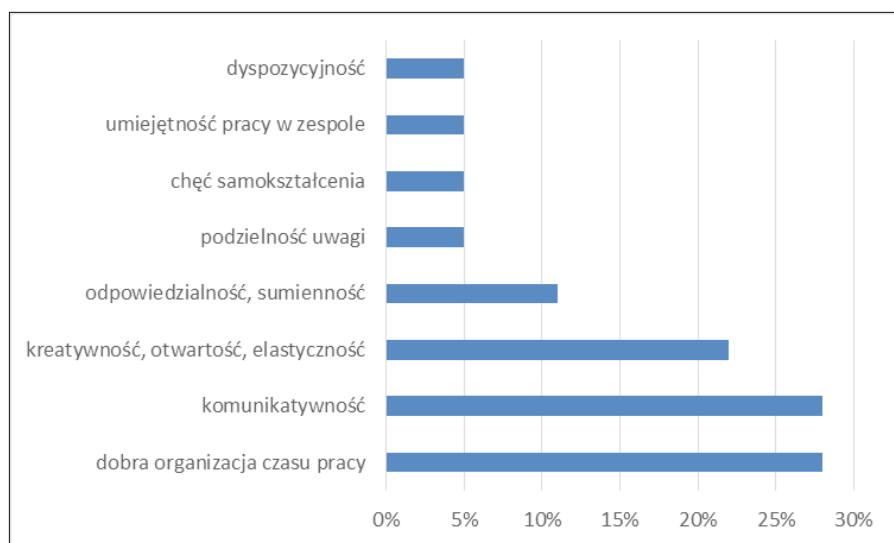
towana w literaturze przedmiotu – jest jednak ceniona przez praktyków zdecydowanie niżej (30%). Być może wynika to z faktu, że dla wydawcy – osoby podejmującej kluczowe decyzje o charakterze strategicznym – znajomość technicznych aspektów związanych np. z promocją książki w Internecie nie jest konieczna, ponieważ w wydawnictwie zajmują się tym konkretne osoby lub działy firmy. W kategorii „inne” (15%) wydawcy wymieniali jeszcze generyczne kompetencje personalne i społeczne, np. umiejętność dobrej organizacji czasu pracy, umiejętności komunikacyjne, oraz ogólną znajomość specyfiki rynku książki (wykres 1).

Celem pogłębienia i doprecyzowania wyników respondentów reprezentujących – zgodnie z założeniami badania – różne działy wydawnictwa proszono o wymienienie kompetencji niezbędnych dla zajmowanego przez nich aktualnie stanowiska. Ankietę, obok dyrektorów wydawnictw, wypełniali najczęściej pracownicy działów promocji i marketingu oraz redaktorzy. Pytanie to pozwoliło spojrzeć na pracę wydawców z szerszej perspektywy i zobaczyć przekrój kompetencji niezbędnych na różnych stanowiskach. Pytanie miało charakter otwarty, respondenci mogli bez skrępowania wymieniać dowolną liczbę istotnych ich zdaniem kompetencji. Po kategoryzacji odpowiedzi wyodrębniono kilka kluczowych grup umiejętności wymienianych przez respondentów najczęściej.

Wyodrębnione odpowiedzi można podzielić na dwie zasadnicze grupy: te dotyczące kompetencji miękkich (wykres 2), charakterystycznych dla wielu zawodów, i twardych (wykres 3), dotyczących specyficznych kompetencji zawodowych.

Wśród kompetencji miękkich niezbędnych do pracy w wydawnictwie respondenci wymieniali najczęściej umiejętność dobrej organizacji czasu pracy (28%) oraz komunikatywność (28%). Zwracano uwagę, że do pracy w wydawnictwie konieczna jest duża samodzielność i samodyscyplina, która umożliwi planowanie i skuteczne realizowanie zadań. Zwracano uwagę na kluczowy charakter kompetencji komunikacyjnych, które umożliwiają nie tylko efektywną organizację pracy w zespole, ale także pozwalają na nawiązanie kontaktu z interesariuszami reprezentującymi różne grupy kluczowe dla działania wydawnictwa: kontrahentów, autorów, klientów, blogerów itp. Podkreślano również wartość otwartości, kreatywności i elastyczności (22%) oraz konieczność odpowiedzialnego i sumiennego wypełniania zadań (11%). Rzadziej wymieniano

umiejętności, takie jak: podzielność uwagi (5%), chęć samokształcenia (5%) i zdolność do pracy w zespole (5%), wymieniano także dyspozycyjność (5%) jako pożądaną cechę pracownika.

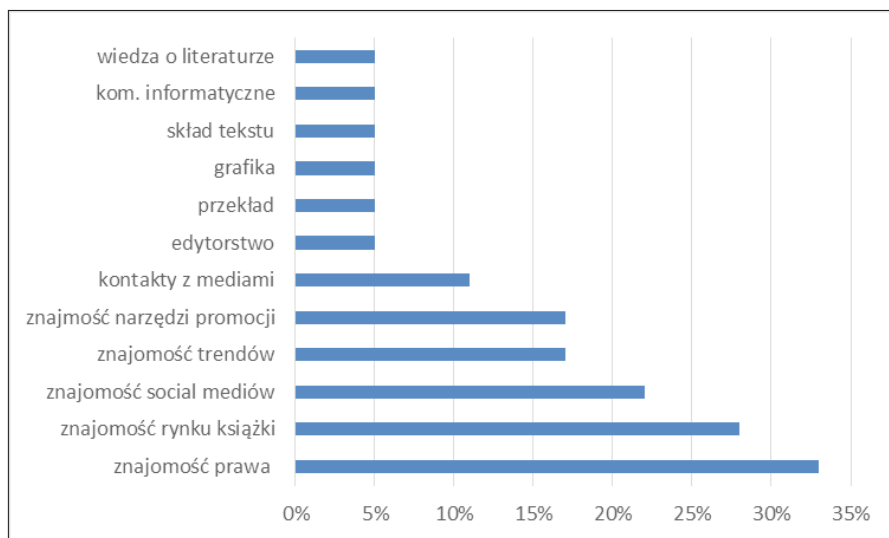


Wykres 2. Kompetencje miękkie niezbędne do pracy w wydawnictwie – na podstawie opinii praktyków

Źródło: opracowanie własne.

Spośród kompetencji twardych najbardziej ceniono znajomość prawa autorskiego oraz – szczególnie w przypadku sektora wydawców książek naukowych i podręczników – wiedzę o planach ustawodawczych i kierunkach działań politycznych w Polsce (33%). Wynik ten pokazuje, że znajomość zagadnień prawnych jest jedną z kluczowych kompetencji, potrzebnych nie tylko decydom, ale także szeregowym pracownikom różnych działów wydawnictwa. Na drugim miejscu wymieniano ogólną orientację w specyfice rynku książki (28%), co wydaje się szczególnie istotne dla redaktorów. Często wskazywano również – szczególnie w grupie pracowników działów marketingu – na kompetencje związane z obsługą mediów społecznościowych (22%) oraz znajomość nowych trendów (17%) i narzędzi promocji (17%). Podkreślano także wagę umiejętności budowania dobrych kontaktów z mediami (11%), w tym

także z przedstawicielami nowych środowisk opiniotwórczych – blogerami. W dalszej kolejności wymieniano umiejętności ściśle zawodowe, takie jak: edytorstwo (5%), przekład (5%), grafika (5%), skład tekstu (5%) oraz kompetencje informatyczne (5%) i wiedzę o literaturze (5%).



Wykres 3. Kompetencje twarde niezbędne do pracy w wydawnictwie – na podstawie opinii praktyków

Źródło: opracowanie własne.

Zawód wydawcy a nowe technologie

Analiza literatury przedmiotu pokazuje, że rozwój nowych technologii jest czynnikiem w istotny sposób wpływającym na prowadzenie działalności wydawniczej. Badanie rynku książki przeprowadzone pod koniec 2013 r. w ramach projektu Polskiej Izby Książki dowiodło, że elementy takie jak „informatyzacja społeczeństwa i gospodarki” oraz „mobilne technologie komunikacji” są notowane najwyżej w tzw. punktowej ocenie czynników zewnętrznych wpływających na rynek wydawniczy w Polsce²⁴. Podobną opinię można również odnaleźć w *Rynku książki*

²⁴ *Badanie rynku książki w Polsce...*

w Polsce 2014 – będącym jednym z tomów cyklicznie przygotowywanego przez Bibliotekę Analiz opracowania. Autorzy, analizując główne trendy na rynku wydawniczym, zwracają uwagę na rolę nowych technologii w zwiększeniu produkcji wydawniczej, wskazują na trend związany z samopublikacją oraz rozwój rynku publikacji elektronicznych²⁵.

Wypowiedzi na temat wpływu nowych technologii na sposób prowadzenia działalności wydawniczej można także często odnaleźć w anglojęzycznej literaturze przedmiotu. Przykładem mogą być prace takich badaczy, jak: Marcelo Uribe, Joseph Esposito, David Godine, Tracey Lung czy Jen Pecoskie i Heather Hill²⁶, w których autorzy zwracają uwagę na wpływ Internetu i mediów społecznościowych na promocję książki, poruszając również problemy związane z samopublikacją i rozwojem technologii mobilnych.

Badania przeprowadzone w środowisku polskich wydawców pozwoliły poznać ich opinię na temat faktycznego wpływu nowych technologii na sposób organizacji współczesnego procesu wydawniczego i skonfrontować opinię praktyków z wynikami analizy literatury przedmiotu.

Zdaniem wydawców upowszechnienie Internetu w Polsce w bardzo dużym stopniu wpłynęło na kształt rynku wydawniczego – wszyscy ankietowani ocenili wpływ tego czynnika jako bardzo istotny (85%) lub istotny (15%). Wysoko oceniano również rolę mediów społecznościowych – połowa wydawców (50%) postrzega ten wpływ jako istotny, stosunkowo duża grupa jako bardzo istotny (25%). Ocena wydawców pokrywa się z wynikami badań CBOS, które pokazują, że w 2015 r. 64% Polaków deklarowało regularne (przynajmniej raz w tygodniu) korzystanie z Internetu²⁷. Rośnie również popularność serwisów społecznościowych. W 2015 r. posiadanie konta w przynajmniej jednym serwisie Web 2.0 deklarowało 66% internautów, co stanowi ponad $\frac{2}{5}$ ogółu do-

²⁵ Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, dz. cyt.

²⁶ M. Uribe, dz. cyt.; J. Esposito, dz. cyt.; D. Godine, dz. cyt.; T. Lung, dz. cyt.; J. Pecoskie Jen, H. Hill, *Beyond traditional publishing models: An examination of the relationships between authors, readers, and publishers*, "Journal of Documentation" Vol. 71.3: 2015, s. 609–626.

²⁷ *Internauci 2015*. Komunikat z Badań CBOS [online] 2015, nr 90 [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_090_15.PDF

rosłych Polaków²⁸. Można przypuszczać, że skoro dla tak dużej części społeczeństwa sieć stanowi często używane narzędzie pracy i rozrywki, ma ona również wpływ na zachowania konsumenckie, w tym także w sektorze rynku książki. Wydawcy zdają się dostrzegać tę zależność i wysoko oceniać wpływ Internetu i mediów społecznościowych na sposób prowadzenia działalności wydawniczej.

Tabela 1. Technologie wpływające na sposób organizacji współczesnego procesu wydawniczego – na podstawie opinii praktyków (gdzie 5 – bardzo wysoki wpływ, 1 – brak wpływu)

	1 – brak wpływu	2 – mały wpływ	3 – umiarkowany wpływ	4 – istotny wpływ	5 – bardzo istotny wpływ
Upowszechnienie Internetu w Polsce	0%	0%	0%	15%	85%
Popularność mediów społecznościowych	0%	15%	10%	50%	25%
Możliwość samopublikacji prac przez autorów	20%	40%	40%	0%	0%
Pojawienie się książki elektronicznej	5%	10%	55%	25%	5%

Źródło: opracowanie własne.

Możliwość samopublikacji prac przez autorów nie wpłynęła – zdaniem wydawców – w sposób zasadniczy na procesy zachodzące na rynku wydawniczym. Dla sporej grupy wydawców wpływ self-publishingu jest mały (40%) lub nie ma go wcale (20%), 40% oceniło go jako średni. Opinie wydawców rozmiągają się tu nieco z obserwacjami referowanymi w literaturze przedmiotu. W najnowszym tomie publikacji *Rynek książki w Polsce* możemy przeczytać: „Rozwija się self publishing, zarówno

²⁸ Tamże.

w formie tradycyjnej, książek drukowanych nakładem autorów oraz cyfrowej. Ten ostatni nurt coraz aktywniej wspierają biznesowe podmioty z samej branży, przede wszystkim dystrybutorzy e-publikacji²⁹. Autorzy przyznają jednak, że dokładne oszacowanie skali zjawiska jest trudne³⁰, być może z podobnymi problemami w ocenie stopnia wpływu samopublikacji na rynek książki borykają się także wydawcy.

Najbardziej zróżnicowane opinie dotyczyły wpływu wprowadzenia e-booków na polski rynek książki. Większość wydawców oceniała ten wpływ jako umiarkowany (55%), ale spora część jako istotny (25%). Pewna grupa wydawców uznała pojawianie się książki elektronicznej za mało istotne (10%), mała część za zupełnie nieważne (5%) i równie mała grupa za bardzo istotne (5%) (tabela 1). Pokazuje to, że stosunek wydawców do książki elektronicznej nie jest jeszcze w pełni wyklarowany. Duże zróżnicowanie odpowiedzi może także pokazywać, że poziom sprzedaży e-booków jest różny w poszczególnych sektorach rynku wydawniczego. Przyczyną zróżnicowanych odpowiedzi może też być fakt, że wzrost popularności czytników, a co za tym idzie także wzrost popularności korzystania z e-booków, jest zjawiskiem stosunkowo świeżym i przypada w Polsce na lata 2011–2012³¹. Wydawcy mogą więc jeszcze nie mieć odpowiedniej perspektywy, aby ocenić rzeczywisty wpływ książki elektronicznej na kształt rynku wydawniczego.

Czynniki kształtujące polski rynek wydawniczy

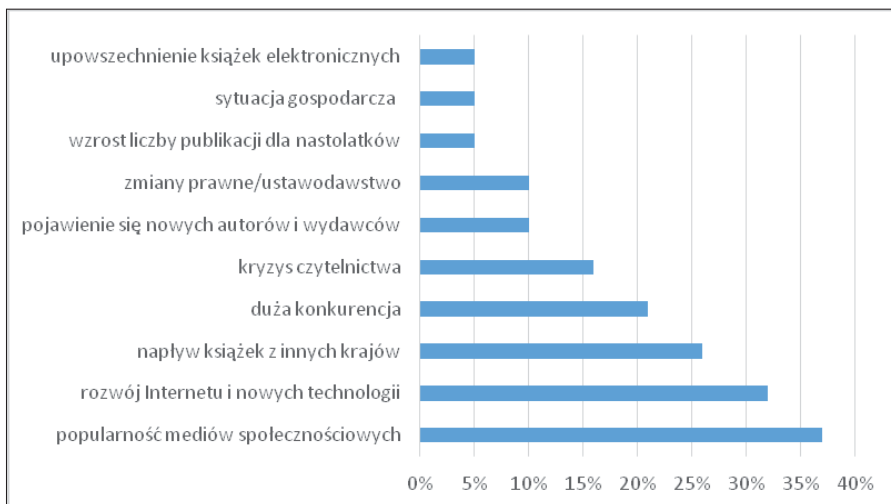
Celem uzupełnienia i doprecyzowania wyników badań respondentów pytano nie tylko o wpływ na polski rynek wydawniczy czynników technologicznych, będących głównym przedmiotem zainteresowania w tym artykule, ale także proszono o swobodną wypowiedź na ten temat. Ankietowani mieli za zadanie opisać, jak zmieniły się warunki prowadzenia działalności wydawniczej w Polsce w latach 2000–2015 i co ich zdaniem

²⁹ Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk, dz. cyt.

³⁰ Tamże.

³¹ *Raport o rynku e-booków* [online]. InnovationPR [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://media.innovationpr.pl/2360/pl/presskit/9688>.

miało największy wpływ na zaobserwowane zmiany. Obszerny zbiór odpowiedzi udzielonych przez respondentów został skategoryzowany, co pozwoliło wyodrębnić najczęściej powtarzające się stwierdzenia (wykres 4).



Wykres 4. Czynniki kształtujące rynek wydawniczy w Polsce

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki ankiety pokazały, że do najczęściej wymienianych czynników kształtujących rynek wydawniczy w Polsce można zaliczyć popularność mediów społecznościowych (37%) oraz w szerszym kontekście rozwój Internetu i nowych technologii (32%). Rola tych czynników była podkreślana przede wszystkim w kontekście organizowania działań marketingowych i promocji książki. Wydawcy podkreślali, że pod wpływem narzędzi Web 2.0 i technologii mobilnych zmienił się sposób komunikacji z klientem. Rolę opiniotwórczą zaczęli odgrywać blogerzy i vlogerzy, a recenzje pisane w serwisach społecznościowych są dla czytelników ważniejsze niż opinie profesjonalnych krytyków literatury. Wyniki te są zgodne z rezultatami badań przeprowadzonych na wybranej grupie polskich wydawców w 2013 r., które pokazały, że zdecydowana większość z nich regularnie używa narzędzi Web 2.0, przede wszystkim

serwisów społecznościowych do prowadzenia działalności informacyjnej i promocyjnej³².

Ważnym czynnikiem okazał się też napływ publikacji z innych krajów (26%) oraz duża konkurencja na rynku książki (21%), skutkująca ciągłą pogonią za bestsellerami. Duża część ankietowanych dostrzegła kryzys czytelnictwa i wskazywała na zmieniające się nawyki publiczności, związane np. z korzystaniem z innych mediów (16%). O dynamicznym charakterze rynku książki może świadczyć systematyczne pojawianie się dużej liczby nowych autorów i wydawców (10%). W sektorze książki naukowej i szkolnej najczęściej pojawiały się stwierdzenia podkreślające wagę zmian prawnych oraz wpływ decyzji rządu na podejmowanie inicjatyw wydawniczych (10%). Najrzadziej wymieniano takie czynniki, jak: wzrost liczby publikacji dla nastolatków (5%), sytuacja gospodarcza kraju (5%) oraz upowszechnienie książek elektronicznych (5%).

Wnioski

Przeprowadzone badania potwierdziły zbieżność teoretycznego modelu kompetencji niezbędnych w zawodzie wydawcy z opiniami praktyków. Kluczowymi kompetencjami dla tej grupy zawodowej okazały się umiejętności w zakresie przewidywania nadchodzących trendów, ogólna orientacja w specyfice rynku książki oraz zdolność do podejmowania szybkich i trafnych decyzji. Akcentowano również wyraźnie konieczność posiadania przez wydawców przynajmniej podstawowej wiedzy dotyczącej zagadnień prawa własności intelektualnej. Znajomość przepisów prawa autorskiego okazała się konieczna nie tylko dla osób piastujących kierownicze stanowiska, ale także dla pracowników większości działów wydawnictwa.

W rezultacie przeprowadzonych analiz sformułowano wnioski dotyczące zakresu i postaci zmian w sposobach prowadzenia działalności wydawniczej, jakie zaszły pod wpływem obecności nowych form medialnych i sposobów upowszechniania treści na rynku książki. Wydawcy najwyżej oceniali wpływ upowszechnienia się Internetu w Polsce oraz

³² M. Wójcik, *Web 2.0 działalności usługowej instytucji książki*, Kraków 2013.

wzrastającej popularności mediów społecznościowych, zwracając uwagę na rolę nowych technologii w promocji książki i budowaniu kontaktów z klientami. Niżej oceniali wpływ możliwości samopublikacji oraz książek elektronicznych, nie dostrzegając w nich na razie realnej konkurencji dla tradycyjnego modelu wydawniczego. Widać w tym punkcie rozbieżność między literaturą przedmiotu a opiniami praktyków. W pracach teoretycznych i badawczych wyraźnie akcentowano wpływ możliwości związanych z samodzielnym publikowaniem tekstów na procesy wydawnicze oraz szeroko omawiano potencjalne i rzeczywiste konsekwencje wprowadzenia na rynek książki elektronicznej. Zdaniem praktyków wpływ tych dwóch zjawisk na kształt rynku wydawniczego w Polsce jest na razie raczej ograniczony. Interesujące byłoby w tym kontekście systematyczne powtarzanie badań w środowisku praktyków celem pokazania ewentualnej ewolucji ich poglądów w tym zakresie w perspektywie kilku lat. Dalszych badań wymaga również kwestia ewolucji społecznej roli wydawcy w kontekście stopniowej popularyzacji nowych form upowszechniania treści.

Bibliografia

- Banou Christina, *The Organization of Book-Publishing Houses in a Changing Era*, "Logos" vol. 24.1: 2013, s. 30–40.
- Bednarczyk Czesław, *W podmostowej arkadzie. Wspomnienia drukarza i wydawcy londyńskiej Oficyny*, Londyn 2013.
- Esposito Joseph, *One World Publishing, Brought to You by the Internet*, "Publishing Research Quarterly" Vol. 27: 2011, No. 1, s. 13–18.
- Godine David, *The Role and Future of the Traditional Book Publisher Publishing*, "Research Quarterly" Vol. 27: 2011, Iss. 4, s. 332–337.
- Gołębiowski Łukasz, Waszczyk Paweł, *Rynek książki w Polsce 2014*, Warszawa 2014.
- Gurczyński Jacek, *Wolny Internet, wolna kultura*, „Kultura i Wartości” 2013, nr 2, s. 77–90.
- Karpowicz Andrzej, *Autor – wydawca. Poradnik prawa autorskiego*, Warszawa 2009.
- Katalog krojów pism wraz z poradnikiem wydawcy*, pod red. M. Jakubickiej, Warszawa 2000.

- Klukowski Bogdan, *Filip Trzaska, redaktor, wydawca, księgarz, drukarz, nauczyciel, autor*, „Poradnik Bibliotekarza” 2014, nr 12, s. 22–24.
- Krajewski Mirosław, *Vademecum autora i wydawcy prac naukowych*, Włocławek 2001.
- Lewis Bruce, Duchac Jonatan, Beets S. Douglas, *An Academic Publisher’s Response to Plagiarism*, “Journal of Business Ethics” Vol. 102: 2011, Iss. 3, s. 489–506.
- Nelson Meredith, *The blog phenomenon and the book publishing industry*, “Publishing Research Quarterly” Vol. 22.2: 2006, s. 3–26.
- Orzewski Wojciech, *Wydawca i prawo*, Warszawa 2009.
- Pecoskie Jen, Hill Heather, *Beyond traditional publishing models: An examination of the relationships between authors, readers, and publishers*, “Journal of Documentation” Vol. 71.3: 2015, s. 609–626.
- Podręczny słownik bibliotekarza*, oprac. Grzegorz Czapnik, Zbigniew Gruszka, przy współprac. Hanny Tadeusiewicz, Warszawa 2011.
- Steiner Ann, *Personal readings and public texts: Book blogs and online writing about literature*, “Culture Unbound” Vol. 2.28: 2010, s. 471–494.
- Szymańska Irena, Matuszewski Ryszard, *Miałam dar zachwytu. Wspomnienia wydawcy*, Warszawa 2001.
- Uribe Marcelo, *Perspective of a smaller Latin American publisher*, “Publishing Research Quarterly” Vol. 22: 2006, Iss. 3, s. 36–41.
- Walczak Krzysztof, Andrysiak Ewa, Obala Ewa, *Józef Radwan (1858–1936) prawnik, wydawca i działacz społeczny*, Kalisz 2014.
- Wójcik Magdalena, *Web 2.0 działalności usługowej instytucji książki*, Kraków 2013.
- Wydawcy warszawscy*, pod. red. Justyny Myszkowskiej, Warszawa 2003.

Publikacje elektroniczne

- Badanie rynku książki w Polsce. Monitoring kondycji wydawców, trendów produkcyjnych i dystrybucyjnych na rynku wydawniczym* [online]. Polska Izba Książki [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.pik.org.pl/upload/files/Raport%20PIK%207-11-2013%20final-final.pdf>.
- Bednarek-Michalska Bożena, *Modele biznesowe otwartego publikowania naukowego: informator dla polskich wydawców uczelnianych* [online]. Stowarzyszenie EBIB [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.fosteropenscience.eu/sites/default/files/pdf/850.pdf>

- Bednarek-Michalska Bożena, *Modele publikowania naukowego – pytania i wyzwania dla współczesnego wydawcy* [online]. Nauka, 2/2010 [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_210_12_Bednarek.pdf
- Grodecka Karolina, *Udane projekty Open Access w Polsce: studia przypadków* [online]. Stowarzyszenie EBIB [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: http://open.ebib.pl/ojs/index.php/wydawnictwa_zwarte/article/view/141/272
- Internauci 2015*. Komunikat z Badań CBOS [online] 2015, nr 90 [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_090_15.PDF
- Lipszyc Jarosław, *Europosłanka zastanawia się, jak „wyjść z więzienia praw autorskich”* [online]. Prawokultury.pl [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://prawokultury.pl/newsy/europoslanka-zastanawia-sie-jak-wyjsc-z-wiezienia-/>.
- Lung Tracey, *The Impacts of e-Publishing and Smart Technology*, “Current Trends in Publishing” [online] 2014, Vol. 1 [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://ottawa.scholarsportal.info/uo-esis/index.php/isi6314-1-14/article/view/7>.
- Raport o rynku e-booków* [online]. InnovationPR [dostęp 31 lipca 2016]. Dostępny w World Wide Web: <http://media.innovationpr.pl/2360/pl/pres-skit/9688>.

Competencies of the Modern Publisher – Theoretical Assumptions Versus Opinions of Practitioners

ABSTRACT: The subject of the article are the competencies of the modern publisher, influenced by changes in the book market which occurred in the years 2000–2015. The aim is to compare theoretical assumptions presented in the literature with opinions of representatives of leading Polish publishing houses. While analyzing changes in competencies and the social role of publishers the following factors were taken into account: development of e-books and new forms of media, proliferation of the self-publishing phenomenon and the increasing popularity of the social media. In the first stage of the research, the analysis and critique of the literature method was used, in which a systematic review of literature published in the years 2000–2015 in Polish and English was

done, in order to develop a theoretical model of the competencies and role of the modern publisher. Then the developed model was compared with the results of surveys conducted among Polish academic and fiction publishers. As a result, conclusions were drawn regarding the scope and forms of changes which took place in the book market under the influence of new media development.

KEYWORDS: e-book, profession of publisher, self-publishing, the role of publisher, Web 2.0.

