

MP3 zamiast papierowej książki

We wrześniu ma ruszyć w Polsce duży internetowy sklep z audiobookami. Będzie się wzorować na Audible.com z USA

ZBIGNIEW DOMASZEWICZ

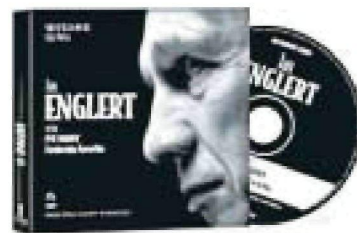
••
Audioteka.pl ma wystartować w polowie września. Audiobooki (czyli książki w postaci nagrań lektora) będzie można kupować jako pliki MP3 - do słuchania np. w samochodzie czy w odtwarzaczach MP3. Partnerem w tym przedsięwzięciu jest giełdowa agencja interaktywna K2 Internet oraz spółka Maxiomax zajmująca się zarządzaniem prawami autorskimi m.in. na rynku wydawniczym.

W Polsce działa już kilka serwisów sprzedających (lub nawet oferujących gratis) książki audio w plikach, ale ich oferta jest na razie skromna. Prawdopodobnie najczęściej - około 170 tytułów - oferuje serwis z książkami elektronicznymi i audiobookami Nexto.pl. Prócz tego sklepy internetowe sprzedają wysyłkowo audiobooki wydawane na płytach CD tak jak normalne książki. - W 2003 r. na rynku było zaledwie 60 polskich audiobooków. W ciągu trzech lat ta liczba wzrosła do 200, a obecnie szacujemy, że jest tego około 600 tytułów - mówi szef Audioteki Błażej Kukla. - U nas na koniec roku będzie dostępnych dwukrotnie więcej tytułów z różnych rodzajów literatury - dziecięcej, sensacyjnej, ale także np. poezji.

Skąd optymizm? - Impet rynkowy audiobooków w Polsce tak naprawdę dała „Gazeta Wyborcza” ze swymi kolekcjami „Mistrzowie słowa” dołączanymi do gazet na płytach. Wzbudziła tym zainteresowanie audiobookami wydawców książek - mówi Kukla. - Ale wytłoczenie płyty, poligrafia sporo kosztuje. Jeśli zaś wydawca zdecyduje się na dystrybucję w plikach, wydanie książki audio będzie dla niego tanie. Oplaty za wynajęcie studia i gażę znanego aktora to nie są duże koszty, nie trzeba też w kalkulować w biznesplan zwrotów niesprzedanego nakładu. Dlatego liczymy, że nasz model dystrybucji zachęci wydawców do wydawania audiobooków - mówi Kukla.

Pliki kupowane w Audiotece nie będą miały źle widzianych przez in-

ternautów zabezpieczeń przed kopiowaniem (tzw. DRM), więc będzie można je dowolnie przegrywać i powielać zgodnie z prawnie dozwolonym użyciem osobistym (podobnie sprzedaje Nexto.pl). W Audiotece każdy kupiony plik będzie jednak miał tzw. watermark (znak wodny) świadczący o tym, kto jest jego nabywcą i właścicielem. To ma ochronić wydawców np. przed sytuacją, gdy klient zacznie w nieskrępowany sposób rozpowszechniać kupiony audiobook w internecie.



- Impet rynkowy audiobooków dała „Gazeta Wyborcza” ze swymi kolekcjami „Mistrzowie słowa” dołączanymi do gazet na płytach. Wzbudziła zainteresowanie audiobookami wydawców książek - mówi szef Audioteki Błażej Kukla

A amerykański Audible.com, na którym ma być wzorowana Audioteka, odnotował w ubiegłym roku przychody rzędu 110 mln dolarów i zarobił netto 4 mln dolarów. Internetowy hipermarket Amazon.com kupił go kilka miesięcy temu, by uzupełnić swą ofertę o książki audio. Twórcy Audioteki przywołują dane organizacji American Association of Publishers, według której w ubiegłym roku w USA rynek audiobooków osiągnął wartość prawie 900 mln dolarów. Oznaczałoby to, że udział audiobooków w całym amerykańskim rynku książek wartym 25 mld dolarów sięgnął już 3,75 proc. - Takiego samego trendu oczekujemy w Polsce - mówi Kukla. ●