



STOWARZYSZENIE PRZYJACIÓŁ KSIĄŻKI DLA MŁODYCH

[www.ibby.pl](http://www.ibby.pl)

---

## **Wnioski i refleksje z II FORUM IBBY – 30 listopada 2018 r.**

30 listopada 2018 roku odbyło się II FORUM IBBY, kolejne z cyklu spotkań całego środowiska związanego z literaturą dla dzieci i młodzieży. Twórcy i popularyzatorzy\* książki dziecięcej – autorzy, ilustratorzy, tłumacze, wydawcy, księgarze, bibliotekarki, nauczyciele, badacze, ludzie mediów, blogerzy, wychowawcy, entuzjastki – na co dzień stanowią odrębne światy i działają niezależnie od siebie, a ich drogi rzadko się krzyżują. Cykliczne spotkania w ramach FORUM IBBY mają przyczynić się do głębszej integracji środowiska i stworzenia mapy wzajemnej komunikacji. Tematem każdego ze spotkań są wyzwania stojące przed innymi grupami tworzącymi środowisko. Pierwsze spotkanie z cyklu, zorganizowane jesienią 2017 roku, poświęcone było bibliotekarkom, nauczycielom i animatorom.

II FORUM dotyczyło spraw wydawczych i księgarzy, a jego celem była rozmowa o wyzwaniach stojących przed tymi grupami i diagnoza sieci powiązań i komunikacji między nimi oraz bibliotekami.

Całodzienne spotkanie podzielone zostało na trzy podstawowe części. Rano spotkałyśmy się w podgrupach branżowych, by rozmawiać o wewnętrznych wyzwaniach dotyczących każdej z grup. W kolejnej części, by wczuć się w sytuację innych aktorów rynku, zastanawiałyśmy się nad sylwetkami wydawcy/wydawcy, księgarki/księgarza i bibliotekarki/bibliotekarza, a na koniec przedstawiłyśmy i zweryfikowałyśmy nasze opinie na szerokim forum podczas sesji plenarnej i wspólnie zastanawiałyśmy się nad odpowiedziami na stojące przed nami wyzwania.

Podczas porannych **SPOTKAŃ BRANŻOWYCH** we własnym gronie spotkały się księgarzki, wydawczynie i bibliotekarki, bohaterki II forum IBBY. Wszystkie te trzy grupy miały okazję porozmawiać o swoich problemach oraz zastanowić się nad możliwościami współpracy. Spotkania te, choć niedługie i przez to niepozwalające na poruszenie wszystkich ważnych kwestii, okazały się bardzo owocne. Poniżej przedstawiamy wnioski każdej z grup.

### **Księgarzki/księgarze**

Sytuacja stacjonarnych księgarzki kameralnych jest trudna ze względu na dużą i silną konkurencję (w tym internetową) i wojny cenowe prowadzone przez wielkich graczy na rynku, a także wyłączność sprzedażową narzucaną przez duże sieci. Ponieważ niewielkie księgarnie kameralne nie mogą zaproponować konkurencyjnej ceny w stosunku do wyżej wymienionych podmiotów, tracą nie tylko klientów indywidualnych, ale również możliwość szerokiej współpracy z bibliotekami. Mimo trudności księgarnie konsolidują się i prowadzą wspólne działania, np. w ramach Stowarzyszenia Księgarzy Kameralnych podkreślają ważną rolę księgarzki w środowisku lokalnym. Ich klientki mają szansę zapoznania się z nową ofertą wydawniczą, skorzystania z porady profesjonalistek, ale też uczestniczenia w spotkaniach autorskich i warsztatach.

### **Wydawczynie/wydawcy**

Wydawczynie rozmawiały m.in. o konieczności integracji środowiska wydawniczego, choć stworzenie jednolitej, silnej grupy koniecznej do negocjacji np. z Empikiem uważają za bardzo trudne ze względu na rozbieżność interesów. Jako pierwszy krok w kierunku większej otwartości na współpracę postulowano stworzenie grupy wydawniczej na Facebooku oraz możliwość tworzenia wspólnych międzywydawniczych projektów, takich jak wspólne spotkania dla księgarzki i bibliotekarek, spotkania branżowe na targach czy katalog dla bibliotek z ofertą różnych oficyn dziecięcych. Wydawczynie widzą też szansę poprawy relacji z księgarniami w obrębie działań promocyjnych. Nie chcą wprawdzie zrezygnować z dostępnych im form sprzedaży (np. przez własne strony internetowe), ale są chętne, by włączyć się w lobbing na rzecz dofinansowania działalności księgarzki jako ważnych instytucji kultury.

Wydawczynie i księgarzki zauważają ogromną potrzebę nawiązywania i pogłębiania współpracy z bibliotekami, których siła nabywcza i możliwości promocyjne są nie do przecenienia.

### **Bibliotekarki/bibliotekarze**

Po rozpoznaniu ogólnej problematyki działalności bibliotek w ramach zeszłorocznego forum teraz poszliśmy dalej i przyjrzałyśmy się specyfice pracy bibliotek szkolnych. Określiłyśmy strukturę powiązań pomiędzy nimi a wydawczyniami i księgarzkami. Bibliotekarki zwróciły uwagę na świetną integrację zawodową w środowisku oraz dobrą współpracę z nauczycielkami, rodzicami i bibliotekami publicznymi. Zauważyły też, że środowisko lokalne zazwyczaj stopniowo podlega integracji wokół biblioteki, ale konieczne jest ustalenie strategii współpracy. W kontakcie z wydawnictwami cenią sobie rabaty, nagrody, scenariusze zajęć i akcje promocyjne. Trudnością jest brak przepływu informacji i określonych kanałów komunikacji oraz wysokie ceny spotkań autorskich. Biblioteki mają dobre doświadczenia przy organizacji wspólnych wydarzeń z księgarniami kameralnymi, ale wysokie ceny uniemożliwiają większe i częstsze zakupy w tych miejscach.

Ważnym elementem II forum IBBY było wyzwanie rzucone stereotypom. Każda z obecnych grup branżowych dostała zadanie **stworzenia dwóch SYLWETEK**. Grupa księgarska miała stworzyć sylwetkę wydawczynie/wydawcy i bibliotekarki/bibliotekarza, grupa wydawnicza – bibliotekarki/bibliotekarza i księgarki/księgarza, natomiast grupa bibliotekarska – księgarki/księgarza i wydawczynie/wydawcy. Wyniki tej pracy pokazały, że stereotypy wcale tak bardzo nie rządzą naszym postrzeganiem środowiska książki dziecięcej. Wiele wiemy o sobie nawzajem i rozumiemy część problemów innych.

Oto jak zaprezentowały się poszczególne **SYLWETKI**:

Wydawczynie określiły **księgarki i księgarzy** mianem KAMIKADZE KULTURY, którzy napędzani pasją cały swój czas i każdą myśl poświęcają księgarzni. Ich głowy wypełniają troski o płynność finansową i przyszłość własnego biznesu, ale też duma z miejsc, które tworzą, radość z kontaktu z lojalnymi klientkami oraz satysfakcja z możliwości kształtowania gustów czytelniczych. Cenią sobie niezależność i samodoskonalenie oraz przynależność do elitarnego grona. Potrzebują zaangażowanych klientów, stałej ceny książki, stabilności finansowej, wsparcia od państwa i wydawców.

Bibliotekarki podkreślały, że księgarnia to miejsce wyjątkowe, gdzie ma się kontakt z dobrą literaturą, profesjonalną obsługą i ciepłą, niezobowiązującą atmosferą. Zauważyły też, że biblioteki z bezpłatną ofertą warsztatów mogą być konkurencją dla księgarzni.

Obie grupy zwróciły uwagę na to, że księgarki i księgarze nie poddają się trudnościom i są niezwykle aktywni, prowadząc różne formy sprzedaży i promocji, organizując spotkania, zdobywając wiedzę o nowościach i trendach, rozszerzając asortyment, pisząc wnioski o dofinansowania, utrzymując kontakty z bibliotekami, odwiedzając sieciówki, jeżdżąc na targi itd.

Księgarze i księgarki podczas późniejszych rozmów na forum potwierdzili, że dużym problemem jest nieopłacalność prowadzenia księgarzni, a codziennością niekończąca się, często fizyczna praca wypełniająca każdą chwilę. Tania książka na portalach internetowych typu Bonito.pl i wymuszanie wyłączności przez EMPIK są przyczyną problemów z płynnością finansową. Nie pomaga też to, że wydawcy sprzedają swoje książki w prowadzonych przez siebie sklepach internetowych z dużymi rabatami. Księgarki i księgarzy przy życiu trzymają pasję i misję, aktywna współpraca w ramach Stowarzyszenia Księgarzy Kameralnych oraz biblioteki, które są im przyjazne.

Zdaniem księgarek i bibliotekarek **wydawcy i wydawczynie** to ludzie bardzo zajęci, POSZUKIWACZE SKARBU, marzący o poczytnym autorze, wydaniu bestsellera lub książki, która trafi na listę lektur szkolnych. Kochają swoją pracę, choć mają wrażenie, że to miłość nieodwzajemniona, bo widzą rozdźwięk między swoim marzeniem a prozą rynku. Na ich codzienność składają się: spadające czytelnictwo, dumpingowe ceny, niezapłacone faktury, wysokie rabaty, spłacanie kredytów, presja na rozdawnictwo książek, niezadowolenie autorów i konieczność obniżania kosztów. Czasem odczuwają lęki przed wprowadzaniem nowości i frustrację, gdy nakład się nie sprzedaje, ale też bywają zachwyceni, kiedy widzą ludzi czytających wydane przez nich pozycje i doceniających wysoki poziom edytorski.

Księgarki zauważyły, że wydawczynie narzekają na niską sprzedaż w księgarniach stacjonarnych. Bibliotekarki natomiast doceniły dbałość wydawnictw o kontakt z bibliotekami, szkołami, instytucjami kultury oraz fakt, że starają się kreować trendy, organizują akcje promocyjne, wydarzenia, warsztaty i spotkania autorskie, uczestniczą w targach. Stale lawirują między rynkiem a misją.

Wydawcy i wydawczynie przyznali, że kontakty z autorkami bywają wymagające, a oddawanie książek do księgarni na kredyt jest trudne. Mają nienormowany czas pracy i zastanawiają się, „kiedy ja się w końcu wyśpię”. Muszą podejmować duże ryzyko, a czas oczekiwania na zyski bywa długi. Chcieliby kreować trendy na rynku i wydawać coraz lepsze książki, zyskiwać uznanie i osiągnąć sukces finansowy. Kręci ich ciekawa praca i otrzymywane nagrody. Stale towarzyszy im dylemat: misja czy komercja.

Wydawczynie określili **bibliotekarki i bibliotekarzy** mianem ANIMATORÓW KULTURY, osób z poczuciem misji, które z pasją i zaangażowaniem polecają i rekomendują dobre książki, organizują konkursy, warsztaty, spotkania autorskie, kluby czytelnicze i inne wydarzenia, stale się doszkcają i starają się śledzić rynek wydawniczy, jeżdżą na konferencje i targi oraz piszą wnioski o dofinansowanie. Martwią się, że biblioteka jest za mała, półka na nowości pusta, a środki finansowe przeznaczone na zakupy czy zajęcia niewielkie i nieregularne. Odczuwają satysfakcję, kiedy udaje im się sprawić, że czytelnicy są zadowoleni.

Księgarki zauważyły natomiast, że istnieją dwie grupy bibliotekarek i bibliotekarzy: jednostki „zakurzone”, które chcą mieć święty spokój oraz „aktywistki/aktywiści” – osoby realizujące coraz to nowe pomysły.

Bibliotekarki i bibliotekarze obecni na forach IBBY to grupa aktywna. Przyznają jednak, że stereotypowe postrzeganie ich zawodu jest silne i czasami uzasadnione. Ich bolączką jest brak finansów i systemu motywacyjnego oraz biurokracja. Pracę ułatwiłoby im ustalenie standardów zatrudnienia, rozdzielenie kompetencji między biblioteką szkolną a publiczną oraz obniżenie wagi statystyki wypożyczeń, która stoi w sprzeczności z realizacją misji. Są wdzięczni za sympatię czytelniczek. Ich siłą jest również przynależność do organizacji typu Biblioteki Szkolne Online.

Podczas sesji plenarnej podsumowałyśmy pracę wszystkich grup i sformułowałyśmy stojące przed nami problemy i wyzwania oraz zastanawiałyśmy się nad **ROZWIĄZANIAMI**. Oto niektóre z propozycji:

**Komunikację i przepływ informacji** pomiędzy poszczególnymi grupami może ułatwić grupa na Facebooku. Stowarzyszenie Księgarzy Kameralnych złożyło też wniosek o dofinansowanie stworzenia sieci mapującej małe wydawnictwa i księgarnie oraz platformy na YouTube. Z informacją do bibliotek szkolnych można trafić przez fanpage Bibliotek Szkolnych Online lub przez Towarzystwo Bibliotekarzy Nauczycieli Szkół Polskich. Innym sposobem usprawnienia komunikacji mogą być spotkania branżowe podczas targów książki.

**Sytuację księgarni może poprawić** angażowanie przez biblioteki i wydawnictwa lokalnej księgarni do sprzedaży książek podczas wydarzeń branżowych, np. targów i kiermaszy. Innym

rozwiązaniem mogą być vouchery na zakup książek w miejscowych księgarniach dla bibliotek i indywidualnych klientów fundowane przez samorządy. Ważnym tematem jest dla księgarń stała cena książki. Ze względu na różne podejścia do tematu konieczne są spotkania umożliwiające wypracowanie wspólnego stanowiska.

Innym zagadnieniem jest **poprawa komunikacji między wydawnictwami a bibliotekami**. Ważne jest nie tylko nawiązywanie bezpośrednich kontaktów na takich wydarzeniach jak FORUM IBBY, ale też wzajemne zrozumienie i szacunek podczas kontynuowania współpracy. Sposobem na dotarcie bezpośrednio mogą być akcje promocyjne jak np. „Czytam sobie” Egmontu lub szkolenia dla bibliotek wydawnictwa Dwie Siostry. Padł postulat, aby spotkania autorskie były współfinansowane przez wydawnictwa i biblioteki. Źródłem promocji oferty wydawniczej są też egzemplarze obowiązkowe oddawane do Biblioteki Narodowej, które służą jako baza do warsztatów i szkoleń dla bibliotekarek i czytelniczek.

Warto, żebyśmy empatycznie wsłuchiwały i wsłuchiwali się w głosy drugiej strony oraz poszukiwały i poszukiwali wspólnych celów. Warto też zapytać siebie, co JA mogę zrobić, aby współpraca była lepsza? Jak wspomóc inne grupy? Jak być mocą sprawczą kształtującą rzeczywistość? Na co mam wpływ? Może mogę załatwić voucher w samorządzie? Może założę i poprowadzę grupę na Facebooku? Może będą lobbować za stałą ceną książki? Największa moc powstaje wtedy, kiedy istnieje wymiana pomiędzy branżami. **Dlatego spotykajmy się, a potem zgłaszajmy inicjatywy i działajmy!!!**

Szczegółowe wnioski każdej z grup na kolejnych etapach pracy na II Forum IBBY znaleźć można w dokumencie „**Raport szczegółowy**”, który jest uzupełnieniem tego podsumowania.

Przed nami, wiosną 2020, kolejne forum IBBY, tym razem poświęcone popularyzatorce literatury dziecięcej, czyli naukowczyniom, dziennikarkom i blogerkom.

*\* W przypadku podmiotów zbiorowych, których dotyczy to sprawozdanie, używamy najczęściej form żeńskich, co jest odzwierciedleniem wyraźnej feminizacji środowiska związanego z książką dla dzieci i młodzieży.*

**Stowarzyszenie Przyjaciół Książki dla Młodych – Polska Sekcja IBBY**

c/o Multimedialna Biblioteka dla Dzieci i Młodzieży nr XXXI, ul. Tyniecka 40a, 02-621 Warszawa

Konto w banku: Powszechna Kasa Oszczędności, Bank Polski SA, Oddział 101 Warszawa, Al. Jana Pawła II 25, 00-854 Warszawa

numer konta: 80 1440 1299 0000 0000 0187 5485

## RAPORT SZCZEGÓŁOWY

Poniższy raport zawiera szczegółowy zapis pracy zespołów zadaniowych podczas sesji przedpołudniowej oraz na forum całej grupy podczas sesji popołudniowej II Forum IBBY 30 listopada 2018 roku. Został on sporządzony na podstawie materiałów wypracowanych przez uczestniczki i uczestników wydarzenia, zebranych w formie tablic oraz zapisu wideo z sesji plenarnej, który znajduje się pod linkiem:

[https://www.youtube.com/watch?v=2RMkvsbKgn8&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3hZM3A8kKMzSYpnmjSGpV-xl7pvtN2NGgX4joUV\\_9wZddgGImyoVx7k](https://www.youtube.com/watch?v=2RMkvsbKgn8&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3hZM3A8kKMzSYpnmjSGpV-xl7pvtN2NGgX4joUV_9wZddgGImyoVx7k)

### PORANNE SPOTKANIA BRANŻOWE

**Księgarki** rozmawiały o trudnej sytuacji, w której znajduje się ten segment rynku książki. Udział stacjonarnych księgarń kameralnych w rynku stale się zmniejsza. Głównym czynnikiem jest nie tylko ogólna tendencja spadku zainteresowania książką, ale też silna konkurencja księgarń internetowych, np. Bonito (obniżanie cen, ogromna oferta), oraz monopolistyczna pozycja Empiku i dużych sieci, które narzucają wyłączność sprzedażową. Wysokie czynsze lokali i jednostkowe zamówienia powodują, że księgarnie nie mogą zaproponować konkurencyjnej ceny w stosunku do wyżej wymienionych podmiotów. Tracą w ten sposób nie tylko klientów indywidualnych, ale możliwość współpracy z bibliotekami na szerszą skalę.

Sytuację utrudnia fakt, że część wydawnictw prowadzi bezpośrednią sprzedaż książek przez własne księgarnie i na targach. Do innych problemów we współpracy z wydawnictwami można zaliczyć wyznaczenie minimalnego zamówienia, trudnego do spełnienia przez małe księgarnie, słabe docieranie z informacją o nowościach wydawniczych, pomijanie księgarń w akcjach promocyjnych i organizacji spotkań autorskich.

Księgarki rozmawiały o tym, że jednym z korzystnych dla nich rozwiązań byłaby stała cena książki. Niestety takie rozwiązanie nie jest uważane za korzystne przez większe i silniejsze podmioty rynku książki. Tymczasem rola księgarni w środowisku lokalnym jest nie do przecenienia. Klientki mają możliwość obejrzenia nowej oferty wydawniczej, skorzystania z porady profesjonalistek, uczestniczenia w spotkaniach autorskich i warsztatach dla dzieci, które prowadzi 3/4 księgarń kameralnych. Cenna byłaby w tym zakresie pogłębiona współpraca z wydawnictwami i bibliotekami. Aby reprezentować interesy małych księgarń powstała grupa Księgarni Kameralnych.

**Wydawczynie** rozmawiały o konieczności współpracy między poszczególnymi oficynami i integracji środowiska wydawniczego ponad podziałami. Umożliwiłoby to np. przeciwstawienie się Empikowi, który mając monopolistyczną pozycję, narzuca reguły innym graczom. Negocjacje byłyby możliwe, gdyby wydawnictwa dogadały się między sobą i stanowiły jednolitą, silną grupę. Wydaje się to jednak postulatem nie do zrealizowania. Wymieniono szereg problemów, które tej integracji nie sprzyjają (między innymi partykularne interesy poszczególnych wydawnictw, nacisk na konkurencję i rywalizację).

Wszyscy jednak zgodzili się, że bez prób współpracy sytuacja rynku książki dziecięcej nie ma szans się poprawić. Jako pierwszy krok w kierunku większej otwartości na współpracę postulowano stworzenie grupy wydawniczej na Facebooku, w której będzie można dzielić się

**Stowarzyszenie Przyjaciół Książki dla Młodych – Polska Sekcja IBBY**

c/o Multimedialna Biblioteka dla Dzieci i Młodzieży nr XXXI, ul. Tyniecka 40a, 02-621 Warszawa

Konto w banku: Powszechna Kasa Oszczędności, Bank Polski SA, Oddział 101 Warszawa, Al. Jana Pawła II 25, 00-854 Warszawa

numer konta: 80 1440 1299 0000 0000 0187 5485

informacjami dotyczącymi możliwości współpracy wydawnictw między sobą, a także z bibliotekami, szkołami lub innymi podmiotami związanymi z książką dziecięcą. Informacje tego typu są zazwyczaj bardzo rozproszone i trafia na nie, często przypadkiem, paru szczęśliwców.

Padł też postulat, żeby otworzyć się na wspólne projekty, jak na przykład wspólny katalog dla bibliotek i inne tego typu przedsięwzięcia, które umożliwiłyby rozleglejszą aktywność wydawnictw na polu, które w chwili obecnej okupują wyłącznie dystrybutorzy. Zaproponowano też, by wydawnictwa zapisywały się do Polskiej Izby Książki.

Wspólne działania ułatwiłyby również współpracę z małymi księgarniami stacjonarnymi, niełatwą ze względu na niewspółmierne do efektów formalności oraz na trudną sytuację finansową księgarń, która często odbija się na dynamice biznesowych powiązań z wydawnictwami (opóźnienia w płatnościach itp.). Przedstawicielki wydawnictw zdają sobie jednak sprawę, że księgarnie stacjonarne są potrzebne, m.in. po to, by czytelnik mógł obejrzeć książkę, co jest szczególnie ważne w przypadku książek dla dzieci. Dla wydawnictw otwiera się więc możliwość współpracy z księgarniami w zakresie promocji. Mogłyby również włączyć się w lobbing na rzecz dofinansowania działalności księgarń, które podobnie jak biblioteki czy kluby czytelnicze są instytucjami kultury.

Trudniej byłoby wspierać stałą cenę książki. Wydawnictwa są w tej sprawie są podzielone. Część z nich traci na szybko przecenianym produkcie, część uważa, że regulacja nie przyniesie rezultatów, tylko skomplikuje rozliczenia.

Innym obszarem powodującym napięcia pomiędzy wydawnictwami a księgarniami są targi książki. Wydawnictwa nie chcą zrezygnować z prowadzenia sprzedaży na różnego rodzaju eventach, bo oprócz oczywistych względów ekonomicznych jest to dla nich sposobność do kontaktu z czytelnikiem i możliwość zebrania opinii o książkach. Zauważają jednak, że targi zmieniły się w kiermasze, potrzebne są więc spotkania branżowe. Pojawił się pomysł, żeby czwartki na targach były dniem bez sprzedaży, ale jest to rozwiązanie nieopłacalne z punktu widzenia wydawnictw.

**Bibliotekarki** zwróciły uwagę na następujące pozytywy i sukcesy w swojej pracy:

- bardzo dobra integracja zawodowa bibliotekarek,
- dobra współpraca bibliotek szkolnych z bibliotekami publicznymi, z nauczycielkami przedmiotowymi i radami rodziców oraz sukcesywne otwieranie się na społeczność lokalną,
- Program Rozwoju Czytelnictwa, który umożliwił bibliotekom szkolnym zakupy
- działalność popularyzatorska biblioteki w mediach społecznościowych, na stronach internetowych i blogach,
- możliwość podejmowania różnorodnych działań bez konieczności sztywnego trzymania się podstawy programowej
- i sprawa najważniejsza: osobiste sukcesy czytelników oraz kontakt z uczniami, dla których biblioteka jest ulubionym miejscem w szkole.

Jednocześnie podkreślano, że dla dobrego działania biblioteki potrzebna jest:

- postępująca integracja środowiska lokalnego i potrzeba wypracowania strategii współpracy na bazie wspólnych konsultacji i ustaleń,

- zapewnienie równomiernego finansowania w ciągu roku z budżetu szkolnego (Program Rozwoju Czytelnictwa to środki otrzymywane raz na kilka lat),
- ujednoczenie norm bibliotecznych,
- zwiększenie przestrzeni bibliotek szkolnych, tak by umożliwiły prowadzenie zajęć warsztatowych i spotkań autorskich,
- podniesienie prestiżu zawodu nauczycieli bibliotekarzy i biblioteki w szkole,
- usunięcie z pracy bibliotekarek zastępstw dezorganizujących pracę biblioteki.

We współpracy z wydawnictwami biblioteki szkolne cenią sobie:

- duże rabaty, darowizny na rzecz bibliotek, nagrody na konkursy czytelnicze, gadzety, gratisy (zakładki, plakaty, ołówki itd.),
- scenariusze warsztatów na stronach wydawnictw,
- akcje promujące książki np. „Czytam sobie” lub „Bractwo Pax” (pakiety książek, materiały promocyjne, gry),
- wystawy do wypożyczenia, organizację spotkań autorskich i warsztatów dla czytelników.

Trudności upatrują w słabym przepływie informacji o możliwości wypożyczenia wystaw i korzystania ze scenariuszy, wysokich cenach spotkań autorskich oraz ofertach z cenami netto, co powoduje mylną informację o rabatach i całościowym koszcie zakupu książek dla biblioteki szkolnej.

Dzięki współpracy z księgarniami biblioteki szkolne zyskują możliwości:

- uzyskania informacji o dobrej literaturze, a nawet zwrotu książek po zapoznaniu się z ofertą,
- wspólnego organizowania spotkań autorskich, kiermaszy książek i innych akcji czytelniczych przeznaczonych dla dzieci i młodzieży,
- negocjowania rabatów i pozyskiwania darów dla biblioteki.

Niestety księgarnie oferujące dobrą literaturę mają wysokie ceny, co przy małym budżecie biblioteki utrudnia zakupy. I odwrotnie – księgarnie oferujące tanie książki dysponują ofertą o bardzo niskiej jakości graficznej, literackiej i edytorskiej.

## SYLWETKI

Wiele spraw znamy z własnego punktu widzenia, wiemy, jaki wysiłek wkładamy w naszą pracę, i pragniemy docenienia. Ale nie wiemy, jak dobrą robotę wykonują inni. Podczas pracy nad sylwetkami przedstawicieli pozostałych grup starałyśmy się wczuć w ich sytuację.

## KSIĘGARKA/KSIĘGARZ

**Wydawczynie** określiły księgarki/księgarzy mianem kamikadze kultury. Stwierdziły, że księgarka jest kobietą 30+, mieszkającą w dużym mieście, w wynajmowanym mieszkaniu. W wolnym czasie przebywa z rodziną, czyta „Wysokie Obcasy”, piecze ciasta, ogląda seriale na Netfliksie. Właściwie nie ma prywatnego życia. Cały czas wypełnia jej działalność na rzecz księgarni, której jest właścicielką. Czuje się odpowiedzialna za swój biznes.

W jej głowie pojawiają się myśli: „Czy dobrze zrobiłam? W co się wpakowałam? Po co odeszłam z korpo? Ile jest tych książek! Co jeszcze mogę zrobić? Kogo z rodziny zatrudnić? Czym uzupełnić sprzedaż książek? Jak rozwijać swój biznes? Dlaczego nikt nie kupuje książek? Ten cholerny EMPIK i Bonito!!! A może to rzucić i wyjechać w Bieszczady?”.

**Stowarzyszenie Przyjaciół Książki dla Młodych – Polska Sekcja IBBY**

c/o Multimedialna Biblioteka dla Dzieci i Młodzieży nr XXXI, ul. Tyniecka 40a, 02-621 Warszawa

Konto w banku: Powszechna Kasa Oszczędności, Bank Polski SA, Oddział 101 Warszawa, Al. Jana Pawła II 25, 00-854 Warszawa

numer konta: 80 1440 1299 0000 0000 0187 5485



Oprócz frustracji i stresu ma też radość z tego, co stworzyła, i z tego, że ma takie fajne książki i lojalnych klientów, satysfakcję z możliwości kształtowania gustów czytelniczych, poczucie wykonywania prestiżowego zawodu. Cieszy ją kontakt z wydawcami i autorkami, kontakty z nauczycielkami i bibliotekarkami, posiadanie czegoś własnego, niezależność i samodoskonalenie. Ale radość często tłumią troska o to, czy ten biznes ma przyszłość ze względu na mały obrót, niskie zyski, przeterminowane faktury, opłaty stałe, brak płynności finansowej, niepewne jutro. Ma poczucie, że większość klientek odwiedza księgarnie, aby zrobić zdjęcia książek, a zakupu dokonać w sklepach internetowych, sieciówkach i dyskontach.

Mimo to się nie poddaje – układa książki i dba o wystrój księgarni, tworzy kreatywne witryny, organizuje warsztaty i spotkania, szuka nowinek, wrzuca wydarzenia i fotografie na media społecznościowe (choć słabo je zna), stosuje szeptany marketing, pisze wnioski o dofinansowania, utrzymuje kontakty ze szkołami i bibliotekami, odwiedza sieciówki, jeździ na targi i spotkania IBBY, a w międzyczasie łapie złodziei. Potrzebuje świadomych, zaangażowanych klientek, stałej ceny książki, stabilności finansowej, wsparcia od hurtowni, państwa i wydawnictw. A w skrytości marzy, żeby zostać autorką i/lub wydawczynią :)

Podobny obraz księgarki/księgarza wyłania się z dyskusji prowadzonych przez **bibliotekarki**, które jednak wprowadziły rozgraniczenie na księgarki-entuzjastki i osoby z przypadku oraz na osoby młode w dużych miastach (ok. 30 lat) i bardziej dojrzałe w małych miejscowościach (ok. 45 lat). Ich zdaniem księgarnie działają w niszy i rzadko kontaktują się z animatorkami kultury i bibliotekami. Zauważyły też, że biblioteki mają bezpłatną ofertę warsztatów, co może być postrzegane przez księgarnie jako konkurencja. Podkreśliły, że księgarnia to wyjątkowe miejsce, gdzie ma się kontakt z dobrą literaturą i gdzie można spotkać profesjonalistkę, która wie, co sprzedaje, i potrafi polecić ciekawe książki, a nawet porozmawiać na inne tematy przy kawie. Rzadko ma jednak szansę wykorzystywać swoją wiedzę, bo większość klientek interesuje się literaturą o niskiej wartości. Z tego powodu zmuszona jest zamawiać „komercję”, prowadzić sprzedaż artykułów papirniczych, a nawet zniczy.

Ruch za oknem i pustka w środku, poza kolejkami dwa razy do roku, powodują, że księgarki boją się o swoją przyszłość. Boją się też o swoje zdrowie ze względu na częstą ciężką pracę fizyczną (dźwiganie) i odczuwają strach przed odpowiedzialnością materialną (złodzieje). Dlatego, jak zauważyły wydawczynie, a może na przekór światu księgarze i księgarki są niezwykle aktywni i konsekwentni: prowadzą różne formy sprzedaży, organizują spotkania, promują się, zdobywają wiedzę o nowościach i trendach, rozszerzają asortyment, sprowadzają książki na życzenie klientek itd. Ich główne bolączki to niskie wynagrodzenie, zła lokalizacja lub wysoki czynsz, brak stałej ceny książki oraz to, że klienci przychodzą głównie porozmawiać, a biblioteki nie kupują od nich książek. Dobre strony pracy w księgarni to niezależność, stały kontakt z kulturą i dobrymi książkami, poczucie przynależności do elitarnego grona, współpraca z wydawnictwami.

**Księgarki** potwierdzają, że dużym problemem jest nieopłacalność księgarni, rzeczywiście zdarzają się kradzieże, a praca fizyczna, sprzątanie, ogarnianie to codzienność. Konkurencja Bonito i innych dyskontów, które mają dużo tańsze książki i ogromną ofertę, oraz EMPiKu, który wymusza wyłączność, bardzo boli i jest przyczyną problemów z płynnością finansową. Stała cena książki byłaby rozwiązaniem. Księgarniom nie pomagają to, że wydawnictwa sprzedają książki z dużymi rabatami. To, pozwala się księgarkom jakoś trzymać, to pasja i misja,

współpraca w ramach Stowarzyszenia Księgarzy Kameralnych oraz biblioteki, które są im przyjazne.

## WYDAWCZYNI/WYDAWCA

**Księgarki** uważają, że wydawczynie to ok. 40-letnia kobieta z dużego miasta, chętnie spędzająca nieliczne wolne chwile z rodziną. Czyta książki konkurencji, nieustannie szuka „perły”. Kocha swoją pracę, choć ma wrażenie, że to miłość nieodwzajemniona, bo widzi rozdźwięk między swoim marzeniem a prozą rynku. Musi się użerać z uciążliwymi i niewdzięcznymi autorkami, które się spóźniają i oddają nie dość dobry produkt. Zdarza się, że nieszczerze im schlebia i wymaga, aby pisały książki, które się sprzedają. Widzi, że popyt jest mały, a faktury niezapłacone, że długi rosną oraz że innym jest lepiej. Ale nie widzi małych księgarń. Słyszy, że jest krwiopijcą, robi złą promocję, krzywdzi autorów i narzeka, że księgarnie za mało sprzedają. Jej obawy wynikają ze spadającego czytelnictwa, konkurencji, zawiści i dumpingowych cen. Pragnie uznania, poszukuje poczytnej autorki i chce osiągnąć sukces marketingowy.

Zdaniem **bibliotekarek** wydawca może być mężczyzną lub kobietą około trzydziestki lub powyżej czterdziestki. To osoba, która mieszka w duży mieście, nie ma czasu wolnego i załatwiając interesy, jest narażona na częste spożycie alkoholu :) Często się zastanawia, czy postawić na uznane twórcynie czy dobre debutantki, czy książki się sprzedadzą i jak je wypromować. Bywa, że odczuwa lęk przed wprowadzaniem nowości. Ma trudności z precyzyjnym określeniem profilu klienta. Zauważa brak dobrych tłumaczy. Czasami poddaje się euforii („To będzie hit!”), a czasami ma czarne myśli powodowane ekonomicznymi przesłankami („Nieważne jaka książka, byle się sprzedała”). Odczuwa frustrację, gdy nakład się nie sprzedaje, ludzie nie czytają, a stos rachunków rośnie. Zauważa, że inni mają lepszy pomysł na książkę, a wydawane przez nią książki są przecenione. Widzi z jednej strony nadprodukcję książek, a z drugiej pustki w księgarniach. Ale jest też zachwycona, kiedy znajduje ludzi, którzy czytają wydane przez nią książki, i cieszy się, że wymagania klientów odnośnie do poziomu edytorskiego rosną.

Jej proza życia to spłacanie kredytów, dawanie rabatów, radzenie sobie z presją ze strony bibliotek, by rozdawać książki za darmo, oraz z niezadowoleniem autorek, że skraca ich teksty lub za mało płaci. Mimo to dba o kontakt z bibliotekami, szkołami, instytucjami kultury, nawiązuje znajomości, udziela wywiadów w mediach, stara się kreować trendy lub przynajmniej za nimi nadążać, organizuje akcje promocyjne, wydarzenia, warsztaty i spotkania autorskie, uczestniczy w targach, zakłada księgarnie, walczy o autorów z innymi wydawnictwami, szuka jak najlepszych odbiorców i ale też obniża koszty, nastawia się na komercję i oddaje książki do marketu. Zdarza jej się brak płynności finansowej. Marzy o wydaniu bestsellera lub lektury szkolnej i o tym, aby mieć wyłączność na tytuł, który się dobrze sprzedaje w dużych nakładach. Stale lawiruje między biznesem a misją.

**Wydawczynie** przyznają, że kontakty z autorkami są wymagające, a oddawanie książek do księgarń na kredyt trudne. Mają nienormowany czas pracy i zastanawiają się, „kiedy ja się w końcu wyśpię”. Rzeczywiście muszą podejmować duże ryzyko, a czas oczekiwania na zyski bywa długi. Chciałyby kreować trendy na rynku i wydawać coraz lepsze tytuły, zyskać uznanie i osiągnąć sukces marketingowy i finansowy. Cieszy je ciekawa praca i otrzymywane nagrody. Stale im towarzyszy dylemat: misja czy komercja. Dążą do tego, aby zrównać znaczenie książki dziecięcej z książką dla dorosłego czytelnika.

### Stowarzyszenie Przyjaciół Książki dla Młodych – Polska Sekcja IBBY

c/o Multimedialna Biblioteka dla Dzieci i Młodzieży nr XXXI, ul. Tyniecka 40a, 02-621 Warszawa

Konto w banku: Powszechna Kasa Oszczędności, Bank Polski SA, Oddział 101 Warszawa, Al. Jana Pawła II 25, 00-854 Warszawa

numer konta: 80 1440 1299 0000 0000 0187 5485

## BIBLIOTEKARKA/BIBLIOTEKARZ

Obraz osoby wylaniającej się z pracy warsztatowej **wydawczyń** to animatorka kultury w wieku 30-50 lat, która w tzw. czasie wolnym zajmuje się rodziną i pracami domowymi, czyta i ogląda telewizję. Odczuwa frustrację, niemoc, bezsilność i zastanawia się, co jeszcze może zrobić, kiedy słyszy, że czytelnicy narzekają na braki w księgozbiorze, a dyrekcja powtarza „nie ma pieniędzy na twoje pomysły”. Mimo to ma poczucie misji, z pasją i zaangażowaniem wypożycza książki, poleca i rekomenduje, kataloguje, porządkuje, na półkach ustawia podręczniki, lektury, organizuje lekcje biblioteczne, konkursy, warsztaty, konferencje, spotkania, szkolenia, kluby czytelnicze, wydarzenia. Sama jeździ na spotkania z innymi bibliotekarkami, konferencje, targi, stara się śledzić rynek wydawniczy, ogarnia prawa autorskie, pisze wnioski i kontroluje to, co się dzieje w bibliotece.

Martwi się, że biblioteka jest za mała, półka na nowości pusta, a na regałach dużo nudnych lektur. Przejmuje się tym, że dzieci są przeładowane podstawą programową, wyglądają na uzależnione od smartfonów i przychodzą tylko po lektury. Ale odczuwa też satysfakcję, kiedy udaje jej się sprawić, że czytelnicy są zadowoleni. Wydawczynie zauważyły też w bibliotece zmianę pokoleniową – powolne przestawianie się na nowe technologie mimo strachu, zwłaszcza wśród starszych bibliotekarek.

Jako główne bolączki bibliotekarek wydawczynie wskazują: mało pieniędzy (na wynagrodzenia i zakupy), spadek czytelnictwa, niski prestiż i niedocenienie roli biblioteki zwłaszcza w szkole, formalne trudności związane ze sprzedażą książek na spotkaniach oraz z umowami o dzieło na spotkaniach autorskich. Natomiast korzyściami wynikającymi z pracy w bibliotece są zdaniem wydawczyń uczestnictwo w kulturze, działalność kreatywna, kontakt z książkami, autorkami i wydawnictwami, stabilność, satysfakcja z wykonywanej pracy i poczucie misji. Potrzebami bibliotek są: podniesienie prestiżu, wyższa pensja, przyciąganie ludzi do biblioteki, zwiększenie nakładów finansowych, jasne rozgraniczenie kompetencji biblioteki szkolnej i publicznej.

**Księgarki** szczególnie mocno podkreślały silny rozdźwięk między dwiema grupami bibliotekarek funkcjonującymi w polskich bibliotekach. Grupa „zakurzona” chce mieć święty spokój, wychodzi, kiedy wybije 16.00, i czeka na piątek, raczej się nie narobi, pije kawę i czyta książki, narzeka na czytelników i wykonuje papierkową robotę. Druga grupa to aktywistki/aktywiści, którzy działają, organizują i zastanawiają się, co nowego zrobić, jak dotrzeć do czytelniczek, za co kupić nowe książki.

Zdaniem księgarek frustrujący w tym zawodzie jest brak systemu motywacyjnego, tzn. ta sama pensja niezależnie od nakładu pracy, a także to, że statystyka czytelnictwa (odwiedzin biblioteki) nie przekłada się na nagrody. Demotywuujące są też: brak pieniędzy na nowości, trudności w pozyskiwaniu grantów oraz odpływ czytelników do elektroniki, a także stereotyp zawodu (że jest to praca lekka i najnudniejsza na świecie). Potrzeby bibliotekarek to: większa liczba etatów, podniesienie prestiżu zwłaszcza w dużych miejscowościach. Korzyści to satysfakcja wynikająca z sympatii czytelniczek.

Same **bibliotekarki** obecne na Forum to grupa aktywna, więc nie mają czasu czytać w pracy i nie boją się nowych technologii, wręcz przeciwnie – korzystają z różnych narzędzi cyfrowych.

### Stowarzyszenie Przyjaciół Książki dla Młodych – Polska Sekcja IBBY

c/o Multimedialna Biblioteka dla Dzieci i Młodzieży nr XXXI, ul. Tyniecka 40a, 02-621 Warszawa

Konto w banku: Powszechna Kasa Oszczędności, Bank Polski SA, Oddział 101 Warszawa, Al. Jana Pawła II 25, 00-854 Warszawa

numer konta: 80 1440 1299 0000 0000 0187 5485

Przyznają jednak, że stereotypowe postrzeganie zawodu jest silne i czasami uzasadnione. Bolączką dla nich jest brak środków finansowych, to, że zarobki nie zależą od starań, biurokracja. Pracę ułatwiłoby im ustalenie standardów zatrudnienia w bibliotece szkolnej oraz rozdzielenie kompetencji między biblioteką szkolną a publiczną. Oceniają, że działalność bibliotek pokrywa się obecnie z działalnością domów kultury, co zapewnia szerszą ofertę dla odbiorców, ale powoduje także niepotrzebną konkurencję. W sprzeczności z realizacją misji stoją statystyki wypożyczeń. Siłą biblioteki jest sympatia ludzi, ale też przynależność do organizacji takiej jak np. Biblioteki Szkolne Online.

## PODSUMOWANIE – DROGI ROZWIĄZANIA

Podczas sesji plenarnej padły następujące pomysły na poprawę współpracy i rozwiązanie problemów poszczególnych grup:

- **Poprawa przepływu informacji:**
  - Grupa na Facebooku – jest już grupa Niezależny Rynek Książki, do której należą księgarnie kameralne i niezależne wydawnictwa, można też założyć inną grupę łączącą całe środowisko książki dziecięcej;
  - Istnieje Mapa Księgarń Kameralnych w Polsce <https://rezerwatyksiasek.wordpress.com/tag/mapa-ksiegarn/> – na stronie znajdziemy lokalizacje, informacje o księgarniach i wydarzeniach. W trakcie tworzenia jest lista księgarń, która będzie zawierać: kontakty, adresy, zdjęcia witryn, metraż, informację, czy dana księgarnia jest w stanie organizować spotkania autorskie. Został złożony wniosek na stworzenie sieci mapującej małe wydawnictwa i małe księgarnie oraz platformę na YouTube, która może służyć do promowania oferty wydawnictw;
  - Branżowe czwartki na targach książki – dzień poświęcony spotkaniom wydawczyń i księgarnek. Celem spotkań miałyby być m.in. przedstawienie oferty wydawniczej;
  - Możliwość dotarcia do bibliotek szkolnych poprzez Biblioteki Szkolne Online oraz Towarzystwo Bibliotekarzy Nauczycieli Szkół Polskich <http://tnbsp.oeiizk.waw.pl/oddzialy.html>, które ma oddziały w 23 miastach w Polsce.
- **Angażowanie przez biblioteki i wydawnictwa lokalnych księgarń do sprzedaży książek podczas wydarzeń branżowych**, np. targów i kiermaszy. Małe wydawnictwa potrzebują kontaktu z czytelniczkami, dlatego niezbędne jest dla nich uczestnictwo w targach książki. Jest to też źródło dochodu. Jednak zaproszeń na wydarzenia lokalne jest wiele i tu współpraca z księgarńiami może być korzystna dla obu stron. Księgarnie mogą też wyręczyć biblioteki w organizacji imprez i przy sprzedaży książek, do której zresztą biblioteki nie mają uprawnień.
- **Vouchery** dla instytucji kultury i indywidualnych klientów ufundowane przez lokalny samorząd na zakup książek w księgarńiach. Wysokie ceny książek w księgarńiach są zaporowe dla bibliotek, zwłaszcza szkolnych. Dofinansowanie w postaci voucherów może być rozwiązaniem tego problemu i przyczynić się do wzrostu sprzedaży w księgarńiach.

- **Lobbowanie za stałą ceną książki.** Konieczne jest spotkanie umożliwiające wypracowanie wspólnego stanowiska, ponieważ w środowisku są zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy tego rozwiązania.
- **Akcje promocyjne dla bibliotek – przykłady:**
  - spotkania promocyjne Wydawnictwa Poznańskiego,
  - Akcja Czytam Sobie Egmontu,
  - Akcja FRSI w ramach Programu Rozwoju Bibliotek – wydawnictwa przekazały bibliotekom 100 książek wraz ze scenariuszami, w zamian za co otrzymywały informację zwrotną w postaci np. filmików promocyjnych od czytelników,
  - szkolenia dla bibliotekarek prowadzone w bibliotekach wojewódzkich przez wydawnictwo Dwie Siostry,
  - warsztaty prowadzone przez wydawnictwa w szkołach, w odpowiedzi na zaproszenie aktywnych grup czytelników np. blog recenzencki Rekomendacja 39.
- **Komunikacja pomiędzy bibliotekami a wydawnictwami jest trudna.** By ją poprawić, bibliotekarki proszą wydawnictwa o odpowiadanie na maile i o wyznaczenie konkretnej osoby do kontaktu. Wydawczynie odpowiadają prośbą o wyrozumiałość dla ich nawału pracy i o ponowienie kontaktu. Nie zawsze udaje się oddelegować jedną osobę do kontaktu.
- **Wspólne pokrycie kosztów spotkań autorskich** przez bibliotekę i wydawnictwo. Promocja książek odbywa się w bibliotekach podczas spotkań, głośnego czytania oraz zajęć prowadzonych na podstawie książek.
- **Egzemplarze obowiązkowe** dla Biblioteki Narodowej są **źródłem promocji oferty wydawniczej**, ponieważ BN prowadzi szkolenia i warsztaty na podstawie tych książek. Trafia w ten sposób do bibliotek i czytelników.
- **Blogerki jako łącznik** pomiędzy wszystkimi grupami środowiska książki dla dzieci i młodzieży.