

Autorzy książek lubią P2P

2 maja 2008

BitTorrent to świetne narzędzie promocji – tak przynajmniej uważają autorzy książek, którzy dyskutowali na ten temat za pośrednictwem strony O'Reilly Radar. O dobrym nastawieniu autorów świadczy również fakt, że coraz większa ich liczba udostępnia swoje dzieła za darmo, idąc w ślady Paula Coelho.

Dyskusja na O'Reilly Radar nie była dostępna publicznie, ale zdecydowano się na upublicznienie jej fragmentów. Pokazują one, że osoby dysponujące własnością intelektualną nie muszą być konieczne wrogami sieci P2P, nastawionym na ściganie wszystkich przejawów nieuatoryzowanego dzielenia się plikami.

Dyskusję zapoczątkował Eric Freeman, współautor książek nt. HTML i CSS. Po prostu spytał, co dyskutujący sądzą na faktu, że jego książki pojawiły się w sieci P2P. Na pytanie odpowiedział Nat Torkington, autor świetnie sprzedającej się książki Perl Cookbook.

„Fantastycznie! (...) w najlepszym wypadku torrenty pełnią rolę reklam dobrego produktu. W najgorszym wypadku większość twoich pobrań trafi do ludzi, którzy i tak nie kupiliby książki po normalnej cenie i którzy będą zachwalać książkę innym jeśli im się spodoba (...) uznaj BitTorrent za oznakę sukcesu.”

Z opinią Torkingtona zgodzili się również Nikolaj Nyholm (CEO Polar Rose) oraz Phil Torrone (redaktor Make Magazine).

To nie jedyny objaw sympatii pisarzy wobec P2P. W tym roku Leander Kahney udostępnił na The Pirate Bay kopie książek „The Cult of Mac” oraz „The Cult of iPod”. Wszystko odbyło się jednak w porozumieniu z wydawcą, firmą No Starch Press. Jej przedstawiciel stwierdził, że trzeba szukać sposobów na wykorzystanie nowych technologii.

Leander Kahney umieszczając swoją książkę w TPB inspirował się

pomysłem Paulo Coelho. Ten popularny pisarz udostępnił swoje książki za darmo i zrobił to we własnym zakresie. Był za to krytykowany, bo udostępnił za darmo nie tylko prace swoją, ale również prace tłumaczy i wydawców.

Mimo to chyba nie mają oni powodów do tego, aby mieć do pisarza pretensje. Przykładowo w Rosji Alchemik, sprzedawał się początkowo w liczbie 1 tys. egzemplarzy rocznie. Po roku, kiedy Coelho postanowił udostępnić w internecie piracką kopię książki, sprzedaż tytułu w księgarniach skoczyła po roku najpierw do 10 tys., w kolejnym przekroczyła 100 tys., a w trzecim ponad 1 mln. egzemplarzy.

To wszystko powinno zastanowić wydawców filmów i muzyki, choć należy dodać, że nie można ich mierzyć tą samą miarą co wydawców książek. Nawet zapaleni internauci nie lubią czytać z ekranu i chętnie kupują drukowane egzemplarze. Tymczasem muzyka na mp3 brzmi podobnie jak muzyka z płyty CD lub identycznie jak muzyka z pliku kupionego w sklepie online. Mimo wszystko należałoby zbadać, czy udostępnienie albumu w sieci P2P nie przekłada się na popularność płyty CD. Takich badań uczestnicy przemysłu nie chcą jednak robić. Wolą skupiać się na szacowaniu „strat”.

Autor: Marcin Maj

Źródło: [Dziennik Internautów](#)