

# Audiogrāmatu tirgus – pasaulē strauji augošs. Kādas prognozes Latvijā?

Renāte PUNKA

**Arvien biežāk arī Latvijā dzirdam par audiogrāmatu lielo popularitāti pasaulē, strauji augošo pieprasījumu pēc satura, ko mūsdienai steidzīgi ļaudis var klausīties, sēžot automašīnā, sportojot uz treniņzāles, pastaigājoties vai veicot mājas soli. Gluži sveša šī pieredze nav pat tiem, kas auguši vēl septiņdesmitajos gados, kad skaņu ierakstu fabrikā «Melodija» tika skaņuplatētās tiražēti populāru bērnu grāmatu radiolasijumi – tos faktiski varētu uzskatīt par pirmajām audiogrāmatām latviešu valodā.**

Tomēr, ja neskaita dažus vairāk vai mazāk veiksmīgus mēģinājumus piedāvāt audiogrāmatu nesējos ierakstus dzejas krājumus pašu autoru lasījumā vai dažu pieprasītu romānu ieskaņojumus, materiāli, ko varētu pielīdzināt modernai audiogrāmatai, pie mums līdz šim veidoti vai nu Latvijas Radio, vai Latvijas Neredzīgo bibliotēkā, kura to veikusi vai nu pašu spēkiem, vai sadarbībā ar atbalstītājiem. Tāpat lielākā daļa skaitliski nedaudz ierakstu ir tapuši par valsts līdzekļiem. Radio gadījumā arī skrupulozi kārtojot autortiesību atļaujas, bet Neredzīgo bibliotēka izmantojusi autortiesību likumdošanā paredzētos īpašos izņēmumus.

Taču idejas par nopietnāku un komerciālu audiogrāmatu tirgus veidošanu virmo gaisā jau pasen – šī grāmatu formāta popularitāte angļiski runājošajā pasaulē strauji augusi jau pēdējos desmit gados, arī Skandināvijā nu jau vismaz piecus gadus lielus panākumus guvusi straužmešanas vietne *Storytel*, par šajā jomā strādājošo veiksmes stāstiem daudz dzirdēts dažādās starptautiskās konferencēs un semināros. Taču, lai radītu piedāvājumu latviešu valodā, ir nepieciešama gan atbilstoša platforma, kura nodrošinātu lietotājiem šo saturu, gan, protams, arī pats saturs. Pandēmijas apstākļos tukšo nišu kaut daļēji centās aizpildīt piespiedu mājāsēdē aktieri: droši vien daudzi ir klausījušies Gundara Āboliņa lasīto Džovanni Bokačo «Dekameronu», arī viņa kolēģi no Jaunā Rīgas teātra ierunājuši vērtīgus klasiku darbus, kurus var bez bažām publiski lasīt, nepārkāpjot autortiesības, tāpat dažas Latvijas izdevniecības ir devušas Nacionālā teātra aktieriem atļauju ierunāt darbus vai to fragmentus, paredzot konkrētus to lietojuma nosacījumus. 2021. gada vasarā pie Latvijas Grāmatizdevēju asociācijas (LGA) biedriem ir vērsušies vairāki radošo industriju uzņēmēji, kuriem ir idejas par platformas radīšanu, – dažas gana utopiskas, citas reālākas.

LGA apzinās, ka potenciālais pieprasījums ir, tāpat jāņem vērā arī tas, ka viena no Eiropas Savienības turpmāko gadu prioritātēm uzņēmējdarbībā, tostarp radošajās industrijās, ir digitalizācija, tāpēc Valsts Kultūrkapitāla fonda īpašajā projektu konkursā «Kultūrelpa» ieguvām finansējumu semināru cikla «Latvijas grāmatizdevēju digitālās kapacitātes stiprināšana». To rīkojam arī sadarbībā ar starptautisko projektu «Aldus Up», kura mērķi arī ir digitalizācija, profesionālā izaugsme un mērķauditorijas paplašināšana. Semināru tēmu lokā ir gan ar elektronisko grāmatu radīšanu un izplatīšanu saistītie jautājumi, gan gatavošanās pieejamības direktīvas ieviešanai 2025. gadā, gan arī iespējas tirgos ar nelielu lietotāju skaitu radīt audiogrāmatu piedāvājumu.

Tāpēc oktobra nogalē attālinātajā seminārā ar lekciju uzstājās ārvalstu eksperts Karlo Karenju (*Carlo Carrenho*). Viņš dzimis un audzis Brazīlijā, kur sācis darboties izdevējdarbībā, bet drīz vien specializējies audiosatura veidošanā un izplatīšanā, sadarbojies ar lielo ASV grāmatu vairumtirgotāju *Ingram*, konsultējis Vācijas digitāla satura agregatorus, Zviedrijas audiogrāmatu izdevējus, pēdējā laikā konsultē arī slovēņu audiogrāmatu platformas veidotāju, uzņēmumus Spānijā un Portugālē. Karlo Karenju pašlaik dzīvo Zviedrijā, taču nesen izveidojis arī nelielu audiogrāmatu izdevniecību dzimtajā Brazīlijā. Tāpat – eksperts ar pieredzi dažādos līmeņos – gan globālajā tirgū, gan neliela uzņēmuma ietvaros.

Ieskicējot «ceļastabiņus» audiogrāmatu attīstības taisnē, Karenju atgādināja, ka pirmie šīs nozares iedīgļi meklējami jau 1952. gadā, kad Ņujorkā izveidojās uzņēmums *Caedmon Records*, ko var uzskatīt par audiogrāmatu pionieri.

Kā liecina šī laika skala, audiogrāmatu tirgus attīstība ir cieši saistīta ar tendencēm un jauninājumiem angļiski runājošajā tirgū, kur arī bijusi vērojama līdz šim visstraujākā izaugsme.

ASV iznākušo audiogrāmatu nosaukumu skaita straujā augšupeja pēdējos piecos gados.

Gads	2005	2010	2015
Nosaukumi	2667	6200	35944

Līdzīgas tendences vērojamas arī Zviedrijā, kur digitālo eksemplāru skaits fizisko eksemplāru skaitu pārsniedza jau 2014. gadā, un pēdējos piecos gados tiešsaistē pieejamo audiogrāmatu eksemplāru skaits turpinājis strauji augt, kamēr fiziskajos nesējos pieejamo audiogrāmatu skaits strauji sarucis. Saskaņā ar Zviedrijas Grāmatizdevēju asociācijas datiem, 90% no digitālajā vidē gūtajiem ieņēmumiem dod audiogrāmatas, un apmēram 95% no šīs summas ienāk no abonēšanas pakalpojumiem un straužmešanas tiešsaistē. Lūk, dati par grāmatu apgrozījuma struktūru Zviedrijā 2019. un 2020. gadā (tūkstošos SEK):

	2019	2020
Drukātās grāmatas cietos vākos	1387971	1485452
Drukātās grāmatas mīkstos vākos	420550	363981
Drukātās grāmatas citos formātos	1059107	1135002
Digitālās audiogrāmatas	663268	876636
Audiogrāmatas fiziskajos datu nesējos	27851	15952
Elektroniskās grāmatas	135526	121430
Importētas drukātās grāmatas	658982	745504
Neidentificētas preces	61373	54232
KOPĀ	4414628	4798162
Drukātās grāmatas kopā	2867628	2984435
Digitālās grāmatas kopā	826695	1013991

Vērtējot grāmatu izplatīšanas kanālus, digitālajai videi Zviedrijā arī ir milzīga nozīme. Dati par 2020. gadu liecina, ka fiziskajās grāmatniecās pārdota vien nepilna septiņā daļa no kopējā eksemplāru skaita un tie nesuši piekto daļu ieņēmumu. Vairāk nekā pusi ieņēmumu devusi tirdzniecības internetā – gan pašu izdevēju mājaslapās, gan interneta grāmatniecās, kur pārdota arī ceturtdaļa visu eksemplāru.

Tāpat kā Latvijā, salīdzinoši nenozīmīgs ir lielveikalos pārdoto grāmatu skaits un no tām gūtie ieņēmumi. Savukārt digitālajā abonēšanā iegādāti teju trīs piektdaļas visu grāmatu eksemplāri, tiesa, ieņēmumi no tām ir vien nepilna ceturtdaļa no kopējās summas.

Bet vai šī tendence ir raksturīga visai pasaulei? Nebūt nē. Skandināvijā, kur zviedru uzņēmumam *Storytel* ir liela ietekme arī kaimiņvalstu tirgū, audiogrāmatu tirgus pēdējos piecos gados ir piedzīvojis kāpumu, piemēram, Somijā tas pašlaik ir apmēram 20 procenti no kopējā tirgus, un izdevēju ieņēmumi no audiogrāmatu pārdošanas ir ap 20 miljoniem eiro. Pieaugums vērojams arī Dānijā un Norvēģijā. Savukārt Spānijā, kuras izdevēji savas grāmatas var piedāvāt visam plašajam spāņvalodīgajam tirgum visā pasaulē un kopumā tiek uzskatīti par diezgan ietekmīgu spēlētāju, audiogrāmatu tirgus 2020. gadā ir vien 10 miljoni eiro (tiesa, kopš 3 miljoniem 2017. gadā tas ik gadus kļūst lielāks). Karlo Karenju dzimtajā Brazīlijā audiogrāmatu izdevēju ieņēmumi 2020. gadā bijuši vien 2,3 miljoni eiro – aptuveni 0,5% no kopējā grāmatu tirgus apgrozījuma.

Kuri tad ir lielākie spēlētāji starptautiskā līmenī? Nenoliedzami, par veiksmes stāstu dēvējams zviedru *Storytel*, kurš darbojas 25 valstīs, piesaistījis 1,6 miljonus abonentu, kuriem piedāvā ap 700 000 grāmatu nosaukumu dažādās valodās, un prognozē, ka 2021. gadā tā apgrozījums būs 230 miljoni eiro. No platformām, kas darbojas galvenokārt anglosakšu tirgū un lielākoties piedāvā saturu angļu valodā, jāpiemin *amazon* grupas uzņēmums *audible*, kura abonenti vairāk nekā 10 valstīs 2019. gadā lejuplādējuši saturu 4 miljardu stundu apjomā. Vēl globālā mērogā audiogrāmatas izplata platformas *itunes*, *GooglePlay*, *Rakuten Kobo*, Krievijā un Polijā aktīvi darbojas arī lielāko Krievijas grāmatu izdevniecību AST saistītā platforma *LitRes*, savu artavu kopējā katlā dod arī *Spotify*, kas gan ir pirmkārt un galvenokārt audioierakstu klausīšanās platforma.

Vai šie statistikas dati, kas latviešu klausītāju un potenciālo grāmatu veidotāju prātiem šķiet galvu reibinoši, liecina arī, ka audiogrāmatas ir ļoti ienesīga nodarbe gan platformām, gan izdevējiem un autoriem? Kā liecina dati par situāciju Zviedrijā, kur šī nozare zeļ un plaukst, tik spoži un rožaini nemaz nav.

	Procenti no kopējā apgrozījuma	Procenti no pārdoto grāmatu eksemplāriem
Fiziskās grāmatniecās	21%	13%
Tirdzniecība tiešsaistē un grāmatu klubi	51%	25%
Pārdošana lielveikalos	5%	5%
Digitālā abonēšana	24%	57%

Tas tādēļ, ka kopumā digitālo audiogrāmatu un elektronisko grāmatu cenas Zviedrijā ir vairāk nekā četras reizes zemākas nekā grāmatām cietajos vākos, turklāt šīs cenas drukātām grāmatām, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, paaugstinājušās pavisam nedaudz, savukārt digitālajiem izdevumiem – pazeminājušās diezgan jūtami, par 7–20 procentiem.

Te nu īstais brīdis ieskatam, cik atšķirīgi un dažādi var būt audiogrāmatu platformu darbības modeļi. Zviedru *Storytel* darbojas pēc principa: «baudi, cik spēj apēst» – abonentiem par salīdzinoši nelielu ikmēneša maksu tiek dota pieeja visiem platformā ievietotajiem darbiem. Atlīdzība izdevējiem tiek maksāta proporcionāli daļai, ko kopējā izlasīto grāmatu skaitā veido tieši šī izdevēja darbi, un tas nozīmē, ka par katru konkrēto lasījumu saņemta summa ir pavisam niecīga. Šī sistēma raisījusi nopietnas diskusijas un īsti nav pa prātam ne izdevējiem, ne to pārstāvētajiem autoriem. *Apple* strādā pēc tāda paša modeļa, kādu izmanto elektronisko grāmatu izplatīšanā: pircējs izvēlas no «ēdienkartes» konkrētu grāmatu, samaksā noteiktu summu, platforma ietur procentus un atlikumu atdod izdevējiem/autoriem. *Audible* saviem abonentiem piešķir «kvotas» – pieeju konkrētam grāmatu skaitam, un par šīm grāmatām daļu ieņēmumu pārskaita audiogrāmatu izdevējiem. Nesen tirgū parādījies arī jauns modelis, kurā samaksa tiek iekasēta par laiku, kāds pavadīts, klausoties audiogrāmatu, izdevēji par katru stundu no platformas saņem 0,30–0,40 eirocentus, turklāt šādā veidā tiek nodrošināta lielāka vienlīdzība gadījumos, kad kādai grāmatai notiek plaša marketinga kampaņa. Bibliotēkās iecienīts ir izsniegumu skaita modelis: bibliotēka vai bibliotēku grupa iegādājas licenci konkrētam reizu skaitam, kad tas iztērēts, pērk jaunu licenci. Pēc šāda principa darbojas arī elektronisko grāmatu iegāde un izsniegšana Latvijas publiskajām bibliotēkām projekta «Trešais tēvādēls» ietvaros. Šādos gadījumos parasti vismaz vienas bibliotēkas ietvaros grāmatas nevar izsniegt vairākiem lasītājiem/klausītājiem vienlaicīgi. Savukārt modeļi, kad tiek maksāts par katru izsniegumu, grāmatas var vienlaicīgi izmantot vairāki lietotāji.

Kas jāņem vērā, veidojot audiogrāmatas? Tās var būt gan «radioludziņai» līdzīgi lasījumi, kuros piedalās vairāki lasītāji un tekstu papildina arī dažādi skaņu efekti, taču biežāk – gan izmaksu dēļ, gan klausītāju atsauksmju rezultātā – tekstu ierunā viens stāstītājs. Pašiem autoriem to darīt parasti neiesaka, šo uzdevumu mēdz veikt gan profesionāli aktieri, gan citi cilvēki ar labi nostādītām balsīm, patīkamu tembru, prasmi lasīt pietiekami, taču ne pārspīlēti izteiksmīgi.

Tomēr jāizvēlas tādi ierunātāji, kuru veikums autoram ir pieņemams un tīkams.

Tirgos, kur darbaspēka izmaksas nav pārāk augstas, ierakstā piedalās arī režisors, bet tur, kur par šo darbu tiek maksāts dāsnāks atalgojums, nereti profesionāls, pieredzējis stāstnieks pats gan ierunā, gan kontrolē šo procesu. Katram, kurš apsver, vai ķerties pie audiogrāmatu veidošanas, jāatceras, ka to veidošana tehnoloģiski ir daudz sarežģītāka nekā e-grāmatu izveide, dokumenti ir daudz «smagāki» datu apjoma ziņā, turklāt nav viena vispārpieņemta programmatūras standarta.

Karlo Karenju lēš, ka vienā stundā iespējams ieskaņot apmēram 30 lappuses. Tāpat 240 lappušu grāmatas ieskaņošanu prasītu apmēram 8 stundas. Kopā ar pēcapstrādes procesiem vienas ieskaņojuma stundas izmaksas ir ap 150–200 eiro. Tāpat audiogrāmatas izveide nebūt nav lēts prieks, sevišķi tik nelielā tirgū kā Latvija. Vai palīdzēs mākslīgā intelekta izmantošana – dažādas *text-to-speech* programmas, kādu tirgū nu jau ir diezgan daudz un to kvalitāte strauji uzlabojas? Daiļliteratūras darbiem šāda iespēja diez vai ir piemērota, turklāt arī paši autori nebūt nevēlas, lai viņu radītos tekstus lasītu mehāniskas balsis. Turklāt, ja vēlas lasījumam piešķirt emocionālas nokrāsas, akcentus, uzsvarus, teksti iepriekš ir rūpīgi jāsavatavo mašīnlasīšanai, un arī šis process nav lēts.

Vērtējot audiogrāmatu tirgus attīstību Latvijā, Karenju uzsver, ka visos tirgos, kur potenciālo lietotāju skaits ir neliels, veidojas apburtais aplis: izplatīšanai ir nepieciešama platforma, savukārt platforma neattīstās, ja nav grāmatu, ko tajā ievietot. Slovēnijā izdevēji vispirms sākuši sadarboties ar publiskajām bibliotēkām, taču publiskās bibliotēkas vispār daudz aktīvāk iepērk arī drukātās un elektroniskās grāmatas un saņem apjomīgu atbalstu gan no valsts, gan pašvaldībām. Rumānijā ir radīta kopīga platforma gan elektroniskajām, gan audiogrāmatām, kas piedāvā arī ārzemju saturu, lai paplašinātu savu piedāvājumu. Portugālē izdevēji izvēlējušies sadarboties ar vienu no Eiropas lielajiem digitālā tirgus spēlētājiem – platformu *Kobo*.

Lai nu kā, par saturu, kas pieejams audioformātā, autoratlīdzību saņem gan autori, gan izdevēji. Un šis princips stingri jāievēro visiem – taisnīga atlīdzība autoriem un tiesību mantiskajiem turētājiem jāparedz katrā projektā, kas saistīts ar šāda satura veidošanu. Vai drīzumā izdosies radīt darboties spējīgu audiogrāmatu platformu un pietiekamu skaitu klausāmgrāmatu latviešu auditorijai? Jāmeklē sekla finansējums un nelielā tirgū dzīvotspējīgi risinājumi, kas izdevīgi ne tikai lietotājiem, bet arī autoriem un izdevējiem. ●

Audiogrāmatu attīstības būtiskie gadskaitļi:

1963	1970	1994	1997	1999	2004	2006	2007	2009	2016
Tiek izgudrotas audio-kasetes.	ASV publiskās bibliotēkas sāk audiogrāmatas iepirkt un izsniegt saviem lasītājiem.	ASV Audioizdevēju asociācija ievieš jēdzienu «audiogrāmata» un nosaka tās standartus.	Uzņēmums <i>Audible</i> laiž pārdošanā ierīci audiogrāmatu atskaņošanai, kuras atmiņa ir 4 GB – tajā var ierakstīt 2 stundas ilgu saturu.	Uzņēmums <i>Netflix</i> ievieš abonēšanas modeli un sāk izsniegt DVD ierakstus.	Kompaktdiski nomaina audio-kasetes un kļūst par pieprasītāko audiogrāmatu izplatīšanas formu.	Daniels Eks izveido platformu <i>Spotify</i> .	Pārdošanā parādās aifons. Zviedrijā tiek izveidots uzņēmums <i>Storytel</i> .	Uzņēmums <i>Netflix</i> DVD piegādes aizstāj ar straužmešanas pakalpojumiem. Audiogrāmatu jomā digitālās lejupielādes skaita ziņā pārsniedz nopirkto kompaktdiskus.	Uzņēmums <i>Apple</i> laiž pārdošanā <i>airpodus</i> .