

John Feather

Communicating Knowledge. Publishing in the 21st century

München, K.G. Saur, 2003, p. 233, ISBN 3-598-11506-7

Professore al Dipartimento di scienze dell'informazione dell'Università di Loughborough, John Feather è noto per le sue opere di referenza sulla storia dell'editoria in Gran Bretagna, sui problemi della conservazione del materiale librario e sulla società dell'informazione. Egli è anche uno dei curatori dell'*International encyclopedia of information and library science*, quest'anno giunta alla seconda edizione. Con i suoi sette capitoli, *Communicating Knowledge* è un ambizioso lavoro che intende presentare il mondo dell'editoria contemporanea, descrivendone i processi, i generi, le economie specifiche, gli attori e le tendenze. Dopo un rapidissimo scorcio di storia dell'editoria, prevalentemente inglese, l'opera mostra subito la sua impostazione contemporanea per l'enfasi riposta su due aspetti: l'impatto della lingua nazionale sulla dimensione e le caratteristiche del mercato editoriale di un paese e la tendenza alla globalizzazione come dato ormai irrinunciabile del commercio librario. Il vincolo linguistico, se rappresenta un ostacolo formidabile all'espansione di quelle case editrici che operano su un mercato dove pochi sono i locutori nella lingua nazionale, costituisce anche la speranza di sopravvivenza di un'editoria indipendente legata all'interesse nazionale: la scrittura, infatti, non si esporta né si importa senza un consistente stato di me-



diazioni culturali. Sono quattro le lingue che rendono forti, per quantità di lettori, alcuni mercati. La prima è ovviamente l'inglese, parlato da 572 milioni di persone ma letto da un numero di persone tre volte superiore. Le altre sono lo spagnolo e il cinese, che trova locutori e lettori a Singapore, in Malesia e Indonesia. Infine viene il francese, ancora dominante in alcune regioni dell'Africa nordoccidentale. A livello planetario l'Europa si ritaglia la parte del leone per numero di titoli pubblicati. Secondo le statistiche pubblicate dall'UNESCO, nel 1996 erano 367.626 e i titoli pubblicati in Europa, 270.605 quelli in Asia, 139.309 negli Stati Uniti, 28.322 in Sudamerica, 11.358 in Oceania e 9.598 in Africa. A mondo globalizzato corrisponde editoria internazionalizzata. Questo fenomeno comincia già nella seconda metà del XX secolo, ma mostra un'accelerazione decisiva nel 1976, con la cessazione di una pratica abituale nell'editoria anglosassone consistente nel rinegoziare i contratti di diritto d'autore per ciascuno dei paesi membri del Commonwealth (il cosiddetto British Commonwealth Agreement). La fine del protezionismo nel

commercio dell'editoria anglosassone crea le premesse per un processo di concentrazione che darà presto i suoi frutti: negli Stati Uniti, alla fine degli anni Ottanta, sono solo sei le case editrici che si spartiscono il mercato. Ne sono sollecitati gli appetiti di conglomerati più grandi di loro, in particolare tedeschi: così, una casa di grande tradizione come Macmillan finisce nella rete di Holtzbrinck (il secondo editore tedesco dopo Bertelsmann), mentre la potente Random House viene acquisita da Bertelsmann. Da parte sua, l'editore australiano Rupert Murdoch, proprietario di un impero di quotidiani riuniti nella News Corporation, parte alla conquista di Harper Collins. Nel 1999 il fatturato del mercato librario britannico, di 8.500 milioni di dollari, era il maggiore al mondo. La bilancia commerciale vedeva la Gran Bretagna esportatrice verso gli Stati Uniti, innanzitutto, e poi il Canada e il Sudafrica; importatori di libri, ma dalla Spagna e dal Portogallo, erano il Messico e il Brasile. Sempre nel 1999, l'Europa importava libri dalla Gran Bretagna per 514 milioni di sterline. Avendo delineato la cornice storico-culturale ed economica del fenomeno editoriale, il volume dedica tre ca-

pitoli centrali alle forme di edizione, alla produzione e alla distribuzione. I generi in cui si segmenta il mercato editoriale sono di grande diversità. Pur essendo il più prestigioso, la narrativa non copre neanche il 10% del materiale pubblicato nel Regno Unito (9.730 titoli su 110.115 nel 1999), anche se "ha conosciuto recentemente un successo commerciale, tanto più benvenuto in quanto inaspettato" (p. 61). Più numerosi sono, sul mercato anglosassone, i libri per ragazzi, i testi scolastici, il segmento STM (Scientifico, tecnico e medico) e, ancora, i libri religiosi, professionali e le riviste dirette al pubblico universitario. Il mondo anglosassone fa inoltre una distinzione classica tra libri a copertina rigida e libri a copertina morbida, due generi di mercato distinti con pubblici specifici ed economia settoriale. A parte è il vasto segmento dei paperback, che vengono venduti a volte in librerie specializzate. Una delle questioni maggiormente dibattute nella manualistica editoriale è quella della catena di valore, che Feather semplifica nei macroblocchi autore, editore e distributore (che include anche il librario). Interessante per il lettore non di lingua inglese è la semantica di editor, che assume tre diversi significati: chi ha la responsabilità finale di una collana o di un giornale (corrispondente all'italiano "direttore responsabile"); chi commissiona e seleziona il materiale di futura pubblicazione ed è responsabile per l'intero processo editoriale (corrispondente all'italiano "direttore editoriale") e chi, infine, converte il dattiloscritto fornito dall'autore in un testo pub-

blicabile. Le relazioni autore-editore sono trattate nel testo nella loro complessità, e sono diverse a seconda se gli autori sono singoli individui (come avviene nella narrativa, nella saggistica e nei libri per ragazzi), sono una équipe di ricerca o sono anonimi, come è tipico nella letteratura grigia. La figura dell'editore si moltiplica a sua volta in direttore responsabile, redattore e designer – figure esterne sono invece il compositore, il tipografo, il rilegatore e il grossista.

La complessità dei canali di vendita è affrontata da Feather con la ricchezza di dettaglio che essa merita.

Nel mondo inglese essa è affidata alle grandi catene librerie (ma esistono ancora librai indipendenti), ai chioschi e alle cartolerie (come W.H. Smith), ai supermarket e, su un altro versante, alla vendita per corrispondenza e ai book club. Si nota qui una differenza spiccata con la vendita del libro in Italia, che riposa ancora essenzialmente sul canale della libreria.

I capitoli sesto e settimo sono tra i più interessanti del volume e trattano, rispettivamente, l'applicazione delle tecnologie dell'informazione e l'editoria online. Se il computer ha cambiato radicalmente le pratiche editoriali, in particolare nella correzione di bozze, la sua applicazione più notevole è nell'editoria elettronica, di cui Feather dà due definizioni prese da dizionari di uso corrente: "la pubblicazione di libri e altro materiale in forma leggibile dal computer" e "la pubblicazione di informazione su nastri e dischi magnetici, e in ogni altra forma accessibile da un computer" (p. 164). La seconda definizione fa riferimento a una serie

di operazioni e di transazioni riconducibili a Internet e, in particolare, all'editoria online che, pur se confinata essenzialmente a prodotti destinati alla comunità accademica e al mondo degli affari, può essere considerata come la forma più genuina di editoria elettronica. Feather ne descrive i processi sia in fase di elaborazione dell'informazione – un contenuto arricchito dall'espansione tramite link verso altre pubblicazioni elettroniche – che in fase di distribuzione – il salto di alcune fasi fisiche legate alla circolazione del materiale. I risultati sono sotto gli occhi di tutti, in particolare per le opere di riferimento (dizionari, enciclopedie ecc.), molte delle quali ormai migrate verso l'elettronico, soprattutto per quanto riguarda le riviste scientifiche.

"L'editoria è un settore commerciale, un processo e un sistema di comunicazione" (p.185). Aprendo così l'ultimo capitolo, Feather mira a inserire il sistema editoriale nell'universo più vasto delle industrie della comunicazione e della conoscenza, da un lato, e in quelle delle arti e dell'intrattenimento dall'altro. Per secoli l'editoria è stata vista come un'attività culturale e educativa, nonché come una fonte della conoscenza e dell'arte. Le tecnologie della informazione e della comunicazione l'hanno cambiata in tre modi: attuando la convergenza tra sistemi medialti e di comunicazione, modificando le modalità di commercio dei contenuti in forma elettronica e rafforzando le forme di protezione della proprietà intellettuale. Sono peraltro i comportamenti degli utenti che determinano più che mai i formati e le modalità di trasmissione del contenuto in editoria

e ne influenzano gli aspetti giuridici. E proprio il capitolo sul diritto d'autore chiude il volume di Feather – *Copyright, sistema minacciato* – dove Feather mostra in che modo il diritto d'autore si stia adattando al nuovo ambiente elettronico e conclude, salomonicamente, augurandosi che le comprensibili aspettative di milioni di utenti di vedere circolare liberamente l'informazione non annullino di colpo i forti investimenti nella produzione del contenuto.

Come sempre, l'editore organizza contenuti e processi produttivi e distributivi. Ma oggi ha nuovi strumenti per dinamizzare le interazioni tra creatori, distributori e utilizzatori di conoscenza. E in questo consiste la nuova missione dell'editore: comunicare la conoscenza, come enuncia appunto il titolo dell'opera.

Il volume si raccomanda per il tono manualistico, lo spirito non partigiano, l'equilibrata ripartizione del contenuto e l'esposizione chiara e felice. Anche se rimane un libro scritto per un pubblico soprattutto anglosassone, va detto però che quel mercato è il più importante al mondo e che le caratteristiche nazionali dell'editoria tendono oggi sempre più a sbiadire. Una curiosa dimenticanza va però denunciata: la mancata menzione del traduttore nel processo editoriale, un oblio che, pur se addossabile all'autore, sembra essere un tipico lapsus della civiltà editoriale anglosassone, dove i titoli tradotti rappresentano appena il 2% della produzione globale.

Giuseppe Vitiello

Institut d'études de sécurité
de l'Union Européenne
Paris
gvitiello@is-eu.or

