

IL VALORE DELL'EBOOK

Nicola Cavalli^{*}, *Paolo Ferri*^{*}, *Andrea Mangiatori*^{*}, *Andrea Pozzali*^{*/**}, *Francesca Scenini*^{*}

^{*} NuMediaBiOs, Osservatorio sui nuovi media, Università di Milano Bicocca Dipartimento di Scienze dell'educazione "Riccardo Massa"

^{**} Università Europea di Roma

Abstract

Quanto vale un e-book? Quale valore percepisce chi compra e usa gli e-book? Comprare un libro o un e-book è una scelta che i lettori oggi si trovano a fare quotidianamente: la diffusione degli e-book reader a prezzi accessibili e la proposta sempre più varia dei piccoli e grandi editori sta cambiando la percezione del valore commerciale dell'oggetto libro e del valore attribuito dal consumatore finale al lavoro di intermediazione delle case editrici e della distribuzione. Sorgono sistemi "alternativi" di condivisione dei testi digitali, che sfruttano la rete Internet, celebrati come democratici o demonizzati come pirateria illegale, ma sicuramente rispondenti a quello che è il cambio di prospettiva, di percezione, di abitudini di consumo del lettore. Quanto si può parlare, dunque, di pirateria nel mercato degli e-book? E quanto, invece, è importante che l'industria editoriale tenga in considerazione la risposta del consumatore?

La presente ricerca si è posta l'obiettivo di svolgere una indagine esplorativa su questi temi, che stanno assumendo un rilievo sempre maggiore all'interno dell'opinione pubblica, e che sono destinati in futuro ad incidere in modo sempre più diretto sull'evoluzione economica e professionale dell'intero settore editoriale. L'indagine ha visto, in questa prima fase, l'utilizzo di un questionario diffuso online sui social network, in siti e forum dedicati alla lettura, attraverso mailing list di gruppi di interesse, con il primo obiettivo di precisare il profilo di quell'avanguardia di lettori forti e che si muovono agilmente tra il cartaceo e il digitale, raccogliere informazioni rispetto alle loro abitudini di ricerca di nuove letture e descriverne le dinamiche di matchmaking preliminari all'acquisto. In aggiunta, si è indagata la consistenza di pratiche di prestito e condivisione dei libri, l'appoggio a sistemi tradizionali, come quello bibliotecario, o la decisa svolta verso sistemi di scambio di testi in modo informale online. A fronte di questo panorama complesso, che riguarda certamente una frangia di lettori molto particolare, ma esemplare in un'ipotetica linea di diffusione dell'e-book come veicolo del testo scritto, si è indagata la correlazione tra la percezione dell'illegalità della condivisione in rete di un testo, di particolare interesse personale o professionale per il lettore, e il suo prezzo, così come proposto dalle case editrici.

Keywords

Ebook, pirateria, libri elettronici, stili di consumo, copyright, diritto d'autore, ecommerce

Metodologia e caratteristiche del campionamento

L'indagine si è svolta nel mese di aprile 2012, mediante auto somministrazione via web di un questionario di 18 domande, divise in tre sezioni: una sezione anagrafica generale, una sezione dedicata all'analisi delle abitudini di lettura, di testi cartacei o digitali e una sezione specificamente volta ad approfondire il tema della percezione del valore dell'e-book. Quest'ultima in particolare aveva lo scopo di indagare come tale percezione si possa intrecciare con le valutazioni legate alla reperibilità online dell'e-book ed al prezzo dell'e-book stesso.

Trattandosi di una ricerca di tipo esplorativo, ci si è focalizzati su uno specifico sottoinsieme target di tutto il pubblico dei potenziali lettori, rappresentato da quell'avanguardia di "lettori forti" che si muovono agilmente tra il cartaceo e il digitale. La modalità di raccolta dei dati e la modalità di diffusione dell'invito a rispondere al questionario, infatti, hanno fatto sì che alla survey rispondessero prevalentemente persone con abitudini di lettura particolarmente consistenti in termini di frequenza e quantità di testi letti o consultati annualmente e con attenzione rispetto all'utilizzo delle nuove tecnologie digitali e di rete.

Il questionario, infatti, è stato predisposto su una piattaforma online e l'invito a rispondere è stato veicolato fra gli utenti ed i contatti della casa editrice digitale Blonk, promotrice dell'iniziativa, oltre che attraverso i contatti di Ledigital, società che offre servizi legati all'editoria digitale. Il link al questionario è stato poi diffuso anche attraverso i principali social network italiani (come Facebook e Twitter) e pubblicato in alcuni forum e blog dedicati al settore editoriale e al mondo del libro e della lettura.

Si è quindi trattato di un tipico campionamento a palla di neve, non rappresentativo in senso assoluto, ma adeguato a tracciare una prima indagine esplorativa relativa alle opinioni, percezioni e comportamenti rispetto all'oggetto di interesse da parte di un segmento particolarmente qualificato. In particolare, gli aspetti che si sono voluti indagare con maggiore attenzione sono stati quelli legati al valore attribuito agli e-book e alla percezione dell'illegalità della condivisione in rete di un testo, analizzando anche come quest'ultima valutazione potesse variare a seconda dell'interesse personale o professionale per il lettore e del prezzo, così come proposto dalle case editrici.

Lo strumento utilizzato: il questionario

Il questionario utilizzato per la rilevazione è composto da 18 domande a risposta multipla, suddivise in tre sezioni generali.

La prima parte del questionario (4 domande) è stata dedicata all'anagrafica, con rilevazione dell'età, del genere, del titolo di studio e del luogo di residenza dei rispondenti al fine di tracciare una profilazione generale dei rispondenti.

La seconda parte del questionario (9 domande), volta ad analizzare le abitudini di lettura relative sia al tradizionale libro cartaceo che all'e-book, ha interrogato il rispondente rispetto al numero di libri cartacei letti, acquistati e presi a prestito in biblioteca negli ultimi 12 mesi

(con anche indicazione delle modalità di download) e il possesso/utilizzo (effettivo o pianificato) di un dispositivo specifico per la lettura di e-book (tablet, smartphone, e-book reader, ecc., con l'eccezione del tradizionale personal computer).

La terza ed ultima parte del questionario (5 domande), ha indagato la percezione di reperibilità (findability) degli e-book e proposto alcuni scenari di confronto tra l'ipotesi di acquisto di un e-book o del corrispondente testo cartaceo.

Per cogliere se, e in che misura, il prezzo dell'ebook che si sceglie di scaricare/condividere gratuitamente online influenzi la percezione di legalità e di impatto sul sistema di produzione editoriale nel rispondente la domanda proposta è stata la seguente:

“scaricare/condividere gratuitamente il file di un testo, che trovi regolarmente in vendita online a 0.99 euro, secondo te fa sì che (scegliere una sola delle seguenti opzioni alternative):

- L'autore del testo guadagni di meno e abbia un danno d'immagine;
- L'autore del testo si faccia pubblicità positiva e a lungo andare guadagni di più;
- L'editore del testo guadagni di meno e abbia un danno d'immagine;
- L'editore del testo si faccia pubblicità positiva e a lungo andare guadagni di più;
- Non ha conseguenze rilevanti né per l'autore né per l'editore, ma solo vantaggi per il lettore”

Ad una parte del campione selezionata casualmente tramite rimando automatico dal link di accesso al questionario all'una o altra versione, è stata somministrata una variante di questa domanda, identica in tutto e per tutto alla prima, ma con il prezzo dell'e-book scaricato/condiviso gratuitamente in rete di 9,99 euro. La situazione sperimentale scelta, con la creazione di due sottogruppi di rispondenti, era pensata per esplorare la possibilità che la percezione dell'effettivo danno arrecato da atti di pirateria online all'autore e/o all'editore di un dato testo digitale, potesse essere influenzata dal prezzo del testo digitale stesso. Si volevano così raccogliere elementi per verificare l'ipotesi che, qualora i soggetti si pongano in effetti il problema del danno economico che la pirateria online può determinare, tale valutazione diventi maggiormente saliente al crescere del valore economico della risorsa che viene scaricata/condivisa gratuitamente online.

Principali risultati

Il profilo del lettore

In totale, si sono avute 266 risposte, con una prevalenza di maschi (58,3%) e di residenti nel Nord Italia (68,8%). Il 22,6% dei rispondenti risiede nel Centro Italia e solo il 6% nel Sud Italia o nelle isole, ma si è registrato anche un 2,6% di risposte da parte di soggetti residenti all'estero. Nel complesso, il campione è composto in prevalenza da soggetti giovani (pur se non giovanissimi: il 37,2% è compreso fra i 26 ed 35 anni ed il 37,6% fra i 36 ed i 45, per un totale di 72,8% soggetti compresi fra i 26 ed i 45 anni di età), con i giovani sotto i 26 che rappresentano solo il 7,1%. Il 15,4% ha poi fra i 46 ed i 55 anni, mentre una parte residuale (2,7%) dichiara di avere più di 56 anni. Il livello di istruzione è in media alto (35,3% dei soggetti hanno una laurea quadriennale o quinquennale, tipica del vecchio ordinamento e della laurea specialistica attuale) ed è significativa anche la parte del campione che presenta un livello di istruzione molto alto (16,6% hanno una specializzazione post-laurea o un titolo di dottorato).

Come previsto, date le modalità di campionamento, e in piena rispondenza alle intenzioni originarie di ricerca, il campione si è dimostrato costituito da soggetti che possiamo senza esitazione definire come “lettori forti”, in quanto leggono in media più di 15 libri cartacei all'anno; il valore modale (46 soggetti, pari al 17,3% del campione) è rappresentato da lettori che dicono di leggere 10 libri cartacei all'anno (quasi uno al mese) e più di un terzo del campione (il 35,3%) dichiara di leggere più di 12 libri cartacei all'anno. A titolo puramente illustrativo, in quanto i campioni delle due indagini non sono comparabili (il primo è un campione nazionale rappresentativo dell'intera popolazione), ricordiamo che i dati Istat 2010 evidenziano come il 44,3% della popolazione italiana legga fino a tre libri all'anno, e solo il 15,1% ne legga 12 o più (ISTAT, “La lettura di libri in Italia – Anno 2010”, http://www3.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20110511_00/).

Le abitudini di consumo

In larga parte, i soggetti che fanno parte del nostro campione preferiscono acquistare i libri cartacei che leggono, piuttosto che prenderli a prestito: in media, infatti, sono 16,67 i libri comprati negli ultimi 12 mesi (il che significa anche che, seppur di poco, si tende a comprare un numero di libri leggermente superiore rispetto a quello che poi effettivamente si riesce a leggere) e solo 3,46 quelli presi a prestito. Il 9,4% del campione dichiara di aver comprato 10

libri nell'ultimo anno, l'8,3% ne ha comprati 15, il 9% ne ha comprati 20 e il 19,9% ne ha comprati più di 20; di contro, un'amplessima maggioranza (il 64,7%) dichiara di non aver preso a prestito dalla biblioteca nemmeno un libro nell'ultimo anno.

Per quanto riguarda gli e-book, una questione preliminare riguarda la disponibilità di devices appositamente concepiti per la fruizione di questo tipo di testi digitali. Da questo punto di vista, il nostro campione appare decisamente "tecnologico", in quanto il possesso di strumenti per la lettura digitale in mobilità (come e-reader a inchiostro elettronico, tablet o smartphone) è diffuso presso l'81,6% del campione, con un ulteriore 9% di soggetti che dichiara l'intenzione di dotarsi di uno di questi strumenti entro la fine dell'anno.

Vale la pena notare, inoltre, come non vi sia sostanziale legame tra questa variabile e variabili anagrafiche generali (come l'età ed il genere): tra i 25 soggetti che dichiarano di non voler acquistare dispositivi per la lettura digitale in mobilità vi è infatti una leggera prevalenza di donne (15 contro 10), che non è comunque significativa dal punto di vista statistico. Inoltre, questi soggetti sono in prevalenza (12 su 25) compresi nella fascia di età tra i 26 ed i 35 anni, ma anche in questo caso, considerata l'esiguità delle cifre, siamo molto lontani dal raggiungere la significatività statistica.

La maggior parte del campione (59,4%) utilizza, per la lettura degli e-book, un apposito reader. Molto diffuso risulta anche l'iPad (31,2%, a fronte di un 11,3% che dichiara di utilizzare un tablet non Apple) e, dato interessante, il 25,6% che dichiara di utilizzare, come dispositivo per la lettura, lo smartphone.

Data la disponibilità di tutti questi devices, non c'è da sorprendersi se il dato relativo alla lettura di e-book sembri evidenziare una certa familiarità del nostro campione con questa tipologia di testi: il 10,9% dei soggetti dichiara infatti da aver letto 10 e-book nell'ultimo anno e, complessivamente, la percentuale cumulata di coloro che hanno letto almeno un e-book nell'ultimo anno è pari all'89,1%. Raffrontando questo dato con quello relativo alla lettura di libri cartacei, sembra che il consumo di e-book si ponga in qualche modo in relazione di complementarità, e non di sostituibilità, con quello del libro cartaceo, anche se, per poter verificare questa ipotesi, sarebbe necessario disporre di valutazioni diacroniche che permettano di fare un'analisi di trend. Attualmente, quello che si può evidenziare è come i lettori forti di libri cartacei siano anche, in media, lettori forti di e-book, dato che risulta in sintonia anche con le evidenze che provengono dal mercato statunitense, dove la diffusione di e-book ha già raggiunto livelli molto significativi (stando alla ricerca "The rise of e-reading", del Pew Internet & American Life Project, pubblicata ad inizio aprile 2012, il 21% degli

statunitensi adulti ha letto almeno un e-book negli ultimi 12 mesi, l'88% di coloro che leggono e-book leggono anche libri cartacei e, in media, il lettore di e-book tende a leggere un numero di libri cartacei più alto rispetto alla media).

Le pratiche

La findability dei libri secondo il lettore

Va rilevato come una delle criticità dimostrate dall'indagine sia nelle reperibilità dei testi di interesse. Il campione, infatti, nonostante la propensione all'uso della tecnologia digitale e la forte motivazione alla lettura, dichiara difficoltà consistenti nel trovare i libri o manuali che è intenzionato a leggere. Il 58,6% del campione dichiara infatti di trovare l'e-book che cerca solo qualche volta e il 30,5%, mai o quasi mai. Se raffrontiamo questo dato con quello derivante dalla già citata ricerca "The rise of e-reading", del Pew Internet Research Center, che presentava una domanda direttamente comparabile con quella del nostro questionario, notiamo una differenza notevole, in quanto negli Stati Uniti il 20% dei soggetti dichiara di riuscire a trovare sempre l'e-book desiderato, il 50% di riuscire a trovarlo quasi sempre, il 17% solo qualche volta, e solo il 7% mai o quasi mai. A questo proposito, sarebbe interessante indagare come la distribuzione delle risorse e dei contenuti digitali possa meglio venire incontro alle necessità dell'utente finale.

Acquisto o scarico? L'atteggiamento del lettore

Al fine di approfondire la descrizione degli atteggiamenti nei confronti dell'acquisizione di e-book, inoltre, nel questionario veniva introdotta una specifica differenza tra e-book comprati ed e-book scaricati in modo gratuito. I dati sembrano evidenziare, di fatto, come il numero di e-book acquistati sia inferiore a quello degli e-book letti: basti pensare che il 28,6% del nostro campione dichiara di non aver mai comprato un e-book negli ultimi 12 mesi, e solo il 6,8% dichiara di averne acquistati più di 20. Di contro, il 20,3% dei soggetti dichiara di aver scaricato gratuitamente da 6 a 10 e-book negli ultimi 12 mesi, il 47,4% ne ha scaricati tra 1 e 5 ed il 21,1% ne ha scaricati più di 20.

Di per sé, non disponendo di ulteriori indicazioni, questo dato non può essere interpretato come un indicatore della diffusione di comportamenti di "pirateria digitale", in quanto è ben noto come esistano in rete diverse opzioni per trovare e-book diffusi gratuitamente in forma

legale: da biblioteche digitali come Liber Liber al caso di autori che mettono a disposizione una copia gratuita di alcune loro opere sui propri siti personali, o a ebook disponibili per il download gratuito negli store ufficiali.

Per cercare di avere un'idea più precisa a riguardo, è stato chiesto, quindi, ai rispondenti, di indicare la modalità specifica di download degli e-book gratuiti. A fronte di una percentuale consistente del campione (il 39,7% del campione), che dichiara di aver scaricato gratuitamente e-book da uno store online (come Amazon, Apple, Kobo o altri), vi è un 37,1% che dichiara di aver utilizzato le reti peer to peer: per questi soggetti, è plausibile che almeno una parte dei download dichiarati, escluso il caso dei contenuti in pubblico dominio, possa essere avvenuta in violazione delle normative sulla protezione della proprietà intellettuale. Discretamente diffusa (nel 21,4% del campione) è anche la pratica di download da repository online (come il già citato Liber Liber o il progetto Gutenberg) di testi non più coperti da diritto d'autore, mentre appare molto limitato (1,7%) il ricorso a vere e proprie forme del recentissimo sistema di digital lending. Quest'ultimo risultato non sembra sorprendente, visto che l'offerta in tal senso è ancora ridotta.

I rispondenti, infine, sono stati posti dinanzi all'alternativa decisionale di acquistare un e-book piuttosto che un libro cartaceo, oppure di cercare di procurarsi la risorsa in modo alternativo (ricorrendo al prestito bibliotecario tradizionale o digitale). Si deve sottolineare come, a un livello generale, comportamenti di scelta di questo tipo possono essere influenzati da un complesso di variabili, tra cui:

- quelle legate al costo del libro ed alle disponibilità economiche dei soggetti: persone con vincoli di reddito dovrebbero essere meno propense all'acquisto e più al prestito;
- l'importanza attribuita al testo: un libro che è assolutamente necessario procurarsi per motivi di lavoro, o di cui è necessario poter disporre continuamente nel tempo per consultazione, dovrebbe essere prevalentemente acquistato, un romanzo può più facilmente essere preso a prestito, a meno che non gli si attribuisca un valore particolare all'interno della propria biblioteca personale;
- la disponibilità di modalità alternative all'acquisto: l'accessibilità/efficienza dei servizi di prestito, la possibilità di farsi prestare il libro da amici e conoscenti, ecc.

Su tutto questo viene poi a sovrapporsi il problema della cosiddetta "pirateria digitale", che rappresenta un tema di particolare rilevanza economica, legale e sociale.

Per cominciare ad indagare questi aspetti, molto complessi e di importanza cruciale per la comprensione dei possibili scenari futuri di sviluppo del settore dell'editoria digitale, in questa analisi esplorativa ci si è concentrati su alcuni punti chiave: il prezzo degli e-book, la loro reperibilità, la differenza tra testi utilizzati per finalità di svago e testi utilizzati per finalità di lavoro. Infine, si è cercato di affrontare il complesso tema della pirateria, andando ad analizzare in che modo la valutazione implicita della liceità di atti di pirateria digitale possa essere influenzata da considerazioni economiche legate al costo e, quindi, in un certo senso, al valore, della risorsa eventualmente condivisa/scaricata in modo illegale.

Le valutazioni legate al prezzo degli e-book sono state affrontate, date queste considerazioni preliminari, chiedendo ai soggetti di scegliere il prezzo massimo che sarebbero disposti a spendere per acquistare l'ultimo romanzo del loro autore preferito in formato e-book, ipotizzando che l'edizione cartacea fosse disponibile al costo di 22 euro¹. Le risposte dei soggetti tendono a collocare il prezzo massimo dell'e-book in una fascia compresa tra i 7 e gli 11 euro (opzioni scelte rispettivamente dal 49,2% e dal 33,8% dei soggetti), quindi sostanzialmente tra circa un terzo e la metà rispetto al prezzo del libro cartaceo. Una percentuale consistente (14,3%) dei soggetti ha indicato poi un prezzo di 2 euro, mentre piccola ma non nulla è la percentuale di coloro che sarebbero disposti a spendere per l'e-book la stessa cifra rispetto al libro cartaceo (2,6%).

È interessante andare ad analizzare se questa valutazione possa collegarsi con un effettivo comportamento, ossia con l'attitudine ad acquistare e-book. Per valutare questo aspetto, abbiamo raggruppato le risposte date alla domanda "n° di e-book acquistati negli ultimi dodici mesi" in modo da dividere il nostro campione in due sottogruppi: coloro che hanno acquistato meno di 3 e-book nell'ultimo anno e coloro che ne hanno acquistati 3 o più. La scelta del valore di 3 è stata giustificata dal fatto che la distribuzione delle risposte è molto asimmetrica, con un numero elevato di soggetti che non hanno acquistato nemmeno un e-book, e il valore di 3 corrisponde esattamente alla mediana della distribuzione. Mettendo in correlazione poi questa nuova variabile con la valutazione sul prezzo, si nota un'associazione significativa: coloro che acquistano un numero maggiore di e-book in un anno sono anche coloro che in media sembrano essere disposti a pagare un prezzo più alto per la versione e-book dell'ultimo romanzo del loro autore preferito. Anche se il campione è esiguo e non permette quindi di estrapolare conclusioni generali, sarebbe interessante andare a verificare,

¹ Seguendo lo spunto dell'interessante ricerca di L. Lorenzetti < <http://issuu.com/lucalorenzetti/docs/sondaggio-ebook/1> > 2010.

anche in analisi più ampie ed articolate, se questa correlazione tra comportamenti effettivi di acquisto e valutazioni di prezzo si mantenga.

Nel complesso, il nostro campione sembra inoltre essere prevalentemente orientato all'acquisto di un libro, piuttosto che al ricorso al prestito, e questo vale sia che il libro sia presentato come "l'ultimo romanzo dell'autore preferito", piuttosto che un manuale o un saggio che si deve leggere per motivi di studio o di lavoro. Questo tipo di risultati corrispondono del resto anche al basso dato relativo al numero di libri che vengono di fatto presi a prestito, sia in formato cartaceo sia in formato digitale. Va inoltre sottolineato come la variabile relativa al tipo di libro (romanzo dell'autore preferito vs. manuale/saggio) non sembri influire in modo significativo sulle risposte dei soggetti.

I danni dati dalla pirateria? la percezione del lettore

Per quanto riguarda, infine, la valutazione relativa alla percezione del danno potenziale arrecato all'autore e/o all'editore in caso di condivisione/download gratuito di un testo, va detto come non si riscontrino differenze significative tra i due gruppi sperimentali (distinti, ricordiamo, per il prezzo proposto: ad un gruppo veniva richiesto un parere rispetto allo scaricamento di un libro a 9,99 €, mentre per l'altro gruppo il prezzo era di 0,99 €). In altre parole, la manipolazione del valore economico del libro che viene condiviso/scaricato non influisce sulla valutazione che i soggetti danno delle potenziali conseguenze di un atto di pirateria. Molto probabilmente, questo tipo di valutazione è influenzata anche da altre variabili, qui non considerate, quali il rischio percepito di sanzione e la percezione del grado di accettabilità sociale di un atto di pirateria (è noto da diverse ricerche di psicologia sociale, e recentemente anche di economia, come lo stimare che un comportamento, per quanto illecito, sia molto diffuso e poco sanzionato aumenti la propensione dei soggetti a violare la norma, cfr. Robert D. Cooter, Michal Feldman, and Yuval Feldman. 2006. "The Misperception of Norms: The Psychology of Bias and the Economics of Equilibrium", The Selected Works of Robert Cooter, http://works.bepress.com/robert_cooter/138).

Va anche sottolineato come, nel complesso, i nostri soggetti tendano a sottostimare le possibili conseguenze negative che atti di pirateria digitale possono arrecare ad autori e, soprattutto, agli editori:

- la maggioranza delle risposte (36,1%) tende a considerare che tali atti possano anche favorire l'autore, grazie alla possibilità di farsi pubblicità positiva e di trarre quindi

benefici sul lungo periodo, mentre solo il 15% ritengono che l'autore possa essere danneggiato;

- solo il 10,5% dei rispondenti ritiene che il danno possa andare a svantaggio dell'editore (per quanto ci sia un interessante picco di interesse verso l'editore tra coloro che comprano manualistica per lavoro o per studio, segno che probabilmente in quel settore si è più attenti alla qualità della casa editrice che alla fama o alla bravura del singolo autore)
- il 21,8% dei rispondenti ritiene che gli atti di pirateria non abbiano di fatto alcuna conseguenza.

Sarebbe interessante andare a valutare, con successive analisi, se questo tipo di evidenze empiriche corrispondano ad una sincera valutazione dei soggetti o non rappresentino di fatto una sorta di razionalizzazione ex post con la quale la bassa valutazione del danno serve a “giustificare” eventuali comportamenti di pirateria.

BIBLIOGRAFIA

COOTER, ROBERT D, FELDMAN, MICHAL AND FELDMAN, YUVAL 2006. "The Misperception of Norms: The Psychology of Bias and the Economics of Equilibrium", The Selected Works of Robert Cooter, http://works.bepress.com/robert_cooter/138

EPSTEIN, JASON. BOOK BUSINESS: Publishing Past Present and Future. New York: W.W. Norton, 2001.

FISHER, WILLIAM. "Theories of Intellectual Property." www.tfisher.org. Cambridge University Press, 2001. 9 Feb. 2011. Web.

GLAZER, SARAH. "Future of Books: Will traditional print books disappear?" The CQ Researcher Online. 29 May 2009. Web. 11 Apr. 2011.

PARSONS, IAN. "Copyright and Society." Essays in the History of Publishing. Ed. Asa Briggs. London: Longman, 1974. 29-60. Print.

WAGNER, R. POLK. "INFORMATION WANTS TO BE FREE: INTELLECTUAL PROPERTY AND THE MYTHOLOGIES OF CONTROL." www.upenn.law.edu. University of Pennsylvania, 9 May 2003. Web. 14 Mar. 2011.

WILHELM, ALEX. "Let's Talk About E-Book Piracy." TNW Media. The Next Web, 10 July 2010. Web. 31 Mar. 2011.

WILLIAMS, EMILY. "Image Rights Slow Transition from Print to Ebook." digital book world. digital book world, 6 Sept. 2010. Web. 3 May 2011.

