

Uniwersytet Śląski
Wydział Filologiczny

mgr Kinga Kasperek
Numer albumu: 7135

*NOWA PIŚMIENNOŚĆ. WSPÓŁCZESNE INSTYTUCJE LITERACKIE
W KONTEKŚCIE PRZEMIAN TECHNOLOGICZNYCH
I KULTUROWO-SPOŁECZNYCH*

Praca doktorska
napisana pod kierunkiem prof. dr. hab. Krzysztofa Uniłowskie-
go

Katowice 2018

Oświadczenie autora pracy

Świadoma odpowiedzialności prawnej oświadczam, że niniejsza praca została napisana przeze mnie samodzielnie i nie zawiera treści uzyskanych w sposób niezgodny z obowiązującymi przepisami.

Oświadczam również, że przedstawiona praca nie była wcześniej przedmiotem procedur związanych z uzyskaniem tytułu zawodowego w wyższej uczelni.

Oświadczam ponadto, że niniejsza wersja pracy jest identyczna z załączoną wersją elektroniczną.

Data

Podpis autora pracy

Spis treści

WSTĘP.....	11
METODOLOGIA	13
PROBLEMY RYNKU KSIĄŻKI A SELF-PUBLISHING	19
SELF-PUBLISHING. UCZESTNICY	37
DEFINICJA ZJAWISKA I STAN BADAŃ	37
HISTORYCZNE KORZENIE SELF-PUBLISHINGU.....	44
MODEL KOMUNIKACYJNY W SELF-PUBLISHINGU	49
PORTAL SELF-PUBLISHINGOWY JAKO WYDAWCA	50
FORMY POKREWNE	56
PISARZE – NAJWAŻNIEJSI GRACZE W SELF-PUBLISHINGU	60
SUKCESY POLSKIEGO SELF-PUBLISHINGU.....	71
BARTOSZ ADAMIAK – PISARZ AMATOR.....	80
TOMEK TOMCZYK – BLOGER, WIĘC PISARZ.....	96
ALEKSANDER SOWA – PISARZ-PRZEDSIĘBIORCA	112
CZYTELNICY I KRYTYCY.....	127
AUTOR 2.0 I CZYTELNICY	141
SELF-PUBLISHING. AUTOR I REWOLUCJA WYDAWNICZA	143
GATUNKI – POMIĘDZY TRADYcją A REWOLUCJĄ	143
NOWE TENDENCJE GATUNKOWE.....	148
CELEBRYCI I SELF-PUBLISHING.....	160
GRAFOMANIA	166
NORMA EDYTORSKA W SELF-PUBLISHINGU	170
WOLNOŚĆ I POLITYCZNOŚĆ.....	176
AUTOR.....	182
NADAWCA-ODBIORCA: PŁYNNĄ RELACJĄ.....	189
EKONOMIA I SELF-PUBLISHING	195
ZAKOŃCZENIE	209

WSTĘP

Wyobraźmy sobie czytelnika, który w poszukiwaniu lektury na weekend przegląda ofertę internetowej księgarni. Obok niego spoczywa czytnik książek i tylko kilka kliknięć dzieli go od wyboru książki. Widzi tytuły, które pojawiły się ostatnimi czasy na listach bestsellerów, miały swoje omówienia w kolorowej prasie, były recenzowane w kwartalnikach literackich. Szukając jednak idealnej książki, wybiera publikację blogera, którego wpisy często czyta. Opis książki budzi jego zainteresowanie i po kilku chwilach książka jest już na jego czytniku. Jeśli nie zwróci uwagi na nazwę wydawnictwa, nieświadomie weźmie udział w rebelii. Wybrana przez niego książka jest wydana w ramach self-publishingu, a czytelnik właśnie został uczestnikiem buntu przeciwko wydawcom.

I kolejna sytuacja – licealistka po powrocie ze szkoły i odrobieniu zadania domowego ma jeszcze przed sobą kolejne wyzwanie. Musi zamieścić w sieci kolejny rozdział pisanej przez siebie powieści, na który czekają setki fanów. Szybko publikuje więc tekst, by już za chwilę z wypiekami na twarzy czytać komentarze czytelników i planować kolejny rozdział. Być może nie jest świadoma, że jej działania mają wpływ na zmianę instytucji literackich.

Już ostatni przykład będzie dotyczyć pewnego pszczelarza, który kocha swój zawód i postanowił podzielić się zgromadzoną przez lata wiedzą. Żadne wydawnictwo, do którego pisał, nie jest jednak zainteresowane książką o pszczołach, więc postanawia ją wydać samodzielnie za pomocą jednego z serwisów self-publishingowych. Nie zastanawia się specjalnie nad szerszymi skutkami swoich działań, po prostu cieszy się z napływających od czytelników maili z pytaniami i ze wsparcia domowego budżetu, za sprawą przychodów z samodzielnie wydanej książki.

Co łączy te trzy przykłady? Self-publishing, czyli samodzielne wydawanie książek przez autorów. Pozornie jedyna zmiana, która zachodzi, polega na po-

minięciu wydawnictwa w procesie wydawniczym, co stało się szczególnie łatwe, odkąd rozwój technologii pozwala na samodzielnie zamieszczanie wszelkich treści w sieci (filmów, tekstów, zdjęć, komentarzy, stron i innych). Self-publishing zdaje się więc po prostu innym sposobem wydawania literatury, jednak zmiany, które powoduje, mają większe znaczenie. Pomińcie wydawnictwa w tym procesie zmienia układ sił pomiędzy innymi instytucjami literackimi: autorem, czytelnikiem, ale i też krytyką literacką, mediami, bibliotekami, księgarniami. Self-publishing jest również powiązany z innymi zjawiskami paraliterackimi, takimi jak krytyka amatorska w sieci, fanfiction, blogosfera. Chociaż tytuł mojego doktoratu brzmi *Nowa piśmienność. Współczesne instytucje literackie w kontekście przemian technologicznych i kulturowo-społecznych*, w dysertacji skupię się na problemie self-publishingu. Jest on według mnie najistotniejszy spośród innych, wymienionych wyżej zjawisk, a zarazem stanowi ich nieodłączny element. Jestem przekonana, że samodzielne wydawanie książki powoduje, a zarazem wynika z przemian instytucji literackich (autora, czytelnika, wydawnictwa, krytyki i innych), o których będę pisać w mojej dysertacji. W tej rozprawie kluczowy jest dla mnie moment zmiany: kiedy autor staje się wydawcą, czytelnik krytykiem, a wydawnictwo wyłącznie inwestorem. Ciekawi mnie, co doprowadza do takich zmian i staram się przewidzieć ich skutki dla pola literackiego w Polsce oraz samej literatury. Zmiany powodowane self-publishingiem definiuję jako nową piśmienność – nowy sposób funkcjonowania, rozumienia oraz produkcji literatury.

Problem self-publishingu plasuje się gdzieś na przecięciu literaturoznawstwa, humanistyki cyfrowej, *publishing studies* i socjologii literatury. Postanowiłam się nim zająć, pomimo metodologicznych trudności i dynamicznych zmian, które w trakcie pisania tej dysertacji zachodziły w obrębie samego, niemalże nieuchwytnego zjawiska. Uważam, że self-publishing świadczy o szerszych przemianach literatury i jej społecznego postrzegania. Zmiany przebiegają gdzieś obok, w mało zauważalny sposób. Powstają kolejne portale dla niezauważanych

leżnych twórców, kolejne księgarnie pozwalają self-publisherom sprzedawać wydane przez nie książki, blogerzy coraz częściej rezygnują z usług wydawnictw na rzecz samodzielnego wydania swoich tekstów, a młodzi twórcy, zamiast pisać do szuflady, publikują w sieci. Zmiany zachodzą w powolnym tempie, jednak z roku na rok self-publishing zatacza coraz szersze kręgi i z mało znaczącego zjawiska zamienia się w trend wydawniczy, który być może z czasem stanie się stałym elementem naszego życia literackiego. Dobrze więc byłoby zrozumieć mechanizmy, które rządzą tym zjawiskiem.

METODOLOGIA

Maciej Maryl w artykule *Antropologia życia literackiego w internecie w perspektywie historii komunikacji* pisze tak:

Pole życia literackiego w internecie pozostaje jednak nieskolonizowane przez literaturoznawców. Być może bierze się to również z braku adekwatnej metodologii, która – do pewnego stopnia – mogłaby pozwolić na w miarę równorzędne traktowanie tych dwóch światów literackich: realnego i wirtualnego; metodologii nastawionej nie tylko na nowość, lecz także na ciągłość kulturową pewnych zjawisk. Życie literackie w internecie nie istnieje bowiem w próżni, w oderwaniu od obiegu tekstów drukowanych, funkcjonujących w tradycyjnych relacjach komunikacyjnych (nadawca–instytucje–odbiorca). Przeciwnie – stało się ono nieodłącznym składnikiem współczesnej komunikacji literackiej¹.

Jest to jak najbardziej słuszne rozpoznanie. Nietrudno zauważyć, że pomimo mniej lub bardziej powszechnego uznania humanistyki cyfrowej za ważną dyscyplinę badań, literaturoznawcy napotykają problem metodologiczny, gdy przychodzi do badania literatury w sieci i literatury sieci (rozdzielenie za Marylem). I chociaż o komunikacji literackiej zwykli pisać krytycy, a socjologia literatury była w Polsce uprawiana na długo przed rokiem 1989, to jednak problem

¹ M. Maryl: *Antropologia życia literackiego w internecie w perspektywie historii komunikacji*. W: *Kulturowa historia literatury*. Red. A. Łebkowska, W. Bolecki. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2015, s. 534.

metodologii zdaje się wciąż nierozwiązany. Jerome McGannon w książce *Nowa respublica literaria. Pamięć i nauka w wieku cyfryzacji*² zwraca uwagę na konieczność dopasowania znanych filologom metodologii do zmieniającego się literackiego środowiska cyfrowego, wskazując tym samym na problematyczność tego przedsięwzięcia.

Interesująca i bliska mi w tej dysertacji jest perspektywa Macieja Maryla, który postuluje, aby odejść od stricte socjologicznego lub historycznoliterackiego badania literatury sieciowej. Nowy typ badań nie miałby polegać na wyróżnianiu mniejszych zbiorowości na podstawie tekstów czytanych przez ich członków (socjologia literatury w duchu Stefana Żółkiewskiego) ani na analizie literaturoznawczej tekstów sieciowych i próby określenia ich miejsca w procesie historycznoliterackim. Maryl zauważa:

W duchu Escarpita można rzecz, że zamiast „nienaukowego” pytania, co to jest literatura, powinniśmy raczej dociekać, co ludzie robią z literaturą, czym jest dla nich literatura, w jaki sposób uczestniczą w kulturze za pomocą różnorodnych zachowań literackich. Postuluję zatem przyjrzenie się przeróżnym praktykom literackim i okołoliterackim, by znaleźć odpowiedź na pytanie, co ludzie robią z literaturą i do czego im ona służy³.

Uczony wskazuje potencjalne pola badawcze: internet jako przedmiot badań oraz źródło materiału, badanie nadawców empirycznych, czytelników empirycznych, różnych form komunikacji między odbiorcą i czytelnikami, instytucji, zachowań literackich (rozumianych jako aktywności paraliterackie – np. tworzenie blogów) oraz danych empirycznych. Maryl kładzie więc duży nacisk na badania empiryczne, komunikację literacką, odrzucenie podziału na literaturę popularną / wysoką / paraliteraturę oraz przede wszystkim badanie tzw. materiału zastanego (wszelkich tekstów i wypowiedzi opublikowanych w internecie).

² J. McGannon: *Nowa respublica literaria. Pamięć i nauka w wieku cyfryzacji*. Tłum. zbiorowe. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2016.

³ Tamże, s. 547.

Chociaż badania empiryczne w literaturoznawstwie są często traktowane jako mniej prestiżowe czy istotne, moim zdaniem jedynie analiza materiału zastanego pozwala zrozumieć, jak przekształca się literatura w sieci, jak zmiany technologiczne wpływają na nasze rozumienie literatury i jak ostatecznie zmieniają się instytucje literackie. Twarde dane – w postaci wypowiedzi na forach, w mediach społecznościowych, analizowanie paratekstów (notki biograficzne, opisy książek), stron www i samej literatury oraz danych o rynku książki pomogą nam uchwycić kierunek tych zmian. I chociaż można by rozmawiać o nowej piśmienności i przekształcaniach instytucji wyłącznie na podstawie tekstów literackich, jednak ta często niedoceniana empiria pozwala uchylić rąbka tajemnicy.

Stefan Żółkiewski pisał o socjologii literatury (która również opierała się na badaniach empirycznych) jako o nauce pomocniczej, jednak niezbędnej. Dodatkowo, analiza procesu komunikacyjnego pomiędzy czytelnikiem autorem a instytucjami dostarcza pełnego oglądu sytuacji, zaś zapewne w oczach wielu badaczy teksty wydawane w ramach self-publishingu można uznać za publikacje, którym daleko do wielkiej literatury. Jednak jeśli odrzucimy pewne uprzedzenia związane z badaniami empirycznymi i połączymy kompetencje literaturoznawcze z narzędziami wypracowanymi przez socjologię literatury, okaże się, że możemy zrozumieć, czym jest self-publishing, jak działają kierujące nim mechanizmy i jaki wpływ ma te zjawisko na literaturę.

O podobnym zresztą problemie pisze we wstępie do monografii *From literature to cultural literacy*⁴ Naomi Segal. Według Segal czas, gdy literaturoznawcy zajmują się analizą wyłącznie tekstów literackich, bezpowrotnie przeminął. Interdyscyplinarność, badanie zjawisk kultury (za pomocą narzędzi literaturoznawczych) jest więc niezbędne, jeśli chcemy zrozumieć współczesną literaturę

⁴ *From literature to cultural literacy*. Ed. N. Segal, D. Koleva. Palgrave MacMillan. London 2014.

i kulturę. Konwergencja mediów, przemiany kultury i roli jaką gra literatura nieuchronnie powodują zmianę w badaniach tej ostatniej. Segal pisze:

The text will not disappear. But what is more pertinent to the kind of research the 'people formerly known as literary scholars' are doing now is the concept of textuality. The writers of this book encourage a way of thinking differently about what literary studies can be by examining what it has already become⁵.

Literaturoznawstwo, gdzie cała uwaga badacza skupia się na odczytaniu jednego tekstu kultury według pewnej metodologii, jest tylko jedną z możliwych ścieżek. Jeżeli celem badacza jest przeanalizowanie zjawiska lub szerszego kontekstu przemian, odpowiednim rozwiązaniem zdaje się sięgnięcie po narzędzie wypracowane przez inne dyscypliny, w tym socjologię literatury i badania empiryczne.

Wspomniałam, że komunikację literacką traktuję jako element socjologii literatury. Podobnie uważał Stefan Żółkiewski, który wielokrotnie włączał problemy komunikacji literackiej w pole swoich rozważań. Pisał on:

Badacz tych zagadnień [komunikacji literackiej – przyp. K.K.] nie może pozwolić sobie na wąską specjalizację. Niech bada społeczne warunki funkcjonowania literatury (...) ⁶.

Komunikacja literacka byłaby więc według Żółkiewskiego częścią szerszego problemu, jakim jest socjologia literatury, w ramach której dzieło sztuki jest wytworem życia społecznego, przedmiotem pewnych reakcji emocjonalnych lub ośrodkiem nowych stosunków społecznych. Przed socjologiem literatury stoi więc zadanie badania: związków literatury i społeczeństwa, kształtowania się i działania norm społecznych literatury, procesów społecznej komunikacji literackiej oraz problemów polityki literackiej.

⁵ Tamże, bs.

⁶ S. Żółkiewski: *Kultura, socjologia, semiotyka literacka*. Studia. Państwowy Instytut Wydawniczy. Warszawa 1979, s. 425.

Zdaję sobie sprawę, że dziś Stefan Żółkiewski jest często krytykowany za nieobiektywny stosunek wobec marksizmu, jednak metodologia wyprawowana przez niego pomaga zrozumieć mechanizmy, które rządzą self-publishingiem, a także komunikację pomiędzy instytucjami literackimi (do których należą: autor, czytelnik, wydawnictwo, portale self-publishingowe, krytycy, biblioteki, akademia i inne). Żółkiewski uznaje również badania empiryczne (badania czytelnictwa i recepcji) za istotne, z czym również się zgadzam, prezentując w rozdziale na temat rynku książki dane dotyczące czytelnictwa i wielkości rynku.

W rozprawie będę odwoływać się również do innych socjologów literatury, w tym do Pierre'a Bourdieu i jego pracy *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*⁷. Teoria pola literackiego pozwoli zrozumieć, jak w nowej piśmienności zmienia się układ sił najważniejszych aktorów (wydawców i autorów). Pierre Bourdieu badał również rynek książki, nie kończąc jednak swojej pracy na przedstawieniu danych, ale na daleko idących analizach, które były inspiracją zarówno dla redaktorów tomu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Podręcznik*⁸, jak i dla mnie samej. Dzięki teorii Bourdieu możemy rozpatrywać samodzielnie publikujących autorów jako nowych aktorów pola, którzy zbijają kapitał ekonomiczny kosztem symbolicznego.

W ramach pracy przeanalizowałam również przemiany komunikacji literackiej w duchu monografii zbiorowej *Obraz literatury w komunikacji społecznej po roku '89*⁹. Choć twórcy zawartych tam tekstów korzystali z różnych metod badania komunikacji społecznej, często opierali się na badaniach empirycznych. W efekcie powstała monografia, ilustrująca w interesujący sposób wycinki polskiego życia literackiego i szkicowe zarysy nowych zjawisk.

⁷ P. Bourdieu: *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*. Tłum. A. Zawadzki. Universitas. Kraków 2007.

⁸ *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu*. Red. P. Marecki, M. Sowiński. Korporacja Ha!Art. Kraków 2015.

⁹ *Obraz literatury w komunikacji społecznej po roku '89*. Red. T. Żukowski. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2013.

W tej pracy nie sięgam po konkretne metody znane z teorii komunikacji, jednak mam na uwadze relacje pomiędzy nadawcą i odbiorcą. Istotne były dla mnie publikacje twórców polskiej szkoły teorii komunikacji literackiej, którzy zwracali uwagę również na aspekt socjologiczny takiej wymiany informacji pomiędzy interlokutorami, by wspomnieć chociażby o *Relacjach osobowych w literackiej komunikacji* Aleksandry Okopień-Sławińskiej¹⁰, a szczególnie o aspekcie zewnątrztekstowym. Inspirująca stała się dla mnie praca Janusza Lalewicza, zwłaszcza artykuł *Literatura w epoce masowej komunikacji*¹¹, gdzie autor zwraca szczególną uwagę na fakt, że nasze myślenie o literaturze i jej funkcjonowaniu ma swoje korzenie w XVIII wieku. Lalewicz upatruje zmian w funkcjonowaniu literatury i przemian życia literackiego w upowszechnieniu się druku i umasowieniu kultury, a te zmiany wpływają również na pozycję autora.

W tej rozprawie będę więc poruszać się w obszarze od empirii, przez literaturoznawczą analizę wybranych tekstów, po badania komunikacji literackiej, jakie zachodzą pomiędzy uczestnikami. Jednak ostatecznie celem tej pracy nie jest rozpoznanie stanu zjawiska, a zrozumienie, jaki ma wpływ na społeczne postrzeganie literatury i samą literaturę. W postawieniu tych najważniejszych tez pomogły mi narzędzia wypracowane przez krytykę literacką (myślę tutaj m.in. o pracach Krzysztofa Uniłowskiego, Dariusza Nowackiego, Andrzeja Skrendy, Przemysława Czaplińskiego, Kingi Dunin, Maryli Hopfinger oraz szkoły frankfurckiej). Jestem zdania, że akademicka krytyka literacka daje właśnie takie możliwości, gdyż pozwala na nieco spekulatywne postawienie sprawy i ocenę zjawiska, zawsze jednak opierającą się na materiale źródłowym i szukaniu odpowiedzi na postawione pytania w innych tekstach i metodologiach.

¹⁰ A. Okopień-Sławińska: *Relacje osobowe w literackiej komunikacji*. W: *Problemy socjologii literatury*. Red. J. Sławiński. Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1971.

¹¹ J. Lalewicz: *Literatura w epoce masowej komunikacji*. W: *Kultura – komunikacja – literatura. Studia nad XX wiekiem*. Red. S. Żółkiewski, M. Hopfinger. Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wrocław 1976.

Na początku tej rozprawy skupię się na wyjaśnieniu, czym jest najbardziej reprezentatywny element nowej piśmienności, wspomniany już self-publishing, przedstawię stan oraz historię zjawiska. Zadam pytania o instytucje literackie (autorów, czytelników, portale) oraz przyjrę się bliżej twórczości trzech wybranych autorów (Tomka Tomczyka, Bartosza Adamiaka i Aleksandra Sowy). W tej części skupiam się przede wszystkim na badaniach empirycznych oraz korzystam z narzędzi teorii komunikacji literackiej.

W części drugiej mocniej wyeksponowane aspekty związane z socjologią literatury. Sprawdzam, jak self-publishing zmienia postrzeganie zwrotów takich jak „pisarz” oraz „autor”, o jakich zmianach świadczą książki wydawane w ramach self-publishingu, przyglądam się problemom normy edytorskiej, grafomanii, wartości stojących za self-publishingiem, problemowi polityczności oraz związkom ekonomii i literatury. Ostatecznie przedstawiam self-publishing jako zwiastun nowej piśmienności.

PROBLEMY RYNKU KSIĄŻKI A SELF-PUBLISHING

Self-publishing nie jest zjawiskiem zawieszonym w wydawniczej próżni. Kontekst współczesnego rynku książki – zarówno polskiego, jak i światowego – jest niezwykle istotny, aby zrozumieć, dlaczego zjawisko takie jak self-publishing jest możliwe. Rynek książki jest niejako środowiskiem, którego charakter oraz przemiany umożliwiły rozwój mniejszych, składowych fenomenów.

Łatwo jednak podważyć metodę badania rynku. Rankingi największych wydawnictw (w wypadku popularnego wśród wydawców amerykańskiego dziennika „Publishers Weekly”, jak i serii wydawniczej, poświęconej temu zagadnieniu, a wydawanej przez Bibliotekę Analiz) oraz wielkości wydawanych nakładów tworzy się na podstawie deklaracji przychodów wydawców, które mogą być życzeniowe. Poziom czytelnictwa mierzony jest za pomocą ankiet i deklaracji czytelników, może więc nie oddawać faktycznego stanu rzeczy. Listy bestsellerów powstają albo na podstawie danych sprzedażowych jednej sieci

księgarni (np. w Polsce dane były pozyskiwane z sieci Matras lub Empiku), systemu naliczania sprzedaży przez kasy w grupie księgarń podpiętych do systemu (w Polsce – GFK¹²) albo znów dzięki deklaracjom wydawców. Pozostaje więc na podstawie tychże danych, ustaleń krytyków literackich i dziennikarzy nakreślić obraz współczesnego rynku książki.

Duże przychody na zachodnich rynkach książki łączą się z wysokim poziomem czytelnictwa. W 2014 roku w Stanach Zjednoczonych 76% mieszkańców tego kraju przeczytało książkę¹³. Jak wynika z raportu Biura Analiz Sejmowych stan czytelnictwa w Unii Europejskiej w 2014 roku był zróżnicowany:

90% respondentów w Szwecji czy 86% w Holandii czyta przynajmniej jedną książkę w ciągu roku, natomiast w Rumunii i Grecji tylko połowa badanych. Co więcej, w krajach Europy Północnej większość deklarowała, że czyta 5 lub więcej książek rocznie: w Szwecji (65%), Holandii (52%), Danii (51%), Wielkiej Brytanii (52%) (...). Tendencja spadku czytelnictwa nie była jednak w UE powszechna – w kilku krajach udział osób nieczytających książek wyraźnie spadł – na Malcie (o 10 pkt proc.), Luksemburgu (o 4 pkt proc.), w Szwecji (o 4 pkt proc.). W niektórych państwach wyraźnie wzrósł udział osób czytających najwięcej – w Finlandii (o 13 pkt proc.), na Malcie (o 8 pkt proc.), w Irlandii (o 7 pkt proc.) oraz w Szwecji (o 5 pkt proc.)¹⁴.

W USA w 2013 roku opublikowano 304912 tytułów¹⁵. W Europie rozbieżność jest większa i wynika już ze specyfiki rynku danego kraju. Przykładowo w 2014 w Wielkiej Brytanii opublikowano 184000 tytułów, Niemczech 93600, Fran-

¹² GFK Polonia, <http://www.gfk.com/pl/aktualnosci/news/panel-ryнку-książki-gfk-i-ix-2016/>, [strona www, dostęp 13.03.2017].

¹³ *E-Reading Rises as Device Ownership Jumps*. 1.16.2014. „PewResearchCenter”, <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>, [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

¹⁴ J. Osiecka-Chojnacka: *Czytelnictwo w Polsce i innych państwach Unii Europejskiej*. „Infos” nr 17 (77) 25.10. 2014. Biuro Analiz Sejmowych. s. 2, [http://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/0291AD9C4904205EC1257D62004108A1/\\$file/Infos_177.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/0291AD9C4904205EC1257D62004108A1/$file/Infos_177.pdf). [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

¹⁵ *Books published per country per year*. Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Books_published_per_country_per_year#cite_ref-publishingtechnology.com_2-1, [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

cji 66530, Hiszpanii 76430, Rosji 101980, Norwegii 6370, Włoszech 61100, Czechach 1660, Austrii 6800¹⁶. Porównajmy polski rynek książki z już przedstawionymi danymi, korzystając z serii wydawniczej Biblioteki Analiz, która co roku przygotowuje zestawienie dotyczące polskiego rynku książki oraz wszelkich zagadnień z nim związanych. W raporcie *Rynek Książki w Polsce 2014. Wydawnictwa*, autorstwa Łukasza Gołębiowskiego i Pawła Waszczyka (dane dotyczą zawsze roku poprzedniego – w tym wypadku 2013), można znaleźć następujące ustalenia. Wartość polskiego rynku książki wynosi 2,68 miliarda złotych. Liczba wydawanych tytułów wyniosła 29710, z czego 15580 to pierwsze wydania¹⁷. Średni nakład dla tytułu to 3783 egzemplarzy, zaś średnia cena książki wynosi 38,30 złotych¹⁸. Do największych grup wydawniczych w Polsce należą (w tej kolejności): Nowa Era, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Wolters Kluwer Polska, Grupa Edukacyjna, Pearson Central Europe, Wydawnictwo Olejesiuk, SIW Znak, Wiedza i Praktyka, Grupa Wydawnicza Foksal, C.H. Beck, Macmillan Polska, Wydawnictwo Szkolne PWN, LexNexis Polska, Egmont Polska, Prószyński Media, Grupa Publicat, Tarsago Polska, Grupa Helion, Wydawnictwo Naukowe PWN, Sonia Draga¹⁹. Największą zatem grupę stanowią wydawnictwa specjalistyczne, potem duże grupy wydawnicze specjalizujące się w literaturze popularnej i poradnikach. Od 2008 roku poziom czytelnictwa nie zmienia się i oscyluje około 40%. Dla porównania w 1992 roku wynosił 71%, w 2000 54%, zaś w 2006 50%. Książka jest wypierana przez telewizję, internet, filmy, gry i inne media²⁰.

¹⁶ *Ile książek wydaje się w Europie*. „Polityka”. 5.02.2015, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1607821,1,ile-ksiazek-wydaje-sie-w-europie.read>, [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016]. Zestawienie zostało przygotowane przez dziennikarza – jednak dane zostały zebrane na podstawie raportów dotyczących lokalnych rynków książki i instytucji. Tak jak w wypadku Wikipedii nie możemy do końca ufać przedstawionym informacjom, jednak warto się z nimi zapoznać, aby zrozumieć skalę zjawiska i różnice pomiędzy polskim rynkiem książki a światowym.

¹⁷ Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2014. Wydawnictwa*. Biblioteka Analiz. Warszawa 2015. s. 33-34.

¹⁸ Tamże, s. 79.

¹⁹ Tamże, s. 259.

²⁰ Tamże, s. 66-71.

Ta garść danych pozwala nam już rozeznąć się w sytuacji, którą podsumować można bardzo prosto – na polskim rynku książki nie dzieje się najlepiej. Poziom czytelnictwa i zarazem zainteresowanie literaturą są niskie, a Polacy najchętniej kupują poradniki, nie zaś beletrystykę. Z punktu widzenia wydawcy sytuacja na kurczącym rynku książki jest więc trudna. Mierzy się on z kilkoma problemami, które trafnie wypunktował John B. Thompson w książce *Merchants of culture. The publishing business in the Twenty-First century*²¹.

Thompson zwraca uwagę na kilka ważnych zmian na światowym rynku książki, które niejako przyczyniają się do powstawania nowej piśmienności i zjawisk takich jak self-publishing. Duże sieci sprzedażowe oraz firmy szeroko dystrybuujące książki mają możliwość zaproponowania atrakcyjniejszych cen niż małe księgarnie. Dlatego dochodzi do sytuacji, w których małe księgarnie upadają, a wydawcy bardziej opłaca się współpracować z dużymi sieciami (docierając do szerszego grona klientów)²². W rozdziale *The Emergence of Publishing Corporation* Thompson pisze, że rozrost łańcucha sprzedaży (i władza, jaką uzyskali dystrybutorzy oraz sieci księgarskie) doprowadził do tego, że wydawca stał się tylko jednym z wielu graczy na rynku²³ – mówiąc językiem Pierre'a Bourdieu, maleje władza wydawnictwa w polu literackim. Polski i zachodni rynek książki łączy kilka cech wspólnych – w tym sposób funkcjonowania wydawnictw, które niezależnie od kraju muszą radzić sobie z podobnymi problemami: spadającym poziomem czytelnictwa, walką o przyciągnięcie nowych klientów, rywalizowaniem z innymi mediami, konkurencją o poczytnego autora i jego prace, dostosowywaniem się do potrzeb czytelników. Większość wydawców znalazła się w momencie, w którym muszą walczyć nie tylko o zainteresowanie czytelników konkretnym tytułem, ale i rozwiązywać problem malejącego zainteresowania książką. Na taki stan rzeczy złożyło się kilka czynników: spadek czytel-

²¹ J. B. Thompson: *Merchants of culture. The publishing business in twenty-first century*. Plume. Nowy Jork 2012.

²² Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2014...*, s. 26-30.

²³ Tamże, s. 101-105.

nictwa, stawka podatku VAT, wzrastające marże dystrybutorów, konwergencja mediów, niekorzystne systemy rozliczeń z dystrybutorami, wzrost popularności dystrybutorów nielegalnych treści, dynamiczny rozwój wtórnego obrotu książką poprzez serwisy aukcyjne, kryzys gospodarczy²⁴. Polski rynek książki z roku na rok zalewany jest nowymi, tytułami, wydawanymi w skromnych nakładach, które są wycofywane z księgarni już kilka tygodni po premierze. Łukasz Gołębiowski nazywa taką strategię „ucieczką do przodu”. Wydawcy starają się zapewnić sobie sukces (albo po prostu przetrwać).

Nadprodukcja wydawnicza i niestabilność samego rynku prowadzą do chaosu. Krzysztof Cieślik w *Mapie chaosu* zwraca uwagę na następujące fakty: czytelnik nie potrafi wybrać interesujących go pozycji z szerokiej oferty wydawnictw, wydawnictwa przywiązują mniejszą wagę do polityki wydawniczej (specjalizacja z okresu PRL poszła w niepamięć – właściwie każdy wydawca publikuje wszystko, licząc na dobrą sprzedaż), strona edytorska nie przystaje do treści książek (literatura artystyczna z okładkami romansowymi, literatura popularna lansowana jako klasyczna pozycja), redakcja, tłumaczenie i adiustacja są marnej jakości²⁵.

Z drugiej strony na współczesny rynek książki, poza niekorzystną sytuacją ekonomiczną i czytelniczną, wpływa pojawienie się nowych technologii, bez których zjawiska takie jak self-publishing, fanfiction lub amatorska krytyka na portalach książkowych nie byłyby możliwe. Opowieść o związkach literatury z technologią należałoby rozpocząć wracając do lat 60. i prac (teoretycznych, jak i artystycznych) Teda Nelsona²⁶, jednego z prekursorów i promotorów idei hiper tekstu. Jednak jeśli książkę potraktujemy jako efekt rozwoju technologicznego, w naszych poszukiwaniach powinniśmy cofnąć się do początku druku lub nawet

²⁴ Tamże, s. 85.

²⁵ K. Cieślik: *Mapa chaosu*. „Dwutygodnik” 2016, nr 1 (177), <http://www.dwutygodnik.com/artukul/6377-mapa-chaosu.html> [dokument elektroniczny, dostęp 14.02. 2016].

²⁶ T. Nelson: *Computer Lib / Dream Machines*. Tempus Books/Microsoft Press 1987.

wcześniej. Bowiem pierwsze manuskrypty, później inkunabuły i kodeksy, wysokonakładowe książki, hiperteksty, e-booki i audiobooki składają się na jeden proces, wiążący literaturę z technologią.

Proces ten szczegółowo opisuje Maciej Maryl w książce *Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*²⁷. Autor zwraca uwagę, że każda przemiana formy zapisu tekstu wynika z przeobrażeń technologicznych. Pergamin wymagał od zapisujących skrótowności i zwięzłości, zaś wynalezienie papieru wpłynęło na upowszechnienie się formy kodeksu. Stworzenie przez Gutenberga maszyny drukarskiej umożliwiło wydawanie i dystrybuowanie książek na nieznaną wcześniej skalę, zaś udoskonalenie druku w XIX wieku przyczyniło się do umasowienia literatury i pozwoliło na publikację mniej znanym autorom. Stworzenie komputera i popularyzacja tych urządzeń ułatwiły proces druku i umożliwiły powstanie hipertekstów, e-booków oraz szeroko rozumianej literatury elektronicznej²⁸.

Rewolucja e-bookowa, popularność kina, telewizji i internetu skłoniły niektórych badaczy (jak Alvina Kernana, który swoje niepokoje wyraził w publikacji o znaczącym tytule *Death of literature*²⁹) do wniosków, że nowa, elektroniczna forma dzieł sztuki niszczy naszą kulturę. Jednak XXI wiek zdaje się zaprzeczać tym niepokojom. Książka wciąż ma się świetnie, zaś e-booki nie zastąpiły papierowej lektury. Podobnego zdania jest Miha Kovac, który w książce *Never mind the web. Heres come the book* pisze:

When e-books appeared, some proffesed the death of both the printed and the codex format as such. Hovewer, as yet, both have survived such prophecies, as if they have special function in Western civilisation to store and disseminate information, knowledge and culture in the broadest sense of world. If anything,

²⁷ M. Maryl: *Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*. Fundacja Akademia Humanistyczna i Wydawnictwo IBL. Warszawa 2015.

²⁸ Tamże, s. 41-58.

²⁹ A. Kernan: *Death of literature*. Yale University Press 1992.

the codex as well as press can be defined as unique symbols of intellectual and cultural continuity in Western civilization³⁰.

W dalszych partiach swojej książki Kovac argumentuje, że wbrew przewidywaniom (np. Jeffa Gomeza, który w *Print is dead. Long live the digital book*³¹ dowodził, że książka papierowa musi zniknąć, ponieważ kolejne młode pokolenia będą poszukiwały bardziej multimedialnej i spersonalizowanej formy literatury) e-booki nie zyskały na popularności, ponieważ ich czytanie jest niewygodne i drogie (należy zakupić czytnik, a ceny e-booków nie różnią się zbytnio od cen książek papierowych), a poza tym nie odpowiadają na żadną z potrzeb, jakich zaspokaja forma kodeksu³². Wtórzy mu Robert Darnton, korygujący przewidywania Marshalla McLuhana:

Marshall MacLuhan's future has not happend. The Web, yes; global immersion in television, certainly; media and messages everywhere, of course. But the electronic age did not drive the printed word into extinction, as Marshall McLuhan prophesied in 1962³³.

Nowe technologie okazały się więc stałym elementem życia literackiego, zmieniając nasz sposób czytania, ale też i myślenia o literaturze. Literatura może przyjąć formę wpisu na blogu, forum, elektronicznej powieści w odcinkach, audiobooka, hipertekstu lub samodzielnie opublikowanego e-booka. Obcowanie z literaturą nie jest jednoznaczne z czytaniem książki papierowej, którą konieczne trzeba zakupić w stacjonarnej księgarni.

Kolejna zmiana, która nastąpiła, dotyczy związków mediów i literatury. Dariusz Nowacki w książce *Kto im dał skrzydła. Uwagi o prozie, dramacie i krytyce (2001-2010)*³⁴ pisze o interesującym zjawisku, jakim jest zniknięcie literatury z mediów po roku 2001. Nowacki rekonstruuje sytuację literatury w mediach od

³⁰ M. Kovac: *Never mind the Web. Here comes the book*. Chandos Publishing 2008, s. 10.

³¹ J. Gomez: *Print is dead. Long live the digital book*. Macmillan 2007.

³² M. Kovac: *Never minf the web...*, s. 156.

³³ R. Darnton: *The case for books. Past, present and future*. PublicAffairs 2009.

³⁴ D. Nowacki: *Kto im dał skrzydła. Uwagi o prozie, dramacie i krytyce (2001-2010)*. Śląsk. Katowice 2011.

roku 1989. W latach 90. literatura była ważnym tematem społecznym i poświęcano jej miejsce zarówno w tygodnikach opinii, telewizji publicznej i komercyjnej, oraz w radiu. Pokolenie „bruLionu” zyskało popularność medialną właśnie dzięki grze pomiędzy przestrzenią literacką a medialną. Zmiany zaczęły następować w drugiej połowie lat 90, gdy media elektroniczne bardziej interesowały się biografią pisarzy i skandalami niż samą literaturą³⁵. W 2000 roku pojawił się ważny i dyskutowany (zarówno w środowisku akademickim, jak i krytycznoliterackim) tekst Kingi Dunin *Normalka*³⁶. Krytyczka pisała:

Można więc uczcić pisarza w codziennej gazecie długim, profesjonalnym, najeżonym trudnymi terminami tekstem, którego zapewne nikt nie przeczyta. Istotny sens tego przekazu jest bowiem taki: cenimy kulturę i jest ona naszą własnością. Tak prezentowani są autorzy o już utrwalonym autorytecie, laureaci nagród. Kiedy indziej o wyborze prezentowanych autorów i dzieł decydują względy pozaliterackie, a treść książki oraz sposób jej prezentacji musi dostosować się do wymogów dyskursu, ulega publicystycznej degradacji. Literatura niczego więc nie może zaproponować ani nauczyć, może jedynie wraz z obsługującymi ją recenzentami zostać użyta, podporządkowana ważniejszemu regułom. Zostaje skonsumowana przez dyskurs dominujący. Pisarze i krytycy mają do wyboru: albo dołączyć do elit symbolicznych, albo skazać się na nieważność i niesłyszalność³⁷.

Media po roku 2000 zaczęły walkę o widza i oglądalność. Okazało się, że literatura nie jest tak interesująca, jak polityka, skandale, celebryci. Jacek Dąbala w artykule *Wpływ widzów na styl informacji telewizyjnych* pisze o populistyczno-emocjonalnych oczekiwaniach odbiorców wobec przekazów medialnych. Uwagę widzów i czytelników przyciągają treści związane z przemocą, seksem i sensacją oraz treści uznawane powszechnie za populistyczne. Dziennikarze i redaktorzy, których praca zależy od wskaźników oglądalności, zmuszeni są dostoso-

³⁵ P. Czapliński: *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*. Wydawnictwo Literackie. Kraków 2007, s. 111.

³⁶ K. Dunin: *Normalka*, <https://opoka.org.pl/biblioteka/Z/trans/kultura/kinganormalka.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 10.11.2017].

³⁷ Tamże, bs.

wywać treści i sposób przekazów do gustów masowego odbiorcy, zaś tego interesują raczej proste emocje i skandale³⁸, literatura jednak została zepchnięta na margines debaty publicznej – programy o książkach pojawiają się w wyłącznie dedykowanych programach, część czasopism literackich została zamknięta, nagrody literackie nie są przedmiotem dyskusji w mediach (poza krótkimi relacjami z wręczenia Nobla, „Nike” lub Paszportów „Polityki”), a wywiady oraz recenzje częściej pojawiają się w mediach jako materiał sponsorowany, opłacony przez wydawcę. Wyjątkiem są książki, które z różnych przyczyn zyskały rozgłos – stały się bestsellerami lub zawierają skandalizującą treść (Gołębiowski nazywa takie publikacje „faktami medialnymi”³⁹). Media zatraciły swoją misyjność, wyłączając literaturę (szczególnie artystyczną) ze swojego obiegu. Dodatkowo, gdy literatura już pojawi się w mediach, zwykle serwowana jest w nieciekawym dla odbiorcy sposób, typowym do tabloidowego tonu mediów.

Z problemami zmagają się również krytyka literacka. Przygnębiające głosy wybrzmiewają w numerze akademickiego czasopisma „Wielogłos”, który został poświęcony świadomości współczesnej krytyki⁴⁰. W ankiecie niemalże wszyscy wypowiadający się czynni krytycy literaccy zwracają uwagę na marginalizację ich głosu, wykluczenie przez mainstreamowe media. Interesująco podsumowuje sytuację Inga Iwasiów:

Słyszałam w radiu wywiad z redaktorem GW „Książki”, który mówił: krytycy sami strzelają sobie w stopę, bo wymądrzają się na temat jakichś nikogo nieobchodzących kategorii, zamiast mówić o sprawach zajmujących czytelników. Tak więc nawet w magazynie poświęconym książkom krytyków poddaje się reedukacji na komunikatywność, na kulturę masową, na zaangażowanie, na czytelność, na poczytność⁴¹.

³⁸ J. Dąbała: *Wpływ widzów na styl informacji telewizyjnych*. W: *Ludzie polskich mediów. Celebryci a redaktorzy*. Red. zbiorowa. Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2010.

³⁹ Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2014...*

⁴⁰ „Wielogłos” 2011, nr 1(9).

⁴¹ *Świadomość krytyki. Ankieta „Wielogłosu”, „Wielogłos” 2001, nr 1(9), s. 12.*

Dariusz Nowacki zwraca uwagę, że współczesna krytyka literacka jest kierowana do wyspecjalizowanego odbiorcy. Nowacki i Darska konstatują, że coraz ważniejsza jest krytyka sieciowa, uprawiana przez amatorów i niejako wypełniająca lukę po masowej, profesjonalnej krytyce literackiej. Jak pisze Krzysztof Uniłowski, ta ostatnia jest dziś domeną akademii i niskonakładowych czasopism literackich⁴². Liczba uczestników biorących udział w takiej formie komunikacji literackiej zmniejsza się, o czym świadczą kolejne problemy finansowe czasopism literackich, które są kierowane do wąskiego grona specjalistów (o czym świadczy właściwie naukowy już styl wypowiedzi w recenzjach i szkicach). Czytelnicy pozbawieni wsparcia krytyków, skazani wyłącznie na komunikaty mające więcej wspólnego z reklamą, zaczęli szukać opinii o książkach i poleceń w sieci. Tam też przeniosła się częściowo sama krytyka literacka i dyskusje o literaturze. Z jednej strony obserwujemy aktywność portali literackich (publikowane na nich teksty nie odbiegają poziomem od krytycznoliterackich czasopism). Z drugiej strony nie można lekceważyć rozwoju krytyki literackiej, uprawianej przez amatorów w formie: blogów z recenzjami, fora, grup dyskusyjnych, którzy dzielą się doświadczeniami z lektur, jak i dedykowanych książkom stronom społecznościowym, wypełnionych prostymi informacjami o książkach, dostępnych dla każdego, również niewyedukowanego czytelnika. O zubożałym języku krytyki literackiej w internecie pisał Tomasz Żukowski, zwracając uwagę, że szerokie recenzje zostały zastąpione krótkimi podsumowaniami, a szerokie analizy sprowadzają się do chwytliwych haseł i populistycznych sądów⁴³.

Ostatnim elementem, uzupełniającym naszkicowany tu obraz rynku, jest kondycja samej literatury. Temu zagadnieniu można by poświęcić wiele miejsca, jednak pewne wnioski nasuwa już spojrzenie na aktualne listy bestsellerów. Je-

⁴² K. Uniłowski: *Krytyka na uniwersytecie*. W: Tegoż: *Kup Pan książkę! Szkice i recenzje*. Wydawnictwo FA-art. Katowice 2008.

⁴³ T. Żukowski: *HIT/KIT. Język krytyki literackiej w massmediach*. W: *Obraz literatury w komunikacji społecznej po roku '89*. Red.: A. Werner, T. Żukowski. Stowarzyszenie Pro Cultura Litteraria i Wydawnictwo IBL. Warszawa 2013.

stem daleka od stawiania ostatecznych diagnoz, jednak interesuje mnie, co czytają czytelnicy i jakie teksty są powszechnie uznawane za ważne. W dalszej części pracy będę porównywać książki znajdujące się na listach bestsellerów z tymi wydawanymi w ramach self-publishingu oraz odnosić się do problemu kanonu. Teraz jednak spójrzmy na listę bestsellerów dużej księgarni sieciowej. Wertując kilka ostatnich tomów *Rynku książki w Polsce* oraz przeglądając aktualne listy bestsellerów największych sieci księgarskich (Empik i Matras), można dojść do następującego wniosku: jeszcze kilka lat temu (mniej więcej do roku 2010, chociaż trudno wyznaczyć precyzyjną cezurę) trendy czytelnicze były jasne. Najlepiej sprzedawały się podręczniki, poradniki oraz literatura fachowa, ale na listach bestsellerów królowały romanse, kryminały i fantastyka. Niektórzy autorzy zdobyli długoterminową popularność – jak Joanne K. Rowling, Stephen King, Stieg Larsson, Paulo Coelho, Dan Brown⁴⁴. Zwykle większość miejsc na listach najlepiej sprzedających się książek okupowały tłumaczenia – na podstawie poszczególnych notowań możemy przyjąć, że ich przewaga wyraża się w stosunku 3:1. Pod tym względem wyjątkowy był rok 2010, gdy Polacy zaczytywali się Michałem Witkowskim, Olgą Tokarczuk, Małgorzatą Kalicińską, Katarzyną Grocholą⁴⁵. Oczywiście, wśród gatunków pojawiały się nowe i modne subgatunki, jak romans paranormalny i kryminał retro. Jednak tendencje były w miarę przewidywalne: jeśli książka była autorstwa uznanego za granicą pisarza, należała do jednego z popularniejszych gatunków i została zekranizowana – mogła również u nas okazać się bestsellerem. Bardziej nieprzewidywalne były losy polskich autorów, jednak ci z wyrobionym nazwiskiem mogli liczyć na uznanie. Dodatkowo, dzięki uwadze mediów, nagrody literackie w pewnym stopniu ułatwiały znalezienie się na liście bestsellerów. Obecnie sytuacja jest o wiele bardziej niestabilna. W 2013 na listy bestsellerów trafiły zarówno kolejne dziełko

⁴⁴ Zob. Ł. Gołębiowski, K. Frołow, P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2010. Wydawnictwa*. Biblioteka Analiz. Warszawa 2010, s. 33.

⁴⁵ Tamże.

ze świetnie sprzedającej się serii erotycznej Eriki Leonard James, jak i książki aktualnych fit-celebrytek, wyznania córki generała Jaruzelskiego, powieści królowych polskiego romansu (Anna Ficner Ogonowska i Katarzyna Grochola), nowy utwór Wiesława Myśliwskiego – będącego w tym gronie swego rodzaju reprezentantem literatury wyższej, kryminały, książki z ekranizacjami, pamiętniki Witolda Gombrowicza⁴⁶. I choć fantastyka, kryminał i romans wciąż są popularne, trudno mówić o stałych trendach. Popularność może zdobyć gwiazdka sezonu i nowa powieść klasyka literatury, dobrze napisany reportaż, jak i kiepska powieść erotyczna.

Jak wygląda sytuacja ekonomiczna autorów w Polsce? Pytanie jest ważne, ponieważ self-publishing łamie stare zasady gry. Autor przejmuje stery, zastępuje wydawnictwo i samodzielnie wydaje swoją książkę. Aby zrozumieć motywację autorów, należałoby przyjrzeć się sytuacji finansowej pisarzy. Możliwość taką daje publikacja *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Raport z badań* autorstwa Grzegorza Jankowicza, Piotra Mareckiego, Alicji Pałęckiej, Jana Sowy i Tomasza Warczoka⁴⁷. Badacze przepytali siedemdziesiąt pisarzy i pisarek, wykorzystując kwestionariusz skonstruowany przez Pierre'a Bourdieu i jego grupę badawczą z lat sześćdziesiątych, a także sprawozdania z wywiadu sporządzonego przez ankieterów zgodnie ze wzorem stosowanym przez Bourdieu w czasie samych badań oraz wywiadu częściowo ustrukturyzowanego, przeprowadzonego według dyspozycji przez zespół ankieterów na terenie Polski. Badano warsztat pracy, relację z wydawnictwami, kondycję materialną, relacje z mediami i krytyką, komunikację i autoprezentację, stosunek do instytucji i stowarzyszeń oraz problemów społecznych, rekreację i towarzyskość⁴⁸.

⁴⁶ Zob. Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2014...*, s. 39-40.

⁴⁷ *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu...*

⁴⁸ Zob. tamże, s. 167.

Z raportu wynika, że działalność pisarska jest przez samych pisarzy traktowana jako działalność dodatkowa, niezapewniająca stałego przychodu. Autorzy raportu piszą:

oprócz twórców tego typu literatury [kryminałów, romansów, „literatury kobiecej”, dziecięcej, fantastyki – przyp. K.K.] jest w Polsce może pięć osób, które mogą pozwolić sobie na luksus życia wyłącznie ze sprzedaży książek, bez konieczności dorabiania sobie na przykład pisanie do wysokonakładowej prasy⁴⁹.

Kondycji materialnej pisarzy w raporcie został poświęcony podrozdział, wraz z anonimowymi wypowiedziami pisarek i pisarzy. Obraz zarysowany przez ankietowanych jest przygnębiający – pisarze nie uznają swojej aktywności literackiej za działalność zawodową, ponieważ większość z nich zmuszona jest wykonywać inną pracę, dającą im utrzymanie. Wśród zebranych opinii można znaleźć następujące: ambiwalentne zdanie na temat zaliczek (wymuszają rytm pracy i terminy), zadowolenie z wysokości dochodów z pisanie, akceptacja niskiego zarobku lub jego braku, przekonanie, że wraz z nagrodą literacką pojawiają się wyższe zarobki lub że z pisanie można się utrzymać dopiero po wydaniu kilku książek. W podsumowaniu raportu możemy przeczytać:

materialny aspekt społecznego funkcjonowania pisarzy i pisarek jest pełen paradoksów wynikających z faktu, że tworzenie literatury, czyli w samoopisie badanych najważniejszy element definiujący ich tożsamość i rolę społeczną, nie dostarcza wystarczających środków do życia. To dla rozmówców tak pewne jak prawo grawitacji. Dlatego kwestie finansowe niespecjalnie rzutują na wybór wydawnictwa⁵⁰.

O kondycji ekonomicznej współczesnych pisarzy decydują dwa czynniki: wysokość zaliczki i procentu od sprzedaży. Początkujący pisarz raczej nie może liczyć na wysoką zaliczkę (2000 złotych wydają się szczytem możliwości dla osoby bez wyjątkowych osiągnięć, biografii, książek na koncie lub innych czyn-

⁴⁹ Tamże, s. 173.

⁵⁰ Tamże, s. 196.

ników, które mogłyby utwierdzić wydawnictwo w przekonaniu o potencjalnym sukcesie). Po roku 1989 wydawnictwa z instytucji kultury przekształciły się w komercyjne firmy, gdzie zysk (więc przetrwanie wydawnictwa) jest zależny od każdej książki. W obliczu dominacji podmiotów dystrybucyjnych i księgarskich, wraz z ich wysokimi marżami, wydawnictwa zarabiają mniej, są więc mniej skłonne oferować wysokie stawki polskim i zagranicznym autorom. Stąd niskie zaliczki. Wysoki zarobek pisarza wynika głównie z liczby sprzedanych egzemplarzy, a przy malejących nakładach i rosnącej liczbie tytułów trudno potraktować działalność pisarską jako wyłączny sposób utrzymania, jeśli nie mówimy o bestsellerowych autorach.

Ten obraz warto uzupełnić o sytuację debutantów, którym oferowane są najniższe zaliczki, jeśli w ogóle są im proponowane. Trudno opublikować pierwszą książkę, wydawcy są nieufni i boją się ryzykować w momencie, gdy rynek książki jest niestabilny. Na pewno debutanci mieli łatwiejszą sytuację w okresie od 1989 do właściwie 2005 roku⁵¹, wraz zawirowaniami na rynku książki zaczęły się problemy. W roku 2009 nastały dla nich wyjątkowo trudne czasy, wydawcy w związku z spadającymi wynikami sprzedażowymi woleli inwestować w sprawdzone nazwiska⁵². W ostatnich latach (od roku 2012⁵³) zaczęło się to zmieniać. Krzysztof Cieślík pisze o wydawniczych realiach z początku 2016 roku:

debutantów próbują lansować nieśmiało duże wydawnictwa, które do tej pory specjalizowały się głównie w przechwytywaniu pisarzy z mniejszych oficyn. Znak w ubiegłym roku nie trafił z Żanną Słoniowską i Dominiką Słowik (choć udało mu się to w literaturze faktu z Magdą Grzebałkowską), Wydawnictwo Literackie i W.A.B. ryzykowały nieco mniej, publikując odpowiednio książki znanego reportera (Andrzej Muszyński) i cenionego tłumacza (Maciej Pła-

⁵¹ Zob. Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2005*. Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2005, s. 24.

⁵² Zob. Ł. Gołębiowski, K. Frołow, P. Waszczak: *Rynek książki w Polsce 2009*. Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2009, s. 95-98.

⁵³ Zob. Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2012*. Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2012.

za). W przypadku debiutantów droga z małej oficyny do dużej prawdopodobnie będzie coraz rzadsza. Już teraz Czarne, W.A.B. czy Znak zaczynają odważniej stawiać na młodych autorów. To zresztą jeden z najbardziej pozytywnych sygnałów na rynku wydawniczym, choć nie można wykluczać, że coraz częściej będzie się działo tak, jak w przypadku Jakuba Wojtaszczyka, który pierwszą powieść wydał własnym nakładem i właściwie sam siebie wypromował, a już w marcu jego druga książka ukaże się w wydawnictwie Akurat (czyli imprincie Muzy)⁵⁴.

Interesująco wyglądają relacje autor – wydawnictwo. Z raportu wynika, że pisarze, poza kwestiami materialnymi, kierują się następującymi czynnikami przy wyborze wydawnictwa: zachowanie kontroli nad prawami autorskimi, proponowana strategia promocyjnej, wpływ na szatę graficzną książki⁵⁵. Dodatkowo, jedna trzecia badanych deklaruje, że propozycja wydania książki wyszła ze strony wydawnictwa, reszta decydowała się na współpracę ze względu na zbieżność pomiędzy linią wydawniczą a tworzonymi przez nich tekstami, chociaż tylko 10% badanych deklaruje, że nie planuje już zmieniać wydawnictwa. Dynamiczne przejścia pomiędzy wydawnictwami zdają się umotywowane albo czynnikami finansowymi, promocyjnymi, czasem też potrzebą większego prestiżu. Pisarze i pisarki wierzą w istotność promocji, dystrybucji i jakość pracy redakcyjnej⁵⁶, jednak opinie na temat samej współpracy autor-wydawnictwo są różne i rozproszone (od zadowolenia po skrajne niezadowolenie z wszystkich elementów procesu wydawniczego, promocji, dystrybucji, praw i samej współpracy).

Trudno ocenić sytuację ekonomiczną polskich pisarzy jako jednoznacznie dobrą lub złą. Pewne jest, że los pisarza zależy od liczby sprzedanych egzemplarzy, czyli popularności i obecności na listach bestsellerów. Tych mniej popularnych, niszowych ratują granty artystyczne i nagrody literackie, przyznawane autorom, którzy wykazali się wyjątkowym talentem pisarskim. Myśląc w

⁵⁴ K. Cieślík: *Mapa chaosu...*, bs.

⁵⁵ Zob. *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu...*, s. 197.

⁵⁶ Zob. tamże, s. 200.

kategoriach wypracowanych przez Pierre'a Bourdieu, znowu dochodzi do polaryzacji pola. Albo listy bestsellerów w sieciowych księgarniach, albo granty. Pewne jest, że przy obecnych, zmiennych trendach żaden pisarz nie może się czuć całkowicie pewnie. Wydanie każdej książki wiąże się z koniecznością ponownego przebijania się przez ciągle wzrastającą liczbę nowych nazwisk na rynku, pokonywania nowych i intensywnie promowanych tytułów, przekonywania czytelnika do siebie i udowadniania mu, że warto wydać na zakup nowej książki kwotę odpowiadającą wydatkom na inne, czasem mniej angażujące umysłowo rozrywki. Nic więc dziwnego, że doświadczeni autorzy decydują się niekiedy na napisanie trylogii lub serii, mając na uwadze swoją sytuację zarobkową – umowa jest wtedy podpisywana na kilka tomów, a raz zainteresowany czytelnik sięgnie po następną część opowieści. Kolejnym zabiegiem, który ma pomóc w utrzymaniu się na rynku, jest częste publikowanie. Choć niektórzy pisarze są w stanie utrzymać regularne i częste tempo publikowanych tekstów (tutaj wzorem jest Stephen King, który ogłasza nawet kilka nowych powieści w ciągu roku), nie wszystkim odpowiada taki tryb pracy. Wszelako dziś jednym z ważniejszych elementów współczesnego rynku książki jest regularna obecność autora. Książka w zalewie innych musi przykuć uwagę, a każda większa przerwa między kolejnymi publikacjami sprawia, że czytelnik może zapomnieć o swoich gorących uczuciach wobec pisarza i skupić się na propozycjach konkurencji (w czym nierzadko pomaga mu nachalna promocja). Pisarze, którzy dopiero wdrapali się na szczyty popularności, poza tworzeniem cykli, stosują technikę publikowania tekstów bardziej okolicznościowych, wymagających mniejszego nakładu pracy niż pełnoprawna powieść. Dariusz Nowacki pisał o takiej strategii w wypadku dzienników Jacka Dehnela i Szczepana Twardocha⁵⁷.

⁵⁷ Zob. D. Nowacki: *Blogaski w okładkach, czyli jak Dehnel i Twardoch pamiętniki wydali*. Wyborcza.pl, 03.11.2015, <http://wyborcza.pl/1,75475,19128896,blogaski-w-okladkach-czyli-jak-dehnel-i-twardoch-swoje-pamietniki.html> [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

Czy self-publishing może być rozwiązaniem dla współczesnego rynku książki? Na pewno pojawienie się takiego zjawiska jest związane z przemianami rynku, jakie możemy obserwować w ostatnich latach.

Zacznijmy od problemu z dystrybucją. Duże sieci księgarskie wyparły małe, lokalne księgarnie, marże sieciówek są wysokie, a firma księgarska może odmówić dystrybucji książki, którą uznaje za mało komercyjną. Self-publisherzy, samodzielnie sprzedając swoje książki (poza księgarniami) na stronach internetowych lub przy pomocy specjalistycznych portali, omijają wydłużony łańcuch dystrybucji i minimalizują rolę księgarzy. Decydują o ostatecznej cenie, a ponieważ sprzedają książkę samodzielnie, nie muszą dzielić się marżą z księgarnią.

Nieobecność krytyki literackiej i dyskusji o literaturze w mediach tradycyjnych (prasa, radio, telewizja) jest zastępowana przez aktywność autorów, krytyków i blogerów w internecie. Dyskusja o literaturze wciąż się toczy, ale w innym środowisku i na innych zasadach, co świadczy, że wciąż znajdują się czytelnicy zainteresowani tematem, pragnący być elementem tejże dyskusji.

Spadający poziom czytelnictwa trudno zapewne połączyć z self-publishingiem. Jednak o tym szerzej piszę w rozdziale poświęconym relacji nadawca-odbiorca oraz czytelnikom niezależnych pisarzy. Uważam, że zarówno blogerzy książkowi, jak i self-publisherzy należą do grupy intensywnych czytelników, osób zainteresowanych książką i literaturą. Zdaje się więc, że internet pozwala takim czytelnikom na realizowanie swoich pasji, pomimo pozornego braku popularności literatury w świecie offline.

Zalew nowości, trudność w wyznaczeniu trendów literackich bezpośrednio powoduje specyficzną sytuację gatunkową w self-publishingu (kolejny rozdział), a z drugiej strony zapewne motywuje część twórców do samodzielnego wydawania swoich tekstów i kierowania ich do wąskich grup odbiorców.

Popularny wśród niezależnych autorów format elektroniczny wynika zarówno z pewnego zaufania i zainteresowania nowymi technologiami, jak też niższych kosztów produkcji i dystrybucji. E-book, wraz z niezależnym publikowa-

niem i krytyką blogową, należy do tego samego porządku: literatury elektronicznej, którą z łatwością może tworzyć każdy, kto posiada dostęp do komputera i internetu. I chociaż – jak wynika z prezentowanych danych – rynek e-bookowy wciąż nie jest duży, wielu self-publisherów decyduje się właśnie na te medium.

Ostatni aspekt to pozycja autora. W tradycyjnym systemie autor jest wyłącznie wytwórcą treści, który za swoją pracę otrzymuje honorarium. W sytuacji, gdy wielu pisarzy nie traktuje swojego zajęcia jako zawodu, zarobki są niskie, a debiutanci mają trudność z pozyskaniem wydawcy, self-publishing jest bezpośrednim rozwiązaniem dla twórców, przekształcającym instytucje wydawnictwa i autora. Autor w zasadzie zastępuje wydawnictwo, samodzielnie podejmuje decyzje, czy i jak wydać swoją książkę oraz jak dotrzeć do czytelników. Zmienia się jego sytuacja ekonomiczna – już nie jest skazany na kilka procent honorarium, wydzielonego z ceny okładowej książki, ale stając się wyłącznym wydawcą pisanych przez siebie treści, może stać się jedyną osobą, która czerpie korzyści majątkowe z napisanej przez siebie książki. Wraz z usunięciem z obiegu książkowego wydawnictwa (i wypełnieniu tej luki przez autora) zmienia się pozycja tego ostatniego.

Nie uważam, żeby self-publishing był rozwiązaniem wszystkich problemów rynku wydawniczego, ponieważ sam (jak wskazuję w części poświęconej dyskusji nad zjawiskiem) generuje kolejne. Jeśli jednak spojrzymy na punkty zapalne na rynku książki oraz na idee związane ze zjawiskiem (wolność, niezależność, wyższe stawki, autor jako instytucja dominująca w obiegu), to można zauważyć, że self-publishing nie rozwinąłby się na taką skalę, gdyby nie chaos na rynku książki.

SELF-PUBLISHING. UCZESTNICY

DEFINICJA ZJAWISKA I STAN BADAŃ

Przez self-publishing i niezależne publikowanie rozumiem samodzielne wydawanie tekstów przez autora, który rezygnuje z usług wydawnictwa i sam opłaca cały proces wydania⁵⁸. Jen Pecoskie i Heather Hill uważają, że self-publishing jest terminem obejmującym wiele zjawisk⁵⁹. Za self-publishera można więc uznać pisarza publikującego w drugim obiegu, autora-wydawcę, twórcę fanfiction, ale i blogera, umieszczającego e-booki na swojej stronie internetowej. Korzenie self-publishingu sięgają w głąb historii książki i komunikacji, ale w ramach tej rozprawy będzie interesował mnie wyłącznie self-publishing w formie internetowej, który stał się popularny na początku XXI⁶⁰.

⁵⁸ O problemach z definicją zjawiska pisał Marek Deja: „Jednoznaczne zdefiniowanie terminu samopublikowanie nie jest łatwe. Eksperci i autorzy odmiennie go interpretują, co w sytuacji funkcjonowania zjawiska na dwóch płaszczyznach, cyfrowej i drukowanej, dodatkowo komplikuje sprecyzowanie pojęcia. Na wstępie należy przytoczyć definicje podstawowe, nie uwzględniające procesu cyfryzacji. Zgodnie z jedną z nich samopublikowanie to samodzielne wydawanie książek przez autora, w ramach którego proces publikacji odbywa się bez udziału wydawnictwa, na koszt własny autora, a liczba współpracujących osób ograniczona jest do minimum. Takie rozumienie skupia się głównie na nakładzie pracy włożonym przez autora w całokształt procesu publikacji. Inna interpretacja, uwzględniająca głównie czynnik finansowy, mówi, że samopublikowanie jest metodą wydawania książek drukiem przez profesjonalne firmy lub wydawnictwa z zastrzeżeniem, że proces ten częściowo lub w całości finansowany jest przez autora. Wydawcą jest sam autor, gdyż on odpowiada za treść, skład, korektę i ostateczną formę książki. Wydawnictwo lub specjalna firma ma – jako podwykonawca – odpowiadać może za przechowywanie, promocję i udostępnienie dokumentu, bez możliwości ingerencji w publikowany tekst. Firmy, chcąc świadczyć usługi wspierające samopublikowanie, nie mogą odmówić świadczenia ze względu na zawartość, z wyjątkiem treści naruszających przepisy prawa”. Zob. M. Deja: *Analiza zjawiska elektronicznego samopublikowania. Modele elektronicznego samopublikowania*. „Nowa Biblioteka” 1(16) 2015, s. 10, <http://www.knb.ibin.us.edu.pl/wp-content/uploads/2015/06/Deja.pdf>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2016].

⁵⁹ J. Pecoskie i H. Hill: *Beyond traditional publishing models: An examination of the of the relationships between authors, readers, and publishers*. „Journal of Documentation” 2015, no. 71(3). <http://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1130&context=fimspub>, s. 4.

⁶⁰ Zob. tamże.

Poprawna ocena wielkości zjawiska jest niemożliwa. Chociaż co roku Biblioteka Narodowa określa liczbę opublikowanych tytułów w Polsce, tytuły publikowane samodzielnie przez autorów (a którym nadano numer ISBN) nie są oddzielnie klasyfikowane. O self-publishingu w kontekście druku na żądanie pisała Anna Highland⁶¹, zaś o usłudze druku na żądanie i katalogowaniu takich danych Peter Brantley⁶² i inni badacze⁶³, uwzględniający w szczególności wpływ self-publishingu na funkcjonowanie bibliotek, księgarni i wydawnictw. Alison Baverstock i Jackie Steinitz pytali o przyszłość rynku wydawniczego, widząc w self-publishingu możliwość realizacji potrzeb autorów odrzuconych przez rynek. Skupili się na motywacjach poszczególnych twórców, starając się zrozumieć, jak zmiany demograficzne doprowadziły do popularności takiego zjawiska, z naciskiem na nowy model wydawania⁶⁴. Zespół badawczy pod kierownictwem Jany Bradley podniósł kwestię wpływu czytelników na rozwój self-publishingu⁶⁵. Claire Squires i Padmini Ray Murray⁶⁶ analizowali nowy obieg literacki tekstów elektronicznych, opierając się na teorii obiegów literackich wypracowanych przez Roberta Darntonta⁶⁷, z uwzględnieniem self-publishingu. Jen Pecoskie i

⁶¹ Zob. A. Highland: *Opening the gates: Print on-demand publishing as cultural production*. „Publishing Research Quarterly” 2006, no. 22(3).

⁶² Zob. P. Brantley: *The new missing books*. „Publishing Research Quarterly” 2006, no. 28(3).

⁶³ Zob. J. Dilevko, K. Dali: *The self-publishing phenomenon and libraries*. „Library & Information Science Research” 2006, no. 2(28); S. Glantz: *Do self-published books have a place in your library?*. „Library Media Connection” 2013, no. 1(32); J. Hadro: *What's the problem with self-publishing*. „Library Journal” 7(138) 2013; T. Laquintano: *Sustained authorship. Digital writing, self-publishing, and the ebook*. „Written Communication” 2010, no. 4(27).

⁶⁴ Zob. A. Baverstock, J. Steinitz: *Who are self-publishers?*. „Learner Publishing” 2013, no. 26.

⁶⁵ Zob. J. Bradley, B. Fulton, M. Helm, K. A. Pittner: *Non-traditional book publishing*. „First Monday” 2011, no. 8(16) 2011, <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3353/3030>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03. 2017].

⁶⁶ Zob. C. Squires i P. R. Murray: *The digital publishing communication circuit*. „Book 2.0” 2013, no. 1(3).

⁶⁷ Zob. R. Darnton: *What is history of the book? W: The kiss of Lamourette: reflections in cultural history*. Norton. Londyn 1990.

Heather Hill skupiły się na związkach self-publishingu i fanfiction, uznając samodzielnie publikujących autorów fanfiction za intensywnych czytelników⁶⁸.

W Polsce o self-publishingu pisali m.in. Violetta Lachowska⁶⁹, Paweł Nowak⁷⁰, Marek Deja⁷¹, Maciej Maryl⁷². Do tej pory jednak nie zostały przeprowadzone szerzej zakrojone badania. Ponadto self-publishing jest prawie nieobecny w krytycznej dyskusji na temat współczesnej literatury w Polsce. Krytycy nie komentują książek publikowanych w ten sposób, większość książek self-publisherów nie jest promowanych na dużą skalę (ogólnopolskie media, spotkania autorskie, reklamy, itd.). A jeśli już polskie media wspominają o self-publishingu, to zawsze zjawisko przedstawiane jest jako ciekawostka⁷³.

Self-publishing często nie jest traktowany poważnie, zarówno przez naukowców, krytyków literackich, jak i samych pisarzy. Wystarczy przytoczyć wypowiedzi kilkorga graczy z pola literatury, zaczynając od wydawców. Beata Stańska, wiceprezes zarządu Grupy Wydawniczej Foksal:

Wydawnictwo to ludzie o pewnych kompetencjach. Self-publishing nie zakłada żadnych norm edytorskich. Ale bywają świadomi autorzy, którzy sami opłacają redaktorów i korektorów. Stąd pytanie, które musi sobie zadawać wydawca, lub aroganckie życzenie niektórych autorów: po co jest wydawca? Może to pytanie dotyczy jutra. Niemniej nie łudźmy się – przed nami naprawdę trudne czasy i duże wyzwania. Coraz więcej autorów pisze swoje książki od razu w języku angielskim, bo twierdzą, że ta lingua franca zapewni im ekspansję na rynek

⁶⁸ Zob. J. Pecoskie, H. Hill: *Beyond traditional publishing models...*

⁶⁹ Zob. V. Lachowska: *Self-publishing dla początkujących*. „Biuletyn EBIB” 2007, nr 3, http://www.ebib.info/2007/84/a.php?dobrogowska_schlebusch, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

⁷⁰ Zob. P. Nowak: „Samopublikowanie”. *Stara metoda nowy sens w dobie e-science*. „Biblioteka” 2009, nr 13.

⁷¹ Zob. M. Deja: *Analiza zjawiska elektronicznego samopublikowania...*

⁷² Zob. M. Maryl: *Kim jest pisarz (w internecie)? W: Tegoż: Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2015.

⁷³ Zob. M. Zwierzchowski: *Pisarzom się wydaje*. „Polityka” 24 marca 2015, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1613159,1,chcesz-byc-autorem-ksiazki-najpierw-zaplac.read>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2016].

globalny. Wydawcy przepatrują listy bestsellerów self-publishingu. Do tego księgarnie zamieniają się w miejsce ekspozycji książki, a nie sprzedaży⁷⁴.

Wydawcy zdają się dostrzegać zmianę i pewne zagrożenie, które niesie samopublikowanie – gdy niezależni autorzy zaczną świadomie wydawać swoje książki, kopiując przebieg profesjonalnego procesu wydawniczego, dystrybucji i promocji, sztab agentów literackich, redaktorów, a wreszcie całe wydawnictwa mogą okazać się zbędne, co zmusi te ostatnie do zredefiniowania swojej roli. Nic dziwnego, że self-publishing może wywoływać niepokój środowiska wydawniczego. W tym kontekście stosunek tradycyjnych czytelników i wydawców doskonale podsumowuje Andrea Sachs: „mówienie, że jesteś samopublikującym autorem, było jak ogłaszanie, że jesteś neurochirurgiem-samoukiem”⁷⁵. Samopublikowanie jest konotowane z grafomaństwem (skoro żadne wydawnictwo nie chciało wydać książki, musi być kiepska), jednak takie postrzeganie zjawiska zaczyna się (szczególnie na Zachodzie) zmieniać wraz z rosnącą popularnością self-publishingu i sukcesami kolejnych pisarzy.

Self-publishing ma jednak wielu przeciwników. Ostro self-publishing ocenia na swoim blogu pisarz Paweł Pollak:

(...) Dobrzyńska robi długi wykład, że tradycyjne wydawnictwa uległy komercjalizacji. Jakby self-publisherzy pisali prozę wyśokoartystyczną i dlatego nie byli przez nie przyjmowani. Tymczasem gros self-publisherów tworzy w gatunkach przez wydawców preferowanych: fantasy, kryminał, tzw. powieść kobieca. Nie więc komercjalizacja jest przeszkodą na drodze do normalnego debiutu, tylko fatalna jakość tekstów. Bo najgorszy chłam wydawany przez normalne wydawnictwa jest na dużo wyższym poziomie niż książki publikowane przez wydawnictwa „ze współfinansowaniem”.

Dlatego właśnie, że istnieje selekcja, a utwory, które zostały przyjęte, są redagowane i poddawane korekcie. Wydawnictwa mogą

⁷⁴ Zob. *Rozmowa z Beatą Stasińską*. „Notes Wydawniczy” 2013, nr 5. Cytat za: Ł. Gołębiowski i P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2013*. Wydawnictwa. Warszawa 2014.

⁷⁵ Zob. A. Sachs: *Books unbound*. „Time” 2009, no. 173, p. 72.

publikować pornografię, ale będzie to pornografia wywołująca podniecenie, pornografia publikowana przez self-publisherów będzie w większości śmieszyc. Poza tym komercjalizacja wcale nie zabiła literatury lepszej, ambitnej. Jakoś nie ma kłopotów, żeby znaleźć książki, które można by nominować do Nike czy Angelusa. I jakoś nie są to książki self-publisherów. Nieprawdą jest też, że książki lepsze i trudniejsze nie mogą się dobrze sprzedawać, więc wydawnictwa i z takimi próbują trafić w rynek. Poza tym autorzy tekstów wysokoartystycznych mogą liczyć na niszowe oficyny działające dla idei⁷⁶.

Najpoważniejsze zarzuty miałyby dotyczyć jakości publikowanych tekstów. Słabe, niedopracowane, zarówno pod względem treści, jak i edytorskim, niebrane pod uwagę przez ważne nagrody literackie. Self-publisherzy mieliby zalewać rynek kiepskimi publikacjami, ze szkodą dla czytelnika, jak uznał analityk rynku książki, Łukasz Gołębiowski. Krytyczne głosy cytuje w artykule poświęconym self-publishingowi (*Śmierć pośrednika*) Jakub Zgierski:

Zmienia się więc tekst, rola autora, zarobki pisarzy, sposób dystrybucji i samo czytanie. Wygląda mi to na przejaśnienie w dość ponurym krajobrazie, ale dla strażników (gatekeepers) świata literackiego sprawa ma się dokładnie na odwrót:

Pisać każdy może i to jest prosta droga do często pozornego zaistnienia. Jak słyszę, że kilka lat temu w self-publishingu amerykańskim zawisły trzy miliony tytułów, to tracę przyjemność czytania. Jak mam się w tym orientować i po co? – Beata Stasińska, wydawca.

Uważam, że w Polsce wydaje się za dużo książek. Może nie mnie to oceniać, ale pisarze piszą za dużo. Człowiek nie nadąża – Michał Nogaś, krytyk.

Jest boom na książki, są wydawane w setkach i tysiącach na całym świecie, w różnych formach. Wygląda na to, że wszyscy no-

⁷⁶ Zob. P. Pollak: *Pisarz, self-publisher, grafoman*, www.pawel-pollak.blogspot.com/2013/10/pisarz-self-publisher-grafoman.html, [strona www, dostęp 1.03.2017].

szą w sobie powieści. Dobrze by było, gdyby je tam pozostawili – Javier Marias, pisarz⁷⁷.

Zarzuty skupiają się na zalewie rynku literaturą (przy obecnej nadprodukcji książek wydawanych w wydawnictwach), dodatkowo – literaturą kiepskiej jakości, która powinna pozostać w szufladach. Czytelnik zaś miałby być zagubiony wśród nowych publikacji, nie potrafił odróżnić ziarna od plew, był niejako zmuszony do czytania kiepskiej literatury.

Podsumowując, profesjoniści z rynku książki wskazują, że self-publishing niszczy rynek przez zalew kiepskich i źle wykonanych publikacji, doprowadzając niejako do chaosu i utrudniając czytelnikowi sięgnięcie po dobrą literaturę. Właśnie – dobrą literaturę. Znaczące jest, że wypowiedzi padają ze strony wydawców, krytyków i pisarzy, walczących o artystyczną jakość. Nie jest więc krytykowany proces samodzielnej publikacji książki, ale jego skutki – marne poziom literacki udostępnianych w ten sposób dzieł. Przedstawiciele porządku wydawniczego zdają się więc promotorami polityki literatury artystycznej, wysokiej, sobie przyznając prawo do oceny jej wartości, pomimo tego, że rynek co roku i tak zalewany jest tytułami marnej jakości, a na wspominatej liście bestsellerów Empiku trudno znaleźć prozę artystyczną lub poezję. Chodzi więc tutaj bardziej o kreowanie się wydawców na znawców i arbitrów sztuki oraz powielanie tego stereotypu w komunikacji z czytelnikami, niż o realne działania. Tymczasem wydawanie literatury pięknej nie jest tu właściwym celem. Celem jest zarabianie i prowadzenie biznesu, przynoszącego zyski. A wchodzenie w rolę kuratora stanowi wyłącznie zagrywkę wizerunkową, co niekoniecznie pokrywa się z prawdą. Wydawcy, pomimo publikowania książek odpowiadających niezbyt wysublimowany gustom szerokiej klienteli, widzą siebie jako ostatnie bastiony kultury literackiej, chroniące rynek przed zalewem grafomanii, a wtórują im w tym tygodniki opinii oraz inni przedstawiciele kultury druku.

⁷⁷ Zob. J. Zgierski: *Śmierć pośrednika*. „Dwutygodnik”, <http://www.dwutygodnik.com/artukul/5358-smierc-posrednika.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 12.08. 2016].

Z drugiej strony w Kanadzie niezależni pisarze mogą zostać pełnoprawnymi członkami związku pisarzy⁷⁸, w Wielkiej Brytanii na The University of Central Lancashire można podjąć studia z self-publishingu⁷⁹, a księgarzy stacjonarnych zachęca się do dystrybuowania książek samopublikujących autorów⁸⁰. Self-publishingu bronią publikujący w ten sposób autorzy, choćby Aleksander Sowa, odpowiadający w blogowej notce wspomnianemu już Pawłowi Pollakowi⁸¹. Wskazuje on, że sami czytelnicy są zainteresowani książkami wydawanymi w ten sposób, pozytywnie oceniają takie publikacje. O zjawisku ciepło wyraża się również krytyk literacki, Marcin Wilk, jednocześnie podkreślając, że samodzielni wydawcy muszą zadbać o jakość edytorską publikowanych tekstów. Dobrego zdania o takim sposobie publikacji jest również inny krytyk literacki, Tomasz Sobieraj, zwracający uwagę na to, że wielu uznanych autorów (jak Stanisław Ignacy Witkiewicz, Bruno Schulz i Juliusz Słowacki) wydawało swoje dzieła samodzielnie⁸². Dla zwolenników self-publishingu jest to po prostu inny sposób wydawania tekstów, pozbawiony negatywnych skojarzeń z niskim poziomem literackim. Autor jest osobą odpowiedzialną za tekst i jeśli jest on kiepski, to właśnie twórca odpowiada za taki stan rzeczy, a nie idea self-publishingu. Self-publishing, według nich, nie konotuje grafomaństwa, jest natomiast alternatyw-

⁷⁸ *Samopublikujący pisarze zostaną uznani w Kanadzie pełnoprawnymi literatami?*, <http://booklips.pl/newsy/samopublikujacy-pisarze-zostana-uznani-w-kanadzie-pelnoprawnymiliteratami/>, [dokument elektroniczny, dostęp 16.02.2014].

⁷⁹ Zob. L. A. Flood: *First self-publishing MA offers DIY education*, <http://www.theguardian.com/books/2014/feb/05/first-self-publishing-ma-university-of-central-lancashire> [dokument elektroniczny, dostęp 16.02.2014].

⁸⁰ Zob. T. Tunja: *Why Don't More Bookstores Stock Self-published Titles?*, <http://publishingperspectives.com/2014/01/why-dont-more-bookstores-stock-self-published-titles/> [dokument elektroniczny, dostęp 16.02.2014].

⁸¹ Zob. A. Sowa: *Sprawdź, czy self-publishing to nowoczesna grafomania*. Goodreads, https://www.goodreads.com/author_blog_posts/9334926-sprawd-czy-selfpublishing-to-nowoczesna-grafomania [dokument elektroniczny, dostęp 12.08. 2016].

⁸² Zob. *Rozmowa: Janusz Najder, Tomasz Sobieraj POEZJA, ETYKA I... POLITYKA*, <http://krytykaliteracka.blogspot.com/2012/05/rozmowa-janusz-najder-tomasz-sobieraj.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 12.08. 2016].

ną dla pisarzy, którzy nie chcą publikować w tradycyjnym modelu (np. z powodów ekonomicznych – gdy self-publishing jest dla nich bardziej korzystny) lub nie dostali takiej możliwości (zważając na fatalną sytuację rynkową dla debiutantów).

HISTORYCZNE KORZENIE SELF-PUBLISHINGU

Zważając na transgraniczny charakter zjawiska, możemy szukać korzeni samodzielnego wydawania książek w szeroko rozumianej historii książki. W takim wypadku należałoby przeanalizować mechanizm obrotu pieniędzmi już od początków drukarstwa (i odpowiedzieć na pytanie, kto opłacał proces wydawniczy), przeanalizować zmiany społeczne, technologiczne i kulturowe, które wpłynęły na rozwój zjawiska, ze szczególnym uwzględnieniem kultury niezależnej XX wieku w USA, by znaleźć podobieństwo pomiędzy self-publishingiem a działalnością rockowych zespołów garażowych, samodzielnie wydających swoje płyty. Okazałoby się, że samopublikowanie ma długą historię, a korzystali z niego tacy twórcy jak Mark Twain, Edgar Allana Poe⁸³, Herman Melville⁸⁴, Laurence Sterne, Ezra Pound, Virginia Woolf, Jane Austen, Emily Dickinson, George Bernard Shaw, Marcel Proust, Edgar Allan Poe, Rudyard Kipling, Derek Walcott czy Walt Whitman⁸⁵.

Korzeni self-publishingu odnaleźć się również doszukać w polskiej kulturze książki, co zdaje się bardziej pożądane w przypadku tej dysertacji.

Pobieżny przegląd publikacji poświęconych dawnej książce i kulturze druku utwierdza nas w przekonaniu, że dla badaczy staropolskiej literatury spo-

⁸³ Zob. P. Winkler: *Famous Writers Who Self-Published. Busting a Self-Publishing Myth*, http://www.huffingtonpost.com/peter-winkler/famous-writers-who-selfpu_b_4303994.html, [dokument elektroniczny, dostęp 15.02.2014].

⁸⁴ Zob. R. Nash: *What is the business of literature*. „Virginia Quarterly Review” 2013, no. 89.

⁸⁵ Zob. Ch. Patterson: *How the great writers published themselves*. Independent.co.uk, 18.08.2016, <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/howthe-great-writers-published-themselves-8053570.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 12.08.2016].

sób finansowania publikacji nie był kluczowym problemem. Jednak przeglądając teksty poświęcone historii polskiego drukarstwa, można znaleźć wskazówki, świadczące o tym, że nie zawsze drukarze finansowali druk. Alodia Kawecka-Gryczowa wskazuje, że druki powstałe w drukarni Straubego i Fiola zlecał i finansował kler⁸⁶, a „Agenda” drukowana w drukarni Baumgarta w XV wieku była również wydawana na zlecenie Kościoła katolickiego⁸⁷. Czy jednak drukowanie na zlecenie możemy uznać ze self-publishing? Samodzielnie publikować (i opłacać swoje teksty) z polskich pisarzy mieli między innymi Juliusz Słowacki⁸⁸, Adam Mickiewicz⁸⁹. Zważając jednak na charakter źródła, trudno te informacje uznać za potwierdzone. Z bardziej wiarygodnych informacji wynika, że własnym sumptem swoje dzieło wydał Antoni Malczewski⁹⁰.

W tych wyliczeniach i poszukiwaniach nie chodzi jednak o wskazanie, który drukarz drukował na zlecenie autora, a który autor samodzielnie opłacał druk. I chociaż wątek jest niezmiernie ciekawy, znów wymagałby osobnych badań. Natomiast mi zależy na wskazaniu, że samodzielne wydawanie książek ma długą tradycję w historii polskiego drukarstwa. Prawdopodobnie od samych początków znajdowali się autorzy i instytucje, którzy samodzielnie opłacali druk. I chociaż trudno mówić o renesansowym self-publishingu (byłoby to anachronizmem), ponieważ instytucje literackie funkcjonowały wówczas w zupełnie inny sposób (by wspomnieć chociaż o roli mecenatu czy drukarzach-księgarzach), istotne jest, aby pamiętać, że samodzielne wydawanie książek w polskiej kultu-

⁸⁶ A. Kawecka-Gryczowa: *Dzieje drukarstwa*. W: *Dawna książka i kultura. Materiały międzynarodowej sesji naukowej okazji pięćsetlecia sztuki drukarstwa w Polsce*. Red. Zbiorowa. Ossolineum. Wrocław 1975. s. 20.

⁸⁷ Zbigniew Nowak: *Drukarnia na pomorzu*. W: *Dawna książka...*, s. 50.

⁸⁸ *Mija 160 lat od śmierci Juliusza Słowackiego*. Naukawpolsce.pap.pl 03.04.2009, <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news,360427,mija-160-lat-od-smierci-juliusza-slowackiego.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 12.08.2016].

⁸⁹ D. Sawicka: „*Poezji*” tom I. W: *Mickiewicz. Encyklopedia*. Red. J.M. Rymkiewicz. Horyzont. Warszawa 2001.

⁹⁰ Nakładem autora została opublikowana *Maria. Powieść ukraińska*. A. Malczewski: *Maria. Powieść ukraińska*. Oprac. R. Przybylski. Ossolineum. Wrocław-Kraków 1978, s. XXII.

rze nie jest zjawiskiem nowym. Z nowszej historii należy wspomnieć o drugim obiegu, gdzie poszczególnych instancje procesu wydawniczego przypominają pod względem sposobu funkcjonowania procedurę self-publishingu.

Jeśli przeanalizujemy zmiany w ramach procesu wydawniczego i weźmiemy pod uwagę autora, który samodzielnie wydaje teksty, decyduje o redakcji i korekcie (a często z nich rezygnuje), samodzielnie zajmuje się drukiem (zlecając go) i dystrybucją swojej książki, bo jego książka nie może zostać wydana w oficjalnych wydawnictwach (ponieważ nie spełnia pewnych norm), to można zauważyć, że self-publishing ma wiele wspólnego z drugim obiegiem, jaki funkcjonował w Polsce w latach 1977-1989. Oczywiście, chcę stanowczo zaznaczyć, że w tym porównaniu pomijam aspekt polityczny wydawnictw bezdebitowych. Gdyby nie cenzura i represje, jakim podlegali niepokorni pisarze, narodziny drugiego obiegu nie miałyby miejsca⁹¹. Jednak proces wydawania książek w samizdacie jest podobny do tego, który praktykują niezależni pisarze. Samizdaty i serwisy self-publishingowe przeciwstawiają się cenzurze. W pierwszym wypadku – politycznej. W drugim rolę cenzora przyjmują redaktorzy, decydujący o wydaniu książki. Oczywiście, ich decyzje są zasadne, gdy mówimy o książkach kiepskich, źle napisanych, ale w dyskusji o cenzorskiej roli wydawnictw należy pamiętać o sytuacjach, w których wydawnictwa nie decydują się na dany tytuł (pomimo jego potencjału), ponieważ uznają go za nieopłacalny – może nie zwrócić kosztów wydania bądź też zarobek po prostu okaże się za niski. Analizując różnice pomiędzy self-publishingiem a drugim obiegiem wydawniczym należy jeszcze wypunktować kilka elementów, zaczynając od kwestii rozliczeń. Wydawnictwa drugoobiegowe często powstawały, by wydać książki publikowane pierwotnie na emigracji, czasem niekoniecznie za zgodą autora na ich przedruk w Polsce. Problematiczna była kwestia rozliczeń za sprzedaż – zwykle z powodów bezpieczeństwa nie podpisywano umów, nie rejestrowano sprzedaży,

⁹¹ Zob. P. Sowiński: *Zakazana książka. Uczestnicy drugiego obiegu 1977-1989*. Wydawnictwo ISP. Warszawa 2011.

więc w ostateczności autor na wydanej książce mógł zarobić mało albo nic. Wydawnictwa podziemne były, cóż, wydawnictwami, a więc dokonywano selekcji tekstów (przez redaktorów-gatekeeperów), w związku z czym decyzja o wydaniu nie należała do autora. Być może self-publishingowi bliżej do kultury ziół, trzeciego obiegu i wydawnictw studenckich, które również uciekały oku cenzura, zapewniając autorom większą autonomię autora, ale zarazem nie przynosząc im większego prestiżu. Książki, a w zasadzie powielane maszynopisy, druki ulotne służyły promocji młodych, nieznanych szerzej autorów, w przeciwieństwie do wydawnictw drugoobiegowych, wydających książki uznawane za ważne i potrzebne, raczej cenionych autorów.

Rezygnacja z głównego obiegu w jednym i drugim wypadku łączy się z wolnością wydawniczą oraz potrzebą realizacji celów artystycznych, co uniemożliwia zastany przez autora układ. Jak charakteryzował sytuację Andrzej Kijowski: „kto raz przekonał się, że książkę może sobie sam wydrukować w domu i walizce roznieść czytelnikom, ten już nigdy nie stanie w kolejce do wielkiej poligrafii i wielkiej cyrkulacji, zwłaszcza gdy tak kolejka będzie długa”⁹². Drugi i trzeci obieg z niezależnym wydawaniem książek łączy jeszcze wielość ról, jakie przyjmuje autor. Jak pisze Paweł Sowiński: „sami [autorzy] byli przecież jednocześnie pisarzami, redaktorami, kolporterami”⁹³. Można więc założyć, że tradycje polskiego self-publishingu sięgają głębiej, a sama rewolucja wydawnicza zaszła w samizdatach i pierwszych niezależnych wydawnictwach, które powstawały po to, by wydać konkretną książkę. Sytuacja dzisiejsza różni się tym, że nie trzeba tworzyć nowego wydawnictwa ani drukować na powielaczu, a za samodzielną działalność wydawniczą nie grożą już żadne represje. Wydanie książki nie wymaga nawet zakładania działalności gospodarczej – wystarczy tylko serwis self-publishingowy, przez który można regulować kwestie księgowo i finansowe. Można tym samym mówić o komercjalizacji drugiego obiegu. Idea

⁹² A. Kijowski: *Literatura i kryzys*. „Kongres Kultury Polskie” 1981, 11-13 grudnia, s. 27-31.

⁹³ Tamże, s. 151.

samodzielnego wydawania książek i walki z cenzurą polityczną zmieniła się w zarabianie na tworzonych przez siebie treściach oraz ich dystrybucję i promocję według opracowanego na własną rękę planu marketingowego – sytuacja nie do pomyślenia w latach 70. ubiegłego stulecia. Jednak tradycja samodzielnego wydawania książek nie zanikła wraz z przełomem 1989 roku. Współcześnie działalność wydawniczą w celu opublikowania swoich tekstów podejmowali Olga Tokarczuk⁹⁴, Andrzej Stasiuk⁹⁵, Monika Szwaja⁹⁶ i Anna Brzezińska⁹⁷.

Przy rozważaniach dotyczących życia literackiego po roku 1989 ważnym punktem odniesienia będzie książka Przemysława Czaplińskiego *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*⁹⁸, której autor zwraca uwagę na „nieruchome centrum” czyli grupę dominujących na rynku wydawnictw, promujących konwencjonalną i komercyjną literaturę. Autor tekstu innego niż romans, kryminał i fantastyka, skierowanego do węższego grona odbiorców, nieposiadający na swoim koncie nagród literackich, z nieznanym nazwiskiem lub debiutant w zasadzie nie jest w stanie przebić się do centrum i opublikować swoją książkę w dużym wydawnictwie. Taki autor, wierzący w swój tekst, wraca do samizdatu, a osiągnięty przez niego sukces komercyjny podkopuje system od wewnątrz, udowadniając jego słabość.

⁹⁴ Zob. *Wydawnictwo Ruta*, <http://culture.pl/pl/miejsce/wydawnictwo-ruta>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

⁹⁵ Zob. *Wydawnictwo Czarne*, <http://culture.pl/pl/miejsce/wydawnictwo-czarne-wolowiec> [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

⁹⁶ Zob. *Strona wydawnictwa Sol*, <http://wydawnictwosol.pl/o-firmie>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

⁹⁷ Zob. *Anna Brzezińska*, <http://culture.pl/pl/tworca/anna-brzezinska>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

⁹⁸ P. Czapliński: *Powrót centrali...*

MODEL KOMUNIKACYJNY W SELF-PUBLISHINGU

O obiegu literackim w self-publishingu pisali wspomniani już Padmini Ray Murray i Claire Squires⁹⁹, modyfikując model komunikacji literackiej powstały XVIII wieku, a przedstawiony przez Roberta Darntona¹⁰⁰. Obieg literacki self-publishingu wyklucza ważnych dla XXI rynku książki graczy: wydawców oraz agentów literackich. Te instytucje są zastępowane przez autora, który przejmuje funkcje wydawnictwa i agencji lub zleca część zadań firmom zewnętrznym (platformom self-publishingowym, o których będę pisać), odpowiedzialnym za redakcję, sprzedaż, promocję, druk, kontakt z mediami, konwersję plików. Wspomniane firmy, freelancerzy lub platformy nie przejmują jednak odpowiedzialności za proces wydawniczy, jakość tekstu, nie grają również roli decyzyjnej, dlatego stanowią wyłącznie wsparcie dla samodzielnie publikującego autora. Squires i Murray wskazują na kolejną, istotną zmianę. Według nich teksty self-publisherów w większości wydawane są elektroniczne, co oznacza, że z obiegu literackiego znikają również drukarze, dostawcy materiałów do druku, osoby odpowiedzialne za logistykę i dystrybucję do księgarni (jak hurtownie) oraz same księgarnie. Wszystkie te role pełnią dystrybutorzy, skoncentrowani na self-publishingu (czyli dedykowane niezależnym twórcom portale self-publishingowe). W modelu proponowanym przez badaczy pojawia się jednak nowy „gracz”, którym jest urządzenie lub, w szerszym rozumieniu, technologia. Bez komputera, czytnika, tabletu, smartfona niemożliwe byłoby odczytanie książki elektronicznej i nawiązanie relacji pomiędzy autorem i czytelnikiem, nadawcą i odbiorcą. W ten sposób technologia pośredniczy w tych kontaktach.

Murray i Squires z obiegu literackiego dla self-publisherów wykluczyli również księgarnie i drukarzy. Taka decyzja jest zrozumiała, gdy mówimy o e-bookach. Jednak należy pamiętać, że niezależni autorzy również decydują się

⁹⁹ Zob. P. R. Murray i C. Squires: *The digital communications circuit...*

¹⁰⁰ Zob. R. Darton: *What is history of books...*

na druk. Wtedy albo kontaktują się bezpośrednio z drukarnią i samodzielnie zajmują się dystrybucją do księgarni stacjonarnych (więc zarówno księgarnie stacjonarne, jak i drukarnie znów pojawiają się w obiegu literackim), albo zlecają druk i dystrybucję firmom zewnętrznym (np. portalom self-publishingowym). Tak czy owak, okazuje się, że w tym obiegu najważniejsze są następujące instytucje: autor, czytelnik oraz instytucje umożliwiające przeprowadzenie procesu wydawniczego i późniejszą dystrybucję książki.

PORTAL SELF-PUBLISHINGOWY JAKO WYDAWCA

Jak pisałam wcześniej, portale dla self-publisherów świadczą usługi wydawniczo-dystrybucyjne dla samodzielnych autorów. Sama decyzja o publikacji, skorzystaniu z usług i wynikająca stąd odpowiedzialność spoczywają wyłącznie na autorze, a firmy umożliwiają tylko udostępnienie książki, druk i świadczą usługi edytorskie.

Portale self-publishingowe mają w Polsce krótką i dynamiczną historię. Pierwszy portal self-publishingowy – Wydaje.pl – powstał w styczniu 2011 roku¹⁰¹. Z czasem zaczęły pojawiać się kolejne (jak Virtualo.pl¹⁰², RW2010¹⁰³). I chociaż Wydaje.pl zostało w 2015 roku zamknięte, a w tym samym czasie Virtualo zrezygnowało z usługi self-publishingu¹⁰⁴, zmieniając się w księgarnię e-bookową, wciąż powstają kolejne portale, oferujące podobne usługi. Zamiast Virtualo self-publishingiem zajął się portal Ebookowo.pl¹⁰⁵. Dodatkowo w 2014 został utworzony portal Rozpisani.pl, którego właścicielem jest Grupa Wydawnicza PWN¹⁰⁶, ciesząca się poważaniem na rynku książki. Być może wydawnictwa

¹⁰¹ *Wydaje.pl*, www.wydaje.pl, [strona www, dostęp 24.10. 2015].

¹⁰² *Virtualo.pl*, www.virtualo.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁰³ *RW2010*, www.rw2010.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁰⁴ Zob. A. Żak: *Zmiany na platformie dla self-publisherów Virtualo*, <https://agnieszkazak.com/2015/06/16/zmiany-na-platformie-dla-self-publisherow-w-virtualo> [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁰⁵ *Ebookowo*, www.ebookowo.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁰⁶ *Rozpisani.pl*, www.rozpisani.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

zaczęły dostrzegać korzyści, płynące z niezależnego wydawania książek? W 2015 rozpoczęła działalność polska filia rosyjskiego portalu dla self-publisherów Ridero.eu¹⁰⁷. Dodatkowo na rynku funkcjonowało i funkcjonuje kilka start-upów opartych o system self-publishingowy jak: Publikatornia.pl, Beezar.pl, Bezkar-tek.pl, Poczytaj.to, You-ebook.pl¹⁰⁸.

Należy pamiętać, że idea takiego self-publishingu została w Polsce zapożyczona z Zachodu, a polskie portale wzorują się na Lulu, Smashwords i systemie Amazon Kindle Direct Publishing¹⁰⁹. Amerykańskie portale działają od połowy lat 90. Jednak zachodnie platformy, które wypromowały takie gwiazdy jak Amanda Hocking czy Hugh Howey¹¹⁰, nie otworzyły dotąd polskich filii, choć co roku w prasie pojawiają się informacje o tym, że Amazon niebawem wejdzie na nasz rynek¹¹¹.

Polskie i zagraniczne portale mają kilka wspólnych cech: pozwalają bezpłatnie wydać książkę, która automatycznie trafia do internetowej księgarni. Każdy może opublikować swój tekst, treść nie jest weryfikowana, a za promocję, marketing, proces wydawniczy oraz dalszą dystrybucję wciąż odpowiada autor, chociaż portale dzięki oferowanym (płatnym lub bezpłatnym narzędziom) ułatwiają takie działania. Za możliwość opublikowania swojej książki w księgarni serwisu lub dystrybucję do innych księgarni internetowych portale pobierają opłaty od sprzedaży każdego egzemplarza (10-50%), jednak większa część zysku trafia do autora.

¹⁰⁷ *Ridero*, www.ridero.eu/pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁰⁸ *Publikatornia*, www.publikatornia.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *Beezar.pl*, www.beezar.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *Poczytaj.to*, www.poczytaj.to, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *You-ebook.pl*, www.you-ebook.pl [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁰⁹ *Smashwords*, www.smashwords.com, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *Lulu*, www.lulu.com, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *KDP*, <https://kdp.amazon.com>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹¹⁰ Hugh Howey i Amanda Hocking są uznawani za największe gwiazdy amerykańskiego self-publishingu. Obydwójce publikowali swoje książki za pomocą systemu Amazona KDP.

¹¹¹ Zob. *Amazon w Polsce*, www.forbes.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Niektóre portale self-publishingowe prezentują informujące, ilu autorów zarejestrowało się w serwisie. Część autorów, co łatwo prześledzić, rejestruje się w kilku portalach, niektórzy zapewne nie wydają swoich książek, ale takie dane sugerują, ile osób może być ideą self-publishingu zainteresowanych. Ridero informuje o 50000 autorów¹¹² zarejestrowanych w serwisie, Wydaje.pl na początku działalności deklarowało 1000 autorów¹¹³. Zakładając, że np. Ridero deklaruje ponad 13000 książek, które zostały dodane do systemu w ciągu zaledwie dwóch lat¹¹⁴, można zaryzykować tezę, że portale self-publishingowe wydają więcej tytułów niż duża grupa wydawnicza rocznie, skoro według raportu Biblioteki Analiz w roku 2015 w Polsce wydano łącznie 32480 tytułów¹¹⁵. Książki wydawane za pomocą portali zwykle okazują się trudniej dostępne – nie wszyscy autorzy decydują się na dystrybucję poprzez księgarnie internetowe, a sieci księgarskie i tradycyjne punkty obrotu rzadko są zainteresowane dystrybucją książek self-publisherów, na co narzekają ci ostatni¹¹⁶. Dodatkowo, wydawnictwo jest w stanie zapewnić skuteczniejszą promocję książki¹¹⁷, dlatego książki self-publisherów są często „niewidoczne” na rynku księgarskim, gdzie królują publikacje wydane w wydawnictwach.

Część autorów decyduje się na pełny self-publishing, rezygnując z portalu pośredniczącego w sprzedaży książki. Książki są wtedy sprzedawane albo za pomocą księgarni internetowych (autor musi prowadzić działalność gospodar-

¹¹² Ridero, <https://ridero.eu/pl/about.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹¹³ Zob. W. Usarzewicz: *Wywiad z twórcami Wydaje.pl. Self-publishing i kawał dobrego start-upa*, <http://antyweb.pl/wywiad-z-tworcami-wydaje-pl-self-publishing-i-kawal-dobrego-startupa/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹¹⁴ Zob. Ł. Kotkiewicz: *Myślisz o wydaniu książki? W Ridero pomoże Ci w tym... sztuczna inteligencja*, <http://www.spidersweb.pl/2017/02/ridero-opinie.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹¹⁵ Zob. Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2015...*, s. 231.

¹¹⁶ Zob. M. Szafrąński: *1,65 mln zł w 5 miesięcy, czyli self-publishing krok po kroku. Case study #FinNinja – część 1*, <http://jakoszczedzacpieniadze.pl/self-publishing-finansowy-ninja-case-study-czesc-1>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹¹⁷ Zob. Ł. Kotkowski: *Dobra książka obroni się sama? Otóż nie, czyli jak wydawnictwa promują książki*, <http://www.spidersweb.pl/2015/06/self-publishing-promocja.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

czą), stacjonarnych (najczęściej niesieciowych) lub za pomocą własnych stron internetowych. Na takie rozwiązanie najczęściej decydują się twórcy, którzy są już rozpoznawalni¹¹⁸.

Gdyby wrócić do modelu obiegu literackiego zaproponowanego przez Murray i Squires¹¹⁹, to okaże się, że autor zastępuje wydawnictwo oraz agenta literackiego, samodzielnie decydując o tym, co wydać i jak wydać. Również do niego trafia właściwie cały zarobek, pomniejszony o podatki i marżę księgarni, którą ponoszą również wydawnictwa. Samodzielnie dysponuje on swoimi prawami majątkowymi, ale jego praca nie kończy się na napisaniu książki. W porównaniu z wydawnictwem ma mniejsze zasoby. Mam na myśli zarówno wiedzę dotyczącą wydawania książek, kontakty (zarówno wśród mediów, dystrybutorów, jak i redaktorów) oraz doświadczenie.

Najważniejsza różnica polega jednak na braku redaktorów, decydujących, który tekst można opublikować, a który nie. Andrew Keen pisał o strażnikach (gatekeeperach)¹²⁰ – osobach stojących na straży jakości i rozstrzygających o tym, jakie treści są warte publikowania. A taką funkcję w wydawnictwie pełnią redaktorzy, podejmujący decyzję, którą książkę warto wydać, a którą nie. Od ich decyzji zależy, czy dany tekst zostanie zaprezentowany szerszej publiczności. Niezależni autorzy doświadczenie, zasoby i umiejętności wydawnictw wymieniają na możliwość publikacji, bez pytania instytucji o zgodę. Demokratyczność publikowania zdaje się więc kartą przetargową self-publishingu, wraz z wyższą marżą, na którą decydują się autorzy zamiast choćby wyższej zaliczki¹²¹. Główne różnice pomiędzy portalami świadczącymi usługi wydawnicze a tradycyjnymi wydawnictwami sprowadzałyby się do takich kwestii, jak upowszechnienie dostępu do publikacji (w odróżnieniu od jej ograniczenia w wydawnictwie), per-

¹¹⁸ Zob. M. Szafrński: *1,65 mln w 5 miesięcy...*

¹¹⁹ Zob. P.R. Murray i C. Squires: *The digital publishing communication circuit...*, s.

¹²⁰ Zob. A. Keen: *The cult of amateur. How Today's Internet Is Killing Our Culture*. Currency 2007.

¹²¹ Zob. P.R. Murray i C. Squires: *The digital publishing communication circuit...*, s. 15.

spektywa większego zysku dla autora oraz różnicę w zakresie znajomości rynku książki. Ostatni punkt wydaje mi się szczególnie ciekawy. Wydawnictwa są instytucjami zatrudniającymi osoby świetnie zorientowane w życiu literackim – a przynajmniej tak zwykliśmy o nich myśleć. Opublikowanie książki w tradycyjnym wydawnictwie dostarcza zwykle twórcy większego prestiżu. Niezależni autorzy są jednak gotowi zrezygnować zarówno z prestiżu, jak i kompetencyjnego wsparcia ze strony wydawnictwa na rzecz większej wolności – tak właśnie postrzegany jest self-publishing przez zainteresowanych¹²². Ten wątek rozwinę w dalszej części.

Problem z transferem wiedzy jest rozwiązany na inne sposoby. Niektóre firmy specjalizują się w szkoleniach dla niezależnych twórców¹²³, powstają blogi¹²⁴, gdzie autorzy mogą poznać proces wydawniczy i zasady promocji od kuchni. Okazuje się więc, że w ramach obiegu literackiego typowego dla self-publishingu, potrzebę pozyskania wiedzy zaspokajają zarówno komercyjne firmy, jak i sami autorzy, co udowadnia tezę, że przejmują na siebie obowiązki wydawnictwa.

Podsumowując, serwisy umożliwiające publikację twórczości każdemu chętnemu, pełnią funkcję nowych wydawnictw dla niezależnych pisarzy. Dają dostęp do publiczności, nie ingerują w treść i rezygnują z usług strażników pola literackiego (redaktorów, administratorów). Wpisują się w nowy model kultury

¹²² Zob. M. Dutko: *Zrób sobie książkę*, <http://akademia-internetu.pl/ogolne/zrob-sobie-ksiazke>, [strona www, dostęp 1.03.2017]; J. Szymczak: *Jak wydać e-booka, czyli wydawnictwo czy self-publishing?*, <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-jak-wydac-e-booka-czyli-wydawnictwo-czy-self-publishing>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹²³ Zob. Kurs „Jak wydać, wypromować i sprzedać BESTELLER”, http://www.preducation.pl/?page_id=755, [strona www, dostęp 1.-3.2017]; Kurs „Twój bestseller”, <https://osmpower.pl/pl/p/Pakiet-Twoj-bestseller/217>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹²⁴ Zob. *Przedsiębiorczy autor*, <http://przedsiębiorczyautor.pl>, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *Piszę bo chcę*, <http://piszebochce.pl/self-publishing-wady-i-zalety-na-przykladzie-pewnej-platformy/>, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *Biznesowe Info*, <http://biznesoweinfo.pl/self-publishing-krok-po-kroku-czyli-moja-droga-do-wydania-wlasnej-ksiazki>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

cyfrowej, umożliwiającą każdemu opublikowanie i skomentowanie dowolnej treści. Wraz z wolnością autora, pojawiają się nowe zagrożenia. Jednym z nich jest degradacja tradycyjnych wydawnictw, zalew sieci kiepskimi książkami, wysokie koszty produkcji (które leżą po stronie autora, jeśli zdecyduje się wydać książkę w sposób imitujący tradycyjny proces wydawniczy) oraz problem z promocją, o czym świadczy wątpliwa znajomość zjawiska oraz brak znaczących sukcesów polskich self-publisherów. Co wydaje się jednak istotne, internetowi amatorzy są w stanie kolektywnie pełnić funkcje, które w tradycyjnym obiegu wykonują wydawnictwa. Serwisy są w stanie wydać książkę profesjonalnie i umożliwić dystrybucję, potrzebę zdobycia informacji uzupełniają kursy, blogi i inne źródła wiedzy (zwykle internetowe), a promocja często odbywa się również za pomocą marketingu internetowego. Self-publishing w takiej postaci jak dziś nie byłby możliwy bez rozwoju technologii i zmian społecznych, a internetowy obieg literacki zawiera odpowiednie instytucje, umożliwiające autorom bezpieczne przekazanie tekstu czytelnikowi.

FORMY POKREWNE

Self-publishing, rozumiany jako samodzielne wydawanie swoich tekstów, przypomina szereg innych praktyk literackich związanych z rozwojem nowych mediów elektronicznych, takie jak fanfiction, seriale literackie (Wattpad) lub hiperteksty. Każda z nich zasługuje na uwagę, jednak na potrzeby tej pracy pozwolę sobie jedynie zarysować ich specyfikę. Uważam, że wszystkie należy traktować jako część szerszego ruchu, którego najważniejszym przejawem jest self-publishing, ponieważ rządzące nimi mechanizmy są podobne i odpowiadają definicji zaproponowanej przez Marka Deję¹²⁵ oraz Jen Pecoskie i Heather Hill¹²⁶. Tradycyjnie wyróżnia się kilka rodzajów samopublikowania. Poza wspomnianym już self-publishingiem z wykorzystaniem dedykowanych portali i self-publishingiem pełnym (gdzie autor nie korzysta z pomocy portali i zajmuje się samodzielnie procesem wydawniczym), należy wspomnieć o vanity publishing, publikowaniu subsydiowanym oraz zjawisku partnership self-publishing¹²⁷. By rzecz przybliżyć, vanity publishing określa sytuację, gdy drukarze oferują skład techniczny, projekt graficzny książki, druk, nadanie numeru ISBN wraz z wysyłką egzemplarzy obowiązkowych do Biblioteki Narodowej i pozostałych, upoważnionych bibliotek. Autor pokrywa w tym układzie wszystkie koszty, w przeciwieństwie do publikowania subsydiowanego, gdzie przez twórcę opłacana jest tylko część kosztów związanych z wydaniem książki. Publikowaniem subsydiowanym zajmują się często wydawnictwa tradycyjne¹²⁸, które wymagają przekazania pełni praw majątkowych w zamian za wypuszczenie tytułu. Taki proceder

¹²⁵ M. Deja: *Analiza zjawiska elektronicznego samopublikowania...*, s. 9.

¹²⁶ J. Pecoskie i H. Hill: *Beyond traditional publishing models...*, s. 22.

¹²⁷ Zob. M. Rooney: *The types of self-publishing – peeling away the layer of confusion*, <http://www.selfpublishingreview.com/2009/02/the-types-of-self-publishing-peeling-away-the-layers-of-confusion/>, [dokument elektroniczny, dostęp 15.02.2014].

¹²⁸ Zob. M. Allen: *Subsidy Publishing vs. Self-Publishing: What's the Difference?*, <http://www.writing-world.com/publish/subsidy.shtml>, [dokument elektroniczny, dostęp 15.02.2014].

jest często praktykowany w wypadku debiutantów lub książek, które mają małe szanse na przyniesie zysku wydawcom. Z kolei *partnership self-publishing* oznacza układ, w ramach którego autor (tak samo jak w publikowaniu subsydiowanym) pokrywa koszty przygotowania książki, jednak wydawnictwo rozlicza się z nim z przychodów – w takim układzie pisarz jest w stanie zarobić wyższy procent od sprzedaży niż w tradycyjnym wydawnictwie.

O publikowaniu subsydiowanym, jak i *vanity publishing* można było przeczytać w ostatnich latach w ogólnopolskich tygodnikach opinii¹²⁹. Do wiodących firm zajmujących się *vanity publishing* należą: Warszawska Firma Wydawnicza, Wydawnictwo Psychoskok, Poligraf, a subsydiowanym – Novae Res. Trudno jednak oszacować skalę zjawiska z braku badań poświęconych tej problematyce. Być może wydawaniem subsydiowanym (jak czasem można wyczytać na forach młodych twórców) zajmuje się więcej wydawnictw, które niekoniecznie chwali się tym na swoich stronach. Marcin Zwierzchowski na łamach „Polityki” tak podsumowuje kwestię *vanity publishing* i publikowania subsydiowanego:

Choć piszemy o wydawcach, często zaangażowaniem w proces wydawniczy przypominają bardziej drukarnie, działające na życzenie wykładającego pieniądze autora. W walce o klientów są zaś wyjątkowo wyrachowani – wciskają pochwały i sugerują publikację wbrew jakiegokolwiek logice. Dlaczego? Bo źródłem zarobku jest pisarz, a niekoniecznie sprzedaż książki. Taki sposób publikacji jest uznawany przez tygodniki za nieuczciwy - autor musi wyłożyć dużą sumę, a jego książka rzadko trafia do obiegu księgarskiego, kurząc się w magazynach. *Vanity publishing* opiera się wyłącznie na finansowaniu przez autora procesu wydawniczego, jednak nie posiada on dużego wpływu na jego przebieg. Daleko tutaj do niezależności, jaką gwarantuje self-publishing właściwy, który z *vanity publishingiem* często bywa mylony¹³⁰.

¹²⁹ Zob. M. Zwierzchowski: *Pisarzom się wydaje...*

¹³⁰ Tamże.

Za self-publishing możemy również uznać wszelkie teksty publikowane bezpłatnie na portalach społecznościowych. Swego czasu popularnym zjawiskiem było kolektywne pisanie powieści na portalu społecznościowym Facebook. Jeden z takich projektów – *Płomień śmierci* – został nawet wydany w formie książkowej, samodzielnie przez twórców¹³¹. Został on zainicjowany przez portal self-publishingowy i księgarnię e-bookową Bezkartek.pl. Interesująca jest kwestia autorstwa – projekt został tworzony na fanpage’u strony na Facebooku i siedmiu autorów wspólnie tworzyło jego historię. Nad całością panowała moderator, Nina Nowak. Publikowanie powieści na portalu społecznościowym mieści się gdzieś pomiędzy artystycznym happeningiem a próbkami młodych pisarzy. Literatura tworzona jest w czasie rzeczywistym, czytelnicy mogą przyglądać się procesowi jej powstawania i na bieżąco komentować fragmenty, wpływając tym samym na fabułę.

Na podobnej zasadzie działa serwis Wattpad¹³² – założony w 2006 roku w Kanadzie. Polska odłona serwisu została uruchomiona w 2015 roku. Zasady działania serwisu są proste – każdy może zamieścić swój tekst, przyporządkować go do jednej z kategorii gatunkowych, zaś wszystkie publikacje są darmowe. Co istotne, tekst publikuje się w odcinkach – podzielony na rozdziały. Każdy rozdział można „polubić” i skomentować, także autor tekstu na bieżąco wie, jakie partie zdobyły sympatie czytelników. Dodatkowo czytelnik może wybierać między publikacjami ukończonymi lub wciąż pisanymi. Od portali self-publishingowych Wattpad różni się w kilku punktach: jest z założenia bezpłatny, czytelnik może tu przeczytać nieskończone teksty i skomentować każdy rozdział, rozdziały są najczęściej krótkie i można je przeczytać wyłącznie w oknie przeglądarki (bez ściągania).

¹³¹ Zob. A. Podgórski: *Bezkartek i „Płomień śmierci”. Także bez kartek. Książka za darmo!*, http://www.wiadomosci24.pl/artukul/bezkartek_i_plomien_smierci_takze_bez_kartek_ksiazka_za_darmo_223644.html, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹³² Zob. *Wattpad*, www.wattpad.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Bezpłatne teksty i możliwość niemal natychmiastowego komentowania tekstów przez czytelników łączy Wattpad z nieco starszymi formami amatorskich publikacji w sieci – blogami literackimi i forami literackimi. Przykładem takiego forum literackiego jest serwis nieszuflada.pl¹³³, interaktywny serwis poetycki, założony w 2002 roku. Serwis stwarza możliwość publikacji młodym poetom, zaś ich wiersze są komentowane przez czytelników. W ten sposób fora literackie dają twórcom możliwość skonfrontowania się z opinią odbiorców oraz doskonalenia warsztatu pisarskiego.

W ramach self-publishingu rozumianego jako samodzielne publikowanie swoich tekstów mieści się kolejne zjawisko, jakim jest fanfiction. Badaniem fanfiction w Polsce zajmowały się między innymi Lidia Gąsowska w pracy *Fanfiction. Nowe formy opowieści*¹³⁴ oraz Marta Tymińska i Agata Włodarczyk¹³⁵, definiujące fanfiction jako prozę fanowską, której zadaniem jest opowiedzenie własnej wersji historii (lub dopowiedzenie brakujących wątków), opartej na tekście kanonicznym – czyli opublikowanej już książce, filmie lub innym tekście kultury. Fanfiction publikowane jest na forach internetowych lub w formie blogów, a dostęp w większości wypadków bywa tu bezpłatny, co wynika między innymi z niejasnej sytuacji prawnej tego typu tekstów¹³⁶. Fanfiction rozważam jako self-

¹³³ Zob. *Nieszuflada*, www.nieszuflada.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹³⁴ Zob. L. Gąsowska: *Fanfiction. Nowe formy opowieści*. Korporacja HA!art. Kraków 2015.

¹³⁵ Zob. M. Tymińska i A. Włodarczyk: *Fanfiction a rewolucja fanowska. Próba charakterystyki zjawiska*, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/2252>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

¹³⁶ Paweł Gruszecki o legalności fanfiction pisze tak: „Trudno jednoznacznie stwierdzić, czy pisanie fanfiction jest legalne lub nie. Ze względu na różnorodność twórczości fanfiction, niemożliwym jest jednoznaczne określenie czy fanfiki należy zakwalifikować jako utwory zależne, czy utwory inspirowane. Niezbędna jest analiza każdego przypadku (...). Dla utworu inspirowanego utwór pierwotny jest jedynie punktem wyjścia, pobudką. Jako kryterium pozwalające odróżnić utwór inspirowany od utworu zależnego wskazuje się twórcze przetworzenie elementów dzieła cudzego. O charakterze dzieła inspirowanego decydują więc własne, indywidualne elementy, wkład twórczy autora, a nie elementy przejęte. Dla rozpowszechniania utworu inspirowanego nie jest wymagana zgoda autora utworu pierwotnego. Wykorzystanie wątku, pomysłu, tematu cudzego dzieła, imion bohaterów, przy twórczym charakterze nowego dzieła, nie stanowić będzie opracowania, ale

publishing wyłącznie z powodu procesu wydawania tekstów: samodzielnie, bezpłatnie, w internecie. Należy jednak pamiętać, że self-publishing generalnie zwykle odtwarza proces wydawniczy znany z wydawnictw, a serwisy z fanfiction (pomimo korektorów) rządzą się innymi prawami, co w zasadzie zbliża je do publikacji na forach i Wattpada. Tekst często publikowany jest w odcinkach, które odbiorcy mogą komentować, rzadko występuje w formie manuskryptu (częściej publikacje mają formę postów). Poza tym, jak pisze Gąsowska, społeczność fanowska jest specyficzna – łączy ją zarówno miłość do tekstu kanonicznego, jak i chęć opowiedzenia swojej wersji historii¹³⁷. Fanfiction jest zjawiskiem wyjątkowym, ponieważ dopuszcza różne sposoby modyfikacji tekstu kanonicznego.

PISARZE – NAJWAŻNIEJSI GRACZE W SELF-PUBLISHINGU

Przeglądając kolejne portale self-publishingowe, przeklikując kolejne strony z książkami, błędząc po podstronach i katalogach z nieznanymi wcześniej tytułami, można zadać sobie pytanie - kim są autorzy tych publikacji? Dokładne zbadanie tematu wymagałoby szerokiej analizy oraz przeprowadzenia wywiadów z niezależnymi twórcami, zaś opracowane wyniki mogłyby przyjąć formę kolejnej rozprawy. W ramach moich badań skupiłam się wyłącznie na analizie notek „o autorze”, które pojawiają się na stronach niemalże wszystkich portali self-publishingowych. Przeanalizowałam kilkaset takich notek, publikowanych na portalach RW2010.pl, Rozpisani.pl, Ebookowo.pl (zakładka self-

utwór inspirowany. O inspiracji można również mówić w przypadku nadania innej wymowy artystycznej czy ideologicznej utworowi, nakreślenia w odmienny sposób charakteru czy przeżyć wewnętrznych postaci. Im więcej elementów oryginalnych zostanie przejętych wprost z cudzego utworu tym bardziej uzasadnionym będzie uznanie danego dzieła za utwór zależny. W tym miejscu należy podkreślić, że co do zasady imiona postaci nie są objęte ochroną prawa autorskiego (jednakże mogą być chronione np. jako znaki towarowe). Ponadto warto zauważyć, że również fabuła oraz postacie fikcyjne nie zawsze będą objęte ochroną – muszą bowiem spełniać wymóg indywidualności i oryginalności (wymogów tych nie spełniają np. postacie stereotypowe).”. Zob. P. Gruszecki: *Fanfiction a prawo*, <http://www.legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/zapytaj-prawnika/blog/69>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹³⁷ Zob. L. Gąsowska: *Fanfiction...*

publishing), Wattpad oraz na stronach self-publisherów wydających swoje książki samodzielnie, bez udziału portali. W ramach badań kierowałam się następującymi kryteriami wyboru: w serwisie RW2010.pl przeanalizowałam notki wszystkich autorów książek polecanych i nowości (informacja widoczna na stronie głównej) oraz pięćdziesiąt, losowo wybranych profili. Na Wattpadzie prześledziłam kolejne pięćdziesiąt losowo wybranych profili, zwracając szczególną uwagę na autorów najbardziej popularnych publikacji we wszystkich kategoriach. W wypadku Rozpisanych przeanalizowałam notki autorów widoczne na stronie głównej. E-bookowo nie poleca najpopularniejszych (lub najlepszych - według redakcji) self-publisherów, więc kierowałam się kryterium daty wydania. Uwzględniłam w ten sposób kolejne pięćdziesiąt profili. Oczywiście, na wymienionych portalach niektóre profile się powtarzały, ale właśnie dlatego unikałam przypadków dwukrotnego ich uwzględniania. Dodatkowo, przeanalizowałam niezależnych self-publisherów. Wybrałam strony blogerów, których autorzy samodzielnie wydają swoje publikacje: Tomka Tomczyka, Krzysztofa Gonciarza, Pepsi Eliot, Michała Szafrąńskiego oraz uczestników facebookowej grupy poświęconej self-publishingowi¹³⁸. Zaznaczam, że moje badania mają charakter wstępny, jednak już na podstawie analizowanego materiału udało mi się wyciągnąć interesujące wnioski.

Po pierwsze, trudno traktować self-publisherów jako jednolitą grupę społeczną. Łączy ich w zasadzie wyłącznie chęć pisania i publikowania swoich prac w internecie. Wiek, wykształcenie, płeć, miejsce zamieszkania (miasto-wieś) – grupa jest zróżnicowana pod wszystkimi tymi względami. I chociaż można z

¹³⁸ Tomek Tomczyk jest autorem książek: *Bloger i social media*, Thorne, <http://sklep.jasonhunt.pl>, [strona www, dostęp 1.03.2017]; Krzysztof Gonciarz jest autorem książki: *Wybuchające beczki – zrozumieć gry wideo*, www.wybuchajacebeczki.pl [strona www, dostęp 1.03.2017]; Pepsi Eliot (pseud.), autorka *Biegam, bo muszę*, <http://www.pepsieliot.com/biegam-bo-musze/>, [strona www, dostęp 1.03.2017]; Michał Szafrąński, autor książki *Finansowy ninja*, <http://finansowyninja.pl/finansowyninja/>, [strona www, dostęp 1.03.2017]; Grupa Self-publishing – wydaj książkę samodzielnie – grupa wsparcia, <https://www.facebook.com/groups/1772719966346437/?fref=ts>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

łatwością zauważyć, że na Wattpadzie można spotkać młodszych użytkowników (niż na przykład twórców publikujących na portalu Rozpisani.pl), trudno krótko scharakteryzować użytkowników pozostałych portali. Część twórców, jak wynika z wstępnego rozpoznania, zarejestrowana jest w kilku serwisach, co sugeruje, że self-publisherzy korzystają z możliwości szerokiej dystrybucji swoich prac. W tym rozdziale postaram się uszeregować grupy self-publisherów, aby spróbować uzyskać w miarę jasny obraz osób, które decydują się na taką formę publikacji.

Różny jest poziom doświadczenia twórców. Niektórzy mają zaledwie po jednym opublikowanym tytule na swoim koncie, inni to doświadczeni autorzy. Ta druga grupa zdaje się być szczególnie interesująca. Przyjęło się, że z self-publishingu korzystają raczej debiutanci, którzy nie mają innych szans, żeby zaistnieć¹³⁹. Jednak samodzielnie publikowana twórczość Dawida Juraszka¹⁴⁰, Konrada T. Lewandowskiego¹⁴¹ lub Agnieszki Zakrzewicz¹⁴² świadczy, że bywa też zupełnie inaczej. Wszyscy z wymienionych autorów mają na swoim koncie powieści publikowane w wydawnictwach (odpowiednio: Fabryka Słów, Nasza Księgarnia, Wydawnictwo Czarna Owca). Dawid Juraszek zdecydował się na

¹³⁹ Takiego zdania jest m.in. Łukasz Kotowski, piszący o różnych sposobach wydania. Zob. Ł. Kotowski: *Jeden cel, trzy różne drogi. W jaki sposób wydać książkę, będąc pisarzem w czasach Internetu*, <http://www.spidersweb.pl/2015/05/self-publishing-wydawanie.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁴⁰ Autor kilkudziesięciu opowiadań i artykułów w prasie i antologiach, kilkunastu przekładów książkowych z angielskiego i powieści. Zob. *strona autorska Dawida Juraszka*, www.juraszek.net, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *strona książki „Rzyg”*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMzY5/rzyg.html?title=Rzyg>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁴¹ Autor powieści fantastycznych, wydający również samodzielnie. Zob. *strona książki „Most nad otchłanią”*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTE3Mg%3D%3D/most-nad-otchlania.html?title=Most%20nad%20Otchłanią>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁴² Agnieszka Zakrzewicz – dziennikarka, pisarka, eseistka, blogerka, historyczka i kuratorka sztuki. Zob. *strona książki „Drzwi Watykanu”*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTQ0Mw%3D%3D/drzwi-watykanu.html?title=Drzwi%20Watykanu>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

samodzielne wydawanie kontynuacji cyklu o Białym Tygrysie¹⁴³, Konrad T. Lewandowski na samodzielne wznowienie swoich prac, gdy prawa wydawnictwa do nich już wygasły¹⁴⁴, zaś Agnieszka Zakrzewicz, jako wieloletnia korespondentka z Rzymu, wydała po prostu osobisty przewodnik po tym mieście. Część doświadczonych autorów być może decyduje się na self-publishing, ponieważ chce mieć większą kontrolę nad procesem dystrybucji i promocji (jak w wypadku Tomka Tomczyka – blogera, który odkupił od Wydawnictwa Zielona Sowa prawa do swoich książek, by wydać je samodzielnie¹⁴⁵). Inna grupa korzysta z self-publishingu w związku z brakiem zainteresowania wydawców kontynuowaniem serii lub wznowieniami (być może tak było w wypadku Juraszka i Lewandowskiego - chociaż to tylko przypuszczenia). A część autorów – jak być może Zakrzewicz – woli samodzielnie wydać teksty bardziej osobiste i okazjonalne.

Drugą silną grupą publikującą samodzielnie są specjaliści w określonej dziedzinie oraz hobbyści. Poczynając od dietetyków¹⁴⁶, przez strzelców¹⁴⁷, a kończąc na fachowcach od finansów¹⁴⁸. Na self-publishing decydują się również firmy, które chcą w ten sposób spopularyzować wiedzę i jednocześnie wypro-

¹⁴³ Pierwszy tom był wydany przez wydawnictwo Fabryka Słów, kolejne zaś samodzielnie, na portalu RW2010.pl. Zob. *strona książki „Xiao Long. Jedwab i porcelana. Czarny żółw”*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTA3MA%3D%3D/jedwab-i-porcelana-czarnyzołw.html?title=Jedwab%20i%20porcelana:%20Czarny%20żółw>, [strona www, dostęp 1.03.2017]; *strona książki „Biały Tygrys”*, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/7022/xiao-longbialy-tygrys>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁴⁴ Pierwsze wydanie ukazał o się nakładem wydawnictwa Fantasmagoricon. Zob. *strona książki „Most nad otchłanią”*, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/4718/mostnad-otchlania>, [strona www, dostęp 1.03.2017]. Kolejne zaś na portalu RW2010.pl.

¹⁴⁵ Zob. *Bloger Kominek zmienia się w Jasona Hunta i promuje swoje książki*, <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/bloger-kominek-zmienia-sie-w-jasona-hunta-i-promuje-swoje-ksiazki>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁴⁶ Zob. B. Rubin: *Dieta. Zalecany sposób życia. Stół pełen pokus i iluzji. Rozważania o sztuce żywienia*. Rozpisani.pl 2015.

¹⁴⁷ Zob. R. Kawalec: *Pozwolenie na broń? To łatwe czyli jak zdobyć Glocka i co można z nim zrobić*. RW2010. 2014.

¹⁴⁸ Zob. F. Karzełek: *Pieniądze są sexy*. Rozpisani.pl. 2015.

mować swoje usługi¹⁴⁹. Dla specjalistów self-publishing jest narzędziem służącym temu, aby upowszechnić swoją wiedzę i wypromować markę osobistą. Wydanie publikacji może być formą spieniężenia posiadanych kompetencji lub działalnością w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu (przekazanie specjalistycznej wiedzy za darmo klientom). Na self-publishing decydują się również specjaliści, których publikacje być może nie odniosłyby szerokiego, medialnego sukcesu (tu jako przykład można wymienić publikację *Prawda o World Tanks. Sekrety, kulisy, skandale*¹⁵⁰, dotyczącą bezpłatnej gry online „World of Tanks”, lub *Crowdfunding*¹⁵¹ Karola Króla, poświęconą finansowaniu społecznościowemu).

Kolejną grupą są debiutanci, którym self-publishing pozwala na zaprezentowanie swoich prac szerszej publiczności. Tacy twórcy zwykle nie mają wielu książek na koncie, występują jako pisarze początkujący i poszukujący. Tworzą, by wyrazić siebie – tak możemy przeczytać w biogramach zamieszczonych na stronach.

Kolejną grupą autorów są niezależni twórcy internetowi. Jak wspominałam wcześniej, na self-publishing decydują się często blogerzy. Na blogu biznesoweinfo.pl¹⁵² można znaleźć informację, że do sierpnia 2015 roku wydano około 90 książek, których autorami byli blogerzy lub vlogerzy. Aż trzynastu internetowych twórców zdecydowało się na samodzielne wydanie swojej książki, choćby przywoływani już Tomek Tomczyk czy Michał Szafrński. Twórców internetowych od pozostałych self-publisherów odróżnia wierna grupa odbiorców, zgromadzona dookoła ich blogów, kanałów na YouTube, mediów społeczno-

¹⁴⁹ Zob. strona książki „Prawda o World of Tanks”, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SOTYx/prawda-o-world-of-tanksdemo.html?title=Prawda%20o%20World%20of%20Tanks%20-%20DEMO&ref=30>, [książka elektroniczna, dostęp 1.03.2017].

¹⁵⁰ Zob. K. Król: *Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu dzięki społeczności*. Katowice 2014.

¹⁵¹ Zob. *Zombiefilia*. Wyd. zbiorowe. Katowice 2014.

¹⁵² Zob. A. Skupieńska: *87 książek polskich blogerów i vlogerów*, <http://tosieoplaca.pl/87ksiazek-polskich-blogerow-i-vlogerow/>, [strona www, dostęp 1.02.2017].

ściowych. Blogerzy piszą na różne tematy, traktując książkę jako przedłużenie bloga. Stałe grono odbiorców łączy się z pewnym gronem czytelników - odbiorcami książek blogerskich są właśnie ich fani. W wypadku takich publikacji od samych treści zdaje się ważniejsza forma książkowa, pozwalająca na swoiste podsumowanie dotychczasowej twórczości.

Ostatnią grupą projektów wydawanych w ramach self-publishingu są z założenia darmowe publikacje. Chociaż wcześniej dokonywałam klasyfikacji na podstawie osoby autora, tutaj cechą dystynktywną jest bezpłatne udostępnianie treści. Autorami takich publikacji mogą być zarówno doświadczeni twórcy (*Umowy śmieciowe* Andrzeja Tucholskiego¹⁵³), jak i debiutanci (Bartosz Adamiak, którego twórczości poświęcę więcej czasu). Publikacje mogą mieć formę antologii (jak w wypadku *Zombiefilii*¹⁵⁴ lub *Gorefikacji*¹⁵⁵), czasopism („Świt ebooków”) albo samodzielnych tytułów (*Wilczyca*¹⁵⁶). Redaktorzy i autorzy zdecydowali się udostępnić e-booka za darmo, ponieważ ważniejsze było tworzenie treści i wprowadzenie jej do obiegu, co byłoby zgodne z teorią nadwyżki kognitywnej¹⁵⁷. Self-publishing jest więc wykorzystywany przez osoby, które chciałyby udostępnić treści w wygodniejszej do czytania formie e-booka (który w tym wypadku e-book jest kolejnym medium, obok notki na blogu, vloga czy szerokiego wpisu w mediach społecznościowych). W tym wypadku kwestia zarobku nie jest tak ważna jak łatwość w sposobie udostępniania tekstu i jego forma. Celem two-

¹⁵³ Zob. A. Tucholski: *Umowy Śmieciowe*, <https://andrzejtucholski.pl/category/umowy-smieciowe>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

¹⁵⁴ Zob. *Gorefikacje*. Wyd. zbiorowe, <http://darmowe-ebooki.com.pl/46727-antologiangorefikacje.html>, [książka elektroniczna, dostęp 1.03.2017].

¹⁵⁵ Zob. „Świt ebooków” 2013, nr 3, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SOTc4/swit-ebookow-nr-3.html?title=Świt%20ebooków%20nr%203&ref=49>, [czasopismo elektroniczne, dostęp 1.03.2017].

¹⁵⁶ Zob. K. Kaim: *Wilczyca*. RW2010 2013, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTQxMw%3D%3D/wilczyca.html?title=Wilczyca&ref=2>, [książka elektroniczna, dostęp 1.03.2017].

¹⁵⁷ Zob. C. Shirky: *Dżin, telewizja i nadwyżka kognitywna*. W: *Ekonomia kultury. Przewodnik Krytyki Politycznej*. Red. zbiorowa. Wydawnictwo Krytyki Politycznej. Warszawa 2010.

rzenia zdaje się nie zarobkowanie, ale wspólne opowiadanie historii, porównywalne do oralnego etapu rozwoju sztuki słowa.

Interesująca jest poetyka notek o sobie, tworzonych przez niezależnych autorów, które mówią nam nieco więcej o samych twórcach. Można podzielić je na dwie kategorie, nazwane przeze mnie roboczo profesjonalnymi i wyznawczymi.

Profesjoniści, pierwsza grupa, kładą nacisk w notkach opisujących siebie i swoją twórczość na doświadczenie. Ważne jest w nich zaprezentowanie wykształcenia, osiągnięć i zdobytej wiedzy.

Dobrym przykładem jest poniższa notka autorstwa Radosława Lewandowskiego: „Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, pracownik Korpusu Służby Cywilnej, niedoszły kucharz na okrętach Polskiej Floty Handlowej, prawie kwatermistrz Wojska Polskiego”¹⁵⁸ lub Jacka Pałasińskiego:

Jacek Pałasiński – teatrolog, dziennikarz telewizyjny i radiowy, korespondent. Jest absolwentem Wydziału Wiedzy o Teatrze Państwowej Wyższej Szkoły Teatralnej w Warszawie. Od 1977 roku był działaczem opozycji demokratycznej, związany z Niezależną Oficyną Wydawniczą NOWA. W 1981 roku wyjechał do Włoch, gdzie był jednym z założycieli Komitetu „Solidarności” we Włoszech. Jako dziennikarz pracował w Radiu ZET, „Rzeczpospolitej” i „Wprost”, publikował również w prasie zagranicznej. Obecnie korespondent i publicysta stacji telewizyjnej TVN24. Jest członkiem Stowarzyszenia Prasy Zagranicznej we Włoszech oraz Stowarzyszenia Wolnego Słowa¹⁵⁹.

Takie notki wskazują, że pisarze prezentują siebie jako ekspertów w danej dziedzinie. Wykształcenie, kariera zawodowa i wcześniejsze osiągnięcia mają

¹⁵⁸ Informacja o Radosławie Lewandowskim na stronie książki w serwisie RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTA2NQ%3D%3D/yggdrasil-exodus.html?title=Yggdrasil.%20Exodus>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁵⁹ Informacja o Jacku Pałasińskim na stronie książki w serwisie RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTQ2MQ==/zapiski-z-podrozy-2015.html?title=Zapiski%20z%20podróży%202015>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

świadczyć o ich profesjonalizmie. Prawdopodobnie autorzy w ten sposób walczą z stereotypem self-publishera jako osoby, której praca została odrzucona przez wydawnictwo z powodu jej kiepskiego poziomu. Notki skonstruowane w ten sposób przypominają stylem informacje o autorach, które można znaleźć na stronach pisarzy publikujących w wydawnictwach, w katalogach wydawnictw lub w czasopiśmie literackich. Można więc założyć, że self-publisherzy kładący nacisk na profesjonalizm odtwarzają reguły gry z pola literackiego. W pewnym stopniu imitują tradycyjny habitus literacki, przekładając jego właściwości na pole literackie (self-publishing), gdzie jednak zasady są inne. Jednak sytuacja takich autorów jest złożona – z jednej strony chcą zdyskontować swoją pozycję w rywalizacji ze innymi, mniej doświadczonymi self-publishingami, a z drugiej podtrzymać status profesjonalisty w oczach graczy z pierwotnego pola. Taka sytuacja przypomina trochę grę do dwóch bramek jednocześnie, więc pytanie brzmi, czy w takiej sytuacji sukces jest możliwy.

O władzę w polu zabiega się nie dzięki nagrodom literackim, wysokiej pozycji na liście bestsellerów i uznaniu krytyków, lecz za sprawą popularności wśród internautów, którzy w każdym momencie mogą stać się takimi samymi twórcami jak zadeklarowani profesjonalści. Właśnie brak strażników pola (krytyka, nagrody) sprawia, że twórcy chcą się oddzielić zasłoną profesjonalizmu od innych internautów, podkreślić zawodowy charakter swojego pisarstwa i dodać sobie prestiżu. Do tego problemu wrócę później, gdy będę analizować problem dwóch postaw twórczych: geniusza i rzemieślnika.

Kolejny typ notek odwołuje się do poetyki wyznania. Autorzy takich biografii, publikowanych na stronach, uciekają od profesjonalizmu i zamiast o osiągnięciach piszą o osobistym doświadczeniu i przeżyciach. Zdaje się, że jest to domena debutantów. Przykładem mogą być następujące notki:

Aneta Rzepka urodzona 16 stycznia 1980 roku w Wołominie. Mieszka w Warszawie, chociaż marzy jej się drewniana chatka w górach i śpiew ptaków zamiast warkotu samochodów. Studiowa-

ła filologię polską na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Z wykształcenia historyk literatury polskiej i teatrolog, z zamiłowania mól książkowy, z powołania żona i matka. Wie, że żadnej chwili nie można zatrzymać, ale można jej nie stracić, dlatego stara się brać z życia to, co najpiękniejsze.

W wolnych chwilach bawi się w przelewanie na monitor wymyślonych historii. Autorka bajek, tworzonych na własny użytek, licznych opowiadań i tekstów prozą. W 2010 r. zadebiutowała powieścią „Tohańska branka”, w 2011 r. wydała powieść „Na strunach marzeń”, a w 2012 „Świat w pastelach Ingi”. Prowadzi blog autorski (www.atena-literaplog.blog) oraz blog z recenzjami (www.recenzje-elwira.blogspot.com)¹⁶⁰.

Tutaj notka autobiograficzna łączy oba typy – odwołuje się do instytucjonalnie potwierdzonych kompetencji, ale ponieważ są one niewielkie, autorka informuje również o własnych marzeniach i pasjach.

Kolejny przykład wpisu osobistego:

Zdecydowałam się zapisywać to co czuję, chociaż moja przygoda z nurkowaniem dopiero się zaczyna. Wiem, że przede mną nowe doznania i przeżycia, chcę je zachować w pamięci, a może podzielić się z tymi, którzy jeszcze się wahają. Już wiem, że warto. To dopiero początek, a przełamanych barier tak wiele. Co przyniosą następne dni, miesiące, lata?¹⁶¹

Lub:

Czuwaj! Cii, już dobrze. Spokojnie, nie bój się, mój Wattpadowiczu. Już jesteś bezpieczny. Chodź do mnie, pozwól, że poczytam Ci wiersze. No już. Uśmiechnij się. Druhna Ruda Cię utuli. Już jest dobrze, wiesz? W końcu jesteśmy tutaj, na pomarańczowej polanie, oświetleni blaskiem słonecznych dni. Nie musimy iść na śmierć po kolei, możemy spokojnie oddychać, otoczeni tchnie-

¹⁶⁰ Informacja o Anecie Rzepce na stronie książki w serwisie RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMzUy/gra-o-dusze.html?title=Gra%20o%20dusze>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁶¹ Informacja o Grażynie Zawadzkiej na stronie książki w serwisie RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SNTAx/podwodne-wspomnieniakolory-rafy.html?title=Podwodne%20wspomnienia%20-%20kolory%20rafy> [strona www, dostęp 1.03.2017].

niem poezji, a nasze serca mogą przestać być kamienne. To co zostanie z naszych rozmów, będzie dla nas pamiątką. A teraz napiszmy razem piaszczysty list, posłuchajmy Boga i przebac mi, że wciąż jeszcze jestem małą pisarką i nie umiem w pełni oddać tego, jakie jest życie, choć moje historie są prosto z serca. Dopiero uczę się żyć. Tak jak Ty. Do zobaczenia w niebie!¹⁶².

Autorzy takich wyznań uciekają od profesjonalizmu, o którym pisałam wcześniej. Może wynikać to z dwóch kwestii. Pierwsza – ich dorobek jest zwykle zbyt skromny, aby móc się pochwalić konkretnymi osiągnięciami. Jednak czasem i osoby, mogące pochwalić się osiągnięciami, sięgają po poetykę wyznania:

Jestem kobietą, co wiele tłumaczy. I jak większość kobiet lubię wyrażać opinie, zajmować stanowisko, przymykając gałki owładnięta pychą osoby, która nigdy nie milknie.

Kiedys jednym cięciem zmieniłam swoje życie i teraz agituje, żeby inni też coś ze swoim życiem zrobili. Biegam, bo muszę, odżywiam się jak dziki roślinożerca, a na blog wrzucam teksty o zdrowiu, braku zdrowia, sile woli, kondycji fizycznej i psychicznej, ale też opiniuję w kwestiach socjologicznych. Moje wymądrzanie się nie ma więc granic. (...) Jestem też autorką najlepszego moim zdaniem poradnika w formie e-booka o zarabianiu w sieci *Jak zarabiać przez Internet? Jak zarobić na blogu? czyli droga do świetnie prosperującego e-biznesu*¹⁶³.

Drugi powód zdaje się bardziej przekonujący. Autorzy, korzystając z poetki wyznania, potwierdzają sentymentalny i romantyczny stereotyp literatury płynącej jakoby prosto z serca. W tym ujęciu literatura winna służyć przekazaniu czegoś nieuchwytnego i niewyznawalnego w innej formule komunikacji – jest medium duszy samego autora.

Pionierem takiego myślenia o literaturze jest Jan Jakub Rousseau. Ewa Rzadkowska we wstępie do wydania *Wyznań* zwraca uwagę, że dzieło Rousseau

¹⁶² Informacja o autorce (Ruda) na stronie książki w serwisie Wattpad, <https://www.wattpad.com/user/polishbeauty> [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁶³ Informacje o Pepsi Elliot na jej stronie www, <http://www.pepsielliot.com/kim-jest-pepsi-elliot/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

należy traktować jako nowy gatunek literacki, autora zaś jako pioniera autobiografii. Rousseau narzucił styl, konstrukcję (z „paktem autobiograficznym” na czele) i konstrukcję ideologiczną (autobiografia jako obraz stanów psychicznych autora, których celem jest opowiedzenie prawdy o samym sobie, ale i społeczeństwie), które do dnia dzisiejszego kształtują ten gatunek literacki¹⁶⁴. Współcześni autorzy, nawet ci niezaznajomieni z jego *Wyznaniem*, sięgają po wspomniane rozwiązania za pośrednictwem niezliczonej liczby popularnych autobiografii, opartych się na wypracowanych przez Rousseau zasadach gatunku. Celebryci, piłkarze, gwiazdy i literaci piszą swoje osobiste wyznania właśnie według zasad zaproponowanych przez osiemnastowiecznego autora, powielając gest obietnicy wypowiedzenia całej prawdy o sobie. Formuła sentymentalnej autobiografii może być korzystna dla self-publisherów z kilku powodów. Po pierwsze, gest autobiograficzny, wypływając z russowskiej tkliwości serca, nie wymaga erudycji (a wręcz przeciwstawia się jej). Wyznanie prawdy o sobie i pisanie autentyczne, od siebie, otwiera przestrzeń literatury dla osób, które do opowiedzenia mają tylko swoją historię, z założenia niezbyt atrakcyjną dla wydawców. Nie niesie ona razem z sobą obietnicy wielkich zysków i wielotysięcznych nakładów, ale może się okazać atrakcyjna dla węższego grona odbiorców. Fantazmat autentyzmu zwalnia niejako z przymusu ekonomicznego myślenia o literaturze (piszę dla siebie i o sobie), a z drugiej strony ociera się o skandal. Wszak i *Wyznania* po publikacji wywołały mieszane uczucia wśród odbiorców, bo zostały uznane za zbyt intymne. Właśnie gra tych trzech wartości: autentyzmu, skandalu oraz programowego amatorstwa (piszę dla siebie, nie mam kompetencji, ale jednak publikuję) jest zapewne atrakcyjna dla niektórych self-publisherów, wzmacnia ich obecność w polu literackim (skoro nie mają za sobą osiągnięć, nie są namaszczeni przez instytucje kultury, to swoją wiarygodność mogą wzmacniać na podstawie własnych doświadczeń).

¹⁶⁴ Zob. E. Rządowska: *Wstęp*. W: J. J. Rousseau: *Wyznania*. Ossolineum. Wrocław-Warszawa-Gdańsk-Kraków 1978, s. XIX.

Rzadkowska pisze we wstępie do wydania *Wyznań*, że ich powstanie łączy się z momentem historycznym afirmującym prawa człowieka i szeroko rozumianą wolność¹⁶⁵. Jak podkreślałam i dalej będę podkreślać, wolność jest jednym z najważniejszych ideologicznych uzasadnień aktywności self-publishingowej. Jednak tym razem nie chodzi o wolność osobistą, ale wydawniczą – o rezygnację z pośredników, wydawnictw i redaktorów. Autobiografia i self-publishing zdają się więc służyć afirmacji podobnej wartości. I chociaż Rousseau w swoich pracach ostro sprzeciwiał się rozwojowi technologii (dopatrując się w niej przyczyn upadku społeczeństwa) i rezygnował z honorariów¹⁶⁶ (niezależni autorzy afirmują nowe technologie, które umożliwiają im właśnie sukces ekonomiczny), eksponowana przez self-publisherów wartość wolności i autentyzmu wywodzi się właśnie z sentymentalizmu.

SUKCESY POLSKIEGO SELF-PUBLISHINGU

Polski rynek wciąż czeka na pierwsze sukcesy niezależnych autorów. Za jednego z popularniejszych twórców uchodzi Władysław Zdanowicz, który sprzedał ponad osiem tysięcy egzemplarzy swoich książek¹⁶⁷. Zdanowicz w pewnym sensie jest weteranem polskiego self-publishingu. Pierwszą książkę wydał w 1989 roku w wydawnictwie Czytelnik, ale od 2007 roku kolejne wydaje już samodzielnie¹⁶⁸. Jest autorem reportaży poświęconych walkom w Afganistanie (*Afganistan. Dowódca plutonu, Afganistan. Polski Szwejk na misji w Iraku*), powieści wojennych (*Misjonarze z Dywanowa czyli Polski Szwejk na misji w Iraku*

¹⁶⁵ Zob. tamże, s. VIII.

¹⁶⁶ Tamże, s. XXXV.

¹⁶⁷ Zob. *Władysław Zdanowicz najpopularniejszym samopublikującym autorem w Polsce?*, <http://booklips.pl/newsy/wladyslaw-zdanowicz-najpopularniejszym-samopublikujacym-autorem-w-polsce/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

¹⁶⁸ *Strona autorska Władysława Zdanowicza*, http://wladyslaw-zdanowicz.com.pl/?page_id=24, [strona www, dostęp 14.03.2017].

cz. 1 - *Pinky, czyli nowicjusz*), powieści obyczajowych (*Koszta własne*)¹⁶⁹. Rozległość uprawianych gatunków okazuje się typowa dla niezależnych autorów, o czym będzie jeszcze mowa. Jak wynika z jego strony internetowej, Władysław Zdanowicz jest właścicielem księgarni w Kwidzynie, gdzie sprzedaje swoje książki w wersji papierowej. Takie połączenie (przypominam, że pierwszą książkę wydano w 2007 roku) jest pionierskie w wypadku self-publishingu (choć samodzielni pisarze, samodzielnie sprzedający swoje książki, korzystają z własnych sklepów internetowych, pełniących funkcję księgarni) lub odtwórcze wobec mechanizmów dystrybucji w drugim obiegu. W każdym razie Zdanowicz uprawiał self-publishing, korzystając z dostępnych zasobów, zanim można było mówić o trendzie wydawniczym. Książki Zdanowicza doczekały się kilku omówień w prasie internetowej, zaś on sam działa aktywnie w grupach zrzeszających self-publishersów. Gdy mowa o polskim self-publishingu z pewnością wypada wspomnieć o tym autorze, chociaż wyznaczniki jego popularności są trudne do zweryfikowania.

Jak wspominałam na początku, brakuje danych i badań, które pomogłyby nam oszacować na przykład średnią sprzedaż książek self-publishingowych w Polsce. Sam problem rozpoznawalności w dobie internetu jest skomplikowany – czy za rozpoznawalnego możemy uznać pisarza czytanego wyłącznie lokalnie? Czy rozpoznawalny jest bloger, czytany miesięcznie przez setki tysięcy odbiorców, a mimo to nieznanym opinii publicznej? Czy za rozpoznawalnego możemy uznać self-publishera, autora dziesięciu publikacji, którego nazwisko nic nie mówi krytykom? Zakładam, że w obliczu takich pytań możemy przyjąć, że twórcy rozpoznawalni w pewnych kręgach, świadomi istnienia i wielkości swojej grupy odbiorców częściej decydują się na samodzielną dystrybucję swoich publikacji.

¹⁶⁹ Zob. strona Władysława Zdanowicza na portalu *Lubimy Czytać*, <http://lubimyczytac.pl/autor/30669/wladyslaw-zdanowicz>, [strona www, dostęp 14.03.2017].

Za przykład niech posłuży wspomniany Krzysztof Gonciarz. Wydał swoją książkę samodzielnie, korzystając z usług zewnętrznych (takich jak redakcja, usługi graficzne), i sprzedaje swoje publikacje za pośrednictwem własnego sklepu. Książki nie były dostępne w sieciowych księgarniach, ale i tak zdobyły zainteresowanie grupy docelowej, o czym świadczą komentarze w internecie. Gonciarz ma na tyle ugruntowaną pozycję wśród odbiorców swoich treści, że sprzedaż w księgarniach i ogólnopolskie akcje marketingowe nie były mu potrzebne. Oczywiście, można się zastanawiać, czy w tradycyjnym systemie wydawniczym jego książki nie stałyby się bardziej popularne, a on samzyskaliby na rozpoznawalności oraz finansowo. Jednak self-publishing w takim modelu spełnia swoje zadanie – książki trafiają do sporej, zdefiniowanej grupy odbiorców.

Samodzielna dystrybucja książek jest również stosowana przez self-publisherów niebędących internetowymi twórcami. Przykładem może być wspomniany Władysław Zdanowicz, jeden z pierwszych self-publisherów, który sprzedaje swoje publikacje za pomocą własnej, stacjonarnej księgarni.

Self-publisherzy często nie mają możliwości sprzedawania swoich książek w księgarniach sieciowych, ponieważ takie księgarnie wymagają od wydawnictwa/autora dużego nakładu do własnej dyspozycji, który sprzedają na zasadach komisji. Wpływa to na mniejszą popularność publikacji niezależnych autorów, zakładając, że punkty sieci księgarskich bywają najczęściej wybieranym miejscem do zakupu nowych publikacji. Obecnie możemy jednak obserwować ciekawe zjawisko. Autorzy, którzy na swoim rynku publikują lub publikowali jako self-publisherzy, są dziś sprzedawani w tłumaczeniu w polskich księgarniach. Za wydanie odpowiedzialne są wydawnictwa, które kupują licencję do ich książek. Jako przykłady można wymienić tłumaczenia Hugh Howeya¹⁷⁰, Colleen

¹⁷⁰ Hugh Howey, amerykański self-publisher, w Polsce wydawany przez wydawnictwo Papierowy Księżyc.

Hoover i Mii Sheridan¹⁷¹. Dodatkowo należy wspomnieć o publikacjach, które rozpoczynały swoją drogę jako wydawnictwa self-publishingowe, a po początkowym sukcesie prawa do nich zakupiły wydawnictwa – tak właśnie stało się w przypadku *Pięćdziesięciu twarzy Greya* E.L. James¹⁷². I chociaż na polskim rynku niezależni autorzy nie zanotowali dotąd spektakularnego sukcesu, nie oznacza to, że polscy czytelnicy nie zetknęli się z ich twórczością, jakkolwiek niekoniecznie muszą o tym wiedzieć!

Warto zastanowić się nad motywami, które kierują pisarzy w stronę self-publishingu. Michał Szafrański wprost pisze o zarobkach – samodzielne wydanie książki mogło mu zapewnić większy zysk niż współpraca z wydawnictwem¹⁷³. Jednak przypadek Michała Szafrańskiego jest specyficzny – jest on autorem bloga jakoszczedzacpieniadze.pl – a całą swoją działalność sieciową dedykuje właśnie problemowi oszczędzania pieniędzy. Szafrański dzieli się z czytelnikami rozpiskami swoich dochodów i wydatków, stawiając na pełną transparentność. Self-publishing według kalkulacji Szafrańskiego okazał się bardziej opłacalny, a autor deklaruje, że dzięki książce jego dochód wyniósł 1,65 miliona w pięć miesięcy. Autor jednak potraktował wydanie książki jako kolejny projekt biznesowy, tworząc precyzyjną kampanię marketingową. W tym wypadku akurat nie chodzi o literaturę czy sztukę, ale podbicie rynku książki produktem, który na pewno spotka się z zainteresowaniem (kto nie chciałby się nauczyć lepiej oszczędzać?). W tym wypadku nie ma różnicy pomiędzy książką a wiedzą przekazaną w formie serii płatnych wideo, wpisów na blogu lub kursów. Wyróżnikiem jest jedynie format książkowy, który pozwala uporządkować szeroką wiedzę i być może przydaje uznania autorowi. Szafrański po wydaniu *Finansowego ninji* nie jest już wyłącznie blogerem, znającym się na oszczędzaniu, ale autorem poczytnego poradnika.

¹⁷¹ Colleen Hoover i Mia Sheridan, amerykańskie self-publisherki, w Polsce wydawane przez Wydawnictwo Otwarte.

¹⁷² Zob. J. Pecoskie i H. Hill: *Beyond traditional publishing models...*

¹⁷³ Zob. M. Szafrański: *1,65 miliona w 5 miesięcy...*

Jeśli chodzi o motywacje innych twórców, niektórzy z nich piszą o intensywniejszym kontakcie z czytelnikami, braku zainteresowania wydawnictw lub fascynacji możliwością samodzielnego wydawania swoich książek. Dla wielu młodych i debiutujących twórców jest to jedyny sposób na podzielenie się swoją twórczością i spotkanie się z jakąś krytyczną reakcją ze strony odbiorców. Dla pokolenia Y takie publikowanie książek może być bardziej naturalne niż dla poprzednich. Wszak należy ono do *generacji upload* (jak pisał Jeff Gomez¹⁷⁴), dla której umieszczanie treści w internecie jest działaniem naturalnym, dzięki zaś rozwojowi technologii mają do niego nieograniczony dostęp. Wrzucenie swojego pliku do sieci zdaje się łatwiejszym i bardziej dostępnym rozwiązaniem niż forsowanie bram wydawnictwa. Właśnie wspomnianie przemiany społeczne mogą mieć wpływ na self-publishing, uprawiany na portalach typu Wattpad, blogach i forach skupiających twórców fanfiction.

Samodzielnie publikujący autorzy stanowią niejednorodną grupę. Część z nich ma za sobą doświadczenie publikacji w wydawnictwach, inni dzięki self-publishingowi mogą zadebiutować. Kieruje nimi chęć maksymalizacji zysku, wolność wydawnicza i demokracja w publikowaniu. Warto jednak podkreślić to, że pisarze niezależni nie stanowią jednorodnej grupy. Dzięki temu możemy wyciągnąć wniosek, że self-publishing jest zaledwie sposobem wydawania książek, a nie na przykład prądem literackim. Niezależnych pisarzy od tych wydających przez domy wydawnicze odróżnia większe oswojenie technologii, wielozadaniowość i samodzielność – połączenie kompetencji biznesowych, technologicznych i społecznych.

Z pewnością brak jasnego przykładu sukcesu w self-publishingu (w tym momencie powinniśmy się zastanowić, czym jest sukces i kiedy się go osiąga – gdy publikacja staje się medialna, książka staje się bestsellerem lub realizuje założenia autora). W self-publishingu sukces wydawniczy różni się od sukcesu książki wydanej w wydawnictwie. Jednym z głównych mechanizmów self-

¹⁷⁴ Zob. J. Gomez: *Print is dead...*

publishingu jest trafiać do wąskich, wyselekcjonowanych grup odbiorców, zgodnie z zasadą długiego ogona. Sukcesem może być sprzedanie książki dwudziestu dedykowanym czytelnikom, jak i zarobienie na niej milionów, aczkolwiek media i krytycy o publikacji nawet nie słyszeli. Pewne jest jednak, że większość z polskich self-publisherów nie osiągnęła sukcesu międzynarodowego, np. podpisując umowy z zagranicznym wydawnictwem lub budując swoją rozpoznawalność za granicą. Te małe, lokalne sukcesy mieszczą się w granicach polskiego rynku wydawniczego. Jako że idea self-publishingu przyszła do Polski później, zaś amerykańscy czytelnicy mieli więcej czasu na jej oswojenie, możemy zakładać, że i z czasem w Polsce pojawią się głośne książki samodzielnie publikujących autorów, którzy być może będą publikować również w innych językach.

Z sukcesem wiąże się niejako inne pojęcie – kanonu. Równie problematycznego, jak sam sukces, chociaż kanon zwykle wyznaczają nie pisarze, zaś inne instytucje literackie (krytyka literacka, akademie). Problem kanonu wynika, tak samo jak kwestia sukcesu, z rozproszenia niezależnie wydawanych tekstów, niemożliwości ich skatalogowania oraz przede wszystkim braku zainteresowania instytucji literackich self-publishingiem (krytyka, uniwersytet, media, szkoła), które mogłyby określić, który tekst jest kanoniczny, a który nie.

Dorota Kozicka, podsumowując dyskusję na temat kanonu, która toczyła się w 1998 roku na łamach czasopisma „Znak”, zwraca uwagę, że przez większość krytyków:

Kanon był rozumiany jest przede wszystkim „zdroworozsądkowo”, a przy tym dwojako: albo jako zbiór dzieł, do których należy w jakiś sposób odnosić bieżącą twórczość (kanon literatury czy kultury polskiej), albo też jako nie do końca sprecyzowany, ale funkcjonujący zespół milcząco deklarowanych warto-

ści, stanowiących intencjonalny punkt odniesienia dla twórczości, krytyki czy innych działań na polu kultury (...) ¹⁷⁵.

Kanon może być więc potraktowany jako zbiór pewnych zasad, określających wybitne dzieło literackie, lub spis dzieł, do których należy się odnieść. Jerzy Świątek wyznacza kilka typów kanonu: potencjalny (wszystko, co wiąże się z literaturą ustną), dostępny (te dzieła, które były powszechnie dostępne w danym okresie literackim), selektywny (wybory podyktowane potrzebami), oficjalny (pochodzi z listy selektywnej, mający zabezpieczenie instytucjonalne), osobisty i krytyczny (wybrany przez krytyków) ¹⁷⁶. Już po lekturze tej listy można uznać, że kanon wiąże się mocno z instytucjami literackimi (krytyka, szkoła, uniwersytet), a mówiąc językiem Andrew Keena – strażnikami. Tekst, który pojawi się w kanonie, musi zostać zaakceptowany i uznany przez specjalistę, strażnika pola literackiego, który odsiewa ziarno od plew. Jak wielokrotnie pisałam, strażnicy pola nie są zainteresowani self-publishingiem, dlatego rzadko staje się on dla nich przedmiotem do dyskusji, zaś o krytycznym omawianiu poszczególnych tekstów (przynajmniej na ten moment) nie ma mowy. W konsekwencji jedyny kanon w self-publishingu, o jakim obecnie możemy mówić, będzie kanonem osobistym – podyktowanym jednostkowym wyborem czytelnika. Oczywiście, jeśli czytelnik będzie miał potrzebę taki kanon stworzyć, bo być może wielu z nich nie traktuje self-publishingu jako osobnego typu tekstów, zasługujących na własny kanon. Należy pamiętać, że self-publishing jest wyłącznie innym sposobem wydania książki, a zmiana, jaką wywiera na poziomie tekstu, będzie trudniejsza do uchwycenia. Dla wielu czytelników książki wydane przez niezależnych autorów mogą się znaleźć w kanonach osobistych, gdzie zaklasyfikowane są według konwencji, poruszanych tematów lub wartości sentymentalnej. Tak

¹⁷⁵ D. Kozicka: *Wołanie o kanon? W: Kanon i obrzeża*. Red. I. Iwasiów, T. Czerska. Universitas. Kraków 2005, s. 60.

¹⁷⁶ Zob. J. Świątek: *Burze wokół kanonu/kanonów*. W: *Kanon i obrzeża...*, s. 16-17.

naprawdę wielu odbiorców może obcować z książkami self-publisherów, nie mając o tym pojęcia, co utrudnia stworzenie kanonu.

Symptomatyczne, że w wielu tekstach krytycznych na temat kanonu w polskiej literaturze po roku 1989 samo ustalenie jego definicji oraz tego, jak powinien wyglądać kanon modelowy, okazuje się bardzo trudne. Jerzy Świąch pisze:

Kanon przestał być traktowany jako ponadczasowy ideał, pozwalający wciąż ocenić wartość indywidualnych rozstrzygnięć, a to dlatego, że wraz z zatarciem granic samej literatury, niemożliwe jest dziś do zdefiniowania, nie można arbitralnie orzec, co nią jest, a co nie jest, mamy bowiem tyle literatur, ile społecznych potrzeb czerpiących zeń zachętę do reprezentowania interesów określonych grup¹⁷⁷.

Określenie więc, jaki jest kanon współczesny, jest bardzo trudne, co wynika z rozproszenia literatury i właściwie możemy mówić o kanonach, nie zaś o kanonie. Na początku wskazywałam, że przygotowanie kanonu dla self-publishingu byłoby trudne, ze względu na rozproszenie zjawiska, jednak skoro stworzenie kanonu dla literatury wydawanej przez wydawnictwa jest uznawane za badaczy i krytyków za trudne (choć takie teksty są bardziej widoczne w przestrzeni publicznej, łatwiej zbadać ich recepcję, itd.). Jednak w wypadku self-publishingu ustanowienie kanonu zdaje się niemożliwe. Wystarczy pomyśleć o niemalże niepoliczalnej, wciąż zmieniającej się puli tekstów, które nie są w pełni katalogowane przez zewnętrzną instytucję (jak np. Biblioteka Narodowa, która nie notuje książek wydawanych bez numer ISBN, wpisów na blogach, fanfiction itd.).

Krytycy zwracają uwagę na rozproszenie kanonu, a jednocześnie w ich tekstach można odczytać tęsknotę za kanonem. Joanna Orska przytacza głosy krytyczne na temat kanonu i co ciekawe, można je podzielić na dwa obozy: krytyków za kanonem tęskniących (Piotr Śliwiński) lub uznających koniec kanonu

¹⁷⁷ Tamże, s. 16.

za fakt (Andrzej Skrendo, Dorota Kozicka, Inga Iwasiów)¹⁷⁸. Szczególnie wyrazisty jest głos ostatniego badacza, który zauważa, że kanon ulega ciągłej modyfikacji i zmianom. Kanon pojawia się jako narzędzie w pewnym stopniu ograniczające, nie próbuje określać na jakich podstawach miałyby być idealny kanon zbudowany, a z drugiej strony kanon przedstawiany jest jako miejsce ideowego sporu, gdzie powinniśmy pytać o literaturę. Skrendo twierdzi jednak, że „kanon musi się zmieniać i żądania różnych grup mniejszościowych kierowane wobec niego są uzasadnione”¹⁷⁹. Znowu mamy więc głos potwierdzający rozproszenie kanonu i jego instytucjonalność, jednak kanon jako miejsce dyskusji o literaturze jest ważnym postulatem. Być może zbudowanie kanonu dla self-publishingu (ale przez kogo? Każda instytucjonalność niejako podważa sens niezależnego wydawania) lub umieszczenie dzieł wydanych samodzielnie przez autorów w pewnych kanonach umożliwiłoby dyskusję o miejscu zjawiska we współczesnej literaturze.

Na razie jednak takich głosów w dyskusji o self-publishingu brak. Dlatego gdy planowałam przeanalizować twórczość i sylwetki trzech niezależnych autorów, musiałam dokonać samodzielnego wyboru, jednak celem tego podsumowania nie było stworzenie nowego kanonu, a raczej próba opowiedzenia o dość wyrazistych twórcach, reprezentujących zarazem w pewnym stopniu określony typ. Wybrałam Tomka Tomczyka (blogera i autora czterech książek), Aleksandra Sowy (uznawanego za jednego z pierwszych polskich self-publisherów, który publikuje książki należące do różnych nurtów) i Bartosza Adamiaka (pisarza wydającego swoje książki głównie za darmo w wersji cyfrowej). Podjęcie decyzji nie było łatwe i taki dobór jest motywowany raczej zróżnicowaniem tekstów, wychodzących spod pióra tych self-publisherów, niż innymi czynnikami. Istotne

¹⁷⁸ Zob. J. Orska: *Mistrzowie odchodzą. O pojęciu mistrza, kanonu i arcydzieła w świadomości literackiej po roku 1989*. W: *20 lat literatury polskiej. 1989-2009*. Tom 1, część 1. *Życie literackie po roku 1989*. Red. D. Nowacki, K. Uniłowski. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2010, s. 27-42.

¹⁷⁹ A. Skrendo: *Kanon i lektura*. W: *Kanon i obrzeża...*, s. 69.

dla mnie był fakt, że każdy z autorów dociera do innych grup odbiorców, większych lub mniejszych, oraz publikuje kompletnie inne teksty. Pewne mechanizmy, które omówiłam przy twórczości Tomczyka, Sowy i Adamiaka działają również w przypadku innych twórców. Są oni w pewnym stopniu reprezentatywni dla zjawiska, ale trudno ich teksty traktować jako pewną średnią lub standard dla literatury wydawanej w taki sposób. Ten rozdział traktuję raczej jako wstęp do dalszych rozważań, chociaż możliwe, że niektórzy czytelnicy uznaliby twórczość Tomczyka lub Sowy za kanoniczną dla polskiego self-publishingu, chociażby ze względu na ich stale poszerzającą się grupę odbiorców.

BARTOSZ ADAMIAK – PISARZ AMATOR

Bartosz Adamiak na swojej stronie pisze o sobie krótko: „Pisarz amator. Ciągłe wierzy, że kiedyś się uda. Prowadzi blog bartoszadamiak.com”. Poniżej dorobek literacki: *Era Mroku*, *Rae Ragis*, *Sukkub i inne opowiadania*, *Reset*¹⁸⁰. Swoje książki publikuje na autorskiej stronie internetowej oraz na portalach self-publishingowych. Wszystkie tytuły można pobrać za darmo, są jednak w dość dobrze przygotowane do lektury (format EPUB, MOBI, PDF, dodatkowo *Reset* był publikowany na blogu autora jako powieść w odcinkach). Interesujące, że Adamiak właściwie od początku pozycjonuje siebie jako pisarza-amatora, twórcę początkującego, któremu artystyczne i rynkowe ambicje zdają się obce. Znacząca jest również nazwa jego fanpage’a na Facebooku – *Bartosz Adamiak, który próbuje być pisarzem*¹⁸¹. Możemy więc jego twórczość traktować jako serię prób, pisanie do szuflady 2.0 (autor, zamiast zachować szkice dla siebie, publikuje je w internecie, czekając na komentarze czytelników i doskonaląc dzięki nim swój warsztat). Internet jest świetnym miejscem na zdobywanie nowych umiejęt-

¹⁸⁰ Strona autorska Bartosza Adamiaka [strona www, dostęp 10.04.2017]
<http://bartoszadamiak.com/reset/o-autorze-bartosz-adamiak/>; B. Adamiak: *Era Mroku*. 2014; *Rae Ragis*. 2015; *Reset*. 2016; *Sukkub i inne opowiadania*. 2016.

¹⁸¹ Zob. strona Bartosza Adamiaka na Facebooku [strona www, dostęp 15.11.2017]
<https://www.facebook.com/bartoszadamiakcom/?fref=ts>.

ści, rozwijanie ich i dzieleniem się swoim postępem w rozwoju oraz pozyskiwanie nowych odbiorców. Taką rolę mają portfolio (publikowane w sieci) początkujących artystów-grafików, muzyków i innych, którzy liczą, że ich talent zostanie z czasem dostrzeżony i być może trafi na podatny grunt lub osoby, które pomogą go rozwijać. Doświadczeni self-publisherzy doradzają, by dzielić się swoją początkową twórczością z czytelnikami, którzy wskażą błędy i mocne strony, a do myślenia daje również istnienie portalu LeanPub¹⁸², gdzie można opublikować tekst, będący na etapie stawania się – bez korekty, redakcji, niedopracowany. Pokazywanie w sieci prac niegotowych, przed korektą i redakcją może mieć duży sens. Dzięki czytelnikom pisarz poprawia swój warsztat, buduje swoją pozycję, może liczyć na wsparcie i rady bardziej doświadczonych osób. To praktyka dość powszechna i wydaje mi się, że nie wymaga dalszego komentarza. Jednak świadome stawianie się w pozycji debiutanta (tak jak w przypadku Bartosza Adamiaka) i kogoś, kto tylko próbuje tworzyć, zasługuje na chwilę refleksji. Autor w ten sposób opowiadający o swojej twórczości niejako odpięra również potencjalne ataki krytyków. W końcu nie nazywa siebie pełnoprawnym pisarzem, kimś, kto tworzy wielką literaturę, ale amatorem, traktującym swoją twórczość jak zabawę. Niejako przypomina to zawłaszczanie zwrotów uznawanych powszechnie za obraźliwe i nadawanie im nowego znaczenia – jak w wypadku zwrotu *queer*, które przestaje być obelgą, ale pozytywnym określeniem, a przejęcie negatywnego zwrotu i nadanie mu pozytywnego znaczenia jest ruchem subwersywnym i budującym fundamenty nowej tożsamości. Trudno obrazić początkującego pisarza, nazywając go „amatorem”, jeśli sam używa tego określenia, deklarując wprost potencjalnym czytelnikom i krytykom, że jest świadomy niedostatków własnej prozy, ale i tak prezentuje ją światu, pomimo wszystko. Trudno też nazwać takiego twórcę grafomanem, skoro sam wybiera określenie kontowane z tym pojęciem. Tym samym „amator” przeciwstawia się „pisarzowi”, pokazuje, że jego twórczość ma inny wymiar. Codzienny, hobbystyczny,

¹⁸² Zob. Leanpub [strona www, dostęp 15.11. 2017] <https://leanpub.com>.

nieekonomiczny i pozbawiony widoków na prestiż. W tym momencie nie sposób nie wspomnieć o banalizmie – nurcie literackim, który animowany przez Pawła Dunina-Wąsowicza, został dostrzeżony i przez krytyków literackich.

Dariusz Nowacki w artykule *Banalizm jest dobry na wszystko*¹⁸³ zwraca uwagę, że teksty określane jako banalistyczne powstawały w latach 90, a jego korzenie zjawiska wywodzą się z tzw. trzeciego obiegu, chodzi więc o teksty publikowane w art-zinach, których twórcy – świadomie bądź nie – ocierali się o grafomanię. I chociaż we wspomnianym tekście Nowacki z pewnym przekąsem pisze o tekstach banalistycznych, staje w obronie zjawiska, zwracając uwagę, że teksty zinowe (które uciekały uwadze krytyki i literaturoznawców) są niesamowitą kopalnią materiału literaturoznawczego i warto po nie sięgnąć. W podobnym duchu będę analizować prozę Adamiaka, świadoma braków warsztatowych, jednak wciąż uznaję, że jego twórczość zasługuje na szersze omówienie i jest w pewnym stopniu reprezentatywna dla self-publishingu.

Czy Bartosza Adamiaka można uznać za amatora? Warto się zastanowić, gdzie przebiega linia, odróżniająca amatora od profesjonalisty. Za Andrzejem Skrendo, który pochylił się nad tym problemem, uważam, że:

kolejny problem wynika stąd, że w kulturze Internetu zanikaniu podziału na autora i czytelnika towarzyszy zanikanie podziału na profesjonalistę i nieprofesjonalistę. Najprostszym i często wystarczającym kryterium odróżnienia tych dwóch ról – jeśli są to role – jest fakt publikowania poza Internetem, w czasopiśmie i gazetach ukazujących się w tradycyjnej i drukowanej formie¹⁸⁴.

Zgodnie z tą myślą każda osoba publikująca książkę samodzielnie w internecie, na swojej stronie lub portalu, byłaby amatorem. Jednak intuicja (i słownik) podpowiada, że amator jest osobą, która zajmuje się daną dziedziną dla przyjemności lub nieprofesjonalnie. Zakładam, że tworzenie tekstów musi być powiązane z rodzajem jakiejś przyjemności (analogiczną do barthes'owskiej

¹⁸³ Zob. D. Nowacki: *Banalizm jest dobry na wszystko*. „Fa-art” 1998, nr 1-2, s. 11-14.

¹⁸⁴ A. Skrendo: *Nieprofesjonalne świadectwa lektury*. W: *Obraz literatury w komunikacji społecznej...*, s. 199-200.

przyjemności tekstu), ponieważ nie ma przymusu tworzenia, więc cała kontrowersja dotyczyłaby profesjonalizmu. Kim miałby być profesjonalista? Pisarzem publikującym w dużym wydawnictwie? Jest to rozsądny argument, jednak należy pamiętać, że w czasach nowej piśmienności nawet autorzy, których zgodnie krytycy i czytelnicy mogą uznać za profesjonalnych, publikują również w sieci, bez pomocy wydawnictwa. Wyrazistym przykładem jest Jacek Dukaj, pisarz wielokrotnie nagradzany, doceniany przez odbiorców i krytyków, publikujący w dużych wydawnictwach (SuperNova i Wydawnictwo Literackie, które jeśli wydaje fantastykę, sięga po pisarzy wyróżniających się w ramach tej konwencji). W roku 2015 roku Jacek Dukaj wydał powieść *Starość aksolotla*¹⁸⁵, dystrybuowaną za pośrednictwem portalu aukcyjnego Allegro. Tekst został wydany wyłącznie w formie e-booka, w więc w sieci. Czy przez to Dukaj stał się pisarzem-amatorem? Nie. Różnica polega więc na czymś innym. Może chodzi o traktowanie pisania jako zajęcia zarobkowego? Pamiętajmy jednak o ustaleniach twórców raportu o literaturze polskiej po roku 1989¹⁸⁶ – wielu pisarzy nie uznaje swojego zajęcia za zawód, bo nie przynosi ono oczekiwanych zysków, często z powodów ekonomicznych twórcy są zmuszeni do pisania w czasie wolnym (czy w tym momencie twórczość pisarska staje się hobby?). Czy więc nie-amatorem jest osoba, która zdobyła uznanie redaktorów, wydawców lub innych strażników pola? Z takim twierdzeniem zgodziłby się zapewne Andrew Keen, jednak rozwiązanie to upraszcza problem. W końcu łatkę amatora może otrzymać również pisarz, który wydał książkę w wydawnictwie, a jego tekst przeszedł przez sztab redaktorów. Jednak należy mieć tę myśl na uwadze – łatwiej można nazwać pisarza publikującego samodzielnie amatorem niż tego wydającego w wydawnictwie. Tutaj jednak najmocniej gra aspekt ekonomiczny (amator na pisaniu nie zarabia), wydawniczy (samodzielnie, bez kontroli osoby z zewnątrz) i hobbystyczny (aktywność w ramach czasu wolnego).

¹⁸⁵ J. Dukaj: *Starość askolotla*. Allegro. 2015.

¹⁸⁶ Zob. *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii...*

Jednak uważam, że to tej wyliczanki należy dodać kolejny element. Być może amator staje w opozycji do mistrzostwa? Tak jak w sporcie – w piłkę nożną może grać każdy, jedni jednak hobbystycznie, nie licząc na medale, inni zaś zawodowo, przy pełnych trybunach. Jednak każdy mistrz zaczynał od poziomu amatorskiego, więc amatorstwo możemy potraktować jako pewien etap w rozwoju. Pisarz amator byłby więcej pisarzem początkującym, na razie tworzącym niezarobkowo, w czasie wolnym, co już ustaliliśmy, ale marzącym o mistrzostwie. Gdyby Adamiak o mistrzostwie nie myślał, zapewne nie używałby w swojej komunikacji tego pojęcia, które automatycznie stawia go w opozycji do mistrza/profesjonalisty. Mógłby zostać po prostu pisarzem lub autorem. W wywiadzie dla portalu kulturaonline.pl stwierdza: „Gdybym potrafił pisać, nie musiałbym być selfpublisherem. Choć oczywiście nie należy generalizować”¹⁸⁷. Właściwie nie wiadomo, co z takim wyznaniem zrobić. Jeśli potraktujemy je na poważnie, należałoby zapytać, po co w takim razie Adamiak pisze i publikuje. Jednak w kolejnej części wywiadu zaznacza, że marzy o debiucie w wydawnictwie (więc jego twórczość ma charakter wyłącznie literackich wprawek). Jest amatorem, bo na razie doskonali warsztat i cicho marzy o mistrzostwie (publikacji w wydawnictwie). Przyjrzyjmy się dalej, co z tym pojęciem w strategii komunikacyjnej Adamiaka dzieje się dalej.

Adamiak może świadomie określać siebie jako amatora, aby postawić linię pomiędzy pisarzami publikującymi w wydawnictwach a autorami niezależnymi, takimi jak on. Potwierdzenie możemy znaleźć na stronie książki w portalu ISSUU (umożliwiającym bezpłatną publikację materiałów wydawniczych): „Książka pełna tak ostrego i groteskowego humoru, na jaki tylko pozwolić sobie może niezależny twórca”¹⁸⁸. Adamiak, tak jak wielu self-publisherów, uważa więc, że w samodzielnie wydawanej twórczości może pozwolić sobie na więcej,

¹⁸⁷ *Bartosz Adamiak kontratakuje*, <http://kulturaonline.pl/rae,regis,bartosz,adamiak,kontratakuje,tytul,artykul,21366.html>, [strona www, dostęp 10.04.2017].

¹⁸⁸ Tamże.

choć takie działanie może sprowadzić na niego łatkę amatora. Szukając dalej – używanie tego zwrotu może być sposobem na uniknięcie krytyki.

Niepobieranie opłat dodatkowo zwalnia czytelnika z obowiązku krytyki. Myślę tutaj o sytuacji, że niezadowolony odbiorca nie może argumentować, że został przez autora oszukany – raczej wiedział, na co się pisze i stracić mógł jedynie czas, nie zaś pieniądze. W dodatku autor od początku informuje, że jest amatorem. Jednak profesjonalna strona internetowa, promocja swojej twórczości w internecie, możliwość przeczytania plików w wielu formatach niejako temu przeczą. Wydaje mi się, że komunikat tworzony przez Adamiak może być odbierany następująco: „to jeszcze nie jest moja ostateczna twórczość, na nią przyjdzie czas” / „jestem osobą taką jak wy i po prostu piszę teksty i publikuję je w sieci”.

Literatura zostałaby więc sprowadzona do poziomu kumpelskiej, sąsiedzkiej wymiany tekstów pomiędzy znajomymi w internecie (której bliżej do wspomnianych już zinów), nie zaś komunikacji stricte literackiej, gdzie pisarz jest nadawcą i twórcą sensów, zaś czytelnik wyłącznie odbiorcą. Myśląc inaczej, gdybyśmy wyobrazili sobie (wciąż za Pierrem Bourdieu) pole literackie, na którego jednym biegunie leży amatorska literatura, a na drugim profesjonalna, Adamiak byłby bliżej bieguna pierwszego, ale nie na jego skraju. Raczej nazwałabym jego strategię „grą na amatora”, w ramach której autor dobrze zna i realizuje zasady profesjonalnej produkcji literatury (od poziomu fabularnego, strukturalnego, przez przygotowanie tekstu do publikacji i stronę wizualną www), ale kryje się za nadaną mu łatką. Lub dumnie ją nosi, na każdym kroku komunikując, że daleko mu jest do literackiej elity, co w ramach takiej komunikacji sieciowej należy uznać za celowy i przemyślany ruch. Może tym samym przyciągać osoby o podobnych wartościach – dla których kanon literacki lub książki polecane przez krytyków mają mniejszą wartość niż zwykłe powieści, tworzone na użytek sieci, które nie obiecują niczego więcej, niż mogą dać. Adamiak jest amatorem i pisze teksty wprawkowe – jest uczciwy wobec czytelnika. Manifestowanie swo-

jej skromności może być również dobrym ruchem marketingowym. Gdy w sieci (i nie tylko) wszyscy okrzykują się najlepszymi (pisarzami, blogerami, specjalistami), a wydawnictwa co miesiąc wydają „najważniejszą książkę roku”, twórcy skromni, jak Adamiak, mogą wiele wygrać. Nie kuszą, nie uwodzą, nie udają, że za ich twórczością znajdują się jakieś ukryte sensy. Raczej komunikują: moja proza nie jest niczym specjalnym, ot, opowiadania wrzucane do sieci za darmo, dopiero się uczę. Taka postawa może zjednać czytelników, przyzwyczajonych do poziomej komunikacji w internecie, zainteresować ich oraz zaintrygować. Początkujący autor może więc na tym, świadomie bądź nie, zyskać.

I w wypadku Adamiaka – raczej zyskuje. Jego książki na portalu *Lubimy Czytać* mają dość dobre recenzje (nikt nie narzeka na braki warsztatowe)¹⁸⁹, a opinie są przychylne autorowi. Tak samo z komentarzami na jego autorskiej stronie. Co prawda ocen nie ma zbyt wiele (na *Lubimy Czytać* jego wszystkie książki zostały ocenione łącznie 35 razy), ale odbiorcy są przychylni. Czytelnicy zaznaczają, że Adamiak dobrze pisze, rozwija się z każdą nową publikacją, właściwie akceptują jego strategię „na amatora” i chętnie dzielą się uwagami na temat jego książek.

Przyjrzyjmy się więc twórczości Adamiaka. Zadebiutował powieścią *Era Mroku*, której bohaterem jest Pablo. Symptomatyczne zdaje się, że Pablo jest zwykłym mężczyzną, mieszkającym w bloku z wielkiej płyty, który pracuje jako kierowca samochodu dostawczego i dla którego wypicie kraty piwa w weekend jest najlepszą formą rozrywki. Pablo jest pozbawiony ambicji, prosty, a nawet prostacki. Nie jest postacią, z którą można się łatwo utożsamić lub sympatyzować. Pablo jest gargantuiczny i zniechęcający:

Do mieszkania na Gaju wleciała przez okno tłusta mucha. Usiadła na spoconym, pokrytym zaskórniakami nosie, z którego wydobywał się ponury bulgot. Właścicielem nosa był śpiący, krępy mężczyzna w koszulce na ramiączkach.

¹⁸⁹ Strona Bartosza Adamiaka na portalu *Lubimy Czytać*, <http://lubimyczytac.pl/autor/110977/bartosz-adamiak>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

W jego masywnej, mocno owłosionej dłoni spoczywał pilot do telewizora.

Grubas przeciągnął się puszczając bąka i spojrzął na zegarek wiszący nad drzwiami. Dochodziła jedenasta. Wstał więc i sięgnął po stojącą na stole butelkę z resztką odgazowanego piwa. Było ciepłe i stęchłe. Skrzywił się i ruszył do łazienki, mijając śnieżący telewizor. Spojrzął w lustro. Spore zakola i podkrążone oczy. Dałby tej mordzie z czterdzieści lat, co nie napawało go optymizmem, bo miała dopiero trzydzieści¹⁹⁰.

W pewnym stopniu reprezentuje pewien typ – co znów symptomatyczne – sąsiada, który zawsze chodzi w brudnym, białym podkoszulku, pije jedno piwo za drugim, nie ma w sobie nic interesującego. Pablo nie jest bohaterem literackim, z którym mogliby się utożsamiać czytelnicy literatury pięknej, nie ma za sobą żadnej ważnej historii, ani nie posiada złożonego charakteru. Adamiak kreśli postać za pomocą kilku akapitów, jakby chciał powiedzieć – ot, zwykły, nieciekawy Polak, przedstawiciel Polski B i tzw. ubogi pracujący. Everyman. Już wybór Pabla na głównego bohatera daje, jak sygnalizowałam, do myślenia i koresponduje z opisaną przeze mnie „sąsiedzką” komunikacją literacką. Pisarz-amator tworzy bohatera, który nie wyróżnia się niczym specjalnym, a jego kartą przetargową (mającą na celu przykucie uwagi czytelnika do dalszego ciągu historii) jest zwykłość, nijakość, a nawet pewien brak, o którym narrator często przypomina: „Pablo był tylko prostym kierowcą dostawczaka, który wychował się na wrocławskim blokowisku. Jego rodzice nie byli bogaci, a on sam z pewnością nie nadawał się do haremu księcia z Persji”¹⁹¹. Brakuje mu wykształcenia, kultury, ambicji, urody. I tak jak słowo „amator” sugeruje, że autorowi czegoś brakuje (doświadczenia, umiejętności, uznania, powagi), tak samo na estetyce braku zbudowany jest Pablo. Adamiak, konstruując bohatera takiego jak wszyscy (a nawet pewnych cech pozbawionego) i promując siebie jako autora takiego jak wszyscy (a nawet gorszego, bo amatorskiego, więc znowu czegoś po-

¹⁹⁰ Zob. B. Adamiak: *Przybysz*. W: Tegoż: *Era Mroku...*

¹⁹¹ Tamże.

zbawionego), buduje jasną i czytelną strategię komunikacyjną – literatury zwykłej, codziennej (nawet „niespecjalnej”), znów pozbawionej prestiżu.

W tym momencie można zastanowić się, czy Pablo nie jest bohaterem banalistycznym. O tej koncepcji pisał również Krzysztof Uniłowski, podkreślając, że banalizm (jak postulował zresztą sam Paweł Dunin-Wąsowicz) polegałby na pisaniu tekstów celowo nieinteresujących, będących świadectwem bankructwa literatury, a sama „idea banalizmu oznaczała zamknięcie, oczyszczającą i niwelującą wysoki modernizm parodię”¹⁹². Banalizm niejako manifestował koniec modernistycznego projektu, ale konotował dość istotny problem. Jako przedsięwzięcie bardziej intelektualne, niż artystyczne, w pewnym momencie zaczął przypominać ciągle opowiadany ten sam żart, który z czasem przestaje śmieszyć. Zakładając, że twórcy przyporządkowani do tego nurtu (choć być może to zbyt duże słowo) wykonywali banalistyczne gesty celowo, poza średniej jakości literaturą i jednorazowym uśmiechem na twarzy czytelnika prawdopodobnie nie mieli nic więcej do zaoferowania, a ich braki warsztatowe raczej pozwalają posądzać (też za Nowackim) o grafomanię. Jednak „zwykłość” i „codziennosc” tej literatury, uchwycona w zinowski kontekst, w wypadku Adamiaka jest bardzo ciekawa. Zdaje się, że niejako powtórzył gest banalistów z lat 90., powołując do literackiego życia kompletnie nieinteresującego Pablo, którego przygody udostępnia czytelnikom dzięki self-publishingowi. Czyżby post-banalizm? Jednak w tym wypadku zachodzi dość istotna zmiana. Banalność bohatera nie jest główną osią tekstu, ale tylko punktem wyjścia. Bo ostatecznie Pabla spotyka niesamowita przygoda.

Wybierając jednak Pabla na bohatera, Adamiak realizuje jeden z toposów literatury fantastycznej, gdzie często osobie zwykłej, niepozornej i mało interesującej przychodzi przeżyć ciekawe przygody i uratować świat. W dalszej części *Ery Mroku* Pablo, również zgodnie z logiką konwencji fantastycznej, przenosi się

¹⁹² Zob. K. Uniłowski: *Elitarni, popularni, głównonurtowi, niszowi. Między obiegami współczesnego życia literackiego*. W: *Kanon i obrzeża...*, s. 76.

przez przypadek do innej rzeczywistości. Bohater schodzi do piwnicy (telewizor przestaje odbierać sygnał i tu właściwie kończy się jego banalna część przygody) i zostaje porwany przez dziwnie ubranych jeźdźców, którzy przez portal przenoszą go na inną planetę. Pustynna planeta, Pandemia, zamieszkała przez ludzi i fantastyczne stwory, jest zbudowana ze zlepków różnych fantastycznych światów oraz konwencji. Mamy więc i niewolnictwo (przynoszące na myśl *Achaję* Andrzeja Ziemiańskiego), i złego, ale zabawnego burmistrza (w duchu Vetiriego Terrego Prachetta), i oczywiście obowiązkową walkę dobra ze złem. Adamiak często sięga po pastisz, przetwarzając motywy i bohaterów znanych z innych dzieł fantastycznych. Sam Pablo zyskuje przydomek Sauromata (nawiązanie do *Władcy pierścieni* J.R.R. Tolkiena, ale i do „prapolskich” Sarmatów), straszny smok ma problemy gastryczne, a wspomniany burmistrz na nazwisko Fjutgardt. Rubaszny, sowizdrzalski humor towarzyszy czytelnikowi od pierwszej strony:

– Nazywam się Knurr. Wizytuję areszt na osobistą prośbę burmistrza. Za co cię uwięziono chamie?

– Wychędożyłem córkę kapłana, której rzekomo nie ma.

– To niezbyt poważna zbrodnia.

– Podzielam twoje zdanie panie. Zwłaszcza, że przedstawiła się jako panna

z zamtuza i kazała sobie płacić...

– I w zasadzie to ty dałeś się wychędożyć – dokończył Rangar. – Podobasz mi się chłopcze. Trochę za gorąca krew, ale potrafisz mówić pełnymi zdaniami. To nie miejsce dla ciebie. Wyciągnę cię stąd¹⁹³.

¹⁹³ Tamże.

Adamiak cały czas żongluje niewyszukanym, rubasznym żartem, a efekt parodystyczny uzupełnia utrzymana w takiej konwencji okładka. Zdaje się, że sparodiowanie konwencji fantastycznych było głównym celem tej historii, bo świat przedstawiony jest mieszanką elementów innych powieści, połączonych bez ładu i składu. Groteska przysłania jakiegokolwiek inne elementy historii, ale zarazem oznacza, że Adamiak kieruje swój tekst do czytelnika, znającego dobrze konwencje.

Pablo w odkrywanym przez siebie świecie okazuje się osobą wartościową, z czasem wyrasta na bohatera, którego rolą jest obrona zastanego świata oraz Ziemi, którą opuścił. Podąża więc campbellowską drogą bohatera – przenosi się do niesamowitej rzeczywistości, zdobywa nowe moce (walka wręcz), ma magicznych sprzymierzeńców, pokonuje potwora (smoka), a los wszechświata jest w jego rękach. Chociaż fabuła, ani wykonanie nie jest rewolucyjne, ważny jest fakt, że Pablo może zostać bohaterem. Może więc mamy do czynienia z pewną fantazją autora, że i osoba, która „próbuję być pisarzem” pewnego dnia nim się stanie? Skoro nieciekawy Pablo został pełnoprawnym bohaterem (i to dosłownie), być może i Adamiaka czeka los „prawdziwego pisarza”?

Jeśli tak postawimy sprawę, *Era Mroku* w mniejszej mierze jest powieścią fantastyczną (zresztą takich na rynku książkowym wiele), a bardziej opowieścią o amatorze, który marzy o pełnoprawnej, pisarskiej karierze. I z tego powodu jest to powieść interesująca, bo krytycy mogliby wytknąć autorowi braki warsztatowe (np. największa tajemnica fabuły zostaje wyjaśniona na ostatnich stronach, dzięki monologowi pewnego eremity, nijak się mając do wcześniejszych sugestii, które mogłyby naprowadzić odbiorcę na całkiem inny trop), które mogą utwierdzić czytelnika, że ma do czynienia z pisarskimi wprawkami, nie zaś literaturą. Autor jednak się nie poddaje w swoich próbach i w międzyczasie wydał tom opowiadań (co zdaje się praktyką typową dla początkujących autorów, często od zbiorów opowiadań – zwykle niepołączonych fabularnie – zaczynających lub publikujących zbiory na początkowym etapie swojej twórczości), który w

pewien sposób umacnia jego wizerunek początkującego autora. A *Era Mroku* doczekała się kontynuacji – utrzymanej w tej samej konwencji *Rae Regis*. W kolejnej powieści Adamiak opisuje losy Pabla, który udaje się do twierdzy (tytułowe *Rae Regis*), aby za pomocą starego komputera dokonać resetu rzeczywistości. Umożliwi mu to powrót na Ziemię oraz zaprowadzenie ładu we wszechświecie. Reset rzeczywistości jest istotnym tropem w twórczości Adamiaka – tak nazywa się jego kolejna powieść. Bohaterowie, już nie tacy zwyczajni jak Pablo (członkowie zespołu muzycznego, obdarzeni silnymi osobowościami), żyją w świecie po resecie. Reset, czyli świat po apokalipsie, który zmienił się nie do poznania. Adamiak *Reset* pisze w konwencji fantastyki postapokaliptycznej, akcja toczy się w Polsce. Rząd stracił panowanie nad sytuacją, światem rządzi prawo siły i pięści, a kraj podzielił się na frakcje. To świat rodem wyjęty z *Mad Maxa*, zresztą na cześć tego filmu został nazwany schwarzcharakter powieści. Adamiak, tak samo jak w *Erze Mroku*, ponownie często nawiązuje do popularnych motywów z literatury i sztuki, przepuszczając je przez sito parodii, z kultową kwestią („ocięć prać”) z *Potopu* Henryka Sienkiewicza na czele. Jeśli przetwarzanie motywów z innych tekstów kultury w wypadku *Ery Mroku* przyszło dość naturalnie (w końcu fantastyka jest gatunkiem nieco hybrydycznym), oczywiste cytaty w *Resecie* zastanawiają. I chociaż postmodernizm, teoria wyczerpania, czy po prostu parodii rozwiązywałyby sprawę, nie do końca te wytłumaczenia są przekonujące. Adamiak wykonuje wspomniane gesty raz za razem i być może ich celem jest podniesienie rangi utworu (stawia się na pozycji pisarza odczytanego, obeznanego z kulturą), nawiązanie dialogu z czytelnikiem lub „przeciwienie konwencji”. Ostatnia myśl jest zainspirowana poradnikami kreatywnego pisania, które często każą brać na warsztat znane motywy i przetwarzać je po swojemu (a autor *Resetu*, jako amator, być może z takich poradników korzysta?). Być może sięganie po inne teksty kultury oraz testowanie swoich umiejętności w różnych konwencjach ma na celu rozwinięcie warsztatu pisarza, tak jak wyzwania pisarskie, które czasem organizują osoby piszące.

Adamiak w *Resecie* nawiązuje do stylistyki gore – powieść od pierwszych stron obfituje w sceny przemocy:

Spojrzałem na scenę. Aktorzyna nadal stał nad krawędzią zaciśkając z całej siły powieki, jakby to mogło mu w jakikolwiek sposób pomóc. Max wpatrywał się w niego, w dalszym ciągu oczekując odpowiedzi, która by go zadowoliła. Była to raczej tylko gra, dla podbicia emocji.

– To co? Lecim na Szczecin?

Nie doczekawszy się żadnej reakcji, chwycili związanego za ramię i pociągnął mocno w kierunku przepaści. Po krótkim, żalosnym krzyku nastąpiła cisza, która zdawała się trwać absurdalnie, wprost niewiarygodnie długo.

Ileż on mógł spadać? A może już spadł? Nie... Teraz. Usłyszałem z dołu krzyk setek gardel, niosący w sobie obrzydzenie, przerażenie i ekscytację. Wbrew własnej woli wyobraziłem sobie zgruchotane, nienaturalnie powykręcane zwłoki, w których nie pozostał nawet mililitr krwi. Bo tak to chyba musiało wyglądać: płask i nagły wzrost ciśnienia. Wszystko, co rzadsze, opuszcza ciało drogą tworzącą najmniejszy opór. A ponieważ nie ma w ciele takich naturalnych dróg dla krwi, to tworzą się one same, naczynia pękają, a krew pod ciśnieniem opuszcza ustrój w postaci czerwonej mgły i stróżek bryzgających w powietrze. Zrobiło mi się niedobrze¹⁹⁴.

Zdaje się, że groteska jest kolejną cechą typową dla twórczości Adamiaka. W *Erze Mroku* można było mówić o chwilami wulgarnych, przesadzonych żartach, nawiązujących czasem do innych tekstów kultury. Tutaj jest podobnie – cytaty i pastisz przeplatają się z pełnymi przemocy scenami, gdzie krew leje się strumieniami, wywołując momentami niesmak. Abiektałość i przetwarzanie tekstów kultury jest w *Resecie* realizowana inaczej niż w *Erze Mroku* (świat przedstawiony jest bardziej ponury, brakuje mu lekkości i rubaszości, do której przyzwyczał czytelnik Adamiak), jednak wciąż pozostają ważną dominantą stylistyczną.

¹⁹⁴ B. Adamiak: *Rozdział I. W: Tegoż: Reset...*

Trójka muzyków gra w organizowanym przez Maxa widowisku – Gwiazdy spadają w dół. Show bazuje na popularnych formatach telewizyjnych sprzed resetu (celowa aluzja do programu *Gwiazdy tańczą na lodzie*), tylko zamiast popiśców tanecznych porwane gwiazdy są zrzucane z wysokości i zabijane na oczach gapiów.

Muzycy przystają na warunki Maxa – zajmują się oprawą show, jednak z czasem dochodzą do wniosku, że show jest zbyt krwawe i postanawiają pozbyć się showmana, tak jak im nakazują zasady moralne. Przypadkowo wplątują się w aferę, w wyniku której biorą udział w oblężeniu byłego Wrocławia (teraz Breslau) przez polskie wojska. Akcja popycha bohaterów od jednej awantury do drugiej, zaś główny wątek z czasem się rozmywa. Początkowo można mieć wrażenie, że muzycy przyjmą rolę bohaterów, eliminujących złoczyńców (Max), jednak później istotniejsze jest ich przetrwanie. Przygoda goni za przygodą, a bohaterowie wpadają w coraz większe tarapaty. Poniekąd *Reset* przypomina zbiór luźno związanych ze sobą opowiadań, jednak najważniejszym tematem zdaje się moralna kondycja ludzkości po resecie i pewien sentyment za spokojną i dostatnią rzeczywistością, która bezpowrotnie przeminęła. Bohaterowie wspominają z nostalgią dawne czasy, pracę i Wrocław sprzed resetu. Adamiak znów tworzy fantastyczną rzeczywistość, która w widoczny sposób odwołuje się do współczesnej Polski. *Reset*, tak samo jak *Era Mroku*, jest satyrą na współczesną rzeczywistość, jednak daleko jej do parodystycznego tonu wcześniejszej powieści. Rzeczywistość jest krwawa i mroczna.

Powracający motyw resetu możemy rozumieć jako stały temat powieści fantastycznych (świat po apokalipsie lub na nią czekający), jednak myślę, że ten wątek możemy również odczytać inaczej. Wszak Adamiak używa słowa „reset”, nie zaś „apokalipsa”, „koniec świata”, „zagłada”. Kontekst technologiczny jest tutaj ważny, bo do resetu doprowadza (prawdopodobnie, kwestia nie jest wyjaśniona) zły użytek z technologii. I w sumie nic w tym dziwnego, że autor publikujący online, świetnie korzystający z nowych form publikacji (wspomniana wielo-

formatowość), sięga po słowo o technicznej kolokacji. Być może współczesnym pisarzom, korzystającym intensywnie z technologii, taki rejestr jest bliższy?

Tutaj na chwilę chciałabym wrócić do modelu komunikacji Adamiaka. Na początku prowadził stronę bartoszadamiak.com (teraz przekierowującą na podstronę książki *Reset*). Wielokrotnie zmieniał profil bloga (blog autorski, o pisaniu, o self-publishingu, aż po zamieszczanie opowiadań) i zaczynał od nowa. Może reset jest właśnie fantazją i opowieścią o zaczynaniu kariery pisarskiej raz za razem, po wcześniejszym zamazaniu wszystkich śladów w sieci po poprzedniej działalności? Być może, znów wracając do wątku amatora, reset jest marzeniem osoby, która „próbuję być pisarzem”, aby w nieskończoność zaczynać i w ten sposób kształtować i udoskonalać swój warsztat pisarski? Albo może po bardziej lub mniej udanych próbach w samodzielnym publikowaniu ma nadejść ten oczekiwany reset, a po nim prawdziwe pisarstwo, jednoznaczne z wydawaniem w wydawnictwie? Oczywiście w tym momencie mogę dokonywać znaczącej nadinterpretacji, jednak wspomniane tropy sprawiają, że taka interpretacja nie jest kompletnie szalona.

Adamiak pisał *Reset* jako powieść w odcinkach. Nie jest to pomysł nowy – należy chociażby wspomnieć *Umowy śmieciowe* Andrzeja Tucholskiego (również publikowane w odcinkach na blogu) lub teksty publikowane na portalu Wattpad. Pewne braki warsztatowe (fabuła złożona z serii wydarzeń) być może wynikają właśnie z tego formatu. Adamiak publikował kolejne części na swoim blogu, gdzie każda część była komentowana przez czytelników. Zainteresowanie self-publisherów formatem powieści w odcinkach może wynikać z dwóch kwestii. Po pierwsze, tekst podzielony jest na rozdziały, objętościowo podobne do wpisów blogowych. Wszak w sieciowej twórczości od lat panuje zasada skrótości, a umieszczanie grafik, urozmaicających tekst, jak robi Adamiak, jest niemalże obowiązkowe. Po drugie, znów wracając do bloga, powieść w odcinkach publikowana była w określonym odstępie czasu w gazetach. Gazety zostały zastąpione przez blogi, nazywane zresztą przez badaczy tego zjawiska

elektronicznymi dziennikami¹⁹⁵. Zasadnicza różnica polega na tym, że autor (nie zaś redakcja) decyduje, czy umieścić powieść na stronie, czy nie. Powieść w odcinkach urozmaicała lekturę innych treści, co często ma miejsce w wypadku blogów, ale i niekoniecznie jest regułą (Adamiak założył stronę wyłącznie po to, aby publikować kolejne części powieści). Jednak wydaje mi się, że renesans powieści w odcinkach jest odpowiedzią na nową formę czytania w sieci i na komputerze – wygodniejsze w lekturze są teksty krótkie, aktualizowane co jakiś czas, nie zaś zwarte i grube tomy. Co ciekawe, odcinkowość książki nie była powodem dyskusji wśród czytelników, którzy przyjęli ją dość naturalnie. I w tym momencie możemy wrócić do tez Marshalla McLuhana, piszącego, że media stają się z czasem przezroczyste, przestajemy zwracać uwagę na same media, koncertując się na przekazie¹⁹⁶. I tak jest z elektroniczną powieścią odcinkach, właściwie zrównaną z formatem blogowym.

Wróćmy jednak do początkowych deklaracji autora, które niejako sugerują odbiór jego tekstów przez pryzmat literackiego rozwoju. *Reset* jest napisany znacznie bogatszym językiem, fabuła jest sprawniej skonstruowana, a sama powieść – bardziej dynamiczna. Próbę zostania pisarzem przez Adamiaka możemy uznać za udaną, a początkowe postulaty doskonalenia warsztatu – zrealizowane. Bartosz Adamiak reprezentuje pewien typ pisarza w sieci, który sprawnie łączy kompetencje technologiczne z nowymi możliwościami wydawniczymi, by rozwijać swój warsztat pisarski i dzielić się swoją twórczością z czytelnikami. Weryfikuje swoją twórczość, dokonując niejako pewnej wiwisekcji. Nie usuwa pierwszych, gorszych prac z sieci, ale pozwala każdemu śledzić rozwój twórczy, próbując cały czas od nowa (zmienianie strony www i jej przekaz), wprost informując czytelnika, że jest pisarzem aspirującym, początkującym, który dopiero ćwiczy. Wspomniana strategia „na amatora” jest bardzo ciekawym roz-

¹⁹⁵ Zob. M. Więckiewicz-Archacka: *Blog w perspektywie genologii multimedialnej*. Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2012.

¹⁹⁶ M. McLuhan: *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*. Tłum. N. Szczucka. Wydawnictwo Naukowo-Techniczne. Warszawa 2004.

wiązaniem i zdaje się – przynoszącym sukces, a przynajmniej uznanie czytelników Adamiaka. Być może wydanie książki w wydawnictwie byłoby zwieńczeniem wysiłków pisarza, jednak jego przykład udowadnia, że nawet taka literatura nie do końca dopracowana (nigdzie na stronie nie padają słowa o redakcji czy innych procesach doskonalących tekst) ma również swoje miejsce w internecie. Sieć staje się w ten sposób poligonem, który kształtuje pisarza. Przyszli badacze takiej twórczości nie będą musieli analizować manuskryptów, śledzić korespondencji lub notatek pisarza – wystarczy im dokładne przeanalizowanie twórczości wydanej samodzielnie, przed wydawnictwem, aby sprawdzić, jak pisarz się rozwijał. Bartosz Adamiak traktuje sieć jak szufladę 2.0, a zwracam uwagę na jego twórczość, ponieważ wielu podąża tym tropem. W dalszej części pracy będę analizować książki publikowane na portalach self-publishingowych, co pokaże, że wielu młodych autorów traktuje samodzielne wydawanie książek jako poligon doświadczony, a nie cel sam w sobie. Często ci twórcy marzą o publikacji w wydawnictwie, a zanim to nastąpi, ćwiczą na czytelnikach jakość swojej prozy (co jest popularne we wspomnianym serwisie Wattpad). Taka twórczość pokazuje, że wydanie książki nie musi być zwieńczeniem pewnego etapu, ale elementem procesu. Dzieło nie jest już „pomnikiem trwalszym niż ze spiżu”, ale miejscem spotkania czytelnika i autora, gdzie ten pierwszy swoimi komentarzami wpływa na rozwój tego drugiego.

TOMEK TOMCZYK – BLOGER, WIĘC PISARZ

Tomek Tomczyk swego czasu został okrzyknięty królem polskiej blogosfery i wyznaczył wciąż obowiązujące trendy komercyjnej współpracy blogerów z firmami oraz w zarabianiu na działalności blogowej (która początkowo była powszechnie uznawana za hobbistyczną i bezpłatną aktywność). Jako jeden z pierwszych twórców internetowych wydał książkę publikowaną na zasadach self-publishingu. Nowe trendy wyznaczył również upowszechniając jedną z

pierwszych powieści blogerskich. Tomczyk zdaje się więc modelowym blogerem-self-publisherem.

Jeśli chcemy mówić o literackiej twórczości Tomka Tomczyka, należy zacząć od jego bloga. Pierwszego, kominek.blox.pl, założył w połowie lat dwutyśecznych¹⁹⁷. Blogosfera była wtedy w kompletnie innym miejscu niż dzisiaj, o czym łatwo zapomnieć, przeglądając profesjonalne, atrakcyjne wizualnie blogi lifestyle'owe lub nasycone wiedzą blogi eksperckie. Blog był traktowany jako internetowy pamiętnik, miejsce wyrażania swoich poglądów i pisanie bardziej literackie niż obecnie (gdy od giętkości języka bardziej ceni się profesjonalne zdjęcia i skondensowane, krótkie teksty)¹⁹⁸. Co istotne, większość blogerów na początku tworzyła pod pseudonimami, stąd Tomczyk długo funkcjonował w sieci jako Kominek. Pochodzenie tego pseudonimu przez twórcę nigdy nie zostało wyjaśnione, chociaż wielokrotnie grał tym motywem w swojej twórczości.

Na tym etapie możemy już zasygnalizować, że anonimowość jest istotnym elementem wizerunku, ale i twórczości Tomczyka. Może to brzmieć paradoksalnie, ponieważ mówimy o twórcy, który zdobył popularność dzięki udostępnianiu publicznie swoich poglądów, z czasem też zdjęć i filmów, często z momentów uznawanych za osobiste i prywatne (jedzenie, ubranie, wakacje), na pewno nienależących do tradycyjnie rozumianej sfery publicznej. Tomczyk mówi o sobie dużo, szeroko (blog, *social media*, media tradycyjne) i zdaje się, że wszyscy odbiorcy wiedzą, jak wygląda jego matka, mieszkanie i pies oraz historia jego życia. Więc gdzie tu miejsce na anonimowość i tajemniczość? Są tematy, których Tomczyk świadomie i celowo nie porusza (jak kwestia przyjętego pseudonimu lub partnerek życiowych), zarazem mówiąc o sobie bardzo dużo. I chociaż niektórzy badacze blogosfery używają wobec tego medium takich określeń jak ekshibicjonizm (i odpowiednio wojeryzm po stronie odbiorcy), byłabym

¹⁹⁷ T. Tomczyk: *Bloger*. Katowice 2012.

¹⁹⁸ M. Więckiewicz-Archacka: *Blog w perspektywie...*

daleka od takiego upraszczania. Taka (świadoma) gra z własną prywatnością ma w sobie raczej coś z barthesowskiej teorii uwodzenia, nietzscheańskiego zakrywania i odsłaniania. W ten sposób grają i celebryci, i wszystkie osoby, które celowo wzbudzają zainteresowanie swoim wizerunkiem, czyli z pewnością też i pisarze oraz pisarki. Tomczyk, świadomie bądź nie, od początku podążał tą drogą, a biorąc pod uwagę chronologię – również sam ją wyznaczał, i być może dzięki jego konsekwencji zbudował swoje blogerskie imperium. Rozumiał potrzeby czytelników, którzy chcą i skandali, i dobrych tekstów, chcą wiedzieć wszystko, ale zarazem pragną obcować z tajemniczym twórcą. Z jednej strony zdawał się jednym z nas – zwykłym mężczyzną, o którym odbiorcy wiedzą wystarczająco dużo, a z drugiej webcelebrytą, który osiągnął sukces i który o pewnych sprawach nie chce mówić. Do tego wątku wrócimy w trakcie omawiania książek Tomczyka, bo jest on istotny dla jego twórczości.

Z czasem pierwszy blog został zamknięty, a w jego miejsce powstały kolejne: kominek.in, kominek.es, który ostatecznie zostały przekształcone w stronę jasonhunt.pl. Te ruchy są dla nas istotne z następującego powodu: pokazują, że Tomczyk wielokrotnie stwarzał siebie i swojego bloga na nowo, wybierając własne kanały dystrybucji treści (własna domena). Nic więc dziwnego, że z czasem decyduje się na self-publishing, skoro od początku gloryfikuje niezależność, wolność i przedsiębiorczość. Jako jeden z pierwszych blogerów w Polsce wydał również książkę, w dodatku niezależnie – *Blogera*¹⁹⁹, gdzie opisał swoją internetową karierę. Tomczyk jest ważną sylwetką wśród innych polskich blogerów, na jego temat często ukazują się artykuły i filmy – zarówno w internecie, jak i tradycyjnych mediach – a sam co roku publikuje ranking najważniejszych blogerów, który jest opiniotwórczy dla środowiska i branży marketingowej. Z blogowania uczynił styl życia (nieprzypadkowo był autorem jednego z pierwszych blogów lifestyle'owych) i sposób zarabiania. Co ważne, Tomczyk niejako przyczynił

¹⁹⁹ T. Tomczyk: *Bloger...*

się do transformacji bloga jako internetowego dziennika w bloga rozumianego jako sposób na prestiżowe zarabianie. Prestiż jest tu słowem kluczowym, bo i publikowane przez niego rankingi, podręczniki, kierowane do początkujących blogerów oraz medialne opowieści o sukcesie sprowadzają się do podziału: blogować można amatorsko, hobbystycznie oraz profesjonalnie i prestiżowo. Ten prestiż równałby się z poważniejszym traktowaniem przez media (blogger jako partner do dyskusji, a nie para-dziennikarz), ekskluzywnymi i komercyjnymi formami współpracy z firmami (np. wyjazd w egzotyczne miejsca i przygotowywanie relacji) i wysoką pozycją w rankingach. Dzięki promowanej przez Tomczyka wizji blogowania internetowe pisanie stało się ważnym i przynoszącym zyski zajęciem.

Co istotne, twórczość Tomczyka przechodziła wielokrotnie transformację. Zaczynał od kontrowersyjnych wpisów, porad dotyczących związków i komentowania rzeczywistości. Jednak mniej istotne były dla niego fakty niż autorska wizja rzeczywistości, własne refleksje budowane na pretekstowych dla samych tekstów wydarzeniach medialnych. Szczególnie istotny dla jego blogerskiej kariery był wpis o budynku Dr. Oetkera²⁰⁰, gdzie Tomczyk w ostrych słowach skomentował produkt firmy, by z nostalgią wspominać dawne budynie, jakie znamy z dzieciństwa. Wpis niemalże skończył się pozwem ze strony firmy, jednak internetowa społeczność stanęła murem za blogerem uznając, że miał prawo do wypowiedzania swoich opinii. Co ciekawe, u Tomczyka nie rozchodzi się o opinie, ale raczej o przedstawienie chwytliwego, dobrze napisanego tekstu, który przyniesie czytelnikowi pewną przyjemność czytania, wybije go z utartych schematów myślowych i przyniesie autorowi rozgłos. Tak stało się i w tym wypadku. Tomczyk długo walczył z etykietką kontrowersyjnego blogera, ostro piszącego o związkach i miłości, krytykującego stereotypy i zwracającego się do swoich czytelników per „barany”. I co szczególnie ważne, wiele z jego tekstów

²⁰⁰ Zob. tamże.

miało liryczny charakter, co może brzmieć zaskakująco. Kolejnym znanym tekstem, niemalże kultowym w polskiej blogosferze jest *Ławeczka*, która została ogłoszona najlepszym tekstem w polskiej blogosferze w 2009 roku²⁰¹. Tomczyk opisuje tu spotkanie dwóch przypadkowych osób na ławeczce, co daje pretekst do rozmyślań o życiu i jego celu, związkach, przemijaniu. Takich wpisów w swojej blogerskiej karierze stworzył więcej, a właściwie ich strukturę można sprowadzić do prostego schematu: przypadkowe spotkanie/wydarzenie, które prowokuje wspomnienia z przeszłości i jest pretekstem do głębszej refleksji nad światem. Takie wpisy są zawsze napisane lekkim, literackim językiem, co w polskiej blogosferze jest coraz radszym zjawiskiem (a popularność takich tekstów na blogach Tomczyka zapewne wiąże się z jego blogową historią, o której pisałam – na początku funkcjonowania polskiej blogosfery taki styl był bardziej popularny).

Latawiec napisany jest w formie przypowieści – opowiada historię z dzieciństwa, kiedy to grupka dzieci zebrała się, aby wspólnie zbudować latawiec dla chłopczyka, który stracił matkę. Do latawca przyczepiono list do zmarłej kobiety, podczas lotu znikł.

Wtedy podszedł do nas jego ojciec, przytulił syna i powiedział mi, że mama zatrzymała sobie jego liścik na pamiątkę. On uśmiechnął się i znowu poleciał mi łzy, ale tym razem czuł się szczęśliwy, że na przekór wszystkim osiągnął swój cel. Wiem, że lubił wracać w to miejsce i rozmawiać z matką. Jeśli wciąż jest dzieckiem, to jak dawniej spogląda w niebo i czeka na dzień, w którym ona zejdzie z chmur. Do dziś nie dopuszczam do siebie myśli, że kartkę odczepił podmuch wiatru. Jakby na przekór dorosłości, patrzę na zdjęcia z tamtych lat, wspominam i wierzę, że wtedy naprawdę udało nam się zbudować latawiec, który doleciał do samego nieba²⁰².

²⁰¹ Zob. *Nie ma wolności na moim blogu*, http://wyborcza.pl/duzyformat/1,127290,11865756,Kominek__Nie_ma_wolnosci_na_moi_m_blogu.html, [dokument elektroniczny, dostęp 10.11.2017].

²⁰² Zob. *Latawiec*, <http://jasonhunt.pl/latawiec/>, [strona www, dostęp 10.11.2017].

Tomczyk wykorzystuje sentymentalną opowiastkę, aby świadomie wzruszyć czytelnika²⁰³ i przekazać pewną prawdę o życiu. *Latawiec* możemy więc traktować jako opowieść o niewzruszonej wierze dzieci, umiejętności współpracy i romantyczną pochwałą dziecięcej naiwności, która czasem jest bardziej wartościowa niż rozsądek dorosłych.

Autor potrafi jednak dobrze łączyć wszystkie rejestry, raz pisząc w kontrowersyjnym i autorytatywnym tonie, by później publikować niemalże poetycki tekst w duchu Paula Coelho i Anthoniego de Mello. Zdaje się, że czytelnicy przywykli do tego niecodziennego połączenia, dwóch twarzy blogera: zacieklego krytyka, który pierwszy zaczął zarabiać na swoim blogu i stawia ostre granice swojej społeczności, a zarazem lirycznego autora, który specjalizuje się w krótkich (bo blogowych) tekstach, miniaturach, gdzie zwykle wydarzenie jest pretekstem do szerszego spojrzenia na wszechświat. Co ważne, nawet tworząc wpisy reklamowe i lifestylowe, Tomczyk nie zrezygnował z opiniotwórczego i literackiego (wszak tak powinniśmy rozumieć jego literackie miniatury) stylu bloga i konsekwentnie go realizuje w swoich książkach, będących niejako przedłużeniem bloga.

Tomczyk wydał w sumie pięć książek: *Bloger. Poradnik dla blogerów*, *Blog. Pisz, kreuj, zarabiaj*, *Social media: start*, *Bloger i social media* (w zasadzie aktualizacja jego pierwszej książki, uwzględniająca rady z poprzednich) oraz *Thorn*²⁰⁴. Jako jeden z pierwszych polskich blogerów wydał swoją książkę samodzielnie za granicą – za pomocą serwisu Amazon – już pod pseudonimem, przygotowanym specjalnie na tę okazję, Jason Hunt. Jednak nie osiągnął tam sukcesu (co

²⁰³ Później przedstawia technikę pisania takich tekstów w swoich poradnikach, zwracając uwagę na to, że przynosiły duże zainteresowanie czytelników.

²⁰⁴ Zob. T. Tomczyk: *Bloger...*; *Blog. Pisz, kreuj, zarabiaj*. Zielona Sowa. Warszawa 2012; *Social media: start*. 2016; *Bloger i social media*. 2016; *Thorn*. 2016.

jest widoczne po liczbie komentarzy w serwisie i w serwisie Goodreads²⁰⁵). Jego książki zostały w Polsce lepiej przyjęte, a na pewno odbiły się szerszym echem wśród czytelników. Każda z nich doczekała się wielu recenzji na innych blogach, w prasie i mediach tradycyjnych oraz dziesiątki komentarzy na portalach książkowych. Jak wspominałam, Tomczyk wydawał swoje książki samodzielnie, z wyjątkiem *Blog. Pisz, kreuj, zarabiaj*, jego drugiej publikacji wydanej przez Zieloną Sowę. Ostatecznie był niezadowolony ze współpracy (czego dał wyraz w mediach) i odkupił prawa do książki, by samodzielnie sprzedawać zawarte tam treści²⁰⁶.

Tomczyk jest modelowym przykładem self-publishera i blogera. Blog jest niejako synonimem twórczej wolności (wyłącznie autor panuje nad publikowanymi treściami, strategiami wizerunkowymi i promocyjnymi), dodatkowo Tomczyk jako pierwszy zaczął spieniężać swoją pracę. Self-publishing jest spójny z wyznawanymi przez niego wartościami, a dodatkowo szeroka grupa wiernych fanów była gwarancją zysków (skoro od lat czytają jego wpisy, naturalnym jest, że wielu sięgnęło i po książkę). Książki w jego wypadku stanowiły podsumowanie twórczości (cztery z pięciu nich miały formę poradników, skierowanych do blogerów – początkujących i średniozaawansowanych) oraz umocniły pozycję eksperta od blogosfery. Dramatyczny gest odkupywania praw majątkowych do swojej książki od wydawnictwa również podkreślił wizerunek Tomczyka-niezależnego twórcy, podejmującego kontrowersyjne decyzje.

Tomczyk powtarzał tezy i myśli zawarte wcześniej na blogu. W jego twórczości można mówić o stale powracających motywach: dorastania, rozmów z przyjacielem, pierwszych związków, wieloletniego tworzenia bloga. Te tropy pojawiają się również w jego podręcznikach i powieści, a gdy teksty są na

²⁰⁵ Zob. Strona Jasona Hunta w portalu Goodreads, <https://www.goodreads.com/book/show/25928423-thorn>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

²⁰⁶ Zob. *Znika Kominek, nadchodzi Jason Hunt*, <http://pl.ccm.net/news/521-znika-kominek-nadchodzi-jason-hunt>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

nowo opowiedziane w formie książkowej, często znikają z bloga (taki los spotkał właśnie *Ławeczkę*). To ciekawe, że pomimo wielu transformacji blogowych (od kontrowersyjnego blogera, który stara się wybić, przez internetowego biznesmena i pierwszego twórcę bloga lifestylowego, aż po mentora dla początkujących twórców sieciowych), styl Tomczyka ewoluował w jednym kierunku, a autor zdaje się mieć wciąż jedną i tę samą historię do opowiedzenia, którą przetwarza w swoich tekstach.

Głównym i najważniejszym tematem twórczości Tomczyka jest jego droga od dzieciaka z prowincji, które chciało zostać pisarzem. Taka narracja znajduje się i w jego ostatniej książce (*Thorn*):

A tak ciut bardziej serio – naprawdę nie potrafiłem pisać. Nauczyciele mieli rację. Byłem do dupy. Rodzice mieli rację. Byłem do dupy. Danny miał cholerną rację. Byłem do dupy! Kiedy dziś patrzę na maszynopis *Hipnozy*, czuję wstyd. Tak duży, że nigdy tej książki nie przeczytałem. Odrzuca mnie po paru stronach. Podziwiam anielską cierpliwość Danny'ego, który prawdopodobnie doczytał do szesnastej strony, a potem pobieżnie przejrzał resztę, bo skoro ja dziś tego nie potrafię zrobić, to tym bardziej rozumiem, jak bardzo się dla mnie poświęcił.

Niedawno moja znajoma sprzed lat podesłała mi listy, które do niej pisałem. Ich nie da się czytać. Są dziecinne, napisane niechlujnie i niezrozumiale. Skoro byłem (i pod niektórymi względami nadal jestem) tak bardzo do dupy, to jakim cudem czytasz teraz moją książkę?²⁰⁷.

Ten motyw wielokrotnie pojawia się ona w innych tekstach (zarówno poradnikach, wpisach na blogach, wywiadach). *Bloger* zaczyna się od bardzo osobistego prologu, gdzie Tomczyk opisuje początek swojego blogowania – nie zarabia na pisaniu, dorabia jako dziennikarz i nie ma kompletnie pieniędzy. Jest jednak przekonany, że w przyszłości będzie mógł się z pisania utrzymać. Epilog ma formę fabularną, w stylu zbliżoną do poetyckich i literackich wpisów Tom-

²⁰⁷ T. Tomczyk: *Thorn...*, s. 239.

czyka, gdzie opisuje ważne rozmowy oraz wydarzenia, które go ukształtowały. Jego credo sprowadza się do wiary w siebie, przekonania, że dzięki niej i ciężkiej pracy możemy osiągnąć sukces, nawet gdy nikt inny w nas nie wierzy. Pojawia się motyw dzieciństwa w małej miejscowości, pierwszej książki (którą napisał jako nastolatek i w którą nikt nie uwierzył), rozmów z przyjacielem Andrzejem, brak powodzenia u kobiet, marzeń o Nowym Jorku i międzynarodowej karierze. Przesłanie jest takie, że dzięki swojej ciężkiej pracy Tomczyk osiągnął sukces i to samo poleca innym blogerom i swoim czytelnikom.

Tomczyk w *Thornie* nawiązuje też do *Martina Edena*, książki, która podniosła go na duchu i poniekąd ukształtowała. Ta narracja zdaje się wyjątkowo Tomczykowi bliska, a literacki *Thorn* często do niej nawiązuje. Nawet na portalu Amazon amerykańska wersja *Thorna* jest reklamowana jako współczesna wersja *Martina Edena*, mająca nieco wspólnego z klimatem serialu *Twin Peaks*²⁰⁸. Co ciekawe, historia opowiadana w *Thornie* zdaje się być fabularyzowaną narracją o życiu Tomczyka, którą czytelnicy jego bloga i książek doskonale znają, napisaną w podobnym stylu jak wspomniane poetyckie wpisy. *Thorn* opowiada o młodym chłopaku, mieszkającym w nadmorskim miasteczku, przyjaźniącym się z Andrew, marzącym o sławie i piszącym powieść, która ostatecznie nie zostanie zaakceptowana przez wydawnictwo. Bohater marzy o wyrwaniu się z sennej miejscowości i o życiu pełnym sukcesów w Nowym Jorku. Choć nie zostanie to powiedziane wprost, narrator sugeruje, że został ostatecznie znanym twórcą, być może blogerem. Brzmi podobnie do historii Tomczyka? Z pewnością. Różnica jest taka, że książka została przygotowana do wydania na międzynarodowym rynku (stąd polskie miasta zastąpiono amerykańskimi, a Andrzeja przemianowano na Andrew), jednak wymowa zostaje taka sama. Fabuła jest niemalże pretekstowa, stanowi (co prawda szeroko rozpisany) przyczynek do końcowych wynurzeń narratora, które można sprowadzić do znanego już: „ciężko pracuj,

²⁰⁸ Strona Jasona Hunta w portalu Goodreads...

wierz w siebie, nie pozwól sobie podciąć skrzydeł”. *Thorn* jest niejako kontynuacją i zwieńczeniem dotychczasowej twórczości Tomczyka, której początek widzimy w pierwszych wpisach blogowych (*Ławeczka* i *Latawiec*), rozwijanych w kolejnych książkach. To znów ta sama historia o spełnieniu, realizacji i sukcesie, gdzie zmieniają się tylko rekwizyty (i to też nie wszystkie), ale sens pozostaje taki sam. Implikowane przez autora podobieństwo do *Martina Edena* kończyłoby się wyłącznie na pewnej wierze, że niezależnie od swojego pochodzenia determinowany mężczyzna może odnieść sukces i przekroczyć ograniczenia swojej klasy społecznej (tutaj senne miasteczko zamienione na Nowy Jork), szczególnie jeśli na horyzoncie widać miłość. W wypadku bohatera Tomczyka jest ona nieszczęśliwa, jednak motywuje chłopaka do rozwoju. Tomczyk zdaje się w tym wszystkim pomijać tragiczne zakończenie *Martina Edena*, skupiając się wyłącznie na dążeniu do sukcesu i budującego przesłania powieści. Żeby zachować uczciwość, należy również wspomnieć, że fabuła *Thorna* zawiera dobrze zawiązany suspens, któremu może daleko do Lynchowskiego *Twean Peaks*, ale wątek tajemniczego napisu w kościele i pewne zakrzywienie czasoprzestrzeni jest w jego twórczości elementem świeżym, wykraczającym poza znaną już i opowiadaną motywacyjną historię sukcesu.

Thorna możemy rozważać jako realizację priv-lit. O tym nurcie literackim interesująco pisała Olga Knapiek:

Współczesną i popularnonaukową realizacją literatury o samorozwoju, nacechowanej subtelnym mistycyzmem, opartej na drodze zarówno wewnętrznej, jak i topograficznej, z elementami religijnych rozważań i traktującej o podróży jest self-help literature i priv-lit. To bardzo ciekawe kontynuacje gatunków, które bardzo dobrze znamy. Jeden należy rozpatrywać w kontekście drugiego. Self-help literature, jak nazwa sugeruje, to teksty, których celem jest niesienie pomocy i ukojenia skołatanym nerwom czytelniczek. Nie chodzi jednak o to, co wydawnictwa poradnikowe definiują jako swój produkt. Self-help to nie sam poradnik, a jego fabu-

laryzowana wersja, utrzymana w rekreacyjnej formie literatury wypoczynkowej²⁰⁹.

Knapiek traktuje priv-lit jako przedłużenie literatury poradnikowej, w fabularyzowanej formie. Takie teksty niekoniecznie muszą opisywać faktycznie podróże, ich osią jest zmiana wewnętrzna bohatera, która ma być inspiracją dla czytelnika, ale i rozrywką. *Thorn* może być odczytywany jako priv-lit. Fabularyzowana historia o przemianie, podróży, sukcesie, który być może nie leży w zasięgu czytelników, ale jest skonstruowany niczym najlepsza narracja coachin-gowa, niosąca rozrywkę i motywację w tym samym momencie. Tomczyk opowiada więc jedną i tę samą historię (o pragnącym sukcesu chłopaku, który ostecznie zmienia się w mężczyznę, który ten sukces osiągnął). W ten sposób opowiadają o sobie często autorzy poradników, znani przedsiębiorcy i wielu pisarzy (od J.K Rowling po Katarzynę Grochołę). To mit „od pucybuta do milionera” i niejako spełnienie American Dream. Co ciekawe, Tomczyk opowiada tę historię i w blogowych wpisach, w trakcie szkoleń, warsztatów, wywiadów w mediach i ostatecznie w książkach. Za każdym razem zmienia się forma opowieści (dostosowana do formatu blogowego, poradnika lub powieści), ale nie jej sens. Warto się zatanowić, czy opowiadanie tej samej historii wynika z pewnej formy autopromocji, na ile jest to zabieg literacki (wspomnijmy, że na przykład Jerzy Pilch również jest autorem jednej opowieści wyrażanej na rozmaite sposoby), a na ile Tomczyk przez wiele lat poszukiwał przez lata formy wyrazu. Szczególnie dwa ostatnie aspekty wydają się ciekawe. Być może Tomczyk szukał własnej formy wypowiedzi przez lata, zaczynając od bloga i wypowiedzi dziennikarskich, poradników (które z jego blogowaniem mają wiele wspólnego – forma niebeletrystyczna, polegająca na dzieleniu się swoimi doświadczeniami oraz opiniami z czytelnikiem, napisana Nieliterackim językiem), aż po powieść. Można zauważyć pewną ścieżkę rozwoju jego tekstów literackich – od kilku wpisów utrzymanych

²⁰⁹ Zob. O. Knapiek: *Opowiadanie, błąd, dys-kurs. Naruszenie reguł jako praktyka literacka*. Katowice 2015, s. 102, <https://www.sbc.org.pl/dlibra/publication/232483/edition/219768>, [dokument elektroniczny, dostęp 15.11.2017].

w poetyckiej, literackiej konwencji rocznie, po prolog i epilog poradników, aż po samą powieść. Podążając za tą myślą, blog byłby tylko wprawką w pisaniu Tomczyka, poradniki próbą sił, a ostatecznym zwieńczeniem trudów byłaby powieść. Jednak wciąż ta myśl nie odpowiada na pytanie, dlaczego autorem opowiada wciąż tę samą historię, która pojawia się w jego twórczości w różnych wariantach. Najbardziej przekonujący zdaje się argument o konstruowaniu własnej legendy, budowaniu pomnika, zostawianiu świadectwa. Forma książkowa (i powieściowa) jest w tym wypadku wyjątkowo przydatna, ponieważ odsyła do innych rejestrów niż blog (kultura wyższa, prestiż), dodatkowo zaś jest mniej ulotna, jeśli będziemy ją rozpatrywać po prostu jako medium. Książka nie znika po kilku kliknięciach jak wpis na blogu. Książka wpisana jest w kulturę druku, redaktorów i krytyków, a celowanie w takie rejestry przez autora, który wyrósł na pisaniu kontrowersyjnych tekstów do sieci, może być dla niego korzystne. Tomczyk nie jest już tylko blogerem, ale i nie pisarzem, kimś więcej. Dodatkowo należy pamiętać o tym, że mit z założenia ma powtarzalną i performatywną strukturę, tylko ciągłe opowiadanie mitu na nowo zapewnia mu przetrwanie. Tomczyk, opowiadając cały czas tę samą historię, wzmacnia swoją pozycję w polu blogerskim, ale i przekracza granice tego pola, przechodząc do pola literackiego, które rządzi się już innymi prawami, ale które wszystkim autorom sieciowym może zdawać się bardziej prestiżowe. Pisząc książkę, Tomczyk staje obok współczesnych pisarzy, jak i podziwianego przez siebie Jacka Londona. Powtarzanie jednego wątku w narracjach Tomczyka może, z punktu widzenia krytyki psychoanalitycznej, wynikać z potrzeby przepracowania czegoś. Taka teza byłaby zgodna z motywacyjno-coachingową otoczką jego tekstów, które składają się z łatwych do zdekonstruowania i nieszczególnie oryginalnych myśli, ale zawsze ich podstawą są znaczące, często negatywne przeżycia, inspirowane życiem Tomczyka (lub na takie stylizowane), które prowadzą do wspomnianej puenty – musisz w siebie uwierzyć i realizować swoje marzenia, bo nikt inny tego za ciebie nie zrobi. Co ciekawe, te pisarskie dążenia Tomczyk jasno artyku-

łuje na swoim blogu i w swoich książkach, więc trochę tak jak Adamiak, świadomie informuje czytelników, że chce być pisarzem i właśnie do tego miana aspiruje. W jego pisaniu najważniejszy zdaje się gest wychodzenia z pola twórczości sieciowej i stawiania się pisarzem, autorem. Te zwroty sankcjonują niejako jego talent, który od początku niezaprzeczalnie wierzy. Gdyby Tomczyk nie opublikował swoich książek, nie udostępnił ich do sprzedaży, nie różniłby się od Adamiaka, który pisarzem po prostu chce być.

Podsumowując, można się zastanowić, czy w przypadku Tomczyka mówić o wydającym książki blogerze czy raczej blogującym pisarzu? Ta granica zaciera się, ponieważ literacki aspekt blogowych wpisów tego autora zawsze był istotny, a wydanie powieści to niejako jest zwieńczenie jego blogerskiej kariery. Już nie krótkie i frapujące czytelników, ale pełnoprawna książka, świadcząca właśnie o tym, że Tomczyk stał się pisarzem. Szkopuł polega na tym, że Tomczyk zdaje się zafiksowany na swojej autobiografii, a cała jego twórczość mogłaby zostać podsumowana zwrotem „poetyka wyznania”. I oczywiście nie ma w tym nic złego, bo literatura niejako od swoich początków jest pochodną osobistych przeżyć twórców, zaś Rousseau ugruntował autobiografię jako gatunek. Nie możemy również zapominać o pakcie autobiograficznym, który w przypadku fabularyzowanej biografii (jak w wypadku *Thorna*) jest nieco naruszony.

Trudność polega tylko na tym, że gdy mówimy o twórczości blogerskiej, sprawa staje się bardziej skomplikowana. Mianowicie, autobiografizm jest niejako wpisany w formułę blogowania, a wielu blogerów wydających książki opiera teksty właśnie na swoim doświadczeniu. W blogowaniu autobiografizm jest niemalże przeźroczysty – dlatego czytamy blogi, bo oczekujemy osobistej relacji – od recenzji książki, po relację z podróży i osobiste felietony. Bez elementu autobiograficznego blogowanie nie różniłoby się od publikowania tekstów na portalach tematycznych lub czasopismach on-line, chociaż autobiografizm ma swoje korzenie w literaturze. Właściwie pytanie powinno więc dotyczyć bloga

jako gatunku literackiego w ogóle, a rozstrzygnięcie tej kwestii doprowadziłoby do odpowiedzi, czy Tomczyk piszący w różnych formach o swoim życiu (czy na blogu, w poradnikach, czy w powieści) pisarzem jest, czy nie. Jeśli uznamy bloga za gatunek literacki – zapewne tak.

Wróćmy do fenomenu książek blogerskich. Jak pisałam wcześniej, wielu blogerów publikuje swoje książki samodzielnie, ale i z pomocą wydawnictwa²¹⁰. Przez ostatnich parę lat nie było miesiąca, w którym na rynku książki nie pojawiłoby się kilka premier napisanych przez blogerów. Sporo z nich jest niejako przedłużeniem twórczości blogerskiej (jak w wypadku *Blogera Tomczyka*) – *Red Lipstick Monster. Tajniki makijażu*, *Slow fashion. Modowa rewolucja* lub *Jak zostać panią swojego czasu. Zarządzanie czasem dla kobiet* lub wspomniany *Finansowy ninja*. Bloger wyrasta na nowego eksperta, który zna się na wąskim wycinku rzeczywistości, jednak jest w oczach czytelników wiarygodnym doradcą. Co ciekawe, blogerzy raczej nie decydują się na książki literackie i *Thorn* jest tutaj wyjątkiem. Czy możemy w takim razie uznać blogerów za pisarzy? W końcu aktywnie piszą i publikują na swoich blogach, są autorami książek w poczytnych wydawnictwach. Wszystko zaczyna się i kończy na pisaniu. Być może należałoby postawić pytanie inaczej i zastanowić nad tym, kim jest pisarz?

Sue Norton zauważa:

Until recently, the status of „writer” had a straightforward relationship to publication. In the old world of hard copy, the designation of writer applied primarily to those whose work appeared in magazines and newspapers, and that of ‘author’ to those who wrote books. (...) *In this light*, Jack Kerouac was indeed a writer not because he was discovered, but because he toiled over the phrasing of his narratives. The same can be said of Truman Capote. And if Shakespeare’s sister Judith had really existed, as Virginia

²¹⁰ Zob. A. Skupieńska: 87 książek polskich blogerów...

Woolf imagined her, we would surely look back on her as a 'writer' if her "incandescence" had ever reached even a single page²¹¹.

Zgodnie z tym tokiem myślenia każda osoba, która publikuje, jest pisarzem. Do tych rozważań wrócę później, przeciwstawiając autora i pisarza w kolejnej części rozprawy, jednak w tym momencie chciałabym się zatrzymać na pewnej trudności, jaką sprawia podział na blogerów i pisarzy. Odnosząc się jednak do wspomnianych badań o blogosferze, możemy zauważyć, że blogowanie było na początku uznawane właśnie za internetową formę pisarstwa, a sami blogerzy mieli być pisarzami on-line. Gdybyśmy mieli uznać wszystkich autorów poradników za pisarzy, publikujących takie książki blogerów również musielibyśmy włączyć do tej grupy. Cechą dystynktywną podziału na blogera i pisarza byłoby więc medium książki. Jeśli jednak założymy, że twórczość literacka na blogu jest również formą pisarstwa, elementem wyróżniającym byłaby więc forma literacka. Można się również zastanowić, na ile profesjonalizm (czyli np. zarabkowanie na swojej twórczości) jest wyróżnikiem. Jak wynika z raportu²¹² wielu twórców, których krytycy i czytelnicy bez wahania uznają za pisarzy, nie traktuje pisanie jako czynności zarobkowej – z powodów materialnych są zmuszeni podejmować się innych prac. Nazwanie kogoś pisarzem ma w sobie elementy aktu performatywnego – w szczególności, jeśli tego zwrotu użyją krytycy, wydawcy, czytelnicy i wszystkie osoby powiązane ze światem literackim. Aby podsumować te rozważania i rozwiązać powstały węzeł gordyjski, uważam za stosowne zauważyć, że wielu z nas jest w stanie nazwać pisarzem kogoś, kto publikuje teksty literackie w sieci i dba o tzw. poziom literacki tekstów (kompozycję, fabułę, środki stylistyczne, itd.). I tak jest w wypadku Tomczyka, który kompozycję tekstu i styl traktuje bardzo poważnie, o czym pisze w *Blogerze*. Je-

²¹¹ Zob. S. D. Norton: *All the World's a Page. Towards a Definition of 'Writer' in an Age of Opportunity*. „American, British and Canadian Studies”, https://www.academia.edu/21868440/All_the_Worlds_a_Page_Towards_a_Definition_of_Writer_in_an_Age_of_Opportunity, [dokument elektroniczny, dostęp 10.11.2017].

²¹² Zob. *Literatura polska po 1989 roku...*, s. 232.

go autorytetami nie są blogerzy, copywriterzy, autorzy poradników (i wszyscy piszą raczej zawodowo, niż literacko), ale pisarze, z wspomnianym Londonem i de Mello na czele. Część swoich tekstów traktuje on jako krótkie formy literackie, a *Thorn* jest takiej formy właśnie rozwinięciem. Literacka historia Tomczyka przypomina rozwijanie kłębka wełny – od kilku nitek blogowych wpisów do całości, czyli powieści. Jeśli zaakceptujemy taki podział, to bloger dbający o literacki aspekt swoich tekstów byłby również pisarzem. A w wypadku Tomczyka, jak wynika z opowiadanej przez niego historii, stał się blogerem, aby w przyszłości zostać pisarzem. Być może takie motywacje stoją i za większą liczbą blogerów.

Tomczyk nie przewidział jednak jednej kwestii – czytelnicy często uznają blogerów nie za pisarzy, ale za... blogerów. Owszem, których pisarstwo jest skuteczne, jednak daleko im do prestiżowego miana pisarzy. *Bloger* i kolejne książki-poradniki zostały ciepło przyjęte przez krytykę. Dostały wysokie oceny na Lubimy Czytać (każda po kilkaset ocen²¹³, w większości entuzjastycznych), były szeroko komentowane w blogosferze i mediach internetowych. Długo książki Tomczyka były stawiane za wzór blogerskiego self-publishingu, jednak literacki *Thorn* nie spotkał się z tak ciepłym przyjęciem. Być może wpływ na taki stan miało niezrozumiałe dla wielu przyjęcie przez Tomczyka pseudonimu Jasona Hunta lub sam gatunek. Książkę okrzyknięto wydmuszką – po pełnych wiedzy i użytecznych rad poradnikach czytelnicy otrzymali książkę literacką, składającą się już ze znanych im motywów, dodatkowo złożoną tak, aby wyglądała na obszerną. Wielu drażnił również fakt, że *Thorna* nazwano literacką premierą roku, oczekiwania były bardzo wysokie i rozbudzone, a sama książka ich nie spełniła. Ostatecznie uzyskała ona ocenę 4,75/10 na portalu Lubimy Czytać, a większość czytelników albo narzekała na rozbudzone oczekiwania, albo na jego styl pisanie – epatowanie banalnymi, złotymi myślami. I chociaż wielu blo-

²¹³ Strona Tomka Tomczyka na portalu Lubimy Czytać...

gerów wychwalało książkę, środowisko internetowe odwróciło się od autora, o czym świadczą szerokie, krytyczne artykuły²¹⁴. Co ciekawe, „literackie” wpisy Tomczyka były zawsze podziwiane (przypominam, że *Ławeczka II* została tekstem roku), a inni początkujący twórcy chcieli pisać jak Tomczyk. Autor był też znany z intensywnej autopromocji i swoje wcześniejsze książki również nazywał najlepszymi, tak samo jak *Thorna*. Problem z recepcją sprowadzałby się więc do dwóch kwestii: medium (wpis na blogu w stylu Paulo Coelho jest zachwycający, jednak taki język w książce uznano za kiczowaty) i konwencji (wydawanie „najlepszych poradników” jest akceptowane, jednak nazywanie książki literackiej premierą roku jest już przesadą). Tomczyk był uznawany za świetnego blogera, który pisał wyjątkowe poradniki, jednak ci sami czytelnicy, uwielbiający jego cikliwe wpisy na blogu, nie przystali na książkę literacką. Dlaczego? Myślę, że bariera leży w naszym myśleniu o literaturze – blogger nie zasłużył na miano pisarza. Obiektywnie książka Tomczyka wpisuje się dość dobrze w nurt metaforyczno-budującej literatury w stylu jego mistrzów, jednak jego blogowa przeszłość skazała go na porażkę. Być może gdyby wydał książkę w wydawnictwie sprawa byłaby prostsza – zostałby nominowany na pisarza przez strażników pola literackiego. Tak się nie stało i samozwańczy pisarz-blogger został uznany za niemal grafomana.

ALEKSANDER SOWA – PISARZ-PRZEDSIĘBIORCA

²¹⁴ Np. Zob. J. Tracewicz: *Wiele hałasu o nic, czyli „Thorn” Jasona Hunt*, <https://www.spidersweb.pl/2015/08/thorn-jason-hunt-recenzja.html>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

Aleksander Sowa jest doświadczonym pisarzem, z rzeszą wiernych czytelników, który swoją pisarską karierę zbudował na samopublikowaniu. A *Autor 2.0* to kompendium wiedzy poświęconym self-publishingowi. Sowa w poradniku pominął problemy teoretycznoliterackie, motywujące ćwiczenia i porady językowe, na rzecz wielu praktycznych porad związanych z procesem wydawniczym. Uwaga autora została przesunięta na rozliczenia z księgarniami, umowy autorskie, sprzedaż, dystrybucję i prawo autorskie. Zysk autora jest najważniejszy. Jak pisze Sowa, „wydanie jednak tylko po to, by wydać, jest karmieniem własnej próżności i zakrawa na grafomanię. Powtórzę po raz kolejny, pisać i wydawać należy po to, aby zarobić”²¹⁵. Jednak nie chodzi tu o proste dążenie do zysku. Zarabianie jest ważne, ponieważ oznacza, że książka zdobyła zainteresowanie odbiorców, którzy zdecydowali się za nią zapłacić. Wydanie książki w wydawnictwie nie jest równoznaczne z dotarciem do czytelników²¹⁶. Motywacją do pisania jest pewność wydania książki, cecha dystynktywna self-publishingu. Autor pisze, żeby zarabiać, ale stwierdzenie, że pisze wyłącznie dla zysku, byłoby błędne. Zarabianie w tym wypadku jest połączone z kategorią popularności, która w kapitalistycznej rzeczywistości jest niemalże równoznaczna z zyskiem. Trudno dziś sprzedawać swoją sztukę i być popularnym bez zarabiania na niej. Jak się zdaje Aleksander Sowa dobrze zrozumiał tę zasadę (całkowite odwrócenie postulatów szkoły frankfurckiej) i założył, że spełniony pisarz musi na swojej twórczości finansowo zyskać, a także powinien przyjąć postawę pisarza-przedsiębiorcy. Tworzącego poradniki (popularna konwencja) i powieści z nurtów literatury popularnej, intensywnie promującego się w sieci i piszącego dla zysku. Jednak takie podejście nie oznacza, że Sowa zaniedbał warstwę literacką tekstu, tylko jego motywacje (w porównaniu do Adamiaka, który chce być pisarzem, i Tomczyka, który w książce próbuje wyrazić na inny sposób opowiadaną

²¹⁵ A. Sowa: *Autor 2.0. Jak wydać (własną) książkę i na tym zarobić*. Złote Myśli. Gliwice 2012, s. 83.

²¹⁶ Zob. tamże, s. 81.

już wcześniej historię) są nieco inne. Tu nie chodzi o wyrażenie siebie lub zdobycie znaczącej pozycji w polu literackim, ale pisanie, kontakt z czytelnikami i zysk.

Autor 2.0 jest w pewnym stopniu credo Aleksandra Sowy. Porady autot oparł na swoich doświadczeniach – jako jeden z pierwszych autorów w Polsce zaczął wydawać swoje książki samodzielnie. Jak pisze na swojej stronie, pierwsze e-booki opublikował w 2002 roku, a książkę papierową w 2005. Był polskim pionierem i na międzynarodowym rynku self-publishingowym, publikując na amerykańskich portalach. Co ciekawe, współpracuje on również z wydawnictwami, jednak z ich pomocą wydaje poradniki, samodzielnie zajmując się publikacją powieści²¹⁷. Sowa nie skorzystał ze ścieżki popularnej wśród self-publisherów: najpierw książka wydana samodzielnie, potem publikacja w wydawnictwie, ale korzysta z obu ścieżek wydawniczych. Doświadczenie, jakie wyniósł z współpracy z wydawnictwami zapewne pomogło mu dobrze samodzielnie zorganizować proces wydawniczy, ale jasne jest, że umowa z wydawnictwem nie jest dla Sowy celem samym w sobie. Być może ceni sobie wolność twórczą, jaką zapewnia mu self-publishing, traktując poradniki jako pewniejsze źródło dochodu.

Sowa jest twórcą płodnym – na portalu *Lubimy Czytać* są skatalogowane 22 pozycje jego autorstwa, chociaż na swojej stronie wyszczególnia zaledwie 15²¹⁸. Możliwe, że napisał ich więcej – wiele z jego książek miało formę e-booków, druków ulotnych, nieskatalogowanych, więc trudno tak naprawdę oszacować ich liczbę. Sowa publikuje, jak sam pisze, od roku 2002, co oznacza, że pisze średnio 1,5 książki rocznie. To dość dużo, ale wynik nie jest zaskakujący, jeśli porównamy go z innymi autorami literatury popularnej – Katarzyna Bonda pisze książkę rocznie, Remigiusz Mróz w ciągu ponad dwóch lat opubli-

²¹⁷ Zob. *Strona Aleksandra Sowy*, <http://www.wydawca.net/aleksander-sowa.html>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

²¹⁸ Tamże.

kował 21 pozycji, a Andrzej Pilipiuk jest autorem 41 książek, zaś Katarzyna Michalak 42. Szybkie tempo pisania i częste publikowanie jest raczej cechą autorów celujących w literaturę popularną, gdzie schematy fabularne są powtarzane, zmieniają się tylko elementy historii i bohaterowie. Co jednak ważne, Sowa postępuje zgodnie z wspomnianym credo, przedstawionym w *Autorze 2.0*. Celem literatury jest zysk, a bez częstego publikowania jest to niemalże niemożliwe, jak utwierdził nas raport *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu*. Sowa publikuje tak często, jak inni twórcy literatury popularnej, chociaż pozostaje wierny self-publishingowi. Zdaje się, że przenosi schematy rynkowego funkcjonowania literatury (wydawanej w wydawnictwach) na self-publishing, wykorzystując najlepsze praktyki wydawnicze – dbałość o redakcję, skład, dystrybucję i promocję. Przyjmując strategię z rynku wydawniczego i przenosząc je na self-publishing, odcina się grubą kreską od początkujących niezależnych pisarzy, którzy czasem zdają się nie rozumieć zasad kapitalistycznej gry. Ba, staje się dla nich mentorem, wskazując, że ekonomiczny aspekt twórczości jest bardzo ważny i nie należy o nim zapominać. Świadomie pominięcie kwestii związanych z creative writingiem w jego podręczniku może wynikać z założenia, że self-publishing powinien być przestrzenią wolności artystycznej i ten problem każdy autor powinien rozstrzygnąć samodzielnie. Jednak być może Sowa uznał, że edukacja z zasad rynkowej gry jest niezbędna polskim self-publisherom, stąd postanowił skupić się na tej kwestii.

Zobaczmy jak Sowa realizuje zawarte w poradniku postulatory. Jak pisałam wcześniej, wydaje (z pomocą wydawnictw) poradniki, zaś twórczość literacką publikuje samodzielnie. Zaskakująca jest mnogość konwencji, w której autor się porusza. Zaczniemy od poradników: motoryzacyjne (m.in. *Jak jeździć oszczędnie, Fiat 126p. Mały Wielki Samochód*), poradniki z serii zrób to sam (*Autor 2.0, Jak działają magnetyzery i jak je wykonać*), reportaże (*Legends naszej motoryzacji, Pół godziny Tadeusza Kościuszki. Katastrofa w Lesie Kabackim*), wydawane raczej

w małych i niszowych wydawnictwach (E-bookoowo, Złote Myśli, WKŁ²¹⁹). Jak można podejrzwać, Sowa współpracuje z nimi, ponieważ być może podchodzi do tych książek czysto zarobkowo. Opublikował kilka tytułów poświęconych małemu fiatowi, więc zapewne jest znawcą tematu i możliwe, że wydawnictwa po prostu zgłaszały się do niego z zamówieniem na takie książki. Tutaj jednak pojawia się interesująca myśl, że autor nie zdecydował się na wydanie takich poradników samodzielnie – wszak pisanie i publikowanie tego typu książek jest bardzo popularne wśród self-publisherów, by wspomnieć chociaż o publikacjach blogerskich (w tym Tomczyka) lub mojej analizie gatunków na portalach self-publishingowych. Sowa deklaruje, że jest niezależnym autorem, a publikowanie samodzielnie prozy i poezji udowodniałoby, że w self-publishingu szuka literackiej wolności. I chyba ją znalazł, bo gdy spojrzymy na listę jego książek literackich, wnioski mogą okazać się zaskakujące. Mianowicie, Sowa jest przede wszystkim autorem kryminałów (*Era Wodnika*, *Jeszcze jeden dzień w raju*, *Koma*, *Modliszka*, *Powietrze jest zimne*, *Punkt Barana*), powieści obyczajowo-psychologicznych (*Umrzeć w deszczu*, *Jeszcze jeden dzień w raju*, *Modliszka*, *Zauroczenie*, *Zła miłość*), horroru (*Góra Bogów Śmierci*), tomów poezji (*Czarodziejski biały kamień*, *Requiem dla miłości*), hipertekstu, nazywanego przez autora powieścią multisensoryczną (*Enter*) oraz tomu opowiadań (*Do widzenia*)²²⁰. Trudno tak szeroką twórczość opisać w jednym rozdziale pracy, dlatego skupię się raczej na samym fenomenie twórczości Sowy.

²¹⁹ Zob. Strona Aleksandra Sowy na portalu Lubimy czytać, <http://lubimyczytac.pl/autor/9279/aleksander-sowa>, [strona www, 15.11.2017]; A. Sowa: *Jak jeździć oszczędnie*. Wydawnictwo Złote Myśli. Gliwice 2012; *Fiat 26p. Mały Wielki Samochód*. Wydawnictwo Złote Myśli. Gliwice 2008; *Autor 2.0...*; *Jak działają magnetyzery i jak je wykonać*. 2007; *Legendsy naszej motoryzacji*. 2015; *Pół godziny Tadeusza Kościuszki. Katastrofa w Lesie Kabackim*. 2016.

²²⁰ A. Sowa: *Era Wodnika*. 2011; *Jeszcze jeden dzień w raju*; *Koma*. 2013; *Modliszka*. 2012; *Powietrze jest zimne*. 2014; *Punkt Barana*. 2017; *Umrzeć w deszczu*. 2009; *Jeszcze jeden dzień w raju*; *Zauroczenie*. 2016; *Zła miłość*. 2015; *Góra Bogów Śmierci*. 2015; *Czarodziejski biały kamień*. 2012; *Requiem dla miłości*; *Enter*. 2013; *Do widzenia*. 2013.

Nie sposób nie zauważyć, że Aleksander Sowa zwykle pisze o sytuacjach granicznych (śmierć, psychozy, obsesja), chociaż sięga po różne konwencje. Jego bohaterowie są zwykle zafiksowani na jakiejś idei i kierują nimi silne emocje, popychające ich do ryzykownych zachowań, niezależnie, czy mówimy o kryminałach, czy o powieściach psychologicznych. Jego powieści wypełniają emocje takie jak smutek, żal, rozgoryczenie, złość. Akcja osadzona jest w Polsce, często w okolicach rodzinnego miasta Sowy – Opolu. Styl Sowy jest prosty i zwykle nie przekracza ram narzuconych konwencji. Kobiety są piękne, gliniarze źli, a akcja toczy się wartko, chociaż zakończenie rzadko kiedy zaskakuje. Są to lekko i sprawnie napisane powieści, którym być może daleko do poziomu mistrzów danego nurtu, ale które nie odbiegają od poziomu książek wydawanych przez wydawnictwa.

Poradniki poruszają kompletnie inne kwestie, jednak zdaje się, że kierowane są dla węższych, wyspecjalizowanych grup odbiorców, czujących zapewne sentyment do majsterkowania i fenomenu motoryzacji, jakim był mały fiat. Taki wybór tematu świadczy, że Sowa potrafi grać na uczuciach odbiorców, pożądających skandali, silnych emocji, krwawej fabuły, ciekawych umysłów osób odbiegających od normy, ale i tęskniących za dawnymi czasami i zarazem sięgających z chęcią po poradniki. I chociaż grupa odbiorców Aleksandra Sowy może być niejednorodna (część może sięgać po kryminały, część po powieści obyczajowe, a reszta po poradniki) nie można autorowi odmówić wyczucia potrzeb czytelnika i rynku.

Warto zastanowić się, dlaczego w tym wszystkim Sowa zdecydował się na publikację tomów poezji. Jeśli powieści z nurtu literatury popularnej i wyspecjalizowane poradniki pasują do siebie, jeśli uruchomimy kategorię ekonomiczną (jedno i drugie świetnie się sprzedaje), to poezja zdaje się kompletnie nierynkowa. Trudno szukać takich książek na listach bestsellerów, czytelnictwo poezji w Polsce spada i poeci zdają się publikować w zamkniętym obiegu literackim. W ciekawy sposób autor opisuje tom *Czarodziejski biały kamień*:

Jeśli chcesz rozśmieszyć Boga, opowiedz o swoich planach - mówi ukraińskie przysłowie.

Nie planowałem nigdy wydawać wierszy. Poezja, wiersz to wielkie słowa. A wszystko, co wielkie, jest niebezpieczne. Wielka miłość, wielka rzecz, wielkie plany? Zawarłem tutaj trochę rozdrapanych bólem chwil. Tyrady poszarpanych żalem wspomnień, przeszyte tęsknotą zdjęcia, których wolałbym nie zrobić. Ale zrobiłem. Bóg się ze mnie śmieje. Utwory te napisałem w latach 2007-2010. Tak bardzo chciałbym, by nigdy nie powstały. I aby ich więcej nie było. Ale nie planuję. Wiem tylko, że tak jak każdy z nas, znajdę kiedyś czarodziejski, biały kamień. I wtedy niczego już więcej nie napiszę²²¹.

Ten opis autorstwa Sowy wiele nam mówi o jego podejściu do pisarstwa. Zaczął pisać, aby dać ujście własnym emocjom (klasyczny topos pisarstwa-autoterapii), twierdząc, że teksty niejako powstały wbrew niemu (kolejny topos weny i wewnętrznego przymusu pisania). Źródłem tej twórczości ma być poszukiwanie spełnienia (figura czarodziejskiego, białego kamienia). Sowa celuje w archetyp romantycznego pisarza-wieszczą, nienasyconego, niespełnionego, piszącego niejako wbrew sobie i pod dyktando wyższych sił. Oczywiście, Sowa gra w ten sposób z czytelnikami, podejmując znany wszystkim topos.

Pisarstwo Sowy trudno jednoznacznie ująć i zaklasyfikować. Tworzy utwory należące do różnych gatunków, skierowanych do różnych grup czytelnich. Autor raz przedstawia siebie jako pisarza-wydawcę (*Autor 2.0*), później twórcę popularnego (kryminały), który jednak nie boi się ani pracy reporterskiej, ani mrocznych opowieści o ludzkiej psychice i miłości, post-romantycznego wieszczą i specjalistą od małego fiata. I self-publishera, i autora wydającego w wydawnictwie. Rynkowego gracza i czułego poetę. Te wszystkie narracje kłócą się ze sobą, ale też są w pewien sposób spójne. Sowa po prostu nie wydaje według zasad dyktowanych przez tradycyjny rynek i ich uczestników, nie specjalizuje się w jednej konwencji i cały czas eksperymentuje. W dalszej części pracy

²²¹ A. Sowa: *Czarodziejski biały kamień...*, bs.

będę analizować, co wydają i jak wydają inni niezależni pisarze na portalach self-publishingowych. Tutaj jednak chciałabym wspomnieć o pewnej tendencji: wielu z nich wydaje teksty z różnych, pozornie niepowiązanych ze sobą nurtów (jak wspomnienia z podróży i powieści), nie oddzielając rozmaitych typów twórczości od siebie, tak jak Sowa. Świadczy to o ważnej zmianie w postrzeganiu przez niezależnych autorów samej literatury, ale przykład Sowy jest wyjątkowo wyrazisty. Opowiada o sobie na bardzo różne sposoby, nie widząc w tym sprzeczności i, zdaje się, że nie widzi jej również czytelnik. Nie możemy już mówić o szufladkowaniu autorów (np. Michał Witkowski jak pisarz-celebryta, Katarzyna Bonda jako autorka kryminałów²²²). Sowa swobodnie porusza się po polu literackim, będąc po prostu autorem. Kryminałów, poradników, wierszy, reportaży. Być może obserwujemy zmierzch podziału na typy twórców, a zamiast o literaturze – możemy mówić o nowej piśmienności, gdzie autor po prostu pisze to, na co aktualnie ma ochotę, lub to, na co istnieje popyt. Słowa „popyt” użyłam celowo, bo Sowa mocno postuluje, ale i swoimi działaniami udowadnia tezę, że self-publishing jest przede wszystkim zjawiskiem motywowanym zmianami ekonomicznymi i społecznymi, w których książka jest towarem. I chociaż może nas dziwić wydawanie poezji obok poradnika rekonstrukcji małego fiata, to gdybyśmy zastosowali metaforę np. sklepu, nie zdziwiłoby nas miejsce, w którym sprzedaje się zarówno kawę, jak i ubrania. To po prostu supermarket, który oferuje wszystkie potrzebne towary i trafia do różnych grup docelowych, które mogą się w żaden sposób nie łączyć poza faktem, że ich przedstawiciele czasem robią zakupy. Dlatego jego narracja autora-przedsiębiorcy, piszącego, aby wydawać i sprzedawać, nie powinna nas dziwić. Sowa, przyjmując rolę własnego wydawcy, publikuje po prostu wszystko, tak samo zresztą jak wydawnictwa, tworzące (choć nie zawsze) różne imprinty i wydające zarówno literaturę erotyczną, jak i bajki dla dzieci. Rynek kształtuje takie myślenie o tekście, ale robi to

²²² O zjawisku pisał Dariusz Nowacki w książce *Kto im dał skrzydła*. Zob: *Kto im dał skrzydła...*, s. 136.

również bezgraniczna wolność, którą gwarantuje self-publishing. Nie budzi to zaskoczenia odbiorców, bo są dzięki rynkowym strategiom innych podmiotów przyzwyczajeni do pewnej różnorodności. Zmiana polega jednak na tym, że autor staje się wydawnictwem, tym samym publikuje teksty przynależne do innych gatunków. Do tego istotnego wątku wrócę jeszcze kilkakrotnie, jednak w wypadku Sowy wszystkie publikacje łączy osoba autora, jego styl i sposób wypowiedzi. Najwyraźniej czytelnicy akceptują taki stan rzeczy – w internetowych recenzjach nie pojawiają się skargi na rozproszenie wśród tematów, ale raczej na sposób wydania. Chociaż Sowa zapewne wie, jak powinien wyglądać proces wydawniczy, jego książki publikowane są w prosty sposób – niezbyt wyszukany skład, przeciętne okładki. Wielu czytelników narzeka na błędy („Dużym mankamentem książki jest jej język. Bardzo dużo tu literówek, usterek składniowych i fleksyjnych, wymagają solidnej korekty”²²³). Istotnie, Sowa poddaje książki korekcie, w stopkach jego publikacji trudno znaleźć informacje o redaktorze. Na marginesie, warto zwrócić uwagę, że brak redakcji jest piętą achillesową wielu self-publisherów, którzy być może szukając wolności twórczej, uważają redakcję za niepotrzebne dostosowywanie się wobec czyiś wymagań.

Książki Aleksandra Sowy są dobrze przyjmowane, ale są raczej traktowane jako lekka, niewymagająca lektura – jak wynika z recenzji. Jest ich dość sporo – zarówno na blogach książkowych, jak i portalach literackich oraz wspomnianym *Lubimy Czytać*. Wielu czytelników narzeka na język, który jest dość prosty („Język, jakim posługuje się autor w książce, jest bardzo szczery, męski, momentami – wulgarny, ale bardzo realistyczny. Styl autora nie jest może zbyt wyrafinowany, ale Sowa nadrabia to z pewnością urokiem i aurą zbudowaną wokół tej książki”²²⁴) i brak dopracowania fabuły („Jednak mam wrażenie, że

²²³ *Opinia na temat książki „Zła miłość” na portalu Lubimy czytać*, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/273167/zla-milosc/opinia/3608716#opinia3608716>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

²²⁴ *Opinia na temat książki „Era Wodnika” na portalu Granice.pl*, <http://www.granice.pl/recenzja,era-wodnika,3363> [strona www, dostęp 15.11.2017].

pozycja jest niedopracowana, taka niewykończona – bohaterowie mogli by być bardziej dopieszczeni, a akcja bardziej wartka, ciut szybsza, pełniejsza intryg, zagadek...²²⁵). Co ciekawe, książki nie ma zbyt wielu komentarzy na portalu Lubimy Czytać – zwykle kilkadziesiąt opinii, chociaż wyjątek stanowi tu *Era Wodnika* z 108 ocenami²²⁶. Aleksander Sowa prowadzi również swoją stronę internetową, jest aktywny w social mediach i kręci filmy na YouTube opowiadające o kulisach swoich książek. Zapewne stosuje się do rad swojego poradnika, ale trudno mówić w jego wypadku o oszałamiającej popularności, pomimo dostępności książek w wielu księgarniach internetowych. Być może taki stan rzeczy mu nie przeszkadza, a i tak zapewne działa w sieci intensywniej niż większość pisarzy i self-publisherów. Nie wiadomo więc, czy jego postulaty o przedsiębiorczym autorze są spełnione, jednak pewne jest, że brak medialnego sukcesu nie zniechęca go do pisania. Zresztą pisanie przeciętnych książek dla wąskiej grupy odbiorców (i wciąż zarabianie na nich) jest dość charakterystyczne dla całego zjawiska, jednak tym problemem zajmę się w dalszych partiach pracy.

Charakteryzując pisarstwo Sowy chciałabym przyjrzeć się jednej z jego powieści – *Komie*. Powieść wydaje mi się reprezentatywna, ponieważ autor w pewien sposób łączy w niej swoją twórczość reporterską, jak i literacką, porusza istotne dla jego twórczości tematy oraz przedstawia swój stosunek do literatury, pokazując, jaka pozycja w polu literackim go interesuje. *Komę* możemy potraktować jako jego pisarskie credo, tak samo jak *Autora 2.0*, chociaż strategia autora jest możliwa do odczytania dopiero po interpretacji powieści.

Inspiracją dla *Komy* były okoliczności związane z powstaniem powieści *Amok*, napisanej przez Krystiana Balę, który później na podstawie poszlakowego procesu został skazany za zabójstwo. Dowodem w sprawie miała być również powieść jego autorstwa, w której opisane morderstwo do złudzenia przypomina-

²²⁵ J. Hadzik: „*Koma*” Aleksander Sowa, <http://bojalubiekaweikszki.blogspot.com/2015/04/koma-aleksander-sowa.html> [strona www, dostęp 15.11.2017].

²²⁶ Zob. Strona Aleksandra Sowy na portalu Lubimy czytać...

ło okoliczności prawdziwego zabójstwa. Przecięcie literatury i życia, morderstwa i fikcji literackiej wzbudziło ogromne zainteresowanie mediów, a na podstawie sprawy powstały dwa filmy – *True crimes* (w reżyserii Alexandrosa Avranasa) i *Amok* (w reżyserii Katarzyny Adamik). Z tematem postanowił zmierzyć się i Sowa. Podobnie jak Avranas i Adamik, autor zmienił personalia zamieszanych w śledztwo osób, i tak Bala w rezultacie okazał się Dariuszem Labą, ofiara Krystianem Jankowskim itd, a sam tytuł *Koma* to *Amok* czytany wstecz. Jak na swojej stronie pisze Sowa, książka została oparta na autentycznych wydarzeniach, jednak autor samodzielnie odpowiada na pytanie, kto jest winny i dlaczego Laba został wpłątany w morderstwo. Bohaterem jest młody dziennikarz, który przygotowuje o Labie materiał, gdy ten jest już skazany na 25 lat więzienia. Rozmawia z bliskimi pisarza, policjant i osobami zamieszkanymi w śledztwo, by odkryć, że za zbrodnią nie stoi pisarz, a skorumpowany policjant, który przeprowadził poszlakowy proces, ukrywając w ten sposób swoje zbrodnie. Laba miał po prostu wydać w niewłaściwym czasie książkę zbieżną z prawdziwym morderstwem, a na jego niekorzyść miał również świadczyć fakt, że ofiara była kochankiem jego żony. Laba jest wpłątany w proces niemalże kafkowski, gdzie niedouczeni policjanci nie rozumieją jego teoretycznoliterackich argumentów (świadczących na jego korzyść), a jego inteligencja i wyniosły sposób bycia upewniają media o jego winie. Co w tym wszystkim istotne, Sowa bierze na siebie próbę rozwiązania tajemnicy śledztwa (które w wypadku Bali do dziś wzbudza wiele kontrowersji) winiąc, jak w poprzednich swoich książkach, system, skorumpowanych policjantów oraz polityków. Sowa jako autor samodzielnie wymierza sprawiedliwość, zmieniając Labę w niesprawiedliwie osądzonego bohatera, którego jedyną winą jest narcystyczna osobowość i źle napisana książka. Ciekawe, na ile takim zabiegiem Sowa chciał wzbudzić wokół *Komy* kontrowersje, wszak Balę media oceniły bardzo surowo, wydając na niego niemalże wyrok, a na ile takie poprowadzenie akcji wynika z nieufności Sowy wobec szeroko rozumianego systemu. Co w ciekawy sposób łączyłoby się również z sa-

mym sposobem wydania książki, przez proces self-publishingu, z założenia również antysystemowy – w takiej interpretacji Laby byłby *porte parole* autora, walczącego ze złym systemem, niesprawiedliwe przez niego osądzonym, na przykład przez odrzucenie książki przez wydawnictwo, którego jedyną winą była nadmierna wiara we własne możliwości.

Sowa pisze *Komę* niemalże w duchu fanfiction, starając się odpowiedzieć na pytanie „co by było, gdyby” i uzupełniając niejasne wątki. Tak jednak czynią fani-twórcy, którzy uzupełniają luki w dziele zależnym, dopisując nowe sceny, przedstawiając historię z punktu widzenia innych bohaterów lub próbując opowiedzieć historię na nowo, zmieniając zakończenie²²⁷. Jednak dziełem zależnym w takiej interpretacji nie jest tekst *Amoku*, ale wydarzenia medialne i sam proces Bali. Znaczące odwrócenie, gdy fakt medialny w pewien sposób staje się tekstem kultury, do którego odwołują się inni twórcy. Gdybyśmy mieli myśleć o *Komie* jako o fanfiction, byłby to fanfik pisany z punktu widzenia negatywnego bohatera, którego autor chce wybielić. Taka alternatywna wersja historii jest popularna wśród osób, które z jakichś powodów lubią szwarzcharaktery ogólnie znanej narracji lub w ramach ćwiczeń pisarskich próbują sobie wyobrazić, jak wyglądałaby ich wersja historii (w fandomie *Harrego Pottera* popularne jest pisanie fanfików z punktu widzenia Voldemorta, który zwykle okazuje się tym dobrym, ale zranionym przez innych czarodziejów).

W *Komie* można znaleźć wiele wypowiedzi dotyczących literatury i jej odbioru społecznego. Gdy złożymy je w całość, wyłania się wspomniana wcześniej wizja, którą możemy uznać za autorską narrację Sowy o literaturze w ogóle. Na początek okazuje się, że książki Laby poza dziennikarzem i profesorem nikt w istocie nie czyta, a dziennikarze oraz policjanci budują swój przekaz na strzępkach i domysłach. Ci ostatni książki wnikliwie nie czytali, prowadzący śledztwo policjant stwierdza: „– Owszem, czytałem. Nie za bardzo się jednak, że tak powiem – przerywa na chwilę – wciągnąłem w fabułę. Ale można powiedzieć, że ją

²²⁷ Zob. M. Tymińska i A. Włodarczyk: *Fanfiction a rewolucja...*, s. 89.

przejrzałem”²²⁸. Jak odkrywa młody dziennikarz, jego koledzy redakcyjni, kierują się wyłącznie logiką skandalu i dążą do przyciągnięcia uwagi widzów, zaś kompletnie nie zależy im na prawdzie. Literatura w tej całej sprawie jest problemem, policjanci nie potrafią odróżnić jej od prawdy, bo styl Laby ich przerasta, zaś same media popełniają szkolne błędy, myląc na przykład autora z bohaterem literackim²²⁹. Utożsamiają bohatera jego książki z samym Labą, co utrudnia dolicie do prawdy:

- Ponieważ oskarżenie oparto na domyśle, że skoro fikcyjny bohater mojej książki morduje swoją dziewczynę, też oczywiście fikcyjną, to ja jestem winny prawdziwej zbrodni.
- Tylko na domyśle?
- Na rzekomych podobieństwach.
- Między zbrodnią z książki a prawdziwą, tak? Dobrze rozumiem?
- Na podobieństwach, jakich doszukali się policjanci, sędzia, prokuratorzy oraz biegli.
- Podobieństwach w opisach morderstwa z książki i prawdziwego zabójstwa, tak?
- Pomiędzy bohaterem książki a mną.
- A nie ma ich?
- Naturalnie, że są – zaperza się Laba. – Ale to normalne u każdego pisarza. Nie ma w tym nic szczególnego. Zresztą jakie są te, jak biegły wskazuje, „cechy biograficzne” mojego bohatera? Polsko-francuskie pochodzenie? Czy ja mam takie? Nie, jestem Polakiem, nie mam nawet korzeni francuskich. Jaką kawę pije mój bohater, a jaką ja lubię? Doszukano się tylko jednej zbieżności.

²²⁸ A. Sowa: *Koma...*, b.s.

²²⁹ Tamże, b.s.

– Spodnie?

– Tak, świadek zeznała, że gdzieś kiedyś, bodajże w dwa tysiące pierwszym roku, nosiłem przez jakiś czas skórzane spodnie tak jak mój bohater!

– Tylko tyle?

– Tak. Tylko tyle. A przecież nie można z tego powodu utożsamiać fikcyjnej postaci z książki ze mną. Proszę posłuchać. – Pisarz zaczyna wyłuszczać sprawę. – Przecież w tej książce jest jeszcze dziesięć innych postaci i żadna, żadna – podkreśla – nie ma odzwierciedlenia w rzeczywistości. To samo dotyczy opisów, wydarzeń i sytuacji z książki. Tym bardziej morderstwa. I żaden z opisów morderstwa w książce nie odpowiada przedmiotowej zbrodni²³⁰.

I dalej:

– Czyli twierdzi pan, że pana książka to literatura, a nie zapis zbrodni?

– Oczywiście.

– Czysta fikcja?

– Panie redaktorze, Mario Vargas Llosa powiedział kiedyś, że fikcja jest kłamstwem skrywającym głęboką prawdę.

– Nie pomaga mi pan – komentuje dziennikarz z niepewnym uśmiechem.

– Autor nie wybiera tematów. One wybierają autora.

– Tak pan uważa?

²³⁰ Tamże, b.s.

– Morderstwo jest tylko jednym z wątków tej książki. Przeczytam panu fragmenty, które mnie pogrążyły²³¹.

Konflikt *Komy* zbudowany jest na szkolnym niezrozumieniu przez osoby prowadzące śledztwo i media różnicy pomiędzy fikcją literacką a życiem. Dostrzegając pewną zbieżność charakterologiczną między autorem i bohaterem, śledczy i dziennikarze przypisują Labie cechy psychopatyczne. Każdy akapit jego fikcyjnej powieści świadczy na jego niekorzyść i jest argumentem, że pisarz popełnił zbrodnie. Jeśli uznamy, że Sowa za pomocą *Komy* wyraża swoje zdanie o rzeczywistości medialnej i zarazem literaturze, możemy uznać, że jego zdanie nie jest najlepsze. Laba byłby symbolem niezrozumiałych przez masę (czytelników? media?) pisarzy, których odbiorcy nie są w stanie zrozumieć formalnie trudniejszego tekstu. Bohater Sowy nawiązuje do innych dzieł kultury – *Procesu* Kafki, *Wilka stepowego*, *Orwella* i innych. Laba jest jednak pisarzem w odwrocie, zamkniętym w klatce literatury wysokiej, przekonanym o swojej wyjątkowości, który jednak zna zasady rynkowej gry:

Porównywać pan może, ale żadne odniesienie nie będzie trafne. Moja książka jest nieporównywalna – dodaje autor z widoczną dumą. – Wiedziałem, że będzie o niej głośno. Na okładce umieściliśmy napis „tylko dla dorosłych”, co dodatkowo miało wzbudzić zainteresowanie czytelników²³².

Laba uważa, że sztuka powinna być prowokująca²³³, uznając swoją książkę za postmodernistyczną. Uważa się za twórcę wybitnego, chociaż jego książka została uznana przez czytelników za przeciętną odebrana przez czytelników. W takim układzie możemy odczytać jego postać jako figurę grafomana, który nie jest w stanie obiektywnie ocenić swojej pracy i uważa własną twórczość za wyjątkową. Czyżby w świecie Sowy grafomania miała być karalna? Przypominam, że ze niezrozumienia książki przez innych powstaje konflikt, a Laba swoim

²³¹ Tamże, b.s.

²³² Tamże, b.s.

²³³ Tamże, b.s.

uporem, brakiem pokory i wyższością niemalże upewnia policjantów i media, że jest faktycznie winny.

Koma jest z pewnością powieścią o braku komunikacji pomiędzy pisarzem, odbiorcami oraz innymi elementami obiegu literackiego. Komunikacji, która zawodzi i doprowadza do tragedii, bo w książce Sowy pisarz jest niewinny. Być może ta historia o niezrozumieniu jest też w pewnym stopniu historią autora, który mógł być na pewnym etapie swojej twórczości zbyt krytycznie oceniony lub niezrozumiały, a przypisywany Labie upór jest uporem początkującego autora, który nie potrafi dostosować swojego dzieła do oczekiwań odbiorców.

Sowa jest autorem powieści mocno osadzonych w popularnych konwencjach. W *Autorze 2.0* gloryfikuje samodzielne wydawanie książek i zarabianie na nich, a w *Komie* pokazuje, że niezrozumiały przez czytelników książka może być przyczyną tragedii. Sowa pisze dużo, przeciętnie, ale jest czytany. W jego narracji o twórczości nie ma miejsca na literaturę artystyczną (przykład *Komy* pokazuje, jakie mogą być konsekwencje), raczej Sowa okazuje się typem pisarza-przedsiębiorcy, który stara się zrozumieć rynek i odbiorcę, zaspokoić potrzeby tego ostatniego, dla którego sztywne podziały na twórców beletrystyki i dziennikarzy są zbędne.

CZYTELNICY I KRYTYCY

Self-publishing, jak wykazała Claire Squires²³⁴, nie jest zjawiskiem zawieszonym w próżni. Książki czytane i oceniane są przez czytelników oraz, teoretycznie, krytyków literackich oraz dziennikarzy. W tym podrozdziale chciałabym skupić się na odbiorcach – czytelnikach niezależnych autorów. Z racji braku reprezentatywnych danych najlepszym sposobem na zbadanie, kim są czytelnicy self-publisherów, zdaje mi się przeanalizowanie recenzji książek niezależnych autorów.

²³⁴ Zob. P. R. Murray i C. Squires: *The digital publishing communication circuit...*

Proponuję następującą tezę: self-publisherzy są czytani (i recenzowani) głównie przez członków kultury internetu i generacji *upload*²³⁵. Skoro popularną formą publikacji jest *e-book*, a książki dystrybuowane są głównie za pomocą sieci, to dostęp do nich mają osoby posiadające połączenie do internetu, odpowiedni sprzęt oraz kompetencje kulturowe²³⁶. Dlatego self-publisherów czytają osoby z pewnej grupy kulturowej, zapewne zainteresowane literaturą (skoro wyszukują nowych tytułów w e-księgarniach) lub znające twórczość autorów (np. czytające ich bloga, korzystające z oferowanych usług itd.).

Aby znaleźć odpowiedź na pytanie, kto czyta self-publisherów, przeanalizowałam recenzje książek dziesięciu, losowo wybranych autorów. Są wśród nich osoby publikujące samodzielnie wyłącznie w internecie (Karolina Kaim, Jacek Borowiak, Aleksander Sowa, Tomasz Węcki), pisarze publikujący samodzielnie oraz w wydawnictwach (Dawid Juraszek, Aneta Rzepka oraz twórcy sieciowi – Tomek Tomczyk, Michał Szafrński, Andrzej Tucholski, Krzysztof Gonciarz). Grupa nie jest w pełni reprezentatywna, ale analiza recenzji ich twórczości pozwala zweryfikować kilka tez.

Self-publisherzy nie są recenzowani przez główny obieg literacki – zostaje im jedynie obecność w obiegu internetowym. Przeanalizowałam recenzje książek wspomnianych twórców dostępne w internecie oraz w czasopiśmie (za pomocą Bibliografii Zawartości Czasopism²³⁷ i Katalogu Czasopism²³⁸). Wyniki były jasne - większość wspomnianych self-publisherów nie doczekała się recenzji w magazynach, o prasie krytycznoliterackiej nie wspominając. Na artykuły w czasopiśmie poświęcone ich działalności mogli liczyć wyłącznie twór-

²³⁵ Zob. J. Gomez: *Print is dead...*

²³⁶ Zob. E. Kina: Wykluczenie cyfrowe jako bariera rozwoju lokalnego w dobie gospodarki opartej na wiedzy. „Gospodarka przestrzenna XXI wieku – nowe wyzwania” 2011, nr 152.

²³⁷ *Bibliografia Zawartości Czasopism*, http://alpha.bn.org.pl/search*pol, [strona www, dostęp 1.03.2017].

²³⁸ *Katalog Czasopism*, <http://katalog.czasopism.pl/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

cy internetowi²³⁹, ale te teksty dotyczyły tylko ich blogów, nie zaś – napisanych przez nich książek. Można więc założyć, że i tak udzielaliby wywiadów, nawet gdyby nie podjęli działalności wydawniczej. Wśród publikowanych artykułów żaden nie miał formy recenzji. Oczywiście, być może ukazały się one, ale nie są widoczne we wspomnianych katalogach ani w internetowych wydaniach prasy drukowanej (pomimo tego, że w Bibliografii Zawartości Czasopism można znaleźć informacje o recenzjach pisarzy wydających w wydawnictwach).

Krytycy literaccy prawdopodobnie nie są zainteresowani twórczością self-publisherów z kilku powodów. Po pierwsze, na rynku mamy do czynienia z nadprodukcją nowych tytułów, a wiele wydawnictw wraz z kolejną premierą przyjmuje strategię promocyjną, polegającą na przedstawianiu nowości jako tekstu przełomowego dla literatury (popularnej bądź artystycznej – w tym wypadku to nie ma znaczenia). Możemy więc śmiało założyć, że redakcje czasopism zalewane są nowościami wydawniczymi, zaś zainteresowanie czytelników tekstami literackimi jest znikome. O niewielu książkach można więc napisać (co wynika z ograniczonej przestrzeni w magazynach i portalach internetowych, przeznaczonych na literaturę), a wybór tytułów, które zostaną skomentowane, jest trudny. Self-publisherzy zwykle nie rozsyłają egzemplarzy recenzenckich do redakcji, część z nich wydaje książki w formacie elektronicznym, być może mało atrakcyjnym dla krytyków. Poza tym self-publishing często uchodzi właśnie za ułomny rodzaj literatury, bo wydawany na własną rękę, poza kontrolą wydawnictwa czy redaktora, który teoretycznie powinien zablokować wydanie tekstów grafo-mańskich. Jak pisałam na początku, self-publishing ma wiele cech wspólnych z drugim obiegiem. Gdy pomyślimy o self-publishingu w ten sposób, może okazać się, że książki wydawane samodzielnie są po prostu niewidoczne dla krytyki, która tonąc w nowościach wydawniczych nie poświęca czasu na przeszukiwa-

²³⁹ Zob. *Ile można zarobić na Facebooku, blogach, YouTube*. „Gazeta Wyborcza” 2014, nr 35; *Bloger, który już ma na sushi*. Rozm. przepr. L. Róg. „Gazeta Wyborcza” 2013, nr 51.; J. Traciewicz: *Zrzutka na vloga*. „Polityka” 2016, nr 33; *Nie podsycam chciwości*. Wywiad z Tomkiem Tomczykiem. Rozm. przepr. R. Drzewiecki. „Dziennik Gazeta Prawna” 2015, nr 212.

nie tytułów wydawanych przez autorów. Recenzje książek self-publisherów można głównie znaleźć w sieci. I dzięki temu można zauważyć kilka interesujących zależności.

Jak wynika z analizy, większość recenzji książek self-publisherów dostępnych on-line ukazuje się na blogach i forach książkowych (Lubimy Czytać, Biblionetka). Opinii i ocen na forach książkowych najczęściej nie ma jednak zbyt wiele – zaledwie kilka recenzji i oddanych głosów (jak w wypadku Karoliny Kaim *Wilczyca*²⁴⁰ lub Dawida Juraszka *Jedwab i porcelana. Biały tygrys. Tom I*²⁴¹). Wyniki wyszukiwania również wskazują na zaledwie kilka recenzji na blogach.

Na recenzje w czasopismach internetowych, portalach również mogą liczyć bardziej rozpoznawalni twórcy, na przykład znani blogerzy (Tomek Tomczyk). Nic dziwnego, że część czytelników jego bloga (prowadząca również własne blogi) chce się podzielić publicznie opinią o książce. Co ciekawe, większość recenzji ma pozytywny charakter – może w ten sposób czytelnicy chcą przekazać wyrazy sympatii dla lubianego twórcy internetowego. Dodatkowo publikowane przez czytelników opinie w internecie trudno uznać za recenzje – często są to newsy, informujące o publikacji książki wraz z wyrazami uznania dla autorów²⁴². Być może działa tutaj zasada wzajemności – skomentuję pozytywnie fakt, że wydałeś książkę, a w zamian poczytasz mojego bloga.

W tym momencie zatrzymajmy się na chwilę nad problemem blogosfery i portali książkowych. Interesuje mnie, dlaczego właśnie blogerzy książkowi chętnie komentują książki niezależnych autorów (pomijając już oczywistą kwestię wspólnego medium – internetu i przynależności do tej samej generacji).

²⁴⁰ Zob. strona książki *Wilczyca* na portalu Lubimy Czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/300207/wilczyca>, [strona www, dostęp 10.03.2017].

²⁴¹ Zob. strona książki *Biały tygrys. Tom I* na portalu Lubimy Czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/242831/jedwab-i-porcelana-bialy-tygrys---tom-i>, [strona www, dostęp 10.03.2017].

²⁴² Zob. E. Wydrych: *Thorn*, <http://fashionelka.pl/thorn/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Jürgen Habermas w książce *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*²⁴³ pisał o przeobrażeniu XVIII wiecznych kawiarni w nowoczesną sferę publiczną. Opinie i informacje wymieniane wcześniej w zamkniętej i ekskluzywnej przestrzeni (nieдоступnej dla niższych klas), dzięki rozwojowi prasy i mediów stały się szeroko dostępne. Taką rolę XVIII-wiecznej kawiarni zdają się dziś pełnić blogi. Jak podaje Ann Steiner²⁴⁴, około trzydziestu procent osób w wieku od szesnastu do siedemdziesięciu czterech lat (z dostępem do internetu) czyta blogi, które pod względem swojej niszowości i możliwości głoszenia indywidualnych opinii przypominają kawiarniane dyskusje, dotyczące zarówno polityki, podróży, mody, jak i literatury. Grzegorz Mazurek²⁴⁵ definiuje bloga jako stronę internetową, która pełni formę elektronicznego dziennika, złożonego z postów (napisanych przez autora bloga) oraz komentarzy (pisanych przez czytelników). Według Mazurka blogerzy wolą dzielić się swoimi przemyśleniami niż zachowywać je dla siebie (ale czy nie jest to cecha całej generacji *upload*?). Jill Walker Rettberg wskazuje, że blogi należy traktować jako element historii literatury i komunikacji:

(...) blogs are also a part of larger context. They are part of the history of communications and literacy, and emblematic of a shift from unidirectional mass media to participatory media, where viewers and readers become creators of media. Blogs are also part of the history of literature and writing²⁴⁶.

Natalia Hatańska w raporcie dotyczącym stanu polskiej blogosfery w roku 2012 zwraca uwagę, że największe polskie blogi mają więcej czytelników niż

²⁴³ J. Habermas: *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*. Tłum. W. Lipnik. PWN. Warszawa 2007.

²⁴⁴ A. Steiner: *Personal reading and public texts: books blogs and online writing about literature*. „Culture Unbound” 2010, no. 2, p. 490.

²⁴⁵ G. Mazurek: *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystywanie w marketingu*. Wolters Kluwer. Kraków 2008.

²⁴⁶ J. W. Rettberg: *Blogging*. Cambridge 2014, s. 1.

niektóre opiniotwórcze czasopisma²⁴⁷, a według raportu dotyczącego polskiej blogosfery w 2016 roku dziewięć i pół procenta wszystkich blogów koncentrowanych jest wokół tematu kultury i sztuki²⁴⁸.

Blogerzy książkowi oraz zwykli czytelnicy, publikujący swoje recenzje i szerokie opinie na temat książek w sieci (czy na swoich stronach, portalach poświęconych książkom czy w mediach społecznościowych), są uznawani przez czytelników za wiarygodnych i opiniotwórczych²⁴⁹. Wraz z zniknięciem literatury z polskich mediów publicznych po roku 2000, wycofaniem się krytyki literackiej do specjalistycznych czasopism punktowanych i specjalizacji jej dyskursu (w myśl, że mówimy raczej o literaturze niż o książkach), amatorska krytyka literacka w internecie zdaje się odpowiedzią czytelników na ich własne potrzeby. I chociaż krytycy sieciowi nie stanowią konkurencji dla krytyki literackiej, niektórzy badacze – jak Andrzej Skrendo²⁵⁰ – zwracają uwagę na ich ważną rolę w kształtowaniu gustów czytelniczych.

Blogosfera książkowa i portale społecznościowe poświęcone książkom działają bardzo aktywnie. Istotne, że o popularności danej opinii nie świadczą kompetencje wygłaszającego, ale skuteczne dotarcie do konkretnej grupy odbiorców. Blogerzy z nic nieznaczących użytkowników sieci stali się twórcami opinii, występującymi w mediach, przeprowadzającymi na swoich blogach płatne kampanie reklamowe dla dużych marek²⁵¹. Część z nich doczekała się statów webcelebrytów, zaś stan blogosfery jest tematem intensywnej dyskusji nie

²⁴⁷ N. Hatałska: *Blogosfera 2012. Badanie opinii marketerów na temat wizerunku blogerów, reklamy na blogach i przyszłości działań reklamowych w blogosferze*, hatalska.com/blogosfera-2012-pierwsze-badanie-polskiej-blogosfery-z-perspektywy-reklamodawcow, [dokument dostępny elektronicznie, dostęp 9.08.2015].

²⁴⁸ Zob. *Badanie. Polska blogosfera 2016*, <http://zblogowani.pl/raport/2016/blogosfera2016.pdf>, [dokument elektroniczny, dostęp 7.03.2016].

²⁴⁹ Zob. N. Hatałska: *Blogosfera 2012...*

²⁵⁰ A. Skrendo: *Nieprofesjonalne świadectwa lektury...*

²⁵¹ Zob. N. Hatałska: *Blogosfera 2012...*

tylko wśród pracowników branży technologicznej, ale i marketingowej, socjologów i czytelników.

Większość publikacji na stronach blogerów książkowych ma znamiona recenzji. Jednak w polskiej blogosferze popularne są również wyzwania książkowe (czytanie i recenzowanie w ustalonym miesiącu książek konkretnego autora lub skupianie się na wybranym nurcie literackim), podsumowania (miesięczne, kwartalne, często w postaci tak zwanych stosów, czyli zdjęć przedstawiających stosy książek, które się przeczytało lub planuje się przeczytać), relacje z targów wydawniczych. Co istotne, wielu z blogów nie koncentruje się wyłącznie na recenzjach literatury lub specjalistycznego gatunku. Na przykład na blogu *Literacka Kanciapa*²⁵² można znaleźć recenzje komiksów, książek naukowych i powieści *fantasy*. Rozbieżność wynika z tego, że blogerzy dokumentują niemalże każdą przeczytaną lekturę. Teksty są krótkie i opisowe, mniej wymagające niż recenzje czy eseje krytyków literackich, piszących głównie teksty zamówione przez redakcję. Bez amatorów wiele książek nie doczekałoby się jakiegokolwiek oceny, co sprzyja ich popularności. Ocenianie książek miernych, kiepsko napisanych lub kierowanych do wąskiej grupy zainteresowanych może się wydawać bezsensowne, ale amatorzy niejako uzupełniają pracę profesjonalistów, lepiej lub gorzej wyrażając swoją opinię.

Blogerzy zdają się być „jednym z nas”, intensywnym czytelnikiem, który kocha książki, dużo czyta, śledzi rynek i jest gotów polecić dobry tekst takim jak on sam. Sprawiają wrażenie bardziej szczerych niż profesjonaliści publikujący opinie o książkach w specjalistycznym czasopiśmie (lub dziale), często w ramach komercyjnej współpracy. Blogerzy książkowi zdają się niezależnymi twórcami, którzy pro publico bono dzielą się swoim czytelnicznym doświadczeniem, poszukiwaczami idealnej powieści, których rekomendacjom można zaufać w trakcie kolejnej wizyty w księgarni. Oczywiście, takie postrzeganie blogerów odzwierciedla środowiskowy mit. Wiele z internetowych krytyków współpracuje na

²⁵² *Literacka Kanciapa*, <http://literacka-kanciapa.blogspot.com>, [blog, dostęp 13.03.2017].

stale z wydawnictwami. Za przełomowy wskazywany jest przez samych blogerów rok 2008, gdy zaczęła wzrastać liczba blogów o książkach – małe środowisko, gdzie wszyscy piszący się znali i wymieniali poglądami, zaczęło się rozrastać, a wydawcy dostrzegli w blogach potencjał marketingowy. Jednak wraz z rozwojem książkowej blogosfery ich członkowie zauważają mniejsze zaangażowanie czytelników, którzy zamiast dyskutować z ich opiniami, biernie czytają teksty²⁵³, oraz zjawisko recenzowania książek przez blogerów w zamian za bezpłatne egzemplarze (których zdobycie staje się celem samym w sobie). Blogerzy książkowi, którzy podjęli współpracę z wydawnictwami, często są postrzegani jako mniej godni zaufania, przyjmuje się bowiem, że pod dyktando domów wydawniczych pisują oni wyłącznie pozytywne recenzje²⁵⁴ – głośny był przypadek twórczyni bloga Post Meridien, która wyraziła negatywną opinię o książce wydawnictwa Novae Res, a wydawnictwo zagroziło jej sądem²⁵⁵. I chociaż sami blogerzy bronią się, pisząc, że wybierają książki, na jakich im zależy (opinie świetnie podsumowała Agnieszka Tatera²⁵⁶) i cenią wolność w opiniowaniu oraz wyborze lektur, współpraca z wydawnictwami u wielu czytelników budzi podejrzenia.

Drugą kwestią jest styl i poziom recenzencki, ich recenzje uznawane są za płytkie i miałkie²⁵⁷. Aby skonfrontować te stwierdzenie z rzeczywistością,

²⁵³ Zob. K. Kurkowska: *Dekada książkowej blogosfery, czyli zwierzenia blogowego dinozaura*, moje-recenzje-ksiazek.blog.onet.pl, [artykuł elektroniczny, dostęp 9.03.2014].

²⁵⁴ Podsumowanie dyskusji na blogu *Impressje*, <http://impressje.blogspot.com/2010/11/lubimyczytac-i-roznosci.html>, [blog, dostęp 13.03.2017].

²⁵⁵ Zob. M. Wąskowski: *Wydawnictwo grozi blogerce sądem za to, że zrecenzowała książkę, czyli jak firmy nie rozumieją internetu*, <http://natemat.pl/104977,wydawnictwo-grozi-blogerce-sadem-za-to-ze-zrecenzowala-ksiazke-czyli-jak-firmy-wciaz-nie-rozumieja-internetu>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

²⁵⁶ Zob. *Współpraca z wydawnictwami. Podsumowanie całej dyskusji*, <https://ksiazkowo.wordpress.com/2012/02/25/wspolpraca-z-wydawnictwami-podsumowanie-calej-dyskusji/>, [strona www, dostęp 10.01.2018].

²⁵⁷ Zob. *Dlaczego recenzje książek nie mają sensu*, <http://wydajemisie.pl/2017/02/28/dlaczego-recenzje-ksiazek-nie-maja-sensu/>, [artykuł elektroniczny, dostęp 13.02.2017].

przeanalizowałam recenzje *Ksiąg Jakubowych* Olgi Tokarczuk, publikowane na stronie Wyborczej.pl, ArtPapieru, Dwutygodnika oraz na blogach Czytać-nie-czytać, Dzień później, Moja Pasieka, Lamus Kulturalny²⁵⁸. Z analizy wynika, że blogerzy odwołują się do emocji i swojego gustu oraz kładą szczególny nacisk na przeżycia czytelnika w trakcie lektury. Większość recenzji składa się ze streszczenia utworu i biografii Tokarczuk. U niektórych blogerów (Lamus kulturalny) język jest mniej formalny, część oceniająca pobieżna – zwykle zaledwie kilka zdań. W porównaniu z tekstami profesjonalnymi są to wypowiedzi krótsze i prawie pozbawione elementu oceniającego, rozbudowanego w tekstach publikowanych w czasopiśmie. Gdy profesjonaliści starają się umiejscowić tekst w szerszym, historycznoliterackim kontekście, zwracając uwagę na język i konstrukcję fabuły (nie skupiając się na relacjonowaniu samej treści), chcą zinterpretować utwór i ocenić jego walory estetyczne, to amatorzy skupiają się na streszczeniach i wrażeniach z lektury. Niekiedy zdaje się, że ich wrażenia i dokumentacja procesu czytania są ważniejsze niż sama powieść. Przywołane recenzje stanowią raczej gorący zapis uczuć i myśli, pojawiających się w związku z lekturą. Interesujące, że wszyscy blogerzy dość pozytywnie ocenili książkę, nie wytknęli jej żadnych wad oraz uznali ją za tekst ważny. W wypadku przywoła-

²⁵⁸ Zob. P. Czaplinski: „*Księgi Jakubowe*”, czyli *dwieście lat samotności*. Recenzja nowej książki Olgi Tokarczuk, http://wyborcza.pl/1,75410,16835955,_Ksiegi_Jakubowe___czyli_dwiescie_lat_samotnosc_i_.html, [strona www, dostęp 2.02.2018]; A. Nęcka: *Z tęsknoty za herezją*, <http://www.artpapier.com/index.php?page=artykul&wydanie=213&artykul=4671>, [strona www, dostęp 2.02.2018]; A. Lipszyc: *Melancholia zbawienia*, <http://www.dwutygodnik.com/artykul/5574-melancholia-zbawienia.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018]; W. Korzeniewska: *Księgi Jakubowe – Olga Tokarczuk*, <http://czytac-nie-czytac.blogspot.com/2014/12/recenzja-ksiegi-jakubowe-olga-tokarczuk.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018]; *Księgi Jakubowe*, <http://dzienpозniej.blogspot.com/2014/12/ksiegi-jakubowe.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018]; K. Sawicka: *Jenta widzi wszystko*, <http://moja-pasieka.blogspot.com/2014/12/jenta-widzi-wszystko-ksiegi-jakubowe.html> [strona www, dostęp 2.02.2018]; *Księgi Jakubowe – recenzja*, <http://lamuskulturalny.blogspot.com/2014/11/ksiegi-jakubowe-recenzja.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018].

nich tekstów możemy mówić o płytkiej ocenie. Teksty były skonstruowane raczej w sposób przemyślany, ale cechą odróżniającą profesjonalistę od amatora zdaje się samo podejście do lektury. Amator streszcza i dokumentuje fakt przeczytania książki (razem ze swoimi emocjami, co jest czasem deklarowane jako założenie programowe), dla profesjonalisty ważniejsza jest interpretacja i włącznie dzieła w proces historycznoliteracki.

Bez blogerów jednak wielu niezależnych pisarzy nie mogłoby liczyć na jakąkolwiek recenzję swojej książki. Blogerów z self-publisherami (poza wspomnianym medium internetu) łączy fakt, że są elementami tego samego obiegu literackiego. Jak podkreślałam kilka razy w tym podrozdziale, często recenzje ich autorstwa są jedynymi komentarzami, na jakie może liczyć niezależny autor. Wynika to stąd, że autorzy blogów czytają dużo, często są chętni do współpracy (na wielu blogach można znaleźć informacje o komercyjnej współpracy z wydawnictwem wg zasady „recenzja za książkę” lub o gotowości obejmowania patronatu medialnego nad nowościami) i oswojeni z elektroniczną literaturą. Z niezależnymi autorami łączy ich również mniejszy prestiż ich pracy (w porównaniu do krytyków literackich). Zarówno blogerzy, jak i niezależni autorzy omijają instytucje, by wyrazić swoją opinię o książce lub opublikować ją. Dlatego bliżej im do „zwykłego” czytelnika, nie zaś literaturoznawcy lub krytyka literackiego. Motywacje do tworzenia prawdopodobnie wynikają z pasji – ani autorzy, ani blogerzy nie są w żaden sposób obligowani do takiego tworzenia czy tworzenia w ogóle, jednak krytycy jednego i drugiego zjawiska zwracają uwagę na ich kompetencje i profesjonalizm. Self-publisherzy i blogerzy książkowi stanowią więc dwie strony tej samej monety – „amatorskich” twórców i recenzentów literatury, przedstawicieli internetowego obiegu literatury, tworzących poza ramami tradycyjnych instytucji literackich. Tak jak portale self-publishingowe i sami autorzy zastępują wydawnictwo, blogerzy w tym obiegu stają się instytucją tradycyjnej krytyki literackiej, nie zainteresowanej książkami niezależnych autorów.

Wróćmy jednak do czytelnika, który prawdopodobnie dowiedział się o książce niezależnego autora albo znajdując ją w księgarni internetowej (jeśli self-publisher zdecydował się na dystrybucję do księgarni internetowych), albo zna twórczość autora (trafił na jego stronę na Facebooku lub w innych mediach społecznościowych, zna go osobiście), ponieważ liczba recenzji jest zwykle zaskakująco mała – zupełnie inaczej niż w przypadku książek wydawanych przez wydawnictwa, gdzie w momencie premiery internet jest zalewany recenzjami (zwykle inspirowanymi przez promocyjne działania wydawnictwa), a w kolorowej prasie często można znaleźć materiały zachęcające do sięgnięcia po książkę (reklamy, recenzje, wywiady). Wydawnictwo zabiega o to, by premierze tytułu towarzyszyło wiele recenzji, artykułów i materiałów poświęconych książce. Takie działania są elementem promocji i wpływają na jej sprzedaż.

W przeciwieństwie do wydawnictwa, które zwykle zatrudnia osoby odpowiedzialne wyłącznie za promocję wydawanych publikacji, większość niezależnych autorów nie posiada zasobów (materialnych, kontaktów, czasu i doświadczenia), które pozwoliłyby im na tak obszerną promocję i inicjowanie publikacji materiałów poświęconych ich książce. W tym momencie warto na chwilę zatrzymać się nad fenomenem publikacji zmasowanych przez informacje o książce w okresie premiery. Takie działanie ma na celu zyskanie nowych czytelników, którzy bazując na opiniach innych oraz wielu reklamach i artykułach poświęconych książce mogą zdecydować się na jej zakup. Liczy się liczba publikacji, mniej ich jakość – im więcej osób „mówi” o książce, tym lepiej dla niej i dla przyszłej sprzedaży. Można w tym momencie postawić tezę, że profesjonalna krytyka literacka przegrywa z masową reklamą książkową, której celem jest udowodnienie, że skoro „wszyscy” czytają i polecają daną publikację, musi być ona warta zainteresowania „każdego” czytelnika. Odtworzenie takiej promocji w ramach self-publishingu jest o wiele trudniejsze niż transfer samego procesu wydawniczego na grunt samodzielnego publikowania. Łatwiej zainwestować w redakcję, korektę, skład i dobrą okładkę niż uzyskać liczbę recenzji porównywal-

na do tej, którą może zainicjować dział marketingu średniego wydawnictwa. W tym momencie okazuje się, że kulą u nogi obiegu niezależnych pisarzy jest promocja rozumiana jako zabiegi służące dotarciu do jak najszerszego kręgu czytelników.

Co ciekawe, autorzy publikujący swoje książki zarówno samodzielnie, jak i w wydawnictwach zdają się mieć większą szansę na recenzję. Przykładem niech będzie twórczość Dawida Juraszka i Anety Rzepki. Juraszek, jak już pisałam, pierwszą powieść ogłosił w wydawnictwie Fabryka Słów, kolejne zaś wydawał samodzielnie. Kariera literacka Anety Rzepki potoczyła się inaczej – najpierw wydawała swoje książki samodzielnie²⁵⁹, by ostatecznie wydać *Czego o Tobie nie wiem* w wydawnictwie Czwarta Strona. Po krótkim researchu w sieci okaże się, że częściej recenzowane są książki wydane w wydawnictwach²⁶⁰, co może potwierdzać tezę o większych zasobach promocyjnych wydawnictw, wpływających na liczbę opinii o książce w sieci. Jak wynika z opinii jednej z czytelniczek *Czego o Tobie nie wiem*, twórczość autorki znała już wcześniej²⁶¹, więc w jej wypadku wydanie utworu w wydawnictwie nie przyczyniło się do pierwszego zetknięcia się z twórczością pisarki. Jednak kolejna z recenzentek na portalu Lubimy Czytać wskazuje, że dopiero dzięki współpracy z wydawnictwem dowiedziała się o twórczości autorki, a teraz z chęcią sięgnie po samodzielnie wydane przez nią książki²⁶². Podobny mechanizm recepcji można zaobserwować w

²⁵⁹ Zob. lista publikacji Anety Rzepki na portalu *Lubimy Czytać*, <http://lubimyczytac.pl/autor/50894/aneta-rzepka>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

²⁶⁰ Dla porównania wspomniany *Czego o Tobie nie wiem* ma na portalu Lubimy Czytać 50 ocen, a *Renisowe opowieści* 3 oceny. Źródło: lista publikacji Anety Rzepki na portalu *Lubimy Czytać*...

²⁶¹ Zob. opinia Anny o książce *Czego o Tobie nie wiem* na portalu Lubimy Czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/297515/czego-o-tobie-nie-wiem/opinia/33550010#opinia33550010>, [strona www, dostęp 1/03.2017].

²⁶² Zob. opinia KobiECERecenzje365 o książce *Czego o Tobie nie wiem* na portalu Lubimy Czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/297515/czego-o-tobie-nie-wiem/opinia/35486986#opinia35486986>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

twórczości Dawida Juraszka, bo i tu publikacja książki w wydawnictwie jest czynnikiem wyzwalającym większe zainteresowanie ze strony czytelników.

Prawdopodobnie czytelnik niezależnego autora musiał podjąć trud, aby o książce się dowiedzieć (mógł poszukiwać informacji o autorze, przeglądać strony poświęcone *self-publishingowi*, czytać blogi lub szukać książek niezależnych autorów w dedykowanych kategoriach na portalach książkowych) lub też natknął się na nią zupełnym przypadkiem (np. dzięki reklamie w mediach społecznościowych, trafiając na ofertę w księgarni internetowej przy okazji innego zakupu itp).

Trudno mówić w tym wypadku o motywacji czytelników, jednak obserwując polski internet można zauważyć grupę osób świadomie i celowo czytających książki niezależnych pisarzy. Myślę o niektórych blogerach książkowych, na przykład Agnieszce Żak²⁶³, oraz grupach w mediach społecznościowych i forach. W dyskusjach o polskim self-publishingu, gdzie komentowane i oceniane są również prace niezależnych autorów, biorą zwykle udział fani lub inni niezależni pisarze. Ci ostatni, promując self-publishing, zachęcają tym samym do lektury swoich tekstów, a recenzując prace kolegów wydających swoje książki również niezależnie niejako prowokują do wzajemności. Skoro ja zrecenzowałam i napisałam o twojej książce, ty napisz o mojej – być może takie myślenie stoi za tego typu działaniami. Self-publishing byłby w takim razie zamkniętym obiegiem, gdzie wymiana tekstów i opinii następowałaby pomiędzy jego uczestnikami. Autor pełniłby również rolę recenzenta, który liczy, że przychylny komentarz o książce kolegi przyniesie skutek w postaci recenzji jego książki.

Wśród komentujących teksty self-publisherów mogliby się znaleźć inni, aspirujący pisarze, szukający rady i starający się wejść w to środowisko. Obieg self-publisherów przypominałby więc zamknięty obieg poetycki, gdzie poeci na łamach portali i czasopism literackich nawzajem komentują swoje wiersze, z

²⁶³ Blog jest poświęconych *self-publishingowi*, można tam również znaleźć recenzje książek self-publisherów, <https://agnieszkazak.com>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

dala od „głównego obiegu” zdominowanego przez sieci księgarskie oraz listy bestsellerów. Taka zasada działa z pewnością w wypadku wspomnianych już autorów-blogerów, którzy chętnie komentują książki napisane przez innych blogujących, licząc zapewne na wzajemność.

Co interesujące, czytelnicy zdają się nie zwracać większej uwagi na sposób wydania (może poza komentarzami dotyczącymi poprawności językowej - jednak nie wszyscy self-publisherzy poddają swoje tekst redakcji i korekcie, więc mogą to być zasłużone zarzuty), ważniejszy jest dla nich tekst.

Podsumowując, grono czytelników self-publisherów z reguły okazuje się mniejsze niż publiczność towarzysząca autorom publikujących w wydawnictwach. Wynika to z polityki promocyjnej wydawnictw i obecnej sytuacji na rynku książki, gdzie czytelnik jest na bieżąco bombardowany informacjami o nowościach. Niezależni autorzy, nieposiadający takich zasobów jak wydawnictwa, nie są w stanie równie skutecznie docierać do czytelników. Mogą więc kierować swoje teksty albo do zebranego już grona odbiorców (twórcy internetowi), albo do koneserów self-publishingu lub czytelników, dla których metoda wydania nie jest najważniejsza w odbiorze tekstu i po prostu sięgają po nowości w księgarniach internetowych niezależnie od toczących się równolegle kampanii promocyjnych.

W ramach obserwacji, poza wątkiem głównym, warto zauważyć, że sytuacja zagranicznych self-publihsheerów publikowanych przez polskie wydawnictwa wygląda zgoła inaczej. Książki Amandy Hocking, Tarryn Fisher, Hugh'a Howeya i wielu innych niezależnych autorów publikowanych przez polskie wydawnictwa zostały wsparte przez szeroką kampanię promocyjną i w związku z tym otrzymały wiele recenzji. Okazuje się, że czytelnicy chętnie czytają książki niezależnych autorów, jeśli tylko są one wydawane przez wydawnictwa... Za wąskie grono odbiorców trudno więc winić samo niezależnych pisarzy – wynika ono raczej z dużo skromniejszych instrumentów promocyjnych niż te, jakie ma do dyspozycji wydawnictwo.

AUTOR 2.0 I CZYTELNICY

Maciej Maryl w artykule *Kim jest pisarz (w internecie)?*²⁶⁴ pisze o kolejnej generacji pisarzy – 2.0. Od pisarza 1.0 mają oni odróżniać się intensywniejszą autopromocją w sieci oraz stałym podtrzymywaniem kontaktu z czytelnikami, co umożliwił właśnie internet. Maryl pisze: „obecność w internecie nie jest zatem wyłącznie substytutem działań marketingowych prowadzonych w innych środkach przekazu (prasa, telewizja), ale staje się powoli obowiązkiem pisarza współczesnego, stanowiąc kanał dostępu do odbiorcy”²⁶⁵. Za pisarza 2.0 w szczególności Maryl uznaje self-publishera, zwracając uwagę, że „autorzy 2.0 korzystają z dehierarchizacji sieci opinii oraz idącej w nią w parze personalizacji przekazu (czyli możliwości dotarcia do konkretnych osób zainteresowanych daną tematyką czy gatunkiem twórczości”²⁶⁶. I dalej: „Autor 2.0 tym zatem różni się od pisarza ery druku (a zwłaszcza druku masowego), że nie kieruje swojej twórczości do szerokiej, anonimowej rzeszy odbiorców, lecz do wąsko zakreślonej grupy ludzi zainteresowanych danymi zagadnieniami czy tematyką”²⁶⁷. Maryl wskazuje również, że poszukiwanie publiczności za pomocą twórczości w sieci (takiej jak blog lub media społecznościowe) wydaje się kluczowe.

Podobne spostrzeżenia zawarł Aleksander Sowa (self-publisher) w poradniku dla samodzielnych autorów *Autor 2.0. Jak wydać (własną książkę) i na tym zarobić*²⁶⁸. Sowa zwraca uwagę na przemiany literatury, spowodowane rozwojem Web 2.0, wskazując na zacieśnienie się więzi pomiędzy czytelnikiem a autorem. Publikowanie w sieci daje szansę nie tylko na zarobek, ale również możliwość dotarcia do dużej liczby czytelników, przynajmniej teoretycznie, bo dotychczasowy brak sukcesów autorów (o których pisałam poprzednio) raczej przeczy tej tezie. Relacja czytelnik-autor jest wyjątkowo ważna i wiele rad doty-

²⁶⁴ M. Maryl: *Kim jest pisarz (w internecie)?...*

²⁶⁵ Tamże, s. 142.

²⁶⁶ Tamże, s. 153.

²⁶⁷ Tamże.

²⁶⁸ A. Sowa: *Autor 2.0...*

czy tego, jak ją stworzyć i o nią dbać, na przykład wykorzystując obecność w mediach społecznościowych, odpowiadając na komentarze, pytania o opinie i próby nawiązywania kontaktów.

Powodzenie twórców internetowych, wydających swoje książki, również świadczy o tym, że obecność w mediach społecznościowych, odpowiadanie na komentarze i włączanie czytelników w proces twórczy sprzyja większemu zainteresowaniu. Self-publishingiem rządzą zasady znane z komunikacji internetowej: musisz być cały czas dostępny on-line, nawiązywać interakcje z czytelnikami, odpowiadać na ich potrzeby. Stąd związek czytelnik-autor jest silniejszy niż w tradycyjnych wydawnictwach, właśnie dzięki ciągłej i stałej komunikacji. W ten sposób autorzy mogą otrzymywać komentarze dotyczące swojej twórczości niemal natychmiast po przedstawieniu jej próbek, a czytelnicy mogą odnosić wrażenie, że mają wpływ na twórczość autora. Relacja oparta jest na bliskości i zaangażowaniu obydwóch stron (a rewersem tej relacji jest hejting). O dalszych relacjach autor-czytelnik będę pisać w kolejnych podrozdziałach oraz rozdziałach poświęconych blogosferze książkowej i crowdfundingowi.

SELF-PUBLISHING. AUTOR I REWOLUCJA WYDAWNICZA

GATUNKI – POMIĘDZY TRADYCJĄ A REWOLUCJĄ

W tym podrozdziale chciałabym zapytać o gatunki literackie uprawiane przez self-publisherów oraz postawić następującą hipotezę: z jednej strony niezależni twórcy odwzorowują tendencje, które panują na całym rynku literackim, z drugiej zaś tworzą nowe trendy, przejmowane przez rynek książki. W ramach badań przeanalizowałam polskie serwisy self-publishingowe (Ebookowo.pl, Rozpisani.pl, RW2010.pl, Wattpad.com), publikacje wydane samodzielnie przez twórców internetowych oraz listę bestsellerów na maj 2016²⁶⁹, stworzoną przez GfK i bazującą na podstawie wyników comiesięcznego badania rynku książki GfK Polonia Consumer Choices (Panel Książki GfK). Przeanalizowałam ponad dwieście opisów publikacji, jakie znalazły się na portalu Rozpisani.pl, biorąc pod uwagę książki w zakładce: polecani autorzy, bestsellery. Na portalu RW2010.pl przeanalizowałam do dwudziestu publikacji z każdej wymienionej kategorii, zaś na portalu Ebookowo.pl przeglądałam dwieście ostatnio dodanych publikacji w zakładce self-publishing (książki nie są uszeregowane gatunkami, nie ma specjalnie wyróżnionych kategorii) oraz po dziesięć publikacji z każdej kategorii na Wattpad.com. W wypadku blogerów posłużyłam się już przeanalizowaną pod względem gatunków listą publikacji z bloga Biznesoweinfo²⁷⁰.

Na początek chciałabym przedstawić wnioski wpływające z analizy listy bestsellerów według GfK. Jak możemy przeczytać na stronie Lubimy Czytać, gdzie były publikowane listy GfK (lista powstaje na podstawie comiesięcznego badania), ranking powstaje w oparciu o dane dotyczące

²⁶⁹ Zob. *Lista bestsellerów GfK Polonia*, <http://lubimyczytac.pl/gfk>, [strona www, dostęp 5.07.2016].

²⁷⁰ A. Skupieńska: *87 książek polskich blogerów i vlogerów...*

rzeczywistej sprzedaży w największych sieciach księgarskich, księgarniach, sklepach internetowych i sieciach handlowych na terenie całej Polski (łącznie ponad 950 punktów sprzedaży). O pozycji w rankingu decyduje łączna liczba sprzedanych egzemplarzy danego tytułu. Z rankingu wyłączone są pozycje sprzedawane w ramach akcji promocyjnych (z dużym upustem w stosunku do ceny rynkowej)²⁷¹.

GfK jest jedyną listą bestsellerów, opierającą się na liczbie sprzedanych egzemplarzy nie tylko jednej sieci (w przeciwieństwie do list sprzedażowych np. sieci Empik), a ponadto została ona opracowywana przez niezależny podmiot. Ostatnia publikowana w portalu Lubimyczytać.pl lista bestsellerów GfK pochodzi z maja 2016. Lista prezentuje się następująco (informacje w nawiasach wynikają z mojej kwalifikacji gatunkowej):

Przeznaczeni Katarzyna Grochola (romans/powieść obyczajowa)

Życie na pełnej petardzie czyli wiara, polędwica i miłość Jan Kaczowski, Piotr Żyłka (*non-fiction*/wspomnienia)

Nienachalna z urody Maria Czubaszek (*non-fiction*/celebrycka/wspomnienia)

Służby specjalne. Podwójna przykrywka Patryk Vega (*non-fiction*)

Złudzenie Charlotte Link (kryminał)

Małe życie Hanya Yanagihara (powieść literacka)

Dziewczyna z pociągu Paulina Hawkins (kryminał)

Lewy. Chłopak, który zachwycił świat Yvette Żółtowska-Darska (*non-fiction*)

Masa o kilerach polskiej mafii Artur Górski, Jarosław Sokołowski (*non-fiction*/wspomnienia)

²⁷¹ Lista bestsellerów GfK Polonia...

Tylko Cross Sylvia June Day (romans)

Pierwszy śnieg Jo Nesbø (kryminał)

Skucha Jacek Hugo-Bader (non-fiction/wspomnienia)

Kropki Włodek Markowicz (non-fiction/blogerska).

Interesujące, że w zestawieniu króluje literatura non-fiction (przez non-fiction rozumiem literaturę faktu – biografie, autobiografie, wspomnienia, reportaże). Ponadto na majowej liście można znaleźć wiele kryminałów – ten gatunek zdaje się przeżywać swój renesans. Nie zabrakło również literatury kobiecej (obyczajowa i romans), chociaż zastanawiający jest brak popularnej fantastyki. Możliwe jednak, że maj okazał się dla niej mało korzystny, ponieważ książki fantastyczne od wielu lat cieszą się popularnością. Dodatkowo, jak wynika z raportów Biblioteki Analiz, wśród najpopularniejszych gatunków ostatnich lat można znaleźć właśnie romans, kryminał, fantastykę, non-fiction i powieść obyczajową. Trochę gorzej radzi sobie poezja oraz powieść literacka.

Sądzę, że główne tendencje gatunkowe w self-publishingu nie odbiegają od tych, które możemy zaobserwować po wydawniczej stronie rynku książki. Za przykład niech posłuży szeroka lista kategorii, w których umieszczone są książki na portalu RW2010.pl. W nawisach podałam liczbę publikacji, która znajduje się w samej kategorii²⁷². Publikacja może zostać przyporządkowana wyłącznie do jednej kategorii, jednak niektórzy autorzy decydują się zamieścić książkę podwójnie – w postaci książki właściwej i bezpłatnego demo. Dlatego liczby (podałam przeze mnie w nawisach) należy traktować wyłącznie orientacyjnie. Lista kategorii prezentuje się następująco: biznes (2), czasopisma (10), dokument (39), dramaty (1) felietony i eseje (8), filozofia/religia (1), informatyka (0), komiks (7), nowele, opowiadania, short stories (347), dla dzieci (20), poezja (21), porad-

²⁷² Zob. mapa strony na portalu RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H4/mapa-strony.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

niki (174), powieści (287). Chciałabym jeszcze przytoczyć rozkład gatunków w kategorii powieść: dla dzieci (6), dla młodzieży (11), fanfiction (0), fantasy/fantastyka (64), historyczne (8), horror (8), kryminalne (21), obyczajowe (77), romanse (44), science fiction (32), sensacyjne (15), thriller (10), wyłącznie dla dorosłych! (5). Podobnie kształtują się proporcje w kategorii opowiadań: dla dzieci (20), dla młodzieży (2), fanfiction (1), fantasy/fantastyka (98), historyczne (14), horror (20), humor/groteska (31), kryminalne (8), obyczajowe (81), romanse (10), science fiction (35), sensacyjne (16), thriller (16), wyłącznie dla dorosłych! (9).

Z powyższych danych wynika, że najpopularniejsze są opowiadania, powieści i poradniki. W wypadku powieści i opowiadań najpopularniejsze są następujące gatunki: kryminał i thrillery oraz sensacja (tu traktowane jako osobne gatunki), romans, powieść obyczajowa oraz fantastyka (rozdzielana tutaj na fantasy i science fiction). Możemy więc założyć, że w wypadku portalu RW2010.pl trendy gatunkowe powtarzają te znane z wydawniczego rynku książki.

Tezę potwierdza analiza gatunków na portalach Rozpisani.pl i Ebookowo.pl. Chociaż brakuje również wyrazistego podziału na gatunki wraz z listą publikacji, obserwacja wydanych książek skłania do podobnych wniosków, chociaż wśród popularnych książek przeważają poradniki. Wśród bestsellerów na portalu Rozpisani.pl możemy znaleźć takie tytuły jak: Jacek Borowiak *Emerytura nie jest ci potrzebna*²⁷³, Kevin Aiston *Kevin sam w domu. Nie tylko fish & chips*²⁷⁴, Fryderyk Karzełek *Pieniądze są sexy*²⁷⁵, Damian Kleczewski *Skuteczne sposoby inwestowania w nieruchomości*²⁷⁶ – czyli poradniki, o których będę pisała później. Również polecane książki (osobna kategoria) na portalu Rozpisani.pl potwier-

²⁷³ Zob. J. Borowiak: *Emerytura nie jest ci potrzebna*. 2013 Rozpisani.pl.

²⁷⁴ Zob. K. Ainston: *Kevin sam w domu. Nie tylko fish & chips*. 2014 Rozpisani.pl.

²⁷⁵ Zob. F. Karzełek: *Pieniądze są sexy*...

²⁷⁶ Zob. D. Kleczewski: *Skuteczne sposoby inwestowania w nieruchomości*. 2014 Rozpisani.pl.

dzają teorię, że gatunki wiodące na wydawniczej części rynku książki są tak samo popularne wśród czytelników sięgających po self-publishingowe publikacje. Wśród 200 polecanych publikacji²⁷⁷ można znaleźć: non-fiction, romanse, fantastykę, powieści obyczajowe, kryminały i sensacje. Podobnie wygląda sytuacja na portalu Ebookowo.pl, gdzie wśród ostatnio dodanych publikacji dominują²⁷⁸: powieści (obyczajowa, romans/erotyka, kryminał/sensacja, fantastyka) oraz non-fiction.

Warto w tym momencie zastanowić się, dlaczego te same gatunki są popularne zarówno w self-publishingu, jak i na szerokim rynku książki. Uważam, że wynika to z kilku powodów. Po pierwsze, niezależni autorzy wychowali się w pewnej kulturze literackiej i zapewne na co dzień czytają powieści z głównego nurtu wydawniczego. A więc wspomniane non-fiction, powieści obyczajowe, kryminały, fantastykę. Rynek kształtuje ich gusta czytelnicze, dlatego szukając własnych ścieżek autoekspresji, również sięgają po znane konwencje gatunkowe, wypracowane przez autorów publikujących w wydawnictwach. W ten sposób rynek książki miałby wpływ na gatunki popularne w self-publishingu i jedyna zmiana polegałaby na sposobie wydania książki (samodzielnie/wydawnictwo). Walter Ong, pisząc o kulturze oralnej i piśmiennej, wspomina o zjawisku intertekstowości:

Intertekstowość stanowi odniesienie do literackich i psychologicznych *miejsz wspólnych*; nie potrafimy bowiem stworzyć tekstu po prostu z żywego doświadczenia. Pisarz pisze powieść dlatego, że jest obeznany z tego typu zorganizowanym doświadczeniem²⁷⁹.

²⁷⁷ Zob. kategoria „polecane” na portalu Rozpisani.pl, <https://www.rozpisani.pl/publications>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

²⁷⁸ Zob. nowości na portalu Ebookowo, <https://www.e-bookowo.pl/nawosci.html>, [strona www, dostęp 10.08.2016].

²⁷⁹ W. Ong: *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*. Tłum. J. Japola. Wydawnictwo KUL. Lublin 1992, s. 201.

Dopiero wraz z erą druku pojawiło się pojęcie oryginalności, wyniesione do rzędu naczelnej wartości literackiej, a wraz z nim mechanizm określony przez Harolda Blooma mianem „lęku przed wpływem” i chociaż stwierdzenie, że każdy tekst powstaje dzięki innym tekstom, przeczytanym wcześniej przez autora, brzmi banalnie, warto ten banał wziąć pod uwagę, gdy analizujemy gatunki uprawiane przez self-publisherów, którzy zapewne czytają podobne książki, jak pisarze wydający w wydawnictwach, więc w związku z tym tworzą teksty w podobnych ramach gatunkowych.

Drugie hipotetyczne wytłumaczenie jest o wiele bardziej interesujące. Self-publisherzy decydujący się na wydanie książki w jednej z popularnych konwencji gatunkowych być może świadomie i celowo imitują zasady, tendencje znane z szerokiego rynku książki. Mogą być czujnymi obserwatorami śledzącymi, jakie książki aktualnie dobrze się sprzedają. Pragną powtórzenia sukcesu komercyjnego kolegów, wydających w dużych wydawnictwach, dlatego dostosowują swoją twórczość do tychże konwencji.

NOWE TENDENCJE GATUNKOWE

Szczególnie interesujące są nowe gatunki i nowe tendencje, jakie można dostrzec w publikowanych przez self-publisherów tekstach. Wspominałam o dużej popularności non-fiction, która pokrywa się z popularnością tego gatunku na liście GfK²⁸⁰. Jednak po wnikliwym przyjrzeniu się najpopularniejszym książkom i publikacjom, pisanych przez niezależnych autorów w obrębie tego gatunku, można zauważyć ciekawą różnicę. Na listy bestsellerów GfK czy sieci Empik zdają się trafiać częściej reportaże, biografie i autobiografie. Self-publisherzy natomiast celują w niszowe, ale potrzebne podręczniki (wśród bestsellerów portalu Rozpisani.pl można znaleźć wiele poradników, skierowanych do osób zainteresowanych zarządzaniem swoimi finansami lub podręczniki nauki języka). Szczególnie wiele takich tytułów jest opublikowanych w portalu Rozpisani.pl –

²⁸⁰ Lista bestsellerów GfK Polonia...

taki stan rzeczy być może wynika stąd, że Rozpisani.pl są własnością Grupy PWN, która jest znana przede wszystkim z publikacji naukowych, akademickich i podręczników. Można domyślać się, że Rozpisani.pl będą promować (wszystkie wymienione książki są w kategorii „polecane”) właśnie publikacje pisane przez specjalistów i zawierające specjalistyczną wiedzę. Poradniki na portalu Rozpisani.pl są profesjonalnie przygotowane, autorzy są specjalistami w swoich dziedzinach, a ich poziom niczym nie odbiega od poradników, które są wydawane przez tradycyjne wydawnictwa.

Jednak takie publikacje zdają się stanowić mniejszość - wystarczy przejrzeć kategorię „poradniki” w RW2010²⁸¹ lub non-fiction w sekcji „self-publishing” na Ebookowo²⁸², by zauważyć, że większość publikacji non-fiction stanowią poradniki z wyraźnym rysem... autobiograficznym. Królują opowieści oparte na doświadczeniach autorów (jak *Thalią przez Skandynawię*²⁸³ opisująca przebieg wycieczki samochodowej po Skandynawii) lub konwencjonalne autobiografie (*Będzie dobrze* Michała Leśniaka²⁸⁴, skupiająca się na jego przestępczym życiu, odsiadce i resocjalizacji). W serwisach self-publishingowych można znaleźć również relacje z własnych podróży (*19 razy byłem na Kubie* Maciej Śłużyńskiego²⁸⁵ czy *W pantoflach przez Indie* Agaty Włodek²⁸⁶), biografie bliskich lub zwykłych ludzi, żyjących w niezwykłych czasach (*Ocalona* Pawła Sofulaka²⁸⁷), autobiografie (*Ja, podchorąży* Sławomira Galickiego²⁸⁸), poradniki-zwierzenia (*Własna kawiarnia, marzenie czy udręka* Michała Hellera²⁸⁹). Poradnik jest również najpopu-

²⁸¹ Zob. poradniki w serwisie RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/-/Search/catID=30/poradniki.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

²⁸² Zob. poradniki w serwisie Ebookowo, <https://www.e-bookowo.pl/self-publishing.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

²⁸³ Zob. A.B.Z. Hoe: *Thalią przez Skandynawię*. Zeszyt 7. RW2010 2015.

²⁸⁴ M. Leśniak: *Będzie dobrze*. Rozpisani.pl 2016.

²⁸⁵ M. Śłużyński: *19 razy byłem na Kubie*. RW2010 2011.

²⁸⁶ A. Włodek: *W pantoflach przez Indie*. Rozpisani.pl 2016.

²⁸⁷ P. Sofulak: *Ocalona*. Rozpisani.pl 2014.

²⁸⁸ S. Galicki: *Ja, podchorąży*. Rozpisani.pl 2015.

²⁸⁹ M. Heller: *Własna kawiarnia, marzenie czy udręka*. Rozpisani.pl 2016.

larniejszym gatunkiem w publikacjach autorstwa internetowych twórców (bloggerów i vlogerów), jak wynika z listy przygotowanej przez Agnieszkę Skupieńską. Agnieszka Skupieńska wyliczyła osiemdziesiąt siedem pozycji, na które przypadają aż sześćdziesiąt cztery poradniki²⁹⁰.

Należałoby zadać pytanie: dlaczego twórcy decydują się na poradniki? Po pierwsze - w takich publikacjach wcale nie chodzi o literaturę, ale o przekazanie wiedzy. Jednak ten przekaz umocowanych jest na innych podwalinach społeczno-kulturowych w wypadku twórców internetowych i pozostałych self-publisherów. Jak wspomniałam wyżej, twórcy internetowi piszą *e-booki*, aby podzielić się wiedzą z użytkownikami lub w celach autopromocyjnych. W jednym i drugim wypadku lepiej sprawdzi się formuła poradnika niż na przykład kryminału. Nawet w przypadku autopromocji – gdzie książka jest prezentem zachęcającym do czytania bloga, równie dobrze mogłaby być powieść – poradnik sprawuje się lepiej marketingowo, ponieważ czytelnik odnosi wrażenie, że otrzymuje od pisarza pakiet wiedzy i idących za nią umiejętności. Taką tezę może udowodnić prosty fakt – wystarczy spojrzeć na ranking blogerów z 2015 roku²⁹¹, by odkryć, jak wysoko plasują się twórcy przekazujący na swoich blogach specjalistyczną wiedzę (nie zaś twórcy piszący blogi literackie).

W wypadku autorów niezależnych, nieprowadzących bloga i vloga, znów przy publikacji poradnika nie chodzi o wartość literacką i rozwój swoich umiejętności artystycznych, ale przekazanie wiedzy, zebranej w ramach życiowych doświadczeń. Skoro jedną z silniejszych wartości promowanych przez self-publishing jest deklarowana równość wszystkich autorów oraz wypowiedzi, możemy założyć, że każdy z nas zna się lepiej lub gorzej na jakiejś dziedzinie i

²⁹⁰ A. Skupieńska: *87 książek blogerów i vlogerów...*

²⁹¹ Za opiniotwórczy uznawany jest ranking blogerów przygotowany przez Tomka Tomczyka. Zob. T. Tomczyk: *Ranking najbardziej wpływowych blogerów 2016 roku*, <http://jasonhunt.pl/ranking-najbardziej-wplywowych-blogerow-2016-roku/>, [strona www, dostęp 1.03.2017.

mógłby się tą wiedzą podzielić z innymi. W ten sposób self-publishing znów wpisuje się w zjawisko nadwyżki kognitywnej.

Autobiograficzny charakter poradników znów można umotywować zrównaniem wypowiedzi w self-publishingu. Jeśli dajemy głos każdemu, dopuszczamy też do wypowiedzi osoby, którym nie zależy na uprawianiu literatury, ale podzieleniu się swoim doświadczeniem. Podparcie poradnika własną biografią niejako uwiarygadnia przekaz. Taki poradnik (o własnych podróżach czy pracy w branży gastronomicznej) może napisać każdy, kto może się wylegitymować stosowanym doświadczeniem. Nie musi być ekspertem, certyfikowanym specjalistą, ale wystarczy, że doświadczył w życiu zmiany, poznał pewien wycinek życia i chce się podzielić własnym doświadczeniem z innymi.

W tym momencie warto wrócić do wspomnianego już wyznaniowego charakteru notek „o mnie” i *Wyznań* Jana Jakuba Rousseau. Chociaż zajmujące mnie teksty nie są autobiografiami *sensu stricto*, to poradniki pisane są z perspektywy osobistej, ich autorzy odwołują się do własnych doświadczeń, ubarwiają wywód anegdotami, tak zwanymi „przykładami z życia” oraz własnymi przemyśleniami. Na pewno nie są to odpersonalizowane instrukcje, a „autentyzm” jest ich kartą atutową. Autorzy piszą niejako z głębi serca, chcąc przekazać wiedzę, ale i pewną prawdę o sobie. Chociaż poradniki nie wymagają „paktu autobiograficznego” (zważając, że to jednak inny gatunek literacki niż autobiografia), autorzy zapewniają, że ich wiedza jest sprawdzona, bo poparta doświadczeniem. Autobiografia byłaby w ten sposób niejako „tekstem podstawowym”, punktem wyjścia do dalszego pisania, niezależnie, czy mówimy o podróżach przez Skandynawię, prowadzeniu własnej kawiarni czy poradniku dla blogerów. Chciałabym przywołać ustalenia Małgorzaty Czermińskiej, piszącej, że w tekście autobiograficznym dominować może świadectwo, wyznanie lub wyzwanie²⁹². Oczywiście, traktowanie poradników jako autobiografii byłoby błędem,

²⁹² M. Czermińska: *Autobiograficzny trójkąt: świadectwo, wyznanie i wyzwanie*. Universitas. Kraków 2000.

jednak chcę podkreślić, że w niezależnym publikowaniu te dwa gatunki się zbliżają, skoro poradniki są oparte na własnym doświadczeniu, a autor przeznacza część przestrzeni w tekście na autoekspresję, której rola (tak samo jak w wypadku wyznaniowego stylu notek „o mnie”), może wynikać z braku poświadczonych zewnętrznych kompetencji w temacie, a własne przeżycia uwiarygadniają przekaz.

Opieranie porad na własnym doświadczeniu, uciekanie od obiektywności na rzecz autentyczności własnych przeżyć, ma też wiele wspólnego z poetyką blogów. O problemie pisała Marta Więckiewicz w książce *Blog w perspektywie genologii multimedialnej*, zwracając uwagę, że dystynktywnymi cechami gatunku (jakim jest blog) są: autoprezentacja, egocentryzm, autoekspresja i ekshibicjonizm nadawcy²⁹³. Przypominając, że internet kojarzy się z nieskrępowaną wolnością i polem do autoekspresji, Więckiewicz powołuje się w swojej pracy na artykuł Anny Szczepan-Wojnarowskiej, zdaniem której użytkownicy internetu wierzą, iż sieć pozwoli im na wyrażenie siebie²⁹⁴. Ustaliliśmy już, że self-publisherzy są najczęściej użytkownikami sieci, korzystają z dedykowanych portali internetowych, a samo zjawisko jest elementem rewolucji kulturowo-społecznej związanej z rozwojem internetu. Zbieżność pomiędzy autoekspresją w gatunku bloga i poradnikach self-publisherów nie jest przypadkowa. Skoro część niezależnych autorów również jest twórcami internetowymi, mogą oswajone praktyki komunikacji przenosić do twórczości literackiej. Bloggerzy, jak i self-publisherzy, są przedstawicielami pokolenia *upload*, więc model komunikacji oparty właśnie na autoprezentacji i autoekspresji może zdawać się im naturalny. Można również zastanowić się nad wpływem języka w internecie na styl poradników niezależnego autora, przyzwyczajonych wszakże do osobistych, blogowych zwierzeń i wpisów poradnikowych. Być może nieświadomie przenoszą

²⁹³ M. Więckiewicz-Archacka: *Blog w perspektywie...*

²⁹⁴ Tamże, s. 210.

taki styl do własnych publikacji, zanim jeszcze wyrobią swój własny idiom lub uznają taki sposób pisanie za lepszy, bo przydatniejszy do realizacji ich celów.

Na koniec tych rozważań warto się zastanowić, w jakim stopniu autentyzm jest stylizacją obliczoną na efekt marketingowy. Gdy Jan Jakub Rousseau tworzył nowy gatunek literacki – autobiografię – spisywał *Wyznania*, aby opisać swoje stany psychiczne (czym wywołał skandal), krytykował ówczesne społeczeństwo i kulturę, marząc o komunii czułych serc, oraz odmawiał przyjmowania honorarium, to prawdopodobnie nie kierował się przesłankami rynkowymi. Jego autentyczność była rewolucją literacką i kulturową, ale nieskalkulowaną na zysk, jak działania self-publisherów sprzedających swoje książki czytelnikom; opierających swoje teksty na własnych przeżyciach, ale nie z powodu jakiegoś programu literackiego, filozoficznego lub politycznego, który by realizowali. Jestem zdania, co podkreślałam wcześniej, że self-publisherzy, oskarżani często o grafomanię i publikujący poza głównym systemem wydawniczym, nie mogą uwiarygodnić swoich dokonań w żaden inny sposób. Często ich teksty są oceniane jako amatorskie, niegodne zaufania, a więc niewarte zakupu. Autentyzm czy po prostu odwołanie do swoim doświadczeń to często jedyny sposób, aby potencjalnego czytelnika zachęcić do zakupu i lektury. Wedle zasady: nie jestem specjalistą z zarządzania, ale mam własną kawiarnię i mogę ci opowiedzieć, jak to wygląda. Autentyzm to właściwie jedyne, co im zostaje. Zresztą, na podobnej zasadzie funkcjonują wspomniane już blogi, z założenia amatorskie, gdzie własne doświadczenie znów uwiarygadnia w oczach przypadkowych czytelników w internecie. Anonimowy mędrak z internetu zmienia się w osobę doświadczoną, która może opowiedzieć o problemie. Taką jak my, ale mającą coś do przekazania. I taki wniosek również pasuje do poradników autorstwa niezależnych autorów.

Sprzeczny z wcześniejszą tezą o rynkowym nastawieniu self-publisherów jest fakt, że na portalach możemy znaleźć dość dużo poezji – dwadzieścia jeden publikacji (dla przypomnienia, książek eseistycznych znajdziemy ledwie osiem).

Może to wynikać z faktu, że nie wszyscy self-publisherzy są nastawieni na zysk i publikują również po to, aby po prostu podzielić się swoją twórczością. Aktualna sytuacja poezji na rynku jest trudna. Wydawcy (poza wyspecjalizowanymi wydawnictwami, jak wspomniane już Biuro Literackie) w większości wypadków rezygnują z poezji, której publikowanie jest po prostu nierentowne. *Self-publishing* zatem okazuje się dobrym rozwiązaniem dla piszących poezję, ponieważ nie muszą inwestować w nakłady lub podpisywać umów z wydawnictwem, skoro przy tak niskich nakładach i tak nie mogą liczyć na szczególny zysk. Poezja, znów jak w wypadku poradników, ma zwykle charakter osobisty i wyznaniowy.

Halina Michalczyk w opisie tomu *Zwierciadło* pisze: „Tylko miłość do pisania stała się jej nowym sensem w życiu, jest jej osobista terapią. Jej dusza sięga głębiej niż myśli zaskakujące autorkę z każdym dniem”²⁹⁵, potwierdzając tym samym, że tworzenie poezji jest raczej osobistą terapią, niż działaniem artystycznym skierowanym do szerokiej publiczności. Zdaje się, że twórcy poezji są przede wszystkim zainteresowani wyrażeniem siebie.

Interesująco wygląda sprawa gatunków na portalu Wattpad.com, gdzie publikują (jak wcześniej pisałam) głównie osoby młode. Nic dziwnego, że większość publikacji na polskiej stronie Wattpad.com stanowi wariację na temat gatunków *new adult* oraz *young adult* – opowieści kierowanych do nastolatków lub młodych, wchodzących w dorosłe życie. Wattpad dzieli teksty na następujące kategorie: Akcja, Literatura faktu, ChickLit, Dla nastolatków, O wampirach, Duchowe, O wilkołakach, *Fanfiction*, Opowiadanie, Fantasy, Paranormalne, General Fiction, Poezja, Historyczne, Przygodowe, Horrory, Romans, Humor, Science Fiction, Klasyka, Tajemnica / Thriller²⁹⁶. Zdaje się więc, że mamy do czynienia z szerokim spektrum gatunków, jednak po przyjrzeniu się bliżej publikacjom,

²⁹⁵ Strona książki *Zwierciadło*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMjQ5/zwierciadlo.html?title=Zwierciadło&ref=27>, [książka elektroniczna, dostęp 1.03.2017].

²⁹⁶ Zob. Wattpad...

można z łatwością zauważyć, że większość z nich oparta jest na wątkach romansowych (kluczowe dla *new adult*) lub opartych na schemacie *young adult* (odkrywanie nowych mocy, wątki paranormalne, romans pomiędzy nastolatkami, szkoła). Reprezentowane kategorie nie są więc gatunkami, ale raczej podgatunkami. Kategorie takie jak wilkołaki czy wampiry wpisują się automatycznie w konwencję *paranormal romance* (zapoczątkowany przez sagę *Zmierzch* Stephanie Mayer), który często występuje w wariantach *young adult* (jak w przypadku samej sagi *Zmierzch* w związku z wątkiem romansu nastolatków) lub *new adult* (odważniejsze sceny erotyczne i starsi bohaterowie, po NA sięgają często czytelnicy, którzy z racji wieku „wyrosli” z *young adult*). Potwierdzeniem tezy, że teksty są ułożone kategoriami (a nie gatunkami, ponieważ mamy do czynienia tylko z *new adult* i *young adult*) niech będzie opis książki *We're dead couple*:

Charlotte Drauffen to atrakcyjna i seksowna wampirzyca, która wydaje się być pogodzona ze swoją nietypową naturą. Problemy zaczynają się dopiero wtedy, gdy zostaje wplątana w prawdziwie szatański plan wymyślony przez przywódczynię jej klanu. No bo, co dobrego może wyniknąć z połączenia niesfornej i pewnej siebie wampirzycy ze skrytym oraz małomównym wilkołakiem, który w dodatku jest łowcą? Jednak udawanie na zabój zakochanej w wilkołaku to nie największy problem, z jakim Charlotte zmierzy się tego lata - machina prawdy ruszyła i nikt już nie może jej powstrzymać...²⁹⁷.

Motyw wampiryczny jest więc tylko wymówką, aby opisać gorący romans między bohaterami, których dzieli teoretycznie wszystko (NA).

I kolejny przykład:

Jestem Cassie Walker. Do tej pory byłam samotnikiem. Jednak nigdy nie narzekałam, bo miałam kochającą rodzinę. Niedługo potem trafiaam na obóz, lecz nie jest to zwykły obóz. Trenuję, staję się silniejsza, poznaję przyjaciół. Muszę stawić czoła rzeczywistości i poznać prawdę. Czy w całej tej historii Cassie znajdzie miejsce na miłość? czy kiedykolwiek komuś tak bardzo zaufa? i

²⁹⁷ Zob. strona książki *We're dead couple*, <https://www.wattpad.com/story/38904303-we%27re-dead-couple>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

najważniejsze pytanie czy przetrwa? Dowiedzie się wszystkiego czytając tę opowieść²⁹⁸.

Mowa o powieści *Obóz nieustraszonych*, dość niewolniczo powielającej konwencję *young adult* (motyw szkoły/obozy, nastoletni bohaterowie, misja do wykonania).

Warto się zastanowić, dlaczego młodzi twórcy (którzy przeważają na polskim Wattpadzie), decydują się na tworzenie historii w ramach konwencji *new adult* i *young adult*. Najlepszym wytłumaczeniem jest ich wiek. Większość z nich dorastała, czytając publikacje z nurtu *young adult*, które pomimo swojej schematyczności są interesujące dla młodego czytelnika, ponieważ poruszają bliskie mu problemy, związane z wkraczaniem w dorosłość. Czytelnicy, którzy wyrosli z *young adult*, poszukują nieco mocniejszych wrażeń, jakie zapewniają im książki z nurtu *new adult*, poruszające inne kwestie, właściwe osobom dorosłym (z seksualnością na czele). Zwolennicy takich lektur tworzą więc niezobowiązujące teksty (na publikacjach opublikowanych na Wattpadzie nie można zarobić), gdzie w ramach znanych sobie schematów mogą opowiedzieć swoją wersję historii. Wilkołaki, wampiry, romanse w ramach konwencji YA i NA są tylko scenografią, dzięki której mogą wyrazić, jakie problemy ich dotyczą, a zarazem – jaką literaturę lubią. Zdaje się, że dochodzi do powtórzenia schematu, określonego przeze mnie przy próbie wytłumaczenia, dlaczego te same gatunki są popularne w głównym nurcie i self-publishingu. Twórcy uprawiają takie gatunki, jakie czytają i jakie są poczytne, jak w wypadku kryminałów, romansów i fantastyki.

Cytowane wyżej opisy książek mogą budzić konsternację (szczególnie, że zostały przytoczone w oryginalnej formie). Niektórym proponowane przez self-publisherów opowieści mogą zdawać się miałkie, banalne i przypominać bardziej grafomańskie wprawki niż prawdziwą literaturę. Jednak, co chcę wykazać na podstawie analizy gatunków, self-publishing jest wybierany również przez

²⁹⁸ Zob. strona książki *Obóz nieustraszonych* w serwisie Wattpad, <https://www.wattpad.com/story/60263966-oboz-nieustraszonych>, [dostęp 1.03.2017].

osoby zaczynające swoją działalność pisarską (taki wniosek wypłynął z analizy not biograficznych), które publikują swoje teksty „wprawkowe”. Takie publikacje, przed rozwojem sieci, być może zostałyby w szufladach, dziś są prezentowane szerokiej publiczności.

O wprawkowym charakterze publikowanych tekstów świadczy duża ilość opowiadań (aż 347 na portalu RW2010.pl) z różnych gatunków. Wprawkowy charakter ma również większość publikacji w serwisie Wattpad. Tu dodatkowo struktura serwisu, umożliwiająca publikowanie powieści w odcinkach, zachęca młodych twórców do przedstawienia pomysłu i skonfrontowania go z odzewem czytelników, którzy mogą na bieżąco komentować rozdziały, a twórca może zmieniać koncepcję, korzystając z otrzymanych odpowiedzi.

Pisząc wcześniej o gatunkach miałam na uwadze, że nie wszystkie teksty mogą spełniać wszystkie kryteria konkretnej formy, część z nich jest pod tym względem niedopracowana. Sądzę, że wynika to znów z debiutanckiego charakteru publikowanych tekstów.

Wróćmy na chwilę na listę bestsellerów oraz najlepiej sprzedających się książek według GfK²⁹⁹. Możemy zauważyć, że autorzy najpopularniejszych książek najczęściej trzymają się obranego z góry gatunku lub chociaż typu literatury (np. non-fiction lub beletrystyka). Katarzyna Grochola pisze powieści obyczajowe, Masa opowiada o polskiej mafii, a Katarzyna Bonda jest autorką kryminałów. Zdaje się, że autorzy trzymają się pewnych ram gatunkowych, a wolty (takie jak w przypadku Szczepana Twardocha, który zaczynał od fantastyki, a obecnie pisze prozę artystyczną) zdarzają się rzadko i są trudne. Zdaje się, że rynek lubi jasne podziały, a autorzy raczej nie eksperymentują literacko na poziomie gatunków.

I chociaż pisałam, że self-publisherzy w dużej mierze (świadomie bądź nie) odtwarzają tendencje gatunkowe z mainstreamowego rynku książki, inaczej ma się sprawa z ich „wiernością” wobec gatunków. Opierając się już na wspo-

²⁹⁹ Zob. lista bestsellerów GfK Polonia...

minanym materiale badawczym, który badałam w trakcie analizowania, doszłam do wniosku, że niezależni autorzy mniej rygorystycznie trzymają się wyłącznie jednej konwencji.

Tak właśnie się dzieje w wypadku choćby Macieja Śłużyńskiego, autora poradników, powieści, jak i książek podróżniczych³⁰⁰, lub Tomka Tomczyka, publikującego znów zarówno powieści, jak i poradniki. Taka tendencja nie obejmuje wyłącznie autorów publikujących zarówno literaturę, jak i poradniki, lecz dochodzi również do głosu za sprawą płynnego poruszania się pomiędzy gatunkami, jak w wypadku Aleksandra Sowy, piszącego powieści obyczajowe, kryminały, jak i romanse. Oraz oczywiście poradniki – te dotyczące *self-publishingu* oraz naprawiania auta. Tworzenie tekstów należących do różnych gatunków może wynikać z dwóch przyczyn. Niezależni autorzy są wyzwoleni z panujących na rynku zasad. Mogą pisać i publikować cokolwiek, poruszać wybrane tematy i nie zastanawiać się, czy ich kolejna książka zostanie zaakceptowana przez wydawnictwo. Wydawnictwa podążają za aktualnymi trendami – gdy modne są romanse erotyczne (z pewnością fala takich książek zalała światowy rynek wraz z popularnością *Pięćdziesięciu twarzy Greya* Erika Leonard James), inni wydawcy poszukują książek, które powtórzą ich sukces. Nie twierdzę, że wydawcy zawsze dostosowują się do aktualnie panujących trendów, ale wśród pisarzy krążą opowieści o popularnych dziś autorach, którzy zostali przez te pierwsze na początku odrzuceni, gdyż uznano, że w ich książkach nie ma komercyjnego potencjału³⁰¹. Wydawcy jako strażnicy rynku wydawniczego mają za zadanie selekcję nadsyłanych maszynopisów, ale i kolejnych książek wydawanych już autorów. Z promocyjnego punktu widzenia łatwiej kreować przykładowego twórcę na autora doskonałych kryminałów niż autora doskonałych kryminałów, książek ku-

³⁰⁰ M. Śłużyński: *Copywriting – podręcznik pisania tekstów reklamowych*. RW2010. 2006; *W pełnym biegu*. RW2010. 2012; *19 razy byłem...*

³⁰¹ Zob. *20 Brilliant Authors Whose Work Was Initially Rejected*, <https://www.buzzfeed.com/stmartinspress/20-brilliant-authors-whose-work-was-initially-reje-7rut>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

charskich, książek podróżniczych i esejów na temat astrofizyki. Rynek co roku zalewany jest nowościami, dlatego jasny przekaz (sprowadzający się czasem do szufladkowania) może ułatwić sprzedaż. Self-publisherzy grają według własnych zasad, dlatego mogą sobie pozwolić na gatunkową dowolność.

Bardziej jednak przemawia do mnie inne wytłumaczenie, zgodnie z którym niezależni autorzy mieliby być przedstawicielami ery postdruku. Gatunki, podziały literackie i obiegi – kategorie przynależne do klasycznego rynku książki, przeanalizowane przez badaczy – już ich właściwie nie dotyczą. Jako przedstawiciele generacji *upload* i twórcy internetowi nie muszą zwracać uwagi na normy panujące na rynku, tak samo jak blogerzy lajfstajlowi nie zwracają uwagi na to, aby trzymać się wyłącznie jednego tematu. Ci ostatni mogą pisać o urządzaniu wnętrz, sporcie, dzieciach i podróżach, a ich czytelnicy traktują urozmaiconą treść jako zaletę, a nie wadę³⁰². Zdaje się, że niezależni twórcy internetowi również wpisują się w ten trend, gatunek zaś nie stanowi dla nich ograniczenia. Nie tworzą już literatury, która musi podlegać normom określonego gatunku, ale teksty. Wbrew pozorom mają wiele wspólnego z renesansowymi twórcami, którzy (jak pisała Martha Woodmansee w *The Genius and copyright: Economic and Legal conditions of the Emergence of the Author*³⁰³) przyjmowali postawę rzemieślników, osób piszących na zamówienie, najczęściej dworu. Tworzenie kronik, poezji okolicznościowej lub tekstów użytkowych często szło ze sobą w parze i nie wymagało specjalizacji w jednym gatunku (tak jak dziś, gdy poeci i po-

³⁰² Zob. J. Hopkins: *The lifestyle blog genre*,

https://www.academia.edu/30873824/The_Lifestyle_Blog_Genre, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

³⁰³ "The Renaissance and the heritage of the Renaissance in the first half of eighteenth century, the author was an unstable marriage of two distinct concepts. He was first and foremost a craftsman (...). When a writer managed to rise above the requirements of the occasion to achieve something higher, much more than craftsmanship seemed to be involved. To explain such a moment a new concept was introduced: the writer was said to be inspired – by some muse, or even by God"- M. Woodmansee: *The Genius and copyright: Economic and Legal conditions of the Emergence of the Author*. „Eighteenth-Century Studies” 1984, no. 4 (17), s. 426-427.

wieściopisarze to niemalże dwie osobne grupy twórców). Woodmansee pisze, że koncepcja autora, jak rozumiemy ją dzisiaj, powstała dopiero w XVII wieku. Historia literatury daje nam liczne przykłady, że twórcy często sięgali po różne gatunki, aby wyrazić siebie, dodatkowo pisząc teksty użytkowe. Self-publisherzy zdają się niejako wracać do tej koncepcji, zmieniając literaturę w nowe piśmiennictwo.

CELEBRYCI I SELF-PUBLISHING

Może się zdawać, że niezależny autor jest albo przedsiębiorczym twórcą (któremu wydawanie książek w wydawnictwie się nie opłaca), albo odrzuconym debiutantom (lub osobą nie wpasowującą się we współczesne trendy na rynku książki), albo pisarzem poszukującym wolności od zasad panujących na rynku. Taki obraz można nakreślić na podstawie przedstawionych przeze mnie wyników badań. Ale self-publishing jest zjawiskiem bogatym, niejednorodnym, które spaja wyłącznie sposób wydawania tekstu. Z niezależnym wydawaniem powiązanych jest wiele interesujących zjawisk literackich, ale na potrzeby tej rozprawy opiszę bliżej jedynie niektóre z nich. Jednym z takich zjawisk jest samodzielne wydawanie książek przez celebrytów.

Wcześniej wspominałam o pisarzach publikujących w wydawnictwach oraz samodzielnie wydających swoje teksty, niemalże wzorem Hugh'a Howeya. Część z nich zaczyna swoją karierę literacką od self-publishingu, później przechodząc do wydawnictw, a część wybiera self-publishing jako uzupełnienie swojej twórczości. Oczywiście, motywacje, recepcja twórczości, jej wymiar artystyczny i wydawniczy w każdym wypadku jest inny, jednak szczególnie zainte-

resowali mnie celebryci, samodzielnie wydający swoje książki. Na podstawie trzech przykładów można wyciągnąć interesujące wnioski.

Zacznijmy jednak od samych książek celebryckich. Z roku na rok publikacji pisanych przez celebrytów pojawia się coraz więcej, często szturmują one listy bestsellerów księgarni. Jak pisałam w artykule *Książki celebrytów, czyli pisarze, gwiazdy i literatura*³⁰⁴, korzyści z wydania takiej publikacji odnoszą zarówno wydawnictwa, jak i sami autorzy. Dla tych pierwszych wydanie książki gwiazdy wiąże się z obietnicą zysku (książki celebryckie wzbudzają bardzo duże zainteresowanie czytelników oraz mediów), drudzy wraz z publikacją książki mają możliwość opowiedzenia „prawdy o sobie” i potwierdzenia swoich kompetencji (np. przez snucie opowieści o swoich licznych talentach, czasem samo wydanie poradnika lub powieści ma przemawiać za tym, że medialna gwiazdy coś jednak potrafi), co ma znaczenie wizerunkowe, skoro mówimy o osobach, które są znane z tego, że są znane...

Każda książka celebrycka zmienia się w wydarzenie medialne: kolorowe czasopisma cytują najciekawsze wyimki, portale plotkarskie zamieszczają serie artykułów na ten temat, a celebryta może udzielać wielu wywiadów – lajfstajlowym tygodnikom i miesięcznikom, codziennej prasie, portalom internetowym, aż po telewizję śniadaniową. Często w artykułach prasowych pada nazwa wydawnictwa, więc wydanie książki gwiazdy stanowi pozytywną kampanię promocyjną dla wydawców. Nic więc dziwnego, że ci ostatni chcą książki celebryckie wydawać, pomimo powszechnej opinii, że budowane są na polityce skandalu, a zamiast interesującego tekstu zwykle można znaleźć powielane błahie treści i wiele kolorowych zdjęć.

Wydawcy na takie publikacje są otwarci, tym ciekawsze są przypadki polskich celebrytów, decydujących się na samodzielne wydanie książki. Chciała-

³⁰⁴ Zob. K. Kasperek: *Książki celebrytów, czyli pisarze, gwiazdy i literatura*. „Śląskie Studia Polonistyczne” 2014, nr 1-2 (5).

bym przedstawić trzy przykłady, a następnie postawić tezę, mającą na celu wytłumaczenie takiego stanu rzeczy.

Zacznijmy jednak od Izabeli Olchowicz-Marcinkiewicz, byłej żony byłego premiera Kazimierza Marcinkiewicza. Olchowicz-Marcinkiewicz funkcjonuje w mediach jako typowa osoba znana z bycia znaną. Głośno w prasie bulwarowej było o jej romansie z Kazimierzem Marcinkiewiczem, późniejszym małżeństwie i rozstaniu³⁰⁵. W zasadzie od początku związku Olchowicz-Marcinkiewicz była przez media prezentowana wyłącznie jako partnerka premiera, informacje na jej temat często przyjmowały styl brukowy, zaś czytelnicy narzucali jej rolę kozła ofiarnego. Po głośnym rozwodzie Olchowicz-Marcinkiewicz zdecydowała się napisać książkę, która zgodnie z logiką literatury celebryckiej pełniła dwie funkcje: miała pokazać jej wersję prawdy (autor kontra opinia publiczna), a zarazem udowodnić, że Olchowicz jest taka sama jak czytelnicy, zaś jej doświadczenie życiowe (adopcja, kalectwo, rozwód) jest doświadczeniem uniwersalnym. Książka, w duchu freudowskiej terapii przez pisanie, miała uleczyć zarówno autorkę, jak i czytelników. Portale plotkarskie donosiły, że Olchowicz-Marcinkiewicz szukała wydawcy³⁰⁶, jednak ostatecznie zdecydowała się na samodzielne wydanie książki³⁰⁷, którą w formie elektronicznej można kupić na Amazonie. Autorka uprawia intensywną autopromocję – książka posiada własną stronę internetową, na publicznie dostępnym fanpage'u³⁰⁸ Olchowicz-Marcinkiewicz prowadzi aktywną kampanię sprzedażową publikacji, o której

³⁰⁵ Zob. artykuły dotyczące Izabeli Olchowicz-Marcinkiewicz na portalu plotkarskim Pudelek, <http://www.pudelek.pl/tag/Izabela+Olchowicz>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

³⁰⁶ Zob. *Isabel pisze książkę o Kazie i szuka wydawcy*, http://www.pudelek.pl/artykul/96714/isabel_pisze_ksiazke_o_kazie_szuka_wydawcy, [strona www, dostęp 1.03.2017].

³⁰⁷ Zob. strona Izabeli Olechowicz-Marcinkiewicz, <https://izabelaolchowiczmarcinkiewicz.pl>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

³⁰⁸ Zob. strona Izabeli Olechowicz-Marcinkiewicz na Facebooku, <https://www.facebook.com/IzabelaOlchowiczMarcinkiewicz/?fref=ts>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

tradycyjnie rozpisują się media³⁰⁹. Powody, dla których nie wydała książki w wydawnictwie są niejasne. Jednak nie można wykluczyć, że żadne z nich nie było tym zainteresowane lub jak wynika z tabloidowego artykułu, nie spełniały one oczekiwań autorki.

Brak zainteresowania ze strony wydawnictw mógł (choć to tylko przypuszczenie) zmotywować Jolę Rutowicz do skorzystania z usług *vanity press*, których dostarczycielem okazała się firma Poligraf³¹⁰, i wydania w ten sposób autobiografii *Inna*. Przypomnę, że wydawnictwa *vanity* wydają dowolną książkę dowolnego autora, jeśli ten pokryje koszty, często nie informując opinii publicznej, że ich działalność jest płatna, „udając” w ten sposób typowe wydawnictwo. Jolanta Rutowicz była uczestniczką kolejnej edycji telewizyjnego *show Big Brother*, w trakcie którego widzowie przez setki kamer mogli podglądać życie osób zamieszkujących dom Wielkiego Brata. Format telewizyjnego *show*, nawiązującego w pewnym stopniu do słynnej antyutopii George’a Orwella, zakładał odarcie uczestników z intymności. Jola Rutowicz od początku kreowała się na skandalistkę, a jej kontrowersyjny wizerunek i wypowiedzi przysporzyły jej wielu fanów oraz antyfanów. Książka *Inna* jest typową autobiografią, a tekst na okładce tylnej głosi:

Dowiedz się, o co w tym wszystkim chodzi? Kto za tym stoi? Kim naprawdę jest Jolanta, ta postać z bajki... Jej książka jest barwną opowieścią o marzeniach, wewnętrznej sile i pasji w dążeniu do celu. Rutowicz odważnie zdradza kulisy telewizyjnego reality *show*, tajemnice brytyjskiego modelingu i polskiego show-biznesu, a także niepisane prawa rządzące światem celebrytów³¹¹.

³⁰⁹ Zob. Izabela Olchowicz-Marcinkiewicz. *Burza wokół jej książki* [strona www, dostęp 1.03.2017], <http://www.pomponik.pl/plotki/news-izabela-olchowicz-marcinkiewicz-burza-wokol-jej-ksiazki-co-j,nld,2349772>.

³¹⁰ J. Rutowicz: *Inna*. Warszawa 2012.

³¹¹ Tamże.

Zdaje się, że główny przekaz jest taki sam jak w książkach celebryckich: dowiedz się, jaka gwiazda jest naprawdę (osiągnęła sukces, ale jest taka jak ty), poznaj niedostępny świat oraz drogę do marzeń.

Ostatni pisarz w zestawieniu może zaskakiwać. Mowa o Michale Witkowskim i jego powieści *Fioletowe światło*³¹², wydanej samodzielnie przez autora i sprzedawanej bezpośrednio po kontakcie mailowym, przez portal społecznościowy³¹³ lub serwis aukcyjny. Michał Witkowski, uznany i ceniony przez krytykę, nie pasuje do profilu celebryty, osoby znanej z bycia znaną, chociażby z powodu swojej literackiej twórczości. Jednak o Witkowskim celebrycie oraz jego grach medialnych pisali między innymi Dariusz Nowacki³¹⁴, Agnieszka Nęcka, Dominik Antonik³¹⁵, z samym autorem na czele³¹⁶. Wydawnictwo Znak, wydające książki Witkowskiego, zawiesiło z nim współpracę po skandalu, jaki wywołał pisarz pokazując się publicznie w czapce ozdobionej symbolami SS. I chociaż po wyciszeniu skandalu *Fynś und cwancyś* (z której Znak chciał zrezygnować) zostało ostatecznie wydane, Witkowski zdecydował się *Fioletowe światło* (niejako inspirowane celebryckimi przygodami pisarza) wydać samodzielnie. Tak Witkowski opisuje swoją książkę:

Fioletowe światło – nowa, od początku legendarna, powieść Michała Witkowskiego o polskim szołbiznesie. Nowa i jedyna. We "Flircie towarzyskim" czuję się już zwolniony z opisywania tego syfy po raz drugi. Polecam. Najpierw Witkowski przez cztery lata robił do niej risercz na ściankach, a potem wydawnictwo się jej przestraszyło i ją odrzuciło!

³¹² M. Witkowski: *Fioletowe światło*. 2016.

³¹³ Zob. post Michała Witkowskiego na Facebooku: „Fioletowe Światło - fragment nowej powieści Michałki, całość priv. PROMO NA PLIK TRWA, 50 procent taniej!”, <https://www.facebook.com/witkowski.michal/posts/10155905566673902>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

³¹⁴ Zob. D. Nowacki: *Spełnienia wyższego rzędu. O spotkaniu literatury z medialnością i pragnieniach pisarzy*. W: Tegoż: *Kto im dał skrzydła...*; Tegoż: *Kariera bez obciachu*. „Gazeta Wyborcza” 12-13.03.2005.

³¹⁵ Zob. D. Antonik: *Michał Witkowski, czyli witkowszczyzna*. W: Tegoż: *Autor jako marka. Literatura w kulturze audiowizualnej społeczeństwa informacyjnego*. Universitas. Kraków 2012.

³¹⁶ Zob. M. Witkowski: *Co to znaczy „być celebrytą”?*. „Wprost” 2015, nr 13.

Dostępna wyłącznie u mnie na privie! W nielegalnym, niezgodnym prawem, zakazanym, tajnym i podziemnym wydaniu! Wyłącznie na podziemnym, nielegalnym powielaczu w maglu, przez spoconego autora w podkoszulku odbijane po nocach, a Smutny Mundeek czatuje "na świecy", czy gliny nie idą!³¹⁷.

Być może wydawnictwo po aferze i zerwaniu współpracy z Witkowskim zdecydowało się okroić kontrowersyjną książkę. Możliwe również, że Witkowski (nie po raz pierwszy) bazując na nośności skandalicznych treści w mediach, zaplanował świadomie kampanię promocyjną, podtrzymując mit o odrzuceniu przez wydawnictwo. Wraz z tworzonymi przez niego grafikami na zamówienie to może być kolejna, nowa kreacja artystyczna – *self-made mana*. Witkowski gra kilkoma kliszami kulturowymi: skandalem, walką z poprawnością polityczną oraz drugim obiegiem.

Co łączy trzech celebrytów, wydających swoje książki samodzielnie? Uważam, że strategia promocyjna „na skandal” i odrzucenie przez wydawnictwo, co najdobitniej ukazuje *casus* Witkowskiego.

Polityka skandalu oznacza w tym wypadku, że autorzy samodzielnie mogą przedstawić treści, które nie mogłyby zostać ogłoszone w klasycznym obiegu wydawniczym i medialnym. Konfrontują się z opinią publiczną, przedstawiając albo swoją wersję prawdy (Olchowicz-Marcinkiewicz i Rutowicz), albo treści, które wydawnictwa uznają za nieodpowiednie (Witkowski). W ten sposób organizują promocję książki i przyciągają uwagę czytelników, przeciwstawiając swoje publikacje tradycyjnemu obiegowi wydawniczemu. Niezależność oraz wolność byłyby wartościami gloryfikowanymi w takim sposobie wydawania książek.

Odrzucenie przez wydawnictwo i akcentowanie takich wątków w trakcie promocji książki sugerowałoby, że w ramach wydawnictw istnieje cenzura, której twórcy się przeciwstawiają. Żaden z nich nie napisał, że książka była zbyt

³¹⁷ Post Michała Witkowskiego na Facebooku [strona www, dostęp 1.03.2017]
<https://www.facebook.com/witkowski.michal/photos/a.134776723901.135907.132706923901/10155820767503902/?type=3&theater>.

słaba, aby ukazać się w wydawnictwie, które uznało, że nie warto angażować środków i czasu na wydanie tekstu. Mit cenzury jest wciąż silny i dodatkowo podsyca atmosferę skandalu.

Self-publishing, zgodnie z tymi ustaleniami, byłby drogą wydawniczą dla niepokornych, twórców i niemalże z „drugiego obiegu” (jak akcentuje Witkowski), nieprzystających do nudnego, poddanego krypto- i autocenzurze „głównego obiegu”, mających do przekazania coś innego niż autorzy publikujący w wydawnictwach. I chociaż cynicznie muszę zauważyć, że zapewne powody odrzucenia książki przez wydawnictwa mogły być prozaiczne, to celebryci publikujący swoje książki samodzielnie budują mit niezależnego i kontrowersyjnego self-publishera.

GRAFOMANIA

Dla wielu związek pomiędzy self-publishingiem i grafomanią jest oczywisty. Paweł Pollak, tłumacz, pisarz i bloger, na swoim blogu publikował zacięte polemiki z ideą self-publishingu, konkretnymi autorami, dziełami oraz firmami. W znaczącym tekście *Pisarz, self-publisher, grafoman* pisze tak: „Wydanie powieści jest oczywistym warunkiem uznania jej autora za pisarza. Nikt nie nazwie pisarzem człowieka, który po napisaniu schował swój utwór do szuflady, choćby to była rzecz na miarę Nobla”³¹⁸. I dalej, odnosząc się do swojej dyskusji z Luizą Dobrzyńską, niezależną autorką:

Dobrzyńska robi długi wykład, że tradycyjne wydawnictwa uległy komercjalizacji. Jakby self-publisherzy pisali prozę wysokoartystyczną i dlatego nie byli przez nie przyjmowani. Tymczasem gros self-publisherów tworzy w gatunkach przez wydawców preferowanych: fantasy, kryminał, tzw. powieść kobieca. Nie więc komercjalizacja jest przeszkodą na drodze do normalnego debiutu, tylko fatalna jakość tekstów. Bo najgorszy chłam wydawany przez normalne wydawnictwa jest na dużo wyższym poziomie niż książki publikowane przez wydawnictwa „ze współfinansowa-

³¹⁸ P. Pollak: *Pisarz, self-publisher, grafoman...*

niem". Dlatego właśnie, że istnieje selekcja, a utwory, które zostały przyjęte, są redagowane i poddawane korekcie. Wydawnictwa mogą publikować pornografię, ale będzie to pornografia wywołująca podniecenie, pornografia publikowana przez self-publisherów będzie w większości śmieszna. Poza tym komercjalizacja wcale nie zabiła literatury lepszej, ambitnej. Jakoś nie ma kłopotów, żeby znaleźć książki, które można by nominować do Nike czy Angelusa. I jakoś nie są to książki self-publisherów³¹⁹.

W konsekwencji autor skłania się do uznania wszystkich self-publisherów za grafomanów, co zresztą czyni również w kilku innych swoich tekstach.

Zgodzę się, że z krytycznoliterackiego punktu widzenia wiele książek autorstwa niezależnych pisarzy reprezentuje kiepski poziom artystyczny. Wtórne fabuły, niedopracowany styl albo językowe błędy, nuda lub patos ocierający się o śmieszność... Jednak do tego opisu pasują również setki, jeśli nie tysiące książek wydanych przez wydawnictwa. Dlatego chciałabym zbadać relacje *self-publishingu* z grafomanią.

Maciej Tramer we wstępie do monografii zbiorowej *Grafomania*³²⁰ analizuje słowniki języka polskiego w poszukiwaniu definicji tytułowego pojęcia. Słownik PWN podaje, że jest to „pisanie utworów literackich przez osoby pozbawione talentu” lub że są to „bezwartościowe utwory literackie”. Podobnie rzecz ujmie słownik wyrazów obcych. Nieco delikatniej problem ten przedstawia Michał Głowiński w *Słowniku terminów literackich*, mówiąc o „chorobliwej potrzebie pisania utworów lit[erackich] bez względu na poziom osiągniętych rezultatów”. W lakonicznym haśle autor zauważa również, że nazywa się tak „wszystkie utwory znajdujące się poniżej standardów uznanych w danym czasie i środowisku za obowiązujące”³²¹. Ostatnia definicja okaże się kluczowa dla moich rozważań. Tramer zauważa, że w słownikach wydanych w XIX wieku i na początku XX nieuwzględnione jest pojęcie grafomanii, co świadczyłoby, że jest pojęciem no-

³¹⁹ Tamże.

³²⁰ *Grafomania*. Red. M. Tramer, J. Zając. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2015.

³²¹ M. Tramer: O litości do grafomanów – wstępu słów kilka. W: *Grafomania...*, s. 7.

wym³²² W próbach odnalezienie definicji grafomanii Tramerowi towarzyszy Agnieszka Wójtowicz w tekście *Grafomania – na przecięciu analizy tekstu, psychologii i socjologii literatury*³²³. Wójtowicz pisze, że grafomania wynika z potrzeby pisania oraz potrzeby społecznego zaistnienia w roli pisarza. Na podstawie badanych tekstów i własnych obserwacji konkluduje, że konstrukt pisarza w społeczeństwie ma w sobie coś z *glamour* (za Dubravką Ugrešić), nawiązuje do popularnego w polskim społeczeństwie mitu wieszczą oraz przedwojennego inteligenta. Wójtowicz podsumowuje:

Grafomania nie jest zjawiskiem prostym do uchwycenia i zdefiniowania. Każda jej charakterystyka rozpada się w zetknięciu z konkretnym tekstem i jego funkcjonowaniem na literackim rynku. Modelowana grafomania, w moim rozumieniu, to zjawisko lokujące się na przecięciu kilku płaszczyzn - nieudolnego, wtórnego tekstu, którego intencja rozmija się z efektem, specyficznym przekonaniem autora o własnej genialności oraz silnego pragnienia pisania oraz uwarunkowania społecznego, które popycha jednostki do starań o zajęcie pozycji literata³²⁴.

Grafomania wynikałaby więc z niedostosowania warsztatu do założeń (niezamierzony patos) i zaniżonego poziomu literackiego względem oczekiwanego. Jednak dążenie do bycia pisarzem i wykraczanie poza standardy uznane w danym momencie za obowiązujące jest płaszczyzną wspólną z self-publishingiem.

Andrzej Skrendo o autorze-grafomanie pisze następująco: „sam dawał dedykacje na swoich własnych książkach, które wręczał po spotkaniu (i których druk – rzecz jasna – sam finansował). [...] Dziś kryterium druku stanowi zasobność portfela, bo każdy może wydać swoją książkę. Z tego nie wynika wszakże, że będzie ona zauważona”³²⁵.

³²² Tamże, s. 8

³²³ Zob. A. Wójtowicz: *Grafomania - na przecięciu analizy tekstu, psychologii i socjologii literatury*. W: *Grafomania...*

³²⁴ Tamże, s. 22.

³²⁵ A. Skrendo: *O dziele grafomańskim*. „Polonistyka” 2004, nr 8, s. 11.

Zastanówmy się. Rok wydania tego tekstu – 2004. Self-publishing w Polsce dopiero kiełkował, ale samo zjawisko było już zauważalne. Wszystkie elementy z wypowiedzi Skrendy idealnie pasują do portretu self-publishera, samodzielnie drukującego i promującego swoją twórczość, jednak lekceważonego przez środowisko literackie. Jednak czy taki sposób wydawania musi być zawsze konotowany z grafomanią? Uważam, że jest to niesprawiedliwe wobec tych twórców, którzy samodzielnie wydają książki, gdyż ich poziom nie odbiega, a nawet przewyższa propozycje prezentowane przez wydawnictwa. Czy status tego twórcy w oczach krytyków zmieniłby się, gdyby tekst później wydał w wydawnictwie? W końcu takie praktyki nie są rzadkie, a wielu self-publisherów (jak wspomniana Aneta Rzepka), najpierw publikują swoje książki samodzielnie, by później trafić do wydawnictwa. Czy osoba wydająca w wydawnictwie może być spokojna, że nie spotka ją zarzut grafomanii? Autorzy monografii zdają się jednoznacznie twierdzić – nie.

Z jednej strony grafomania jest zjawiskiem trudnym do uchwycenia i zdefiniowania, z drugiej – jest najgorszą opinią, jaką na temat swojej twórczości może usłyszeć pisarz.

Tramer stawia pytanie, czy w czasach masowego czytelnictwa (do którego dążymy jako społeczeństwo poprzez kampanie promocji czytelnictwa lub krytyczne oceny jego stanu) jesteśmy gotowi na masowego pisarza. Być może – niekoniecznie. I na tym polega chyba największy problem z grafomanią w self-publishingu.

Jako społeczeństwo promujemy czytanie, uważamy, że literatura jest ważna, nosimy w sobie wdrukowany obraz pisarstwa jako nobilitującego zajęcia, a próby samodzielnego wydawania książek lub wydawania ich w sposób nieuznawany za obowiązujący (czyli poza wydawnictwem) od razu spychają teksty na margines grafomanii, która – jak słusznie zauważają twórcy monografii – jest obszarem niezbadanym, nieinteresującym z punktu widzenia krytyki literackiej oraz historii literatury. Rozbudzane są marzenia o pisarstwie (wraz z

demokratycznym przekonaniem, że wszyscy powinni mieć takie same możliwości), jednak publikowanie w sposób nieprzystający do oczekiwań lub tekstów.

Jeśli grafomanię sprowadzilibyśmy wyłącznie do poziomu tekstu, uznanie wszystkich niezależnych pisarzy za grafomanów byłoby niesprawiedliwością. Jeśli grafomanem miałyby być osoba o aspiracjach pisarskich, wtedy wszystkich początkujących pisarzy, debiutantów, specjalistów piszących poradniki należałoby tak nazwać. A jeśli grafomania miałyby sprowadzać się do niespełniania oczekiwań, większość książek na rynku można by z pewnego punktu widzenia uznać za grafomańskie.

Sądzę, że w czasach masowego publikowania – tekstów na blogu, treści na portalach społecznościowych, czy w końcu literatury (czy na portalach, blogach, czy w formie książkowej) zarzut grafomanii jest anachroniczny. Konotuje następujący tok myślenia: ktoś wydaje książki samodzielnie, ponieważ żadne wydawnictwo nie było zainteresowane współpracą. Ale *generacja upload* nie potrzebuje zgody strażników pola (w tym redaktorów i wydawców), aby wydać swoją książkę. Po prostu je publikuje i promuje, tak samo jak inne materiały tworzone w internecie. Grafomania byłaby więc pojęciem z innej epoki literackiej, w której wydanie książki staje się możliwe dopiero po akceptacji instytucji wydawniczych, kompletnie nie przystających do kultury internetu.

NORMA EDYTORSKA W SELF-PUBLISHINGU

*Zombiefilia*³²⁶ i książki Psa Łańcuchowego³²⁷ są przykładem, że bezpłatne *e-booki*, wydane w dodatku przez self-publisherów, mogą zostać dobrze opracowane. Pozostawiam krytyczną ocenę samych tekstów, skupiając się na warstwie edytorskiej. Należy zwrócić uwagę, że redaktorzy i wydawcy omawianych tytułów starali się, by *e-booki* zostały wydane równie profesjonalnie, jakby zrobi-

³²⁶ *Zombiefilia*...

³²⁷ Strona grupy wydawniczej Pies Łańcuchowy, <http://pieslancuchowy.pl>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

ło to wydawnictwo. Co rozumiem przez profesjonalne wydanie? Redaktorzy zadbali we wszystkich wypadkach o redakcję, korektę, numery ISBN oraz zgłoszenie tychże tekstów do repozytorium Biblioteki Narodowej oraz pozostałych, obowiązkowych bibliotek. Książki występują w trzech formatach: EPUB, MOBI i PDF, co umożliwia czytanie zarówno na komputerze, jak i na czytnikach, telefonach oraz tabletach. Dodatkowo, nie zapominano o tekstach pobocznych: stronie tytułowej, stopce redakcyjnej, spisie treści, numeracji (*Zombiefilia* w formacie PDF ma dodatkowo żywą paginę, zaś książki Psa Łańcuchowego wakaty w miejscach wymaganych przez normę edytorską). Co prawda zdarzają się „bękarty i wdowy”, czasem zbędne „światło” w formatach PDF, jednak widać, że redaktorzy trzymali się norm edytorskich, przez co teksty nie odbiegają od *e-booków* złożonych przez wydawnictwa. Dlaczego o tym piszę? Ponieważ jeśli chodzi o warstwę edytorską w self-publishingu, najlepszy podsumowaniem zdaje się zwrot „wolna amerykanka”.

Najczęstszym zarzutem wobec samodzielnie wydawanych książek jest ich niechlujstwo edytorskie. I jest to zarzut jak najbardziej uzasadniony – wystarczy przejrzeć e-booki i książki papierowe, dostępne w serwisach self-publishingowych czy w księgarniach. Znaczna część pozbawiona jest korekty, redakcji lub opracowania graficznego, co wywołuje często negatywne komentarze ze strony czytelników. W szczególności brak redakcji może mieć wpływ na problem recepcji self-publishingu jako gniazda grafomanii, o czym pisałam w poprzednim rozdziale. Jeśli autor publikuje książkę pełną błędów językowych, sama treść (choćby byłaby doskonała i wartościowa) zapewne straci na wartości w oczach czytelników. Wielu self-publisherów nie decyduje się również na redakcję (jak chociaż omawiany Aleksander Sowa i Bartosz Adamiak), co moim zdaniem mocno wpływa na jakość ich tekstów. Zadaniem redaktora jednak nie jest tylko dbanie o poprawność językową, ale też merytoryczność, logiczność wypowiedzi oraz tropienie wszelkich usterek fabularnych i nie tylko, które wpłyną na odbiór tekstu oraz jego ostateczną ocenę. Rezygnacja z redakcji może

być motywowana potrzebą autorskiej wolności, a redaktor może być uznawany przez self-publisherów za przedstawiciela starego porządku, strażnika, który będzie wpływać na ich poczucie niezależności.

Podobnie jest z okładką, która czasem przypomina rysunek przygotowany na szybko w podstawowym programie graficznym. Brak wstępnej weryfikacji i redakcji oraz zasada, że każdy może opublikować swoją książkę, doprowadza do sytuacji, gdy publikowane są teksty niedopracowane lub słabej jakości. Andrea Sachs podsumowuje self-publishing następująco:

put these pieces together, and the picture begins to resolve itself: more books, written and read by more people, often for little or no money, circulating in a wild diversity of forms, both physical and electronic, far outside the charmed circle of New York City's entrenched publishing culture. Old Publishing is stately, quality-controlled and relatively expensive. New Publishing is cheap, promiscuous and unconstrained by paper, money or institutional taste. If Old Publishing is, say, a tidy, well-maintained orchard, New Publishing is a riotous jungle: vast and trackless and chaotic, full of exquisite orchids and undiscovered treasures and a hell of a lot of noxious weeds³²⁸.

Egzotycznymi kwiatami są wspomniane publikacje Psa Łańcuchowego i *Zombiefilia*, ale też inne publikacje, gdzie autorzy zadbali o wysoki poziom zarówno treści, jak i strony edytorskiej. Przykładem są książki wspomnianego już Aleksandra Sowy, publikującego je w kilku serwisach i na stronie autorskiej. Jednak większość jego publikacji budzi niechęć czytelników za sprawą braku korekty, licznych błędów w składzie, nieposzanowania norm edytorskich. Zresztą ta niechęć jest przenoszona na samą ideę samopublikowania – self-publishing jest wyłącznie konotowany z słabą jakością, co jest krzywdzące dla niezależnych autorów, dbających o poziom publikowanych książek.

Self-publishing rodzi wiele problemów, w tym trudność określenia wydawcy w trakcie katalogowania książki w Bibliotece Narodowej oraz skłonność

³²⁸ A. Sachs: *Books Unbound*, „Time” 2009, no. 173, p. 72.

do zaniedbywania przez pisarzy obowiązku zgłaszania egzemplarzy do bibliotek i niepobierania kolejnego numeru ISBN w wypadku nowego wydania, przez co książkę trudno odnaleźć w katalogach, a status kolejnych wydań jest niejasny³²⁹. Pomimo otwartości bibliotek i księgarzy na takie publikacje, autorzy muszą spełnić podstawowe wymogi edytorskie (tytuł, autor, data i miejsce wydania, oznaczenie siebie jako wydawcę, redakcja tekstu i odpowiednie formaty), aby książka mogła zostać umieszczona w ich katalogach.

W księgarniach internetowych, gdzie dystrybuowane są książki self-publisherów (jak Legimi, Virtualo lub Publio), nie pojawia się informacja, że książka została wydana samodzielnie. Zamiast tego jako wydawca widnieje serwis internetowy – jak Ridero IT Publishing, RW2010 i inne.

Z jednej strony autorzy posiadają całkowitą wolność wydawniczą, ale z drugiej muszą się dostosować do obowiązujących norm. Co prawda, nikt nie narzuca treści książki, jednak jeśli książka ma znaleźć swoje miejsce na rynku księgarskim, musi „upodobnić się” do tytułów wypuszczonych przez wydawnictwa.

Zaczynając od formatu pliku (w przypadku e-booka – niemożliwa jest sprzedaż książki np. w formacie DOC, TXT lub hipertekstu przez strony księgarni), przez teksty poboczne (okładka, tytuł, strona redakcyjna, spis treści), po opracowanie graficzne (rozumiane jako graficzne oznaczenie rozdziałów, numerów stron itd.) i redakcję – większość księgarzy nie będzie chciała dystrybuować książki z oczywistymi błędami językowymi. Dlatego niezależni autorzy są niejako zmuszeni do odwzorowania tradycyjnego procesu wydawniczego tak, aby ich tekst nie odbiegał in minus od książek wydawanych przez wydawnictwa. Świadczy to o znaczeniu norm edytorskich w rynkowej rzeczywistości, ale i przyzwyczajeniu czytelnika do nich. Gdy bibliotekarze i księgarze mogą po prostu cenić tradycje wydawnicze i dlatego żądają odpowiedniego przygotowania tekstu, to czytelnicy kierują się wyłącznie wygodą (poprawny tekst, format od-

³²⁹ Zob. J. Hardo: *What is the problem of Self-publishing*. „Library Journal” 2013, no. 138.

powiedni do posiadanych urządzeń) i przyzwyczajeniem, wyływającym ze wcześniejszej praktyki czytelniczej (jak okładka dla *e-booka*).

Znów okazuje się, że przywiązanie czytelnika do sposobu wydawania książek przez rynek księgarski jest kluczową wartością, mającą wpływ na książki powstające w ramach self-publishingu (tak samo jak miało to miejsce z uprawianymi przez niezależnych pisarzy gatunkami). I tu, wbrew założeniom o całkowitej wolności twórczej, funkcję normatywizującą przyjmują portale self-publishingowe. Funkcja ta posiada różne oblicza – po pierwsze można opublikować tylko *e-booka*, spełniającego podstawowe normy wydawnicze (treść w PDF, okładka, tytuł). Po drugie – portale zachęcają swoich użytkowników do zamawiania redakcji, korekty, składu technicznego, czyli narzucają standardy z tradycyjnych wydawnictw, zaś po trzecie – często przy portalach self-publishingowych prowadzone są blogi, szkolenia lub inne kanały upowszechniania wiedzy o procesie wydawniczym. Zadanie edukacji autorów, często nieorientujących się w branży wydawniczej, pełnią zazwyczaj pracownicy takich portali, mający kontakt z klientem. Nie ma tu mowy o narzucaniu decyzji – wciąż podejmuje je wyłącznie autor – jednak przez takie szkolenia jest on w pewnym stopniu wdrażany do stosowania norm wydawniczych. Chociaż na większości portali self-publishingowych można opublikować każdą książkę, część z nich zastrzega sobie prawo do usunięcia publikacji, która łamie prawa autorskie osób trzecich, regulamin (gdzie zabronione są na przykład szerzenie rasizmu, mowa nienawiści i pornografia) lub granice dobrego smaku. Można mówić o pewnych działaniach cenzorskich administratorów, jednak mają one większy związek z netykietą niż zadaniami redaktorskimi.

Interesujące rozwiązanie z edytorskiego punktu widzenia proponuje portal Ridero. Skład odbywa się w aplikacji (zarządzanej przez sztuczną inteligencję). Nierozróżniany jest skład książki papierowej i elektronicznej – tekst będzie zawsze wyglądał tak samo, więc w zasadzie nie ma możliwości umieszczenia wakatów. Użytkownik może wybrać zaledwie z kilku makiet, co w pewien spo-

sób ogranicza wolność twórczą. Automatyzacja, uniformizacja, dostosowywanie się do z góry wyznaczonych formatów (jak blogowy, wpis na forum) zdają się charakteryzować elektroniczne publikowanie, które miało być przestrzenią swobody pisarskiej.

A wolność jest wartością gloryfikowaną przez niezależnych autorów, portale self-publishingowe, wpisującą się w propagandę *self-publishingu*. Każdy może wydać wszystko, co chce. Administratorzy wspomnianych portali pokazują *self-publishing* jako łatwiejszy, szybszy oraz nowocześniejszy sposób publikacji:

Jesteś self-publisherem, a my jedynie Twoim dystrybutorem. Sam nadajesz swojemu dziełu nr ISBN (ewentualnie dostajesz go od nas). Nie ingerujemy w Twój tekst w żaden sposób. A Ty otrzymujesz całe 50% ceny netto. Twoja publikacja także trafia do wszystkich księgarń. W tym przypadku tylko Ty odpowiadasz za treść tego, co stworzyłeś. Sam ustalasz też cenę. Możesz zamówić u nas konwersję do formatów EPUB I MOBI. W tej opcji to Ty dysponujesz plikami³³⁰.

Na portalu Rozpisani.pl możemy przeczytać:

Książka drukowana czy e-book? Powieść, zbiór wierszy, album, a może reportaż z niezwykłej wyprawy? (...) Oferujemy Ci narzędzia niezbędne do realizacji każdego rodzaju publikacji. Nie stawiamy żadnych ograniczeń dotyczących formy literackiej. Z nami z łatwością wydasz tradycyjną książkę, jak i ebooka. Wybór należy do Ciebie. Książkę komponujesz według własnego pomysłu, ale możesz też skorzystać z gotowych szablonów³³¹.

Wolność, brak ograniczeń i dowolność są kartami atutowymi self-publishingu. Portale dla niezależnych pisarzy chcą udowodnić, że wydawnictwa zamykają się na debiutantów, niesprawiedliwie traktują swoich autorów:

³³⁰ Strona dla autorów w Ebookowo, <https://www.e-bookowo.pl/dla-autorow.html>, [strona www, dostęp 3.01.2017].

³³¹ Strona FAQ w serwisie Rozpisani.pl, <https://www.rozpisani.pl/#faq>, [strona www, dostęp 3.01.2017].

Tradycyjne wydawnictwa nie zawsze dostrzegają wartość i potencjał książki. Powody mogą być różne – autor jest nieznanym debiutantem, książka jest niezgodna z linią wydawniczą lub nie wpisuje się w aktualne trendy rynkowe.

Ponadto, inwestując w książkę, tradycyjni wydawcy zatrzymują większość zysku z jej sprzedaży. Najlepsi autorzy mogą liczyć zaledwie na kilku- lub kilkunastoprocentowe zyski. Jeżeli sam wydasz własną książkę, możesz liczyć na wiele więcej³³².

Z analizy grafik i banerów zamieszczonych na portalach self-publishingowych wynika, że portale odwołują się do takich wartości jak wolność, szybka publikacja i przywiązanie do nowych technologii. Na zdjęciach widać uśmiechniętych ludzi z komputerami, czytnikami i tabletami, obok zaś znajdujemy graficzne przedstawienie procesu wydawniczego, ujętego w kilka prostych kroków (Ridero).

WOLNOŚĆ I POLITYCZNOŚĆ

Interesujące, że wolność stała się nadrzędną wartością zarówno dla niezależnych autorów, jak i portali self-publishingowych. Szybkość, łatwość, dowolność – tradycyjne instytucje literackie stawiały raczej na elitarność i jakość. Jednak pod tą poszewką uszytą z wartości cenionych w kulturze internetowej skrywa się tradycyjna kultura wydawnicza (złożona zarówno z pisarzy, czytelników, księgarzy i innych instytucji, będących elementami obiegu literackiego). Niezależni pisarze dążą do zdobycia statusu społecznego, który mają twórcy tworzący w tradycyjnych wydawnictwach, czytelnicy oczekują tak samo wydanych książek jak te znajdujące się w ofercie wydawnictw, a jeśli tekst lub sposób wydania odbiega od wspomnianych norm, samopublikującemu autorowi łatwo przypiąć łatkę grafomana. Wolność w self-publishingu polegałaby więc wyłącznie na sposobie wydania (autor decyduje co, kiedy i jak publikuje), ale jakość produktu (książki) nie może odbiegać od zasad wypracowanych przez

³³² Tamże.

wszystkich uczestników kultury literackiej. W self-publishingu eksperymenty są możliwe, ale wciąż panują ograniczenia związane z oczekiwaniami dotyczącymi tego, jak powinna wyglądać literatura.

Wolność i równość, dwie najczęściej promowane wartości w self-publishingu (każdy może wydać cokolwiek), w interesujący sposób łączą się w niezależnym publikowaniu z systemem rynkowym. Wolność i równość wpisują się w ideologię kapitalistycznego rynku, zgodnie z którą każdy może funkcjonować jako podmiot gry rynkowej (np. podjąć działalność gospodarczą pod własną firmą) i każdy jest równy wobec obowiązującego prawa, ma w zasadzie takie same możliwości. Brak tu bariery wejścia, brak osób decydujących, czy można podjąć się działalności, czy nie (o ile nie łamie się prawa). Taka myśl może jest nieco przewrotna, szczególnie, że self-publishing rozumiany jako rewolucja „tłumu” autorów, którzy już nie chcą podlegać strażnikom pola (osobom posiadającym kompetencje do decydowania, czy tekst zostanie wydany, czy nie), zdaje się korespondować z ideałami lewicy. W końcu mówimy o równości, wolności i ekonomicznym systemie wymiany, gdzie gotówka trafia do pracownika, nie zaś pracodawcy czy korporacji, wzbogacającej się na pracy innych.

Czy możemy traktować wolność jako nadbudowę ideologiczną dla self-publishingu? Na czym miałyby polegać polityczność self-publishingu? Problem polityczności sztuki w interesujący sposób podejmuje Jacques Ranciere w eseju *Estetyka jako polityka*³³³. Paweł Mościcki streszcza jego stanowisko w następujących słowach:

Już na tym etapie rekonstrukcji poglądów autora książki *Estetyka jako polityka* można dostrzec na czym polega związek między polityką i sztuką. Ranciere wielokrotnie podkreśla, że nie są to oddzielne, odrębne dziedziny życia, które nigdy się ze sobą nie komunikują, lecz wręcz przeciwnie stanowią one nierozdzielną parę tak, że nie sposób pomyśleć jednej bez drugiej. Jeśli uznamy, że życie zbiorowe reguluje pewien podział zmysłowości, wówczas

³³³ Zob. J. Ranciere: *Estetyka jako polityka*. Tłum. zbiorowe. Wydawnictwo Krytyki Politycznej. Warszawa 2007.

każda polityka, każde społeczne działanie posiada swój wymiar estetyczny (bo działa na zmysły, zmienia ich wrażliwość oraz modyfikuje dane im przedmioty), natomiast każda sztuka ma swój wymiar polityczny (bo dokonując zmian w sferze zmysłowej przesuwa granice tego, co w społeczeństwie możliwe – do zobaczenia, wypowiedzenia, działania)³³⁴.

I chociaż Ranciere przeciwstawia sztukę polityczną wizji sztuki, gdzie każdy może być artystą i każdy głos jest tak samo ważny (co postuluje idea *self-publishingu*), to jednocześnie podkreśla, że nie istnieją żadne kryteria, które pozwolą nam oddzielić sztukę od nie-sztuki³³⁵, w tym samym momencie krytykując nadprodukcję sztuki banalnej. Teksty tworzone w ramach *self-publishingu* są w dużej mierze banalne i przyczyniają się do nadprodukcji na rynku sztuki. Jednak warto pomyśleć, co *self-publishing* postuluje, w jakim celu i jaka ideologia za nim stoi. Z pewnością chodzi o omawianą już wolność wyboru. Gdy jednak uwzględnimy uwarunkowania społeczne, to okaże się, że *self-publishing* jest odpowiedzią na nowe zjawiska: rozproszenie kanonu, pojawienie się nowej generacji sieciowej – *upload*, zmiany w postrzeganiu kultury, proces egalitaryzacji sztuki, wreszcie – model instytucji wydawniczych, zabierający w pewnym stopniu autorom decyzyjność. Na poziomie nadbudowy widoczna jest zmiana, polegająca na gloryfikowaniu wolności i ekonomii. W tym momencie warto przypomnieć sobie klasyczny już esej Waltera Benajamina *Twórca jako wytwórca*³³⁶. Benjamin podkreśla silny konflikt pomiędzy kapitalistycznym utowarowieniem sztuki a artystycznym zaangażowaniem w walkę klas. Twórca powinien stać się wytwórcą, który – po pierwsze – uczy innych pisarzy, po drugie – wiąże uprawianą przez siebie sztukę z własnym doświadczeniem (życie inspiruje twórczość, twórczość odzwierciedla poglądy autora), a po trzecie – z czytelników tworzy własnych współpracowników. Ale choć pierwszy punkt (tworzenie pew-

³³⁴ P. Mościcki: *Dwie pasje*, <http://archiwum-obieg.u-jazdowski.pl/wydarzenie/2226#t1>, [dokument dostępny elektronicznie, dostęp 11.04.2017].

³³⁵ Zob. J. Ranciere: *Estetyka jako polityka..*, s. 177.

³³⁶ Zob. W. Benjamin: *Twórca jako wytwórca*. W: Tegoż: *Twórca jako wytwórca*. Wydawnictwo Poznańskie. Poznań 1975.

nego wzorca produkcji literatury i reprodukowanie wiedzy za pomocą wspomnianych poradników kreatywnego pisania, autorstwa self-publisherów) oraz ostatni odpowiadają self-publishingowi (warto też zwrócić uwagę na płynną relacją autor-nadawca, o czym szerzej będę pisała w dalszych podrozdziałach), to jednak zdaje się, że Benjaminowi chodziło o coś innego. Oczywiście, wedle niemieckiego filozofa, autor powinien przemyśleć swoją rolę w procesie produkcji (co self-publisherzy robią i właściwie dlatego decydują się na niezależne wydawanie, bo im narzucone przez wydawnictwo miejsce w tym procesie po prostu nie odpowiada – zmieniają więc instytucję), ale jednocześnie Benjamin z pewnością ma na uwadze sztukę zaangażowaną, w dodatku zaangażowaną lewicowo. Czy jej przykłady znajdziemy w self-publishingu? W self-publishingu istotna jest wolność, ale raczej chodzi o wolność ekonomiczną oraz wolność wypowiedzi, nie zaś polityczne zaangażowanie w dzieło przemiany stosunków społecznych. Oczywiście, znajdą się niezależni pisarzy lewicowi i prawicowi, tacy, co udostępniają pliki za darmo, i tacy, którzy publikują wyłącznie po to, aby zarabiać. Jednak self-publishing ma więcej wspólnego z umasowieniem i utowarowieniem sztuki (w tradycji szkoły frankfurcką procesy te uchodziły za charakterystyczne dla kapitalizmu) niż zaangażowaniem w walkę klas. Nie chcę jednak w ten sposób przekreślać działań wszystkich niezależnych pisarzy i formacji (jak wspomnianego chociażby Psa Łańcuchowego), publikujących swoje teksty za założenia za darmo. Udostępnianie kopii bezpłatnie w Internecie ma związek z ideą *creative commons* – spopularyzowaną przez Lawrence’a Lessiga w książce *Wolna kultura*³³⁷. Lessig, z wykształcenia prawnik, jest również badaczem internetu i zwolennikiem neoliberalizmu, a więc także wolności w sieci, rozumianej jako wolność wypowiedzi, publikowania materiałów, ale i jako wolność zarabiania na swojej twórczości. Uważa on przy tym, że kapitalizm należy chronić przed nim samym, a na pewno przed nadmierną monopolizacją w dostępie do informacji, która zagraża według niego wolności gospodarczej. Dodatkowo twierdzi,

³³⁷ Zob. L. Lessig: *Wolna kultura*. Tłum. zbiorowe. WSiP. Warszawa 2005.

że w społeczeństwie informacyjnym i w samej sieci dochodzą do głosu dwie sprzeczne tendencje. Jedna z nich polega na darmowym dostępie, druga zaś na ograniczaniu rozprzestrzeniania się informacji poprzez płatny dostęp do niej. Rozwiązaniem tego problemu miałyby być właśnie *creative commons* – rozszerzona koncepcja prawa autorskiego, w którym autor samodzielnie wyznacza, na jakich zasadach tekst ma być udostępniany oraz komu, pozwalając na przykład na zarabianie na wersji papierowej książki i udostępnianie jej w formie bezpłatnie wersji elektronicznej – tak właśnie uczynił sam Lessig jako autor *Wolnej kultury*. Bezpłatne udostępnianie *e-booków* w *self-publishingu* ma zatem więcej wspólnego z neoliberalną niż lewicową rewolucją. Nie chodzi tutaj o walkę klas czy wiarę, że informacje z założenia powinny być bezpłatne, ale raczej o silniejszą pozycję autora na polu prawnym i ekonomicznym. Możemy więc uznać, że kapitalizm oraz postmodernizm (nadbudowa symboliczna kapitalizmu) są ojcem i matką *self-publishingu*, rozumianego jako nowy system wydawniczy, różniący się od starego właśnie założeniami ekonomicznymi. Gdy tradycyjne domy wydawnicze byłyby właściwe dla epoki wczesnego kapitalizmu, późny kapitalizm owocowałby tak złożonym, rozproszonym i nieuchwytnym zjawiskiem jak *self-publishing*. Nadbudowa ideologiczna w *self-publishingu* zdaje się ważna, ponieważ w niezależnym wydawaniu chodzi przede wszystkim o ekspresję i wolność autora, rewolucję w systemie wydawniczym. Jednak, jak pisałam wcześniej, chodzi tutaj raczej o wolność ekonomiczną i maksymalizację zysku. Dlatego równość wśród niezależnych pisarzy również jest pozorna – ci z większym kapitałem (w postaci społeczności czy wydanych wcześniej książek w wydawnictwach) mają większe szanse na rozgłos oraz ekonomiczny sukces. Bezpłatne publikowanie nie byłoby również działaniem wymierzonym w rynek – chociaż autorzy rezygnują z honorarium, w zamian zdobywają czytelników oraz zainteresowanie, co również możemy traktować jako pewien zysk. W czasach, gdy popularność mierzona jest zasięgami w internecie, ilością odwiedzin użytkowników na stronie i liczbą „lajków” na Facebooku, nawet bezpłatna publikacja może

zwiększać kapitał cyfrowy autora. Self-publishing napędzany jest właśnie przez pogoń za większym zyskiem, ukrytą pod szczytnymi hasłami wolności i równości. Same portale self-publishingowe, oferujące często wydanie za darmo, również podejmują grę dyktowaną przez reguły kapitalistycznej ekonomii. Przykładem niech będzie portal Ridero – przekształcenie surowego tekstu w plik, mogący pełnić funkcję *e-booka* lub książki (po wydrukowaniu), jest na pozór bezpłatne. Użytkownik otrzymuje wyłącznie format MOBI, jednak za akceptowany przez e-księgarnie PDF i EPUB musi zapłacić. W dodatku płaci w momencie, gdy już sam poświęcił czas na przygotowanie pliku z książką w specjalnym programie (pozornie bezpłatny system wymaga więc czasu, który z łatwością możemy wycenić). Następnie pojawiają się kolejne komunikaty: zamów druk, korektę, projekt okładki (bezpłatne szablony istnieją, ale są niezbyt zachęcające), zamów dystrybucję (również bezpłatną, ale zanim z niej skorzystamy, musimy spełnić warunki formalne, wymagające czasem znów nakładu czasu albo zamówienia usług). Podobnie działają inne portale – kuszą bezpłatnym wydaniem książki, które w ostatecznym rozrachunku może okazać się angażujące czasowo lub finansowo. Ich sposób działania sprowadza się do udostępnienia bezpłatnej próbki, a gdy autor poświęci już czas oraz energię na działanie, zapewne szybciej zdecyduje się na zakup płatnych usług. Dodatkowo portale i czasem sami pisarze (gdy publikują na swoich stronach internetowych) mogą zarobić dzięki reklamom, zamieszczanym na stronie www. Czytelnik nie płaci więc pieniędzmi, ale swoją uwagą, przekazaną na krótki moment reklamodawcy.

W self-publishingu inny jest więc przepływ kapitału – od i do autora – jednak w takim systemie trudno mówić o rewolucji na poziomie politycznym. Jednak, znów nawiązując do Fredrica Jamesona, self-publishing przez swoje późnokapitalistyczne korzenie, rozproszenie (brak kanonu w obrębie tekstów wydawanych w taki sposób), zamieszanie gatunkowe (autorzy wydający i książki dla dzieci, i romanse), szeroko rozumiane zaburzenie zasady *decorum* (z ku-

riozalnymi opisami na stronie „o mnie”) jest pochodną, a być może – ważną składową postmodernizmu.

AUTOR

W self-publishingu pozycja autora jest szczególna. Jak pisałam wcześniej, wyłącznie od autora zależy jaki tekst wyda, gdzie oraz w jaki sposób, a portale self-publishingowe w szczególności zapewniają mu wolność. Gdybyśmy mieli odbyć podróż w poszukiwaniu autora, w którym miejscu musielibyśmy zacząć nasze poszukiwania? Historia pojęcia ma wiele interesujących zwrotów, chciałabym jednak skupić się na kilku z nich: na początkach kultury druku, romantyzmie, zwrocie poststrukturalnym i czasach współczesnych.

Walter Ong w *Oralności i piśmienności* pisze, że: „Osoba z pierwotnej kultury oralnej może żywić wobec wiersza swoiste poczucie prawa własności, jest to jednak dość rzadkie i na ogół osłabione wspólnością wiedzy, formuł i tematów, z których czerpie”³³⁸, dodając, że w starożytności pojęcie plagiatu było w zasadzie nieznane. W kulturze oralnej wspólne tworzenie opowieści, ale też przekształcanie tych już znanych było naturalną praktyką, a brak zapisu prowadził do sytuacji, gdy jedna historia miała kilka równorzędnych wariantów. W takiej sytuacji ustalenie autora jest niezwykle trudne. Zmiana przyszła wraz z epoką druku. Martha Woodmansee pisze:

The Renaissance and the heritage of the Renaissance in the first half of eighteenth century', the *author* was an unstable marriage of two distinct concepts. He was first and foremost a craftsman (...). When a writer managed to rise above the requirements of the occasion to achieve something higher, much more than craftsmanship seemed to be involved. To explain such a moment a new concept was introduced: the writer was said to be inspired – by some muse, or even by God³³⁹.

³³⁸ W. Ong: *Oralność i piśmienność...*, s.198.

³³⁹ M. Woodmansee: *Genius and copyright...* s. 426-427.

Dalej Woodmansee zauważa, że idea „autora” – tak jak rozumiemy ją dzisiaj – jest możliwa dzięki zmianom legislacyjnym i ustanowieniem autora właścicielem jego dzieła³⁴⁰. Taka zmiana pozwoliła twórcy zostać zawodowym pisarzem, który może zarabiać dzięki swojej pracy i zrezygnować ze wsparcia patronów. Autor stał się „producentem”, który pisze dla swojej publiczności i jest zależny od oczekiwań rynku. Walter Ong dodatkowo wskazuje, że pojęcie oryginalności i twórczości pojawia się wraz z romantyzmem i upowszechnieniem druku, które jeszcze bardziej oddziela pojedyncze dzieło od innych tekstów i skupia uwagę na nadawcy tekstu³⁴¹.

Od tej pory „autor” pozostaje również pojęciem z porządku prawa. Mówimy o osobistym prawie autorskim oraz majątkowym prawie autorskim, pamiętając, że pierwsze jest w zasadzie niezbywalne i obowiązuje autora niemalże wraz z rozpoczęciem procesu twórczego. I chociaż prawem autorskim nie jest chroniona idea, ale jej realizacja³⁴², zmiany prawne w XVIII wieku sprawiły, że inaczej zaczęliśmy traktować koncept własności intelektualnej. Przywołuję wątek prawny, ponieważ istotne jest, aby w dalszych rozważaniach nad problemem autorstwa pamiętać, że „autor” nie jest tylko funkcją w tekście, konstruktem społecznym (nasze wyobrażenia o tym, kim jest autor), ale również elementem prawa, nieco odartym z romantycznej i literackiej otoczki. Także ten kontekst warto mieć na uwadze.

Kolejny istotny zwrot w rozumieniu pojęcia autora miał miejsce po publikacji *Śmierci autora* przez Rolanda Barthes’a³⁴³ i *Kim jest autor?* Michela Foucaulta³⁴⁴. Autor w poststrukturalizmie został odsunięty, zgodnie z tezą Barthes’a. Z ostatecznej instytucji poręczającej za właściwą interpretację stał się twórcą

³⁴⁰ Tamże, s. 431.

³⁴¹ Zob. W. Ong: *Oralność i piśmienność...* s. 201

³⁴² Zob. B. Grykowski: *Kontynuacja i fan-fiction jako przedmiot prawa autorskiego*, <https://bartoszgrykowski.wordpress.com/2012/04/06/kontynuacja-i-fan-fiction-jako-przedmiot-prawa-autorskiego/>, dostęp 7.04.2017, [strona www, dostęp 7.04.2017].

³⁴³ Zob. R. Barthes: *Śmierć autora*. M.P. Markowski. „Teksty Drugie” 1999, nr1/2.

³⁴⁴ Zob. M. Foucault: *Kim jest autor...*

tekstu, którego rola kończy się na jego napisaniu, zaś interpretacja jest w rękach czytelnika. I chociaż gest Barthes'a w licznych krytykach bywał sprzecznie interpretowany, odsunięcie autora ma ciekawe konsekwencje. Autor wciąż posiada władzę jako twórca tekstu i właściciel praw do niego, ale ostateczna interpretacja jego dzieła pozostaje kompetencją czytelnika. „Autor” jest więc niejako częściowo pozbawiony władzy w przestrzeni literackiej (pamiętajmy jednak o korzystnych zmianach na poziomie ekonomii i prawa). Do podobnych wniosków skłania artykuł Michela Foucaulta, gdzie autor jest wyłącznie konstrukcją dyskursu i jego funkcją – nie jest dawcą dyskursu i nie ma nad nim władzy. Dodatkowo Foucault uważał, że prawo własności autora do jego dzieła hamuje swobodę interpretacji, więc poniekąd jest szkodliwe (tu warto zaznaczyć, jak pisze Woodmansee, że przed powstaniem prawa autorskiego argumentowano, że idee, a więc także powstające w oparciu o nie teksty są dobrem wspólnym, tedy jednostka zarabiająca na sprzedaży swoich prac poniekąd łamie prawa innych). Foucault zatem nie tylko osłabia funkcję autora w tekście (jako głównego kontrolera i dystrybutora znaczeń), ale też przeprowadza skryty zamach na jego prawa majątkowe. Prerogatywy autora ulegają zmniejszeniu.

W self-publishingu idea autora wraca w nowym kontekście, ale zmiana wynika również z poprzednich przekształceń, związanych z autorem jako przedmiot prawa, autorem jako przedmiot ekonomii i osłabieniem władzy autora w przestrzeni literackiej.

Moja teza jest następująca – „pisarz” to przedstawiciel poprzedniego porządku druku, symbolizowanego przez publikację książek w wydawnictwach. Może zaistnieć przed szeroką publicznością w momencie, gdy jego praca zostanie zaakceptowana przez redaktora oraz wydawcę. „Autorowi” bliżej do generacji *upload*, twórców internetowych, którzy nie muszą nikogo prosić o pozwolenie, by publikować stworzone przez siebie treści.

Spójrzmy na nasze praktyki językowe: można zostać autorem wpisu na blogu, posta na Facebooku lub tekstu na forum, ale nie pisarzem na blogu, pisa-

rzem na Facebooku lub pisarzem na forum. Opisywana przeze mnie dystynkcja odróżnia również pisarza od autora na poziomie samej kultury literackiej.

W trakcie badań przeanalizowałam ponownie portale self-publishingowe (Rozpisani, Ridero, Ebookowo, RW2010 i zamkniętą już Publikatornię) oraz strony wydawnictw (Znak, Wydawnictwo Literackie, Czarne) w poszukiwaniu „autora” i „pisarza”. Z badań wynika, że na stronach self-publishingowych słowo „autor” pojawia się o wiele częściej niż „pisarz” (ten ostatni zwykle jako synonim, by uniknąć powtórzenia). Platformy self-publishingowe dedykują swój przekaz autorom. O „pisarzach” i „autorach” na stronach wydawnictw ciszej, chociaż każde wydawnictwo ma zakładkę „nasi autorzy” (która znów odwołuje nas do prawa autorskiego - wydawnictwo informuje, że reprezentuje danych autorów i posiada prawa do ich książek). Dla porównania – o autorze na stronie Ridero wspomniano ponad dwadzieścia razy, o pisarzu zaś ledwie trzy. Stosunek słowa „autor” do „pisarz” na stronie wydawnictwa Znak wypada proporcjonalnie (2:2). Podsumowując, portale self-publishingowe kierują swój przekaz do autora, któremu zależy na szybkim, elektronicznym publikowaniu.

W tym momencie możemy dostrzec interesującą różnicę pomiędzy „autorem” a „pisarzem” z punktu widzenia socjologii literatury. „Pisarz” odnosiłby się do kultury wydawniczej, a „autor” do nowoczesnego, samodzielnego wydawania. „Pisarz”, zgodnie z tradycją wydawniczą, po zakończeniu pracy nad tekstem poszukuje wydawcy, podpisuje umowę, przekazuje prawa i zaczyna pracę z redaktorem. Jego książki trafią do księgarni, zostaną zrecenzowane w prasie i przedstawiane w trakcie spotkań autorskich. Pisarz należy do epoki druku i jego sposób pracy nie różni się od XVIII-wiecznego twórcy, który (jak pisała Martha Woodmansee) zrezygnował z patronatu na rzecz urynkowienia swojej pracy. Redaktor decyduje, czy pisarz ma jakikolwiek talent, a przez krytyków i czytelników zostanie uznany geniuszem. Jeden pisze do wielu, którzy dzięki wydawnictwu mogą zapoznać się z jego wyjątkową twórczością. Geniusz przemawia do publiczności.

„Autor” reprezentowałby nowy porządek. Przywiązany do technologii, jest jedynym właścicielem praw majątkowych do swoich dzieł. Reprezentuje generację *upload*, publikującą w internecie posty, teksty, muzykę i wideo. Wybiera więc self-publishing i rezygnuje z strażników pola na rzecz wolności w sieci. Jak wiadomo w tej przestrzeni nikt nie posiada takiej władzy, aby decydować, kto może publikować, a kto nie. I nikt nie może zadecydować, kto posiada talent, poza użytkownikami internetu, którzy liczbą „lajków” decydują, czy dany tekst zasługuje na uwagę. Każdy może zaprezentować swoją twórczość, ale jeśli wielu przemawia do wielu, popularność w sieci może wyglądać inaczej niż w drukowanej rzeczywistości. Autor może pisać do małej grupy ludzi i wciąż być popularnym – lokalnie. To dlatego self-publishing nie obiecuje wielkich sukcesów ani gigantycznej publiczności – te wartości przynależą do epoki druku.

Dodatkowo portale self-publishingowe zdają się rozumieć potrzebę twórców, pragnących zostać pisarzami. O atrakcyjnie społecznym konstrukcie pisarza pisałam w podrozdziałach poświęconych grafomanii i celebrytach samodzielnie publikujących swoje książki. Jednak w tym miejscu chciałam zwrócić uwagę na to, że zapewne twórcy portali self-publishingowych zdają sobie sprawę z tego, jak atrakcyjna jest dla twórców etykieta „autora”, wynosząca ich w literackie rejony. Przekaz, o którym wspominałam, jest przemyślnie skonstruowany i służy temu, aby mile połechtać *ego* początkujących oraz tych już nieco doświadczonych pisarzy. Oto mogą zostać wyrwani z (uznawanego czasem za niesprawiedliwy) procesu wydawniczego i samodzielnie decydować o wszystkim. Ich rola staje się istotniejsza.

Władza autora niejako się zwiększa, jednak nie w przestrzeni literackiej (symboliczne odsunięcie go przez Barthes’a, zdaje się, było skuteczne), ale w ekonomicznej i prawnej. Łączą się tutaj dwie tendencje – futurystyczne upowszechnianie sztuki i niechęć do wydawniczych autorytetów, wraz z magiczną otoczką tworzącą się dookoła rzeczownika „autor”. Może nim zostać każdy, jednak autor w self-publishingu zostaje wywyższony niemalże do roli demiurga –

nie dość, że sam decyduje o losach bohaterów i już gotowej książki, to dodatkowo wchodzi w interakcje z czytelnikami, czasem narzucając im swoją interpretację. Pozostałe instytucje są odrzucone, pozostaje tylko osoba pisząca, która od tej pory posiada największą władzę nad samą książką. Pamiętajmy jednak, że skutki tych przeobrażeń jak na razie nie są tak spektakularne, jak można by się spodziewać. Self-publisherzy oddają się raczej praktyce imitowania (odwozowanie form narzuconych przez historię książki i literatury oraz tradycję wydawniczą) i trudno stwierdzić, by działali oni na rzecz realnej, literackiej rewolucji.

Akceptując podział na autora i pisarza, geniusza i rzemieślnika możemy zastanowić się nad skutkami takiej sytuacji. Gdy wyrugujemy z życia literackiego geniusza, rezerwując te określenie wyłącznie dla tuzów literatury (Czesława Miłosza, Wisławy Szymborskiej, czy sięgając w odleglejszą przeszłość, Henryka Sienkiewicza i romantyków), namaszczonej przez instytucję, chwalonych w mediach oraz nagradzanych przez komitety konkursowe (choć można się w tym momencie również zastanowić, na ile Bronka Nowicka, Jerzy Pilch bądź Olga Tokarczuk są uznawani za geniuszów – na przykładzie Nagrody Nike), okaże się, że życie literackie i rynek książki wypełniony jest wyłącznie rzemieślnikami. Półki księgarni byłyby w większości zastawione książkami rzemieślników, bo zapewne w obiegowym myśleniu niewielu pisarzy zasługuje na miano geniusza (albo myśląc za Pierrem Bourdieu – szkoła uczy nas jasnego podziału, że status wieszczki i geniusza raczej przystoi romantykom niż twórcom współczesnym). Tutaj wchodzimy na pole problemu związanego z recepcją literatury, jednak chciałabym zaznaczyć, że myśląc o geniuszu oraz rzemieślniku, zwykle tego pierwszego cenimy bardziej, trzymając się poniekąd wyobrażeń przepisywanych twórcom z poprzednich epok literackich. Dziś zdaje się królować rzemieślnik i określenie, na przykład w recenzji krytycznoliterackiej, pisarza mianem geniusza może zostać odczytane jako ironia lub zbędna emfaza.

Sami rzemieślnicy podkreślają, że pisanie jest zajęciem jak każde inne i tak powinno być traktowane – tak twierdzi choćby Stephen King w swoim podręczniku *Jak pisać. Pamiętnik rzemieślnika*³⁴⁵, dodając, że sukces pisarski wynika właśnie z systematycznej, zorganizowanej rzemieślniczej pracy. Podobne wnioski wysnułam po analizie podręczników pisania autorstwa self-publisherów na początku tej pracy – niezależni autorzy radzący innym self-publisherom uznają pisanie za zwykłą czynność, motywowaną wysokim zyskiem oraz wolnością wydawniczą. Ta codzienna praca polega, zgodnie z wspomnianymi podręcznikami, głównie na dobrym zaplanowaniu działań, pisaniu zgodnie z harmonogramem, trzymaniu się wytycznych i regularności. Książki w ten sposób można pisać taśmowo. I chociaż Stephen King podkreśla, że geniusz (i wiążące się z nim: natchnienie, wsparcie muz) jest potrzebne, aby tekst się wyróżniał, ciężka praca połączona z dobrze zaplanowaną strategią przekształca pisanie w biznes. Rzemieślnik należy do porządku kapitalistycznego, podlega takim samym prawom rynku jak inny wytwórca, a celem pisania jest między innymi ekonomiczny sukces. Nie chciałabym w tym momencie stawiać tezy, że wszyscy niezależni pisarze wyznają kult rzemieślnika (nie zaś geniusza) i chcieliby tak właśnie być postrzegani. Jednak zarządzanie procesem wydawniczym i budowanie strategii promocyjnych zdaje się odległe od natchnienia, jakie przeżywa lub powinien przeżywać geniusz. Być może proces pisania niektórych niezależnych autorów odbiega od sugerowanej przez innych rzemieślników systematyczności. Moim zdaniem dzięki świadomemu kontrolowaniu procesu wydawniczego, pisarzom bliżej do rzemieślników.

Co to jednak oznacza? Rzemieślnik staje się rzemieślnikiem zrehabilitowanym i atrakcyjną figurą, do której aspirują początkujący (czytający poradniki kreatywnego pisania) pisarze. Autor, który (jak już ustaliliśmy) stracił władzę w polu literackim, przestaje być dystrybutorem sensu, pogodzony z taką sytuacją i

³⁴⁵ Zob. S. King: *Jak pisać? Pamiętnik rzemieślnika*. Tłum. P. Braiter. Prószyński Media. Warszawa 2008.

buduje swoją władzę na polu ekonomicznym oraz technologicznym. Rzemieślniczej, a więc wpisanej w prawa rynku, postawie nadawany jest nowy sens. Self-publisher, *self-made man*, już nie musi walczyć o miano geniuszu, kiedy postawa autora-rzemieślnika zdaje się równie, jak i nie bardziej, atrakcyjna (a na pewno bardziej nowoczesna).

NADAWCA-ODBIORCA: PŁYNNA RELACJA

Nadawca i odbiorca to pojęcia podstawowe dla literaturoznawstwa zorientowanego na proces komunikacji. Przez nadawcę często rozumiemy autora tekstu, a przez odbiorcę – czytelnika. Walter Ong w *Oralności i piśmienności*³⁴⁶ wskazuje jednak, że dopiero wraz z upowszechnieniem się druku (oraz umiejętności pisania i czytania) takie rozumienie tych pojęć stało się możliwe. Tekst jest formą skończoną, z którą czytelnik może zapoznać się dopiero, gdy autor zdecyduje się na jego publikację, a tekst (w formie książki, artykułu, *e-booka*) dotrze do czytelnika. W kulturze oralnej osoba opowiadająca musiała liczyć się z ryzykiem, że odbiorca w każdym momencie może przerwać, coś wtrącić, uzupełnić historię. Czytelnik pojawia się dopiero wraz z drukiem, a relacja nadawca-odbiorca staje się podporządkowana kulturze pisemnej. Tekst staje się bardziej skomplikowany, złożony, trudniejszy, a jego zrozumienie wymaga od czytelnika wysiłku. I chociaż wraz ze zwrotem poststrukturalistycznym czytelnik staje się stroną aktywną (nadawcą sensów), wciąż swoje zdanie może wyrazić dopiero po zakończeniu lektury. W self-publishingu jednak, często ze względu na elektroniczną formę tekstu i możliwość aktywnego komentowania książki w internecie, relacja nadawca-odbiorca się zmienia.

Spójrzmy raz jeszcze na obieg literacki w self-publishingu, opisywany przez Padmini Ray Murray i Claire Squires³⁴⁷. Tekst dzięki dedykowanym niezależnemu pisarstwu platformom i urządzeniom trafia bezpośrednio do odbiorcy.

³⁴⁶ Zob. W. Ong: *Oralność i piśmienność...*

³⁴⁷ P.R. Murray i C. Squires: *The digital publishing communication circuit...*

Jednak Murray i Squires, za Robertem Darntonem, zaznaczają istotność związku autor-nadawca. I chociaż nie rozwijają tej koncepcji, to, idąc ich śladem, uważam, że relacja nadawcy i odbiorcy w wypadku *self-publishingu* jest szczególna. W *Zarysie teorii literatury*, tekście klasycznym dla kilku pokoleń filologów, możemy przeczytać:

Dzieło literackie należy zatem do dziedziny faktów społecznych, ponieważ jest sposobem kontaktu pomiędzy autorem a czytelnikami. (...) W kontakcie tym obaj partnerzy nie są w równym stopniu aktywni, ponieważ wypowiada się (poprzez dzieło) jedynie pisarz, natomiast uczestnictwo czytelnika ogranicza się do lektury utworu. W rozmowie role nadawcy i odbiorcy są wymienne każdy z partnerów może być raz jednym, raz drugim, natomiast w kontakcie z autorem z czytelnikami poprzez dzieło – role są stałe i nieodwracalne: pisarz jest zawsze nadawcą, a czytelnicy zawsze – odbiorcami³⁴⁸.

Dalej możemy przeczytać, że aktywna rola odbiorcy polega na interpretacji tekstu i uzupełnianiu go własnymi doświadczeniami życiowymi.

Stefan Żółkiewski w *Wiedzy o kulturze literackiej* rozpatruje relację nadawca-odbiorca wyłącznie w kontekście obiegów literackich, gdzie pisarze (przedstawiciele instytucji literackiej, kontrolowani przez państwo i instytucję cenzury) komunikują się nie z konkretnym nadawcą, ale całym obiegiem literackim – zbiorem czytelników o pewnych kompetencjach literackich, społecznych i kulturowych³⁴⁹.

Ważna jest data wydania *Wiedzy o kulturze literackiej* i *Zarysu teorii literatury* – lata siedemdziesiąte ubiegłego stulecia. Model Darntona, którym operowali Murray i Squires również powstał w XX wieku. Dlaczego uważam, że to istotne? Ponieważ proponowane modele komunikacji nadawca-odbiorca nie przystają do współczesnych obiegów literackich w internecie, z *self-publishingiem* na czele.

³⁴⁸ *Zarys teorii literatury*. Red. M. Głowiński, A. Okopień-Sławińska, J. Sławiński. Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych. Warszawa 1986, s.16.

³⁴⁹ Zob. S. Żółkiewski: *Wiedza o kulturze...*

Czytelnik w takiej komunikacji nie jest już tylko pasywnym odbiorcą tekstów, którego rola sprowadza się do nadawania sensów. Za przykład niech posłużą portale dla czytelników (Lubimy czytać, Biblionetka) oraz blogi książkowe, o których wspominałam wcześniej. Dzięki rozwojowi technologicznemu i przemianom społecznym, każdy czytelnik może z łatwością podzielić się swoją opinią o książce – po skończonej lekturze lub w trakcie. Może bezpośrednio skontaktować się z autorem (za pomocą jego strony internetowej lub mediów społecznościowych) i jasno wyrazić swoje zdanie. Jak pisałam w części *Autor 2.0 i czytelnicy* wymiana informacji pomiędzy czytelnikiem a autorem staje się bardziej intensywna, a z promocyjnego punktu widzenia – cenna dla autora.

Gdy komentowanie książki po przeczytaniu na portalach internetowych stało się normą, powoli nastąpiła kolejna zmiana, polegająca na współtworzeniu tekstu przez czytelnika. Przykładem niech będzie publikacja tekstów na opisywanym już portalu Wattpad, gdzie użytkownicy mogą skomentować rozdział (zwykle krótki) tekstu, zanim książka zostanie ukończona. Na Wattpadzie autorzy nie publikują skończonych dzieł, ale fragmenty, które są intensywnie komentowane przez czytelników. Tak samo funkcjonują fora literackie (np. poświęcone fanfiction jak *Archive for our own*), gdzie możliwe jest komentowanie poszczególnych akapitów lub rozdziałów. W ten sposób czytelnicy mogą stać się aktywnymi współtwórcami tekstu – swoimi reakcjami (pozytywnymi lub negatywnymi) motywować autora do zmian w tekście lub tworzenia kolejnych partii tak, aby zapewnić sobie jeszcze większy poklask czytelników. Czytając komentarze i biorąc je pod uwagę w trakcie tworzenia tekstu, autor ma szansę napisać książkę, która jeszcze przed wydaniem (lub ogłoszeniem, że projekt został zakończony, co jest częstsze w wypadku tekstów publikowanych na Wattpadzie lub portalach fanfiction) ma szansę otrzymać pozytywne recenzje. W ten sposób autor pisze niejako wedle gustów czytelników, stając się ich zakładnikiem (ale już Martha Woodmansee wspominała w eseju *The genius and the copyright*, że rynek pełni funkcję nowego patrona, ponieważ autor zawsze musi liczyć się ze zda-

niem innych, a pełna wolność twórcza jest właściwie niemożliwa³⁵⁰). Warto się zastanowić, czy w takich przypadkach czytelnicy stają się współtwórcami tekstu? Kontekstem dla tych rozważań może być esej Waltera Benjamina *Dzieło sztuki w dobie możliwości jego reprodukcji technicznej*, w którym przedstawiciel szkoły frankfurckiej pisał o łatwości przemiany z czytelnika w autora, co stało się możliwe dzięki rozwojowi dziennikarstwa – pisarzem nie była wyłącznie osoba poświęcająca się pracy literackiej, ale i reporter (czytelnik mógł opublikować swój list w prasie, co już zbliżało go do przyjęcia pisarskiej roli). Poza tym, skoro w *self-publishingu* nie ma żadnej bariery wejścia i każdy może opublikować tekst, relacje pomiędzy nadawcą i odbiorcą również opierają się na innych zasadach. Już nie wieszczę, literat lub pisarz, wybrany spośród wielu przez wydawnictwo, komunikuje się z czytelnikami, ale internauta z internautą. Skoro każdy może wydać swój tekst, autor zrównany zostaje z innymi użytkownikami sieci, którzy w każdym momencie mogą zmienić swoją pozycję z odbiorcy na nadawcę. Dlatego self-publishingowi i – szerzej – komunikacji internetowej bliżej do aktu rozmowy, o którym czytamy w *Zarysie teorii literatury*. W wypadku *fanfiction* autorzy tworzą w oparciu o tekst kanoniczny oraz zasady obowiązujące w danym fandomie³⁵¹. Relacja pomiędzy nadawcą i odbiorcą jest pozioma, a każda rola tak samo ważna, bo fandom tworzą wspólnymi siłami.

Inaczej relacja nadawca-odbiorca w kontekście problemu autorstwa wygląda w crowdfundingu. Finansowanie społecznościowe jest zjawiskiem z pogranicza ekonomii i socjologii, polegającym na finansowaniu projektu przez społeczność, zanim ów projekt powstanie. Jedna z definicji zjawiska brzmi:

crowdfunding to finansowanie projektu lub przedsięwzięcia przez grupę pojedynczych jednostek zamiast profesjonalistów (np. banków funduszy wysokiego ryzyka lub aniołów biznesu). W teorii, ludzie finansują pośrednio inwestycje za pomocą oszczędności, od czasu kiedy banki pośredniczą pomiędzy właścicielami kapitału, a

³⁵⁰ Zob. M. Woodmansee: *The genius and copyright...*

³⁵¹ Zob. A. Włodarczyk i M. Tymińska: *Fanfiction...*

stroną zgłaszającą nań zapotrzebowanie. *Crowdfunding* funkcjonuje bez pośredników: przedsiębiorca „dotyka tłumu” przez zbieranie pieniędzy bezpośrednio od poszczególnych jednostek. Komunikacja typowo odbywa się za pośrednictwem Internetu³⁵².

Crowdfunding opiera się na ekonomii wdzięczności, w ramach której anonimowe osoby wspierają twórców w zamian za obietnicę otrzymania produktu (lub gratyfikacji) w przyszłości. Większość zbiórek odbywa się na dedykowanych portalach internetowych. Książkowe projekty crowdfundingowe są ciekawe z wielu powodów: autorzy samodzielnie poszukują środków na wydanie swoich książek (zwykle wydanych w ramach self-publishingu), zbierając fundusze i zamówienia, zanim książka faktycznie się ukaże lub czasem zanim zostanie jeszcze napisana. Bez wspierających projekt byłby niemożliwy, a crowdfunding stał się kolejnym ze sposobów na ominięcie tradycyjnej instytucji, aby wydać książkę, oraz na zbliżenie relacji pomiędzy autorem i czytelnikami, skoro ci ostatni przestają być anonimowi (publikacja wydana w ramach crowdfundingu powinna zawierać imienną listę najhojniejszych darczyńców). Tytuły wydawane za pomocą crowdfundingu mogą być niskiej jakości artystycznej – ważniejsze będzie przypodobanie się odbiorcy, bo właśnie jego gust decyduje o sukcesie projektu. Z drugiej strony należy pamiętać o motywacjach odbiorców, którym zależy na współudziale, ale też na wspieraniu innowacyjnych przedsięwzięć. Projekty crowdfundingowe wypełniają lukę na rynku, a więc tym samym zaspokajają potrzeby odbiorców.

Jednak w tym momencie najbardziej interesują mnie projekty crowdfundingowe, w których autor w zamian za wsparcie finansowe zaprasza odbiorcę do aktu twórczego. Czasem autorzy decydują się na napisanie krótkiego wiersza

³⁵² A. Schwienbacher, B. Larralde: *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. Handbook of entrepreneurial finance*. Oxford University Press. Cyt. za: K. Król: *Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu dzięki społeczności*. Katowice 2013, s. 22-23.

o wspierającym³⁵³, napisanie tekstu sponsorowanego³⁵⁴, informacje o dalszych losach bohaterów (niepublikowane w książce)³⁵⁵ lub wprowadzenie nowej postaci do tekstu³⁵⁶. Ten ostatni punkt jest szczególnie interesujący – autor pozwala na modyfikację tekstu i swojego zamysłu artystycznego w zamian za wsparcie finansowe czytelnika. Skoro autor wprowadza za opłatą bohatera do swojej książki, zmieniając w pewien sposób pierwotny zamysł, to czy czytelnik staje się współautorem publikacji? Z prawnego punktu widzenia nie – wyłącznym dysponentem praw pozostaje autor. Jego nazwisko widnieje na okładce, on otrzymuje honorarium, czytelnik tylko wspiera jego projekt i może go uzupełnić w granicach ustalonych przez autora. Jednak wprowadzając własną postać, czytelnik wprowadza zmiany na poziomie fabuły. Nawet jeśli autor pozostawi sobie przestrzeń na te zmiany i zaadaptuje pomysł czytelnika, wprowadzony za sprawą tego ostatniego bohater może zmienić wymowę całej książki. W takich projektach czytelnik o wiele mocniej ingeruje w tekst. Jego rola nie polega już tylko na interpretowaniu, ale i na współtworzeniu go z autorem. W tym momencie możemy puścić wodze fantazji i obserwując przebiegające teraz zmiany zawyrokować, że być może w przyszłości tworzenie literatury będzie aktem wspólnym, łączącym autora i czytelnika – spisujących po prostu pomysły i bezpośrednio odpowiadającego na jego potrzeby.

³⁵³ Zob. Projekt crowdfundingowy *Ocean. Śladami Amerlii Earhart*, http://polakpotrafi.pl/projekt/ocean-sladam-amelii-earhart?utm_source=projects, [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].

³⁵⁴ Zob. Projekt crowdfundingowy *Magazyn miasta*, http://polakpotrafi.pl/projekt/magazyn-miasta?utm_source=projects [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14]; projekt crowdfundingowy *Beauty Mission*, <http://www.beesfund.com/projekty/pokaz/130,beauty-mission-project> [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].

³⁵⁵ Zob. projekt crowdfundingowy *Anioł na ramieniu*, <https://wspieram.to/1329-aniol-na-ramieniu-powiesc-z-innego-wymiaru.html> [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].

³⁵⁶ Zob. projekt crowdfundingowy *Opowieści z pogranicza światów*, <https://wspieram.to/677-opowieści-z-pogranicza-swiatow.html> [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14]; projekt crowdfundingowy *Strefa zakazana*, <https://wspieram.to/wykupslowo> <https://wspieram.to/strefazakazana>.

W self-publishingu role nadawcy i odbiorcy są wymienne i płynne, bo pozbawione nadzoru instytucji. Pisanie stało się powszechne, co z jednej strony mogło obniżyć społeczną rangę pisarza, ale z drugiej – umożliwiło czytelnikowi, wcześniej skazanemu na pasywną rolę odbiorcy, aktywność. Swobodnie komentując rozdziały, wpływa on na proces twórczy autora, a gdy zechce stworzyć polemikę, tekst podobny lub oryginalny, nic nie stoi na przeszkodzie, aby się przeobraził w nadawcę.

EKONOMIA I SELF-PUBLISHING

Warto się zastanowić, czy self-publishing jest zjawiskiem opłacalnym – zarówno dla samych autorów, czytelników oraz szeroko pojętej kultury. Celowo wprowadzam tutaj pojęcie „opłacalności”, umocowane wszak w języku szeroko rozumianej ekonomii, której miarą mierzymy całą rzeczywistość, stosunki między ludzkie oraz sztukę, zgodnie z kapitalistyczną polityką. Chciałam jeszcze, w ramach wstępu, zwrócić uwagę na kwestię języka, jakim operują sami self-publisherzy. Zdaje mi się to o tyle istotne, że zgodnie z teorią aktów performatywnych mowy, język współtworzy rzeczywistość.

Chciałam przypomnieć wcześniejsze wnioski dotyczące stron internetowych portali self-publishingowych. Większość z nich, apelując do autora (nie zaś pisarza), swój przekaz koncentrowała na wartościach takich jak łatwość wydania, wolność, ale i wysoki zarobek. Kartą przetargową jest większy zysk, o czym pisałam poprzednio (w rozdziale poświęconym autorom). Jednak ta zmiana na poziomie komunikacji – mówimy o pieniądzach, nie zaś o literaturze, jest istotna z dwóch powodów. Warto zastanowić, czy postulaty ekonomiczne self-publishingu są możliwe (a jeśli są możliwe, to dlaczego?).

Spójrzmy na poradniki kreatywnego pisania, autorstwa self-publisherów. Twórcy poradników tego typu traktują książkę jako towar, który dzięki odpowiedniemu opakowaniu (redakcji, opracowaniu graficznemu) i wystarczająco

agresywnej sprzedaży, pomysłowej promocji, ma szansę przynieść zyski właścicielowi. Publikacje o takim tytule jak *Writting a Kindle Book a Week* Alexa Fostera³⁵⁷ nie powinny dziwić. Co ciekawe, Alex Foster głównie publikuje poradniki o zarabianiu na portalu Amazon.com. Tytuł książki Fostera jest znaczący – publikacja zawiera zbiór przepisów, pozwalających napisać *e-booka* w tydzień. Pisanie książki ma stać się zawodem, odartym ze zbędnego uwznioślania. Tu nie ma mowy o motywujących ćwiczeniach, szukaniu inspiracji, poświęcaniu czasu na zgłębianie tematu lub dystansowaniu się wobec dzieła. Ważne jest tempo pisania, bo im więcej książek napiszemy, tym większa szansa na zysk. Foster dokonuje wyliczenia:

If the average book nets you 100 dollars a month (low average), and you write one book a month, at the end of one year you are looking at 1,200 a month in continued monthly sales. Applying the book a week method, you are looking at 5,200 a month in sales. The book a week model scales exceptionally well over time³⁵⁸.

Wyliczenie nie jest poparte żadnymi danymi, więc trudno zaufać podanym przez Fostera liczbom. Jednak podobną jak Foster postawę prezentuje Janet Ruth, autorka publikacji *How to make money writing Kindle Books*³⁵⁹. Autorka swoje rady ugruntowuje kalkulacją iście biznesową: jeśli autor chce zarobić ponad pięćdziesiąt tysięcy dolarów rocznie dzięki sprzedaży książek, powinien wydać – ni mniej, ni więcej – dwadzieścia siedem tytułów! Książka Ruth to zbiór porad, pozwalających napisać niemalże hurtową ilość tytułów w krótkim czasie, a dodatkowo na nich zarobić. Autorka zwraca uwagę na kategorie, jakie są popularne na Amazonie (*e-book*, tak samo jak publikacja Fostera, jest dedykowany użytkownikom Amazona) – romans, *young adult fantasy*, podręczniki z zakresu informatyki. Decyzję o temacie i gatunku książki autor musi podjąć, zanim przystąpi do pracy nad nią i koniecznie musi się wtedy kierować przyszłym zarob-

³⁵⁷ A. Foster: *Writting a Kindle Book a Week*. 2013.

³⁵⁸ Tamże.

³⁵⁹ J. Ruth: *How to make money writing Kindle Books*. 2013.

kiem. Ruth proponuje skorzystać z wyszukiwarki w sklepie Amazona – jeśli pojawi się trzydzieści tysięcy wyników lub mniej, wciąż warto pisać, ponieważ znajdziemy swojego odbiorcę³⁶⁰. Powyżej 30 tysięcy już się nie opłaca, więc (idąc tym tropem myślenia) należy porzucić swoje marzenia o kryminale i zacząć pracować nad książką kulinarną skierowaną do wegan. Pośpiech w pisaniu jest również wskazany – proces nie powinien zająć więcej niż miesiąc, a od struktury utworu ważniejsza jest szybkość pisania i liczba tytułów wydanych w ciągu roku. Z podręczników kreatywnego pisania jasno wynika, że pisanie ma sens wyłącznie wtedy, gdy można je przeliczyć na pieniądze. Cała produkcja literacka jest podporządkowana prawom ekonomii, nadrzędnym wobec szeroko rozumianym prawom sztuki. W takim rozumieniu literatury nie ma mowy o mu-
zie, natchnieniu oraz pisarskim powołaniu. Liczy się przede wszystkim zysk, zaś swój tekst autor musi dopasować do oczekiwań i potrzeb czytelników według prawa popytu i podaży. Postawa rzemieślnicza znów zwycięża z artystowską, a autor z pisarzem.

I chociaż trudno wyrokować, że wszyscy self-publisherzy przedkładają szeroko rozumianą ekonomię nad szeroko rozumiane wartości artystyczne, z pewnością są bombardowani takim przekazem ze strony portali self-publishingowych. Ridero, Rozpisani, RW2010, Publikatornia i Ebookowo apelują do interesowności potencjalnych autorów twierdząc, że dzięki nawiązaniu współpracy zyskają oni finansowo znacznie więcej niż gdyby podpisali umowę z tradycyjnym wydawnictwem (potencjalne profity finansowe wynagradzałyby więc stratę prestiżu, bo ten towarzyszy raczej autorom książek drukowanych tradycyjnie). Co ciekawe. na portalach self-publishingowych – gdzie tak wiele mówi się o potencjalnych zyskach ekonomicznych – brakuje informacji o... literaturze. Są podstrony, gdzie możemy przejrzeć opublikowane książki (Ridero, RW2010, Rozpisani, Ebookowo), portale publikują własne poradniki kreatywnego pisania w formie książek lub artykułów (Ridero, Rozpisani), nawet świadczą

³⁶⁰ Tamże.

usługi recenzenckie, oceniając teksty autorów za opłatą (Ridero). Jednak z założenia portale literackie nie oceniają zawartości książek i publikują wszystko. Literatura (nie zaś książki), staje się wielką nieobecnością, w pewnym sensie tematu tabu, co być może sprzyja opisywanej wcześniej skłonności do uznawania self-publisherów za grafomanów. Tego być może boją się i autorzy, i portale, więc zgodnie o literaturze milczą, poświęcając energię na dyskusję o produkcji książek. Tak tedy byłibyśmy świadkami zmiany w polu literackim, polegającej – mówiąc kategoriami Pierre’a Bourdieu³⁶¹ – na przesunięciu akcentów z bieguna antyeconomicznego (literatura dla literatury) na bieguna ekonomicznego (literatura jako forma zarobku). Przesunięcie jest gwałtowne i mam wrażenie, że *self-publishing* w niektórych skrajnych formach, uprawianych chociażby przez wspomnianego Alexa Forresta, plasuje się wyłącznie po stronie ekonomicznej. Jednak taka zmiana nie wynika z spisku lub zмовy self-publisherów, ale szerszych przemian w życiu literackim. Sztuka, zgodnie z przewidywaniami szkoły frankfurckiej, uległa u rynkowieniu, a zwrot „rynek książki” już nikogo nie zaskakuje. Zgodnie z logiką kapitalizmu wszyscy wydawcy i twórcy chcą na literaturze zarobić, a czytelnicy są zalewani raczej produktami niż literaturą. W mediach częściej rozmawiamy o książkach niż o samej literaturze, krytyka literacka stała się domeną akademii, a w związku z tym „literatura” być może dla wielu niezależnych autorów jest odległą i obcą koncepcją, którą lepiej zostawić specjalistom, kimkolwiek oni są. Najpewniej przesunięcie w stronę ekonomii oraz brak odniesień do kategorii literatury w postulatach autorów i portali wynika z pewnego braku kompetencji, który cechuje autorów. Widomo grafomanii wisi nad nimi jak miecz Damoklesa, więc prawdopodobnie wolą milczeć i nie prowokować krytyki, niż wypowiadać się na tematy literaturoznawcze. Jednak za taką strategią autorów może stać jeszcze jeden powód: jeśli zaczniemy oceniać nadysłane książki, stracimy szansę na zysk. Wielu autorów, którzy mogą być uznani przez czytelników za grafomanów, za przygotowanie książki płaci. Lepiej więc

³⁶¹ P. Bourdieu: *Reguły sztuki...*

nie wyrokować, kto ma talent, a kto nie i czym jest literatura, ale skupić się na oswojonym oraz gloryfikowanym przez kapitalizm zarabianiu.

Warto się jednak zastanowić, czy postulaty *self-publishingu* są możliwe do zrealizowania? Czy na niezależnym publikowaniu można finansowo zyskać? Zysk na pewno odnotowują portale self-publishingowe – zgodnie z biznesowymi zasadami nie kontynuowałyby one swojej działalności, gdyby nie odnotowywały wystarczających wpływów. Jak już wcześniej pisałam, trudno jednak jednoznacznie stwierdzić, czy samodzielne wydawanie może skutkować sukcesem ekonomicznym (poza wspomnianym już przypadkiem Michała Szafrąńskiego). Wielu autorów publikuje samodzielnie, jednak ich książki nie są ogłaszane bestsellerami. W jaki sposób portale self-publishingowe i sami autorzy mogą na niezależnym publikowaniu zarobić (skoro zarobek, jak już ustaliliśmy, jest jedną z kluczowych wartości)?

Z pomocą przychodzi teoria Chrisa Anderson, dziennikarza, wydawcy, niegdyś redaktora naczelnego magazynu „Wired” i inicjatora konferencji TED. Anderson nie jest naukowcem, ale swoje spostrzeżenia podpira zarówno badaniami naukowymi, jak i obserwacją nowej, cyfrowej rzeczywistości. W książce *The Long Tail*³⁶² Anderson przedstawia koncepcję „długiego ogona”, odnoszącą się do sprzedaży dóbr w internecie. Firmy takie jak Amazon zarabiają dzięki temu, że mają nieograniczoną przestrzeń na wirtualnych półkach. Największy zysk przynosi tylko część sprzedawanego towaru, ale choć reszta sprzedaje się w śladowych ilościach, ostatecznie i tak przekłada się to na zysk. W ten sposób zarabiają również portale self-publishingowe. Mogą sprzedawać książkę niezależnego autora w nakładzie kilku sztuk i zarabiać, jeśli kilka tysięcy takich autorów zdecyduje się wystawić swoje książki w ich księgarni. Chris Anderson zaznacza, że dzięki takiemu modelowi sprzedaży odbiorca ma dostęp do szerszej oferty kulturalnej. W świecie offline księgarzom nie opłaca się wystawiać na

³⁶² Zob. Ch. Anderson: *The Long Tail. Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hachette Books. 2006.

półkach książki niszowych autorów (skoro mogą zatowarować potencjalne bestsellery i sprzedać je z zyskiem), dlatego czytelnicy mają dostęp do węższej oferty. Model „długiego ogona” umożliwia im dostęp do niemalże nieskończonego asortymentu, spośród którego mogą wybierać, tworząc tym samym szansę dla niszowych (w tym wypadku niezależnych) twórców, którzy wcześniej nie mieli możliwości zaprezentowania swojej twórczości. I w tym momencie zalecenie Alexa Fostera okazuje się sensowne – jedynie publikowanie dużej liczby książek pozwoli w takim modelu zyskać autorowi na jego twórczości.

Wcześniej pisałam o darmowych e-bookach, argumentując, że część autorów decyduje się na takie rozwiązanie, ponieważ bardziej zależy im na dystrybucji treści niż na zysku. Jednak publikowanie darmowych książek również jest podporządkowane prawom ekonomii, a ostatecznie twórcy mogą zarobić na książkach udostępnianych za darmo. O takim zjawisku pisał wspomniany już Chris Anderson w kolejnej książce *Free. How today's smartest business profit by giving something for nothing*³⁶³. Anderson przeanalizował historię „za darmo” w naszej kulturze – zaczynając od bezpłatnych próbek, gratisów, barów, w których płaci się wyłącznie za napoje (jedzenie są zaś rozdawane w modelu *all-you-can-eat*). Zwrócił również uwagę na uwarunkowania psychologiczne zjawiska, by ostatecznie przeanalizować modele biznesowe firm, które udostępniają swoje produkty za darmo. Nie będzie zaskoczeniem, gdy okaże się, że wszystkie należą do sektora IT (Google, Facebook, Wikipedia, Linux). Jednak z książki Andersona można wysnuć ważny wniosek – nic, co jest za darmo, nie jest faktycznie za darmo. Po pierwsze, odbiorcy płacą swoją uwagę, po drugie wszystkie omawiane modele biznesowe opierają się na pomysle, że ostatecznie odbiorcy przekażą pieniądze na rzecz firmy (czy w formie darowizny lub opłaty za inne usługi, które są już płatne). W ten sposób działają również serwisy self-publishingowe, oferujące bezpłatną publikację lub przygotowanie książki do druku, licząc, że

³⁶³ Zob. Ch. Anderson: *Free. How today's smartest business profit by giving something for nothing*. Hachette Books. 2010.

część autorów zdecyduje się na płatne usługi. „Za darmo” nie okazuje się więc bezpłatnym rozwiązaniem. Nad takimi usługami lub produktami wisi widmo potencjalnej płatności w przyszłości (niezależnie czy mowa o dobrowolnej wpłacie na rzecz Wikipedii, wykupieniu reklam w Google Adwords lub na Facebooku). Poza tym twórcy bezpłatnych produktów zyskują coś jeszcze, coś poza wspomnianym zainteresowaniem: kapitał w postaci dostępu do bazy danych użytkowników, zainteresowanie mediów i potencjalnych inwestorów. Twórcy zwiększają w ten sposób swoje środki, który będą mogli spieniężyć w przyszłości.

Jak się to ma do bezpłatnych e-booków? Self-publishing i firmy udostępniające bezpłatne produkty, o których wspominałam, łączy przede wszystkim środowisko internetowe. Nie chodzi tu o żaden spiszek lub formację „ludzi z internetu”, jednak twórców bezpłatnego oprogramowania i self-publisherów łączy zapewne otwartość na nowe technologie oraz przedsiębiorczość. Można też mówić o pewnej zmianie pokoleniowej i wierze w to, że produkt (książka lub aplikacja) jest wystarczająco dobry, aby zachęcić czytelników do zapłaty. Zasady tradycyjnej sprzedaży dóbr na rynku książki (najpierw produkcja, wystawienie książki w księgarniach, później podsumowanie zysków) stają na głowie – wielu self-publisherów udostępnia swoje książki za darmo nie spodziewając się zapłaty (Andrzej Tucholski, Bartosz Adamiak) lub licząc na późniejsze zyski w trakcie publikacji kolejnych tekstów już za opłatą. Anderson zaleca autorom, którzy chcą opublikować swoje książki za darmo, aby udostępniali bezpłatnie fragmenty lub wersje elektroniczne, oczekując zapłaty za papierową wersję książki. Anderson przywołuje obiegowy tok myślenia, że kradzież książki papierowej uznawana jest powszechnie za przestępstwo w przeciwieństwie do nielegalnego udostępniania plików, liczy więc na uczciwość czytelników, którzy będą chcieli wynagrodzić autora za pracę, kupując książkę w tradycyjnym formacie. Jednak pisarze już wcześniej podejmowali takie próby i nie zawsze kończyły się one sukcesem. Warto przywołać przykład Stephena Kinga, który w 2000 roku opublikował w internecie nowelę *Plant*. Dostęp był bezpłatny, ale King oświadczył, że

będzie publikował kolejne rozdziały tak długo, aż siedemdziesiąt pięć procent czytelników zapłaci siedemdziesiąt pięć centów za przeczytanie każdego rozdziału. Projekt został zarzucony po publikacji szóstej części właśnie z powodu niskich wpłat³⁶⁴. Być może pomysł *freemium* (jak Anderson nazywa udostępnianie produktów za darmo, licząc na zysk z innych źródeł) nie jest kompletnie skazany na porażkę. Jeśli założymy, że autorzy publikują bezpłatnie, aby zdobyć uwagę i zainteresowanie (a te towary są bardzo pożądane w przeładowanych reklamami mediach i internecie), takie działanie może mieć sens.

Anderson, powołując się na etykę hakerów i obserwacje użytkowników w sieci, stawia tezę, że informacja chce być darmowa. W tym stwierdzeniu chodzi o to, że koszt pozyskania informacji (w czasach popularności internetu) spada, ale z drugiej strony może okazać się rentowny, jeśli rozwiąże ona dany problem lub zmieni nasze życie³⁶⁵. Użytkownicy sieci zdają się, świadomie lub nie, dzielić te przekonanie, co prowadzi do sytuacji, gdy *e-booki* są wbrew woli właścicieli praw udostępniane dalej. Dlatego samodzielnie rozpowszechnianie bezpłatnych *e-booków* w sieci może poniekąd rozwiązać ten problem i stanowić gest wyjścia naprzeciw potrzebom czytelników. Jednak autorowi w takiej sytuacji nie zostaje nic innego jak liczyć na wdzięczność czytelników, którzy zapłacą za książkę papierową.

Publikowanie bezpłatnych książek i problem piractwa zasługuje na chwilę uwagi. O piractwie w sieci pisał Lawrence Lessig w książce *Wolna kultura*³⁶⁶, też *notabene* wydanej w modelu: bezpłatny *e-book* i płatna książka papierowa. Lessig wychodzi z założenia, że współczesny model prawa autorskiego w USA, opierający się na patentach, jest zagrożeniem dla wolnej kultury. Opatentować można w zasadzie wszystko, nawet pomysły i postaci literackie, co prowadzi do

³⁶⁴ Zob. L. Harrison: *Stephen King reveals The Plant profit*, http://www.theregister.co.uk/2001/02/07/stephen_king_reveals_the_plant/, [dokument elektroniczny, dostęp 26.05.2017].

³⁶⁵ Zob. Ch. Anderson: *Free...* s. 96.

³⁶⁶ L. Lessig: *Wolna kultura...*

sytuacji, w których swobodne dzielenie się ideami i rozwijanie ich jest w zasadzie niemożliwe. Chociaż europejskie ustawodawstwo opiera się na innych zasadach – autor sam reguluje to, na jaki okres może przekazać na przykład wydawcy prawa majątkowe, które wygasają siedemdziesiąt lat po jego śmierci. Z jednej strony „informacja chce być wolna” (jakbyśmy wciąż uważali, jak w renesansie, że autor tworzy czerpiąc z kolektywnie wytworzonego zbioru pomysłów i przekonań, które zaledwie spisuje³⁶⁷), ale z drugiej – prawo autorskie zastrzega realizację pomysłu, co ostatecznie kończy niepewnym statusem prawnym *fan-fiction* lub pozwami za plagiat. Dlatego Lessig postuluje wolną kulturę – przestrzeń cyfrową, w której kultura może rozwijać się bez monopolistów i ograniczeń prawnych, zaś sami twórcy zgodnie z licencją *creative commons* sami decydują, na jakich zasadach udostępniają tekst dalej. Wymogiem może być lub nie musi uznanie autorstwa, użycie niekomercyjne, brak tworzenia utworów zależnych na podstawie dzieła oryginalnego itd.

Self-publishing wraz z bezpłatnymi publikacjami (udostępnianymi w ramach licencji *creative commons*) wpisuje się zarówno w wizję wolnej i bezpłatnej kultury Andersona i Lessiga. Istnieją jednak oczywiste mankamenty takiego rozwiązania – wspomniane opieranie się na dobrej woli czytelnika, wymaganie wysokiej świadomości procesu produkcji od odbiorców (autor nie zarabia na bezpłatnych kopiach, lecz by mógł tworzyć dalej, potrzebne będzie mu wsparcie materialne ze strony czytelników) i prawdopodobnie niskie zyski. W ramach takiego modelu można zarobić bądź nie, ale do tej pory w Polsce (maj 2017) żadna książka sprzedawana w ten sposób nie stała się faktem medialnym, nie wspięła się na listy bestsellerów ani nie ozłociła pisarza. Może jedynie bezpłatne e-booki zmniejszą skalę piractwa konkretnego tytułu. Dodatkowo, jak pisze Anderson, zyski w ramach modelu *freemium* zyski dla użytkowników ostatecznie okazują się niewielkie (zaoszczędzone kilkadziesiąt dolarów), jednak straty dla monopolistów – ogromne. I chociaż Anderson opisuje przypadek konkurencji

³⁶⁷ M. Woodmansee: *Genius and copyright...*

między płatnym oprogramowaniem Microsoftu i bezpłatnym Linuxa (oraz straty tego pierwszego), nietrudno wyobrazić sobie, że gdyby wielu autorów zaczęło udostępniać swoje *e-booki* za darmo, wydawnictwa zaczęłyby odnotowywać straty.

Freemium i bezpłatna kultura są kuszącymi koncepcjami, które nie mogłyby się pojawić w świecie offline. Sieć dzięki swojej architekturze jest idealnym miejscem na eksperymenty artystyczno-ekonomiczne, jak w wypadku wspomnianego już crowdfundingu, opierającego się na ekonomii wdzięczności. Jak pisze Julia Velkova:

For decades, though, some of the greatest changes in the circulation of digital wealth online have been introduced by the diverse practices of hackers, artists, and digital entrepreneurs who have been calling for more openness, solidarity, and sharing on the Internet. Starting with the free and open source software movement that took momentum in the 1990s, and followed later by the proponents of free culture in the early 2000s, the idea of creating wealth online through making public code, knowledge or culture has been a persistent ideal and cause of social action for many³⁶⁸.

Wciąż mówimy jednak o kapitalizmie³⁶⁹, a właściwie o kapitalizmie kognitywnym. Dobro wspólne, jak pisze Mikołaj Ratajczak, jest istotną wartością dla polityki komunistycznej³⁷⁰. Skąd więc kapitalizm? Autorzy, udostępniający swoją twórczość w sieci za darmo ostatecznie zyskują, zwiększają swój kapitał osobisty, skupiając na sobie uwagę odbiorców. Na takich projektach zarabiają również portale self-publishingowe, Facebook, Google i inne platformy, udostęp-

³⁶⁸ J. Velkova: *Open cultural production and the online gift economy: the case of blender*, <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/6944/5627>, [dokument elektroniczny, dostęp 25.05.2017].

³⁶⁹ Chociaż sprawiedliwie byłoby przypomnieć o projektach niemalże anarchistycznych, gdzie celem nie jest zarobkowanie, a twórcy zdają się mieć lewicowe korzenie – jak Rozdzielczość Chleba. Zob. strona grupy wydawniczej *Rozdzielczość Chleba*, <http://rozdzielchleb.pl>, [dokument elektroniczny, dostęp 15.11.2017].

³⁷⁰ M. Ratajczak: *Język jako środek produkcji. Uwagi do relacji między literaturą a kapitalizmem kognitywnym*. W: *Ekonomiczne teorie literatury*. Red. M. Kłosiński. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2017.

niające treści. W jaki sposób? Píše o tym Ratajczak, przywołując Matteo Pasquinalliego:

algorytm PageRank ustalający pozycję stron w wynikach wyszukiwania Google według powiązań z innymi stronami oraz ruchu między tymi stronami (a także platformy Adwords i Adsense, które monetyzują tę wartość) stanowi diagram wytwarzania wartości w kapitalizmie kognitywnym – przechwytyje on uwagę, afekty, pasję i pracę kognitywną wielu użytkowników i potrafi ją przełożyć na wymierną wartość³⁷¹.

Na self-publishingu większość autorów nie zarobi więc zbyt wiele – jak wskazują listy bestsellerów i wypowiedzi samych autorów³⁷². Część z nich zyska budując swój kapitał osobisty, jednak ostatecznie zwycięzcą będą księgarnie, portale self-publishingowe i platformy społecznościowe, które mogą zarobić wystarczająco dobrze na niezależnych autorach i reklamach. Niezależni autorzy w takiej sytuacji przypominają nieco robotników, którzy sądzą, że kontrolują cały proces produkcji, ale ostatecznie większość zysków trafia do kogoś innego.

Wszelako budowanie tego osobistego kapitału i spieniężanie swojej pracy nie miałyby miejsca, gdyby nie zostało zachowane jedno z typowych praw ekonomii sieci. Myślę o wspominanej już ekonomii wdzięczności, mechanizmie, który umożliwia istnienie zjawiska takiego jak crowdfunding, gdzie wymiana odbywa się na zasadzie daru³⁷³. Ten mechanizm dobrze tłumaczy artykuł *1,000 True Fans*, autorstwa Kevina Kellego³⁷⁴, tak jak Chris Anderson związanego ze środowiskiem magazynu „Wired”. Kelly stawia tezę (którą w trakcie późniejszych badań sprawdza), że internetowemu twórcy wystarczy zaledwie tysiąc zaangażowanych fanów, aby żyć ze swojej twórczości. Jednak haczyk polega na tym, że ten tysiąc osób musi być na tyle wierny twórcy, żeby kupić każdą jego

³⁷¹ Tamże, s. 146.

³⁷² Zob. wypowiedź Artura Króla, <http://blog.krolartur.com/czy-self-publishing-sie-oplaca/comment-page-1/>, [strona www, dostęp 26.05.2017].

³⁷³ Zob. J. Velkova: *Open cultural production...*

³⁷⁴ K. Kelly: *1,000 True Fans*, <http://kk.org/thetechnium/1000-true-fans>, [dokument elektroniczny, dostęp 26.05.2017].

pracę, opłacić każdą akcję crowdfundingową i wesprzeć każdą jego działalność. Zapewne taki twórca musi wiele produkować (nie ma w tym modelu miejsca na pisarza-artystę – raczej bliżej mu do pisania pod dyktando czasu i oczekiwań rynku, jak proponował wspomniany Alex Foster) i utrzymywać stałe zainteresowanie odbiorców. To tłumaczy, dlaczego niemalże pierwszym krokiem każdego self-publishera, mającego na celu promocję jego książki, jest utworzenie strony w portalu społecznościowym i poszukiwanie odbiorców, których na początku autor nęci bezpłatnymi treściami. Zbudowanie zainteresowania to podstawa ekonomii w internecie, a zainteresowanie można z czasem zamienić w gotówkę. Jednak jedną z zasad jest właśnie ekonomia wdzięczności, wolna kultura i *freemium* (rozumiem przez to zarówno projekty *open source*, bezpłatne *e-booki*, jak i udostępnianie fragmentów za darmo).

Fani płacą, ponieważ w ten sposób okazują przywiązanie i lojalność wobec twórcy, traktując jego twórczość jak dar. Nie chodzi tutaj o wymianę „książka za gotówkę”, ale o wielostopniową relację, w której raz obdarowywanym jest autor (uwagą czytelników, wsparciem finansowym), a raz czytelnik (nowymi tekstami, możliwością współuczestnictwa w procesie i możliwością kontaktu z autorem). Czy jednak w takim momencie wciąż możemy mówić o kapitalizmie kognitywnym? Michał Kłosiński podsumowuje swój artykuł, poświęcony wymianom symbolicznym:

Jean-Joseph Goux i Jean Boudilliard w wymianach symbolicznych widzą modele alternatywne wobec ekonomii politycznej czy systemu relacji społecznych wytwarzanych przez kapitalizm i neoliberalizm. Dar jest w ich myśleniu silnie związany z utopijną konstrukcją społeczności pierwotnych (...). Wymiany symboliczne to w tym myśleniu ekonomie, które polegają na podtrzymaniu społeczeństwa opartego na wzajemności i współnocie (...)³⁷⁵.

³⁷⁵ M. Kłosiński: *Wymiany symboliczne i wymiany niemożliwe*. W: *Ekonomia w badaniach literackich. Zagadnienia teoretyczne*. Red. Ł. Milenkowicz i P. Tomczok. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2017, s. 44.

Wciąż jednak będę się upierać, że self-publishing jest ekonomicznie nawiązany z kapitalizmem, a w wypadku crowdfundingu dar został poddany prawom rynku. W końcu nie mówimy o wymianie bezgotówkowej, ale o wsparciu finansowym, w zamian za które odbiorca otrzymuje konkretny produkt (np. książkę czy wspomnianą możliwość dopisania własnych wątków w powieści). A publikowanie bezpłatnych e-booków w znaczny sposób zwiększa kapitał wspominanych już portali.

Self-publishing opiera się więc z jednej strony na ekonomii daru, *freemium*, „długim ogonie” i bliskich relacjach autor-czytelnik, możliwych dzięki sieci. Taki model ekonomiczny – niby wywrotowy i lewicowy, a jednak kapitalistyczny, mógłby wyglądać kompletnie inaczej, gdyby nie środowisko sieci. Wracając do początkowego pytania o opłacalność self-publishingu, myślę, że trudno udzielić prostej odpowiedzi. Z jednej strony twórcy z dużym kapitałem osobistym, sprawnie grający z wspomnianymi zasadami, kształtującymi ekonomię w sieci, są w stanie wiele zyskać. I finansowo, i wizerunkowo. Jednak tacy twórcy z pewnością należą do mniejszości, a typowym przedstawicielem self-publishingu mógłby być autor, który próbował, ale z powodu małego kapitału osobistego (mała rozpoznawalność, mało fanów i subskrybentów w sieci), poniósł porażkę – książka nie sprzedała się. Pomimo wszystko autorzy zdają się szukać wad we własnej twórczości niż w systemie, który promuje osoby z dużym kapitałem i którym najzwyczajniej łatwiej przebić się do świadomości czytelników. Nie chcę tym samym przekreślać sensu self-publishingu, jednak wskazuję raczej na zagrożenie – niezależne publikowanie tylko w niektórych przypadkach może przynieść spektakularny sukces, a w innych wypadkach będzie rozwiązaniem dla prawdziwie niezależnych twórców, którym nie zależy na światowej sławie, a „lokalna” rozpoznawalność i intensywny kontakt z mniejszą grupą czytelników stanowi dla nich wystarczającą korzyść. Autor może też utknąć w błędnym kole publikowania treści za darmo, licząc na wzajemność czytelników, która nigdy nie nadejdzie. Autor 2.0 (wracając do terminu, używanego i przez

samych niezależnych pisarzy, i Macieja Maryla) poświęca na publikowanie swoich książek i kontakt z czytelnikami o wiele więcej czasu niż autor 1.0. I chociaż, jak zauważa Ratajczak, rozliczanie pracy umysłowej nastrocza trudności, na pewno należy wziąć pod uwagę wysiłek, jaki jest przez internetowych twórców na tę bezpłatną pracę poświęcany (aktualizowanie treści na stronie, odpowiadanie na wiadomości, umieszczanie wpisów w mediach społecznościowych, komentowanie). Praca pisarza 2.0 nigdy się nie kończy, a dodatkowa zapłata nie jest pewna. W porównaniu z wydawnictwem taki układ jest mniej stabilny i bardziej ryzykowny. Jednak z zagrożeń kapitalizmu kognitywnego (stawiania na siebie, jak pisze Ratajczak), firm wzbogacających się na self-publisherach, niekończącej się pracy i małych zyskach wyrasta nowy system. Na chwilę chciałabym zostawić polityczne szufladki oraz wskazać istotną dla mnie różnicę. *Self-publishing* jest ekonomicznie możliwy, bo w dużej mierze polega na pewnej umowie społecznej, wzajemnym zaufaniu nadawcy i odbiorcy. Nadawca wierzy, że otrzyma wynagrodzenie za tekst i tekst ten zostanie dobrze odebrany, zaś odbiorca inwestuje swój czas oraz uwagę w nieznanego szerszej społeczności twórcę. Jest to system niemalże naturalny dla struktury sieci, gdzie wszyscy są teoretycznie równi oraz mogą tworzyć kulturę bez żadnej bariery wstępu i dostosowywania się do zasad *mainstreamu*. Dostrzegam tutaj pewną zmianę, polegającą na zbliżeniu się nadawcy do odbiorcy, na ich zaufaniu oraz pewnej bliskości. I chociaż być może za wcześnie na śmiałe tezy, takie rozwiązania brzmią według mnie bardzo nierynkowo, chociaż jak wskazywałam, mogą przynosić zysk.

ZAKOŃCZENIE

Ocena wpływu self-publishingu na literaturę jest problematyczna. Po pierwsze, self-publishing jest zjawiskiem złożonym i podlega ciągłym przemianom, co jest charakterystyczne dla literatury w internecie. Trudno ogarnąć siecią badawczą wszystkie książki, wszystkich autorów i wszystkie instytucje, które wpływają na dynamikę zjawiska. Tak naprawdę każda książka i każdy autor to osobny przypadek, zasługujący na wnikliwe zbadanie, co starałam się wykazać w stosownej części pracy. W trakcie pisania tej rozprawy samo zjawisko ulegało mocnej ewolucji. Powstało kilka nowych serwisów self-publishingowych, kilka upadło, a w momencie pisania tych słów odkryłam istnienie nowych, powstałych zaledwie kilka tygodni temu. Tak samo wygląda sytuacja autorów – w 2014 najważniejszym polskim self-publisherem był Tomek Tomczyk, a w 2017 uczestnicy zjawiska rozmawiają o sukcesie Michała Szafrńskiego, zaś blogerzy traktują samodzielne wydanie książki jako oczywistość, co potwierdza fala samodzielnych publikacji. Zjawisko zmienia się dynamicznie i chociaż w momencie czytania tej rozprawy odbiorca może mieć wrażenie, że użyte przeze mnie przykłady nie są najbardziej adekwatne i wyraziste, nie ma to wpływu na postawione przeze mnie tezy, przynajmniej jeśli potraktujemy rozprawę jako pewne podsumowanie etapu rozwoju oraz percepcji zjawiska. Po drugie, *self-publishing* jest zjawiskiem nowym w polskim życiu literackim i wpływ takiego publikowania będziemy mogli ocenić dopiero z perspektywy czasu. Jednak celem tej rozprawy było przedstawienie najważniejszych tez dotyczących samego zjawiska i sił, które grają w tej specyficznej formie pola literackiego. Starałam się nie oceniać tekstów oraz samego *self-publishingu*, wszak nie jest to praca krytyczna, jednak w zakończeniu pozwolę sobie na kilka myśli i kilka ocen, ponieważ w tej części (opierając się na zreferowanych już przemyśleniach i wynikach moich naukowych poszukiwań) podsumuję, jak *self-publishing* wpływa na

literaturę. Mając oczywiście na uwadze, że być może za kilka lat wnioski okażą się błędne (zweryfikuje je czas) lub przestarzałe, ale taki jest niejako los prac naukowych z zakresu humanistyki cyfrowej.

Esej *Poetyka dzieła otwartego*, z już klasycznej, opublikowanej w roku 1962 książki *Dzieło otwarte*, Umberto Eco rozpoczyna następująco:

Pośród utworów współczesnej muzyki instrumentalnej można wyróżnić grupę kompozycji mających wspólną cechę: oto pozo-
stawiają one wyjątkowo wiele swobody wykonawcy, który nie tyl-
ko może, jak w muzyce tradycyjnej, interpretować wskazówki
kompozytora zgodnie z własną wrażliwością, ale ponadto ma
prawo, a nawet powinien oddziaływać na formę dzieła, określając
w akcie twórczej improwizacji wartość nut czy następstwo
dźwięków³⁷⁶.

Koncepcję dzieła otwartego Eco odnosi do wszystkich sztuk (w tym lite-
ratury), chociaż w swoich rozważaniach wychodzi od analizy współczesnych
dzieł muzycznych. Eco podkreśla umowność tej teorii oraz jej uniwersalny cha-
rakter – w eseju za pomocą licznych przykładów z historii sztuki stara się zdefi-
niować, czym jest dzieło otwarte. Zamiast prawd ostatecznych, Eco przedstawia
nowe spojrzenie na rolę czytelnika, autora i tekstu. Odwołuje się do licznych
przykładów, kreśli model dzieła otwartego, ale przede wszystkim przedstawia
proces otwierania się sztuki na interpretacje czytelnika. Czym jest dzieło otwar-
te Eco i dlaczego ten problem jest dziś wciąż istotny? Najpierw należy przyjrzeć
się samej teorii, podsumowanej przez Eco w trzech punktach:

1. Istnieją dzieła „otwarte” zwane przez nas dziełami w ruchu, któ-
rych cechą charakterystyczną jest zaproszenie odbiorcy do two-
rzenia dzieła wspólnie z autorem; 2. W szerszej skali istnieją dzie-
ła (stanowiące jakby rodzaj wobec gatunku „dzieł w ruchu”), które,
choć fizycznie ukończone, są jednak „otwarte”, gdyż mają
zdolność ciągłego rodzenia wewnętrznych relacji: odbiorca ma je
odkryć i wybrać spośród sumy wrażeń zawartych w akcie percep-
cji; 3. W istocie każde dzieło sztuki, nawet jeśli powstało przy jaw-

³⁷⁶ U. Eco: *Dzieło otwarte*. Tłum. zbiorowe. WAB. Warszawa 2008, s. 67.

nym lub ukrytym zastosowaniu reguł poetyki konieczności, jest z istoty swej otwarte na potencjalnie nieskończoną serię możliwych interpretacji, z których każda pozwala dziełu odżyć na nowo, wedle jakiejś perspektywy, jakiegoś gustu czy od indywidualnego wykonania³⁷⁷.

W wywodzie Eco ważne jest jednak podkreślenie roli odbiorcy w kształtowaniu znaczenia dzieła oraz pokazanie procesu przemian historycznych, które doprowadziły do takiego stanu rzeczy. Eco zaczyna od starożytności, gdzie twórcy zauważyli wzajemne oddziaływanie pomiędzy dziełem i odbiorcą, przez średniowiecze i teorię alegoryzmu (zakładającą kilkustopniowy proces odczytania tekstu), przez negującą określoność sztukę baroku, koncepcję poezji czystej z pogranicza oświecenia i romantyzmu, by ostatecznie dojść do współczesnej poetyki dzieła otwartego. Zgodnie z esejem Eco, dziś każde dzieło może być w zasadzie dowolnie interpretowane, stając się każdorazowo innym tekstem kultury – w zależności od osoby odczytującej, która w kształtowaniu znaczenia ma taką samą wagę, jak autor.

W poetyce dzieła w ruchu autor tworzy, zakładając swobodną interpretację odbiorcy, nieokreśloność rozwiązań, nieprzewidywalność nieskrępowanych wyborów interpretacyjnych. Dzieło jest otwarte, ale tylko w obrębie określonego pola relacji. (...) Słowem, dzieło w ruchu stwarza możliwość wielu indywidualnych interwencji, nie stanowi jednakże zachęty do interwencji bezkształtnych i chaotycznych. Jest swobodnym zaproszeniem do interwencji ukierunkowanej, do nieskrępowanego wejścia w świat, który pozostaje wszakże tym światem, jakiego chciał autor. Autor pozostawia więc odbiorcy dzieło do dokończenia³⁷⁸.

Eco zgrabnie uchwycił przemiany w kulturze i rosnącą rolę odbiorcy, w tym czytelnika, w kształtowaniu znaczenia dzieła. Odmienne interpretacje tego samego tekstu stały się dziś normą i prawem każdego odbiorcy. Studenci polonistyki mają zajęcia z interpretacji, eksperyment Stanleya Fisha udowodnił, że każdy tekst może stać się dziełem literackim dzięki nastawieniu i odczytaniu

³⁷⁷ Tamże, s. 82.

³⁷⁸ Tamże, s. 93.

czytelnika, zaś artyści sztuk wizualnych tworzą dzieła w pełni angażujące odwiedzających galerię. Czytelnik kształtujący symboliczny wymiar dzieła dzięki swojemu odczytaniu, stał się normą, oczywistością.

Jednak zastanawiając się nad koncepcją dzieła otwartego u Eco, nie sposób nie zadać sobie dwóch pytań: o kolejny etap przywołanego przez niego procesu otwierania się dzieła oraz o rolę autora, który z instancji zawiadującej ostatecznym sensem dzieła przeobraził się w współtwórcę treści, która nabiera sensu i ostatecznego kształtu dopiero dzięki lekturze. W tym samym momencie czytelnik staje się współautorem. Każdy z odbiorców może wytworzyć nowe znaczenie dzieła, a więc w zasadzie kolejne dzieło – dzięki swojej lekturze i interpretacji (nawet niezamierzonej). Podsumowując – dzieło otwarte zaprasza czytelnika do współtworzenia treści.

Proces otwierania się tekstu na odbiorcę wciąż trwa, a dodatkowo sprzyja temu rozwój technologii. Zaczynając od samej produkcji książki, która – z początkiem lat dziewięćdziesiątych i wprowadzeniem druku cyfrowego do drukarni oraz zastąpieniem składu tekstu w drukarni na skład komputerowy – stała się łatwiejsza, a obecnie właściwie każda osoba posiadająca minimalne umiejętności obsługi komputera może samodzielnie przygotować książkę do druku i tanio wydrukować ją w małym nakładzie. Wraz z rozwojem technologii komputerowych i internetu pojawił się szereg nowych zjawisk literackich: self-publishing, hipertekst, powieści i wiersze tworzone w mediach społecznościowych, poezja elektroniczna... Zdaje się, że technologia wydawnicza ma niewiele wspólnego z otwieraniem się dzieła na odbiorcę, ale wystarczy przyrzeć się bliżej tym przemianom, by wyciągnąć kilka wniosków. Za dzieła otwarte możemy również uznać graficzne wiersze Guillaume Apollinaire, których sens zmieniał się z indywidualną lekturą czytelnika. Jednak w wypadku tekstów Mallarmégo i Apollinaire'a, przywoływanych w eseju Eco, mówimy o dziełach, które mają stałą formę. Są wydrukowane na papierze, ich zapisu nie można zmienić, można jedynie interpretować. Czytelnik zaproszony jest do swojego odczytania, ale nie może

zmienić tekstu. Inaczej jest w wypadku książek elektronicznych, *e-booków*, zapisane nie atramentem na papierze, lecz kodem cyfrowym. Odczytać je można za pomocą strony www, aplikacji na tablecie, telefonie, ale i na czytniku. Dlaczego można uznać wszystkie teksty zapisane w elektronicznej formie za dzieła otwarte i co ma do tego poezja Apollinaire? E-book nie tylko jest otwarty na czytelnika dzięki wartości literackiej. Czytelnik może dowolnie manipulować sensem, zmieniając jego formę wizualną. Za pomocą aplikacji wgranej na urządzenie może zmieniać wielkość i rodzaj fontu, dodawać dodatkowe światła i kompletnie zmieniać formę. Jeśli zakładamy, że zapis tekstu jest kluczowy w jego interpretacji (tak jak w wypadku wierszy Apollinaire), a czytelnik może współtworzyć sens dzieła przez różnorakie odczytanie, bez wątpienia powinniśmy uznać każdą książkę elektroniczną, dającą możliwość przekształcenia tak istotnej w interpretacji strony wizualnej, za dzieło otwarte. Jednak zapis elektroniczny daje jeszcze jedną możliwość – czytelnik może stać się dosłownie współautorem dzieła. Każdą książkę elektroniczną można samodzielnie zmodyfikować – po otwarciu *e-booka* w dowolnym programie wyświetla nam się tekst zapisany za pomocą języka HTML. Usunięcie partii tekstu, dopisanie własnych, podmiana okładki na zaprojektowaną przez siebie – takie zadania są bardzo proste i dostępne dla każdego z odpowiednim oprogramowaniem. W *e-booku* czytelnik może dokonać zmian w taki sposób, że osoba postronna nie będzie w stanie zauważyć naniesionych poprawek (chyba że porówna plik z wersją oryginalną). Tekst zapisany i udostępniony za pomocą kodu jest z założenia otwarty, zaś od czytelnika zależy jego wygląd, układ akapitów, a nawet zawartość. Skoro zakładamy, że forma zapisu jak w wypadku twórczości Apollinaire jest ważna i wpływa na otwartość tekstu, otwartość książki elektronicznej powinna być niepodważalna.

W rozprawie starałam się pokazać, jak proces wydawniczy również nabiera otwartego charakteru. Zanik strażników (redaktorów, wydawców) pozwala każdemu na opublikowanie swojego tekstu, a brak odgórnych reguł znanych z

starszych instytucji otwiera szeroko rozumianą literaturę na czytelnika i autora. Powinniśmy myśleć o self-publishingu jako o procesie otwierającym dzieło. Jako o kolejnym etapie procesu opisywanego przez Eco, obfitującym w nowe możliwości, dzięki którym czytelnik może stać się współautorem tekstu, nie tylko gdy zmienia wygląd e-booka, ale również gdy dopisuje swoje własne fragmenty (w ramach akcji crowdfundingowych), kształtuje poszukiwania artystyczne autora (komentując rozdziały książki publikowane na Wattpadzie, blogu lub księgarniach internetowych) i w końcu sam się nim staje (np. tworząc fanfiction). Jednak należy w tym wypadku zaakceptować to, że chociaż Eco pisał o procesie otwierania się dzieła literackiego, sposób wydania (self-publishing) również należy do tych zmian. Zdaję sobie sprawę, że nie jest to oczywiste myślenie: zrównać medium z przekazem. Jednak Marshall McLuhan w *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*³⁷⁹ zwraca uwagę, że środek przekazu (w tym wypadku książka/e-book/tekst na blogu/hipertekst) również jest przekazem, nie zaś wyłącznie środkiem transferu treści. Dlaczego więc nie mielibyśmy potraktować sposobu wydania (self-publishingu) jako „treści”, kolejnego etapu otwierania się dzieła? Sposób wydania wpływa zarówno na sam tekst, jak też na rolę instytucji literackich i percepcję literatury. I chociaż *self-publishing* można by po prostu sprowadzić do innego sposobu wydania, zmiany sięgają głębiej i wynikają z rozpoczętego wcześniej procesu otwierania się dzieła.

Self-publishing prowadzi do coraz większego rozszczęlnienia ram wydawniczych, dopuszczając również teksty, które wcześniej zostałyby uznane za niepublikowalne i wpuszczając na literacką scenę aktorów, którzy w tradycyjnym obiegu literackim nie mogliby się pojawić. Można zastanowić się nad tym, jak ocenić taką sytuację. Oczywiście, wielu strażników (w tym krytyków literackich) będzie mocno potępiać self-publishing, jak wykazałam na początku rozprawy. Self-publisherzy są oskarżani o psucie rynku wydawniczego, jednak pisząc uczciwie, wydawnictwa również wpuszczają do obiegu wydawniczego

³⁷⁹ Zob. M. McLuhan: *Zrozumieć media...*

książki miałkie, jakich dziś wszędzie pełno. To prawda, że wiele książek wydawanych przez niezależnych autorów jest pozbawionych redakcji, korekty i wydanych niedbale, ale niedbalstwo jest też cechą wytykaną wydawnictwom. Nie chodzi zatem o dobro sztuki, ale o pewne zagrożenie, jakim są niezależni autorzy, którzy nie chcą dzielić się zyskami z wydawnictwami, bo dla wielu self-publishing jest bardziej opłacalny. Wydawnictwa tracą kontrolę nad rynkiem, a miały na nią niemalże monopol, jeśli pamiętamy o problemach krytyki literackiej, wycofującej się na uniwersytet. Sprzeciw ze strony krytyków i niektórych czytelników może wynikać z masowego charakteru zjawiska. Od początku zwracam uwagę, że właściwie niemożliwe jest dokładne przeanalizowanie, ile książek zostało wydanych w ramach self-publishingu (brak osobnej kategorii w Bibliotece Narodowej, ulotność takich publikacji) oraz że większość w ten sposób wydanych tekstów nie doczeka się recenzji chociażby na blogach, nie mówiąc o tekstach krytycznych w mediach. Kłopoty mogą wynikać również stąd, że czytelnicy są osaczeni rosnącym stosem nowości – z wydawnictw i autorstwa self-publisherów – których nie sposób przeczytać, skatalogować i wybrać z nich czegoś dla siebie. Przypominając tylko opinię Andrew Keena i rozdział poświęcony grafomanii, chciałam zauważyć, że otwarcie równa się przesunięciu lub zlikwidowaniu pewnych granic, więc coraz trudniej czytelnikom jest zweryfikować, który tekst jest wart uwagi, a który nie. Odpowiedzialność za wybór lektury spada całkowicie na nich, tym bardziej, że trudno liczyć na krytyków (profesjonalnych lub nie), którzy prawie wcale nie są zainteresowani tekstami wydanymi w ramach *self-publishingu*, a nawet jeśli byłoby inaczej, to liczba wydawanych tekstów jest zbyt duża, aby każdy z nich objąć krytycznym komentarzem. *Self-publishing* zmienia rynek książki w worek, w ramach którego czytelnik może wybierać wedle uznania, ale licząc się z tym, że w pewnym momencie wylosuje kompletnie nietrafiony lub źle przygotowany towar.

Te wszystkie przemiany nie byłyby możliwe, gdyby nie rozwój technologii, zmiany społeczne i kulturowe oraz przemodelowanie rozumienia tego, co jest

literaturą, a co nią już nie jest. I pamiętając o malejącym znaczeniu krytyki literackiej (wprost proporcjonalnym do wzrastającej popularności krytyki amatorskiej), wniosek wydaje się jasny – self-publishing jest zjawiskiem możliwym wyłącznie dzięki czytelnikowi. I sam proces otwierania się tekstu właściwie można by określić jako przekazywanie większej władzy czytelnikowi – który na etapie opisywanym przez Eco jest nadawcą sensów, by ostatecznie stać się głównym decydem. Spoglądając na problem z ekonomicznego punktu widzenia, rynek książki (w tym wydawnictwa i niezależni autorzy) podlegają prawom popytu i podaży. Gdyby na książki self-publisherów nie było popytu, zapewne zjawisko nie mogłoby się tak dynamicznie rozwijać, a o popycie przecież decydują zainteresowani czytelnicy, którzy wspierają swoimi wyborami (funduszami i uwagą) książki wydawane w taki sposób.

José Ortega y Gasset w klasycznym eseju *Bunt mas* przedstawia wizję społeczeństwa XX-wiecznego, które odbiega od znanych wcześniej struktur za sprawą wystąpienia mas. Ortega pisze tak:

Tłum stał się nagle widoczny, zajął w społeczeństwie miejsce uprzywilejowane (...). Pojęcie tłumy ma charakter ilościowy i wizualny. Przetłumaczymy je, nic w nim nie zmieniając, na język socjologii. Okaże się, że mamy do czynienia z ideą mas społecznych. Społeczeństwo jest zawsze dynamicznym połączeniem dwóch czynników: mniejszości i masy. (...). Natomiast masa to zbiór osób nie wyróżniających się niczym szczególnym³⁸⁰.

José Ortega y Gasset łączy pojawienie się mas z rozwojem aglomeracji miejskich, podniesieniem standardu życia i (uwspółcześniając jego wywód) nadwyżką kognitywną oraz pojawieniem się czasu wolnego, co pozwalało przedstawicielom mas w uczestnictwie w sferach życia zarezerwowanych wcześniej dla inteligencji, bogatego mieszczaństwa i arystokracji. Ortega utyskuje (w podobnym zresztą duchu jak szkoła frankfurcka, a później wspomniany Andrew Keen), że nieciekawe masy mają wpływ na kształtowanie kultury, polity-

³⁸⁰ J. Ortega y Gasset: *Bunt mas*. Tłum. P. Niklewicz. Muza. Warszawa 2002, s. 12.

ki i życia społecznego, chociaż nie reprezentują sobą zbyt wiele, są niewykształcone i z pewnością brak im umiejętności krytycznego myślenia. Jednak ich przedstawiciele stają się zarówno twórcami, jak i odbiorcami sztuki mając wpływ na to, co zostaje w kulturze uznane za ważne, a co nie. I chociaż w duchu krytyki marksistowskiej lub chociażby oczywistego i niemalże niepodważalnego umasowienia sztuki, takie stanowisko wydaje się archaiczne i dość konserwatywne, myśl Ortegi wciąż jest aktualna w związku z przemianami funkcjonowania literatury w sieci. Self-publishing byłby zjawiskiem napędzanym przez masy – jednostki przeciętne, które postanowiły podzielić się swoją twórczością w sieci. Oczywiście, w takim razie można się zastanawiać, czy Stephen King, decydując się na self-publishing, stał się jednym z przedstawicieli masowego społeczeństwa. Wszak w formułę self-publishingu wpisane jest bycie kimś zwyczajnym – autorem (nie pisarzem), blogerem (nie pisarzem), osobą, która pisarzem chce się stać. Masy buntują się, już nie potrzebują strażników (lub jak napisałby Gasset – inteligencji lub arystokracji), aby otrzymać zgodę na publikację. I nie chodzi tu o zgodę formalną (o decyzję redaktora – wydawać bądź nie), ale o akceptację osób wykształconych, specjalistów. Dziś już nawet najgorętszy sprzeciw krytyków czy literaturoznawców nie sprawi, że przeciętna książka przestanie być przez nich uznawana za bardzo dobrą lub wartościową. W związku z tym w obiegu literackim pojawiają się teksty przeciętne, nawet słabe, niedopracowane i nic niewnoszące do rozwoju szeroko rozumianej literatury, które jednak zyskują ogromną akceptację czytelników. Nikt nie sprawdza kompetencji osób publikujących w ramach self-publishingu (ku zapewne szczeremu ubolewaniu Andrew Keena i innych osób stojących na straży wartości artystycznych), a gwiazdy jednego sezonu są uznawane za ekspertów w danym temacie. Taka sytuacja wynika z pewnej dynamiki współczesnych mediów i dyskursu krytycznego, który przez niektórych może być uznawany za relik. Czytelnik zderza się z zalewem średniej jakości tekstów nie wiedząc, co wybrać. A skoro odbiorcami tych tekstów są również internetowe masy, tłumnie komentujące książki na portalach

książkowych typu *Lubimy Czytać*, to o wartości publikacji nie decyduje zdanie ekspertów, lecz anonimowych mas. Tekst ważny jest równoznaczny z tekstem popularnym, który wywoła odpowiedni szum medialny. Taka sytuacja wynika również ze zmian w funkcjonowaniu innych instytucji literackich, wielokrotnie wspominanych problemów krytyki literackiej oraz strategii wydawców, którzy nie wydają książek wartościowych, ale takie, które się sprzedają, też niejako ulegając w ten sposób masom. Dlatego tak trudno na listach bestsellerów znaleźć książki literackie, wysoko oceniane przez krytyków lub tomy poetyckie, za to większość pozycji to tytuły utrzymane w przewidywanych i powtarzalnych konwencjach (romans, kryminał, fantastyka) lub poradniki, nie zawsze pisane przez specjalistów, a często przez osoby popularne (bloggerów, celebrytów). Oczywiście większość tych zmian wynika z polityki wolnorynkowej, ale efekt jest taki, że czarne prorocтва Ortegi i szkoły frankfurckiej spełniły się nawet ponad spodziewaną miarę. Gdy wolny rynek zaczął rządzić polską literaturą, specjaliści i trudniejsze w odbiorze książki straciły na znaczeniu, na rzecz domorosłych krytyków oraz literatury, która jest zrozumiała, powtarzalna i wzbudza zainteresowanie szerokiego grona odbiorców. Masy przejęły władzę nad rynkiem książki.

Self-publishing był od początku zaprojektowany jako zjawisko masowe, gdzie wszyscy arbitrzy sztuki zostali wykluczeni – tylko masa, liczba sprzedanych egzemplarzy, opinii w mediach społecznościowych decyduje, czy dana książka jest ważna oraz potrzebna, czy też nie. Efekt jest taki, że w trakcie pisania rozprawy trudno było mi znaleźć przykład książki literackiej, która wydana w ramach *self-publishingu* odniosła większy sukces – nawet wspomniany *Thorn* Tomka Tomczyka został chłodno przyjęty przez czytelników. Otwarcie procesu wydawniczego i przekazanie władzy umasowionemu odbiorcy prowadzi do sytuacji, gdzie niemerytorycznie napisane poradniki zdobywają popularność, teksty niepewnej jakości artystycznej są uznawane za arcydzieła, każda osoba potrafiąca w miarę sprawnie posługiwać się komputerem może zostać autorem, a każdy odbiorca krytykiem literackim. Każdy może wydać wszystko i jedynie tłum

oceni, czy tekst ma wartość, czy nie. Ortega y Gasset zwraca uwagę, że umasowienie ma bezpośredni związek ze spadkiem jakości, a same masy nie zawsze cenią krytyczne myślenie. Nic więc dziwnego, że w takim układzie w ramach *self-publishingu* często wydawane są książki niedopracowane, bez korekty, niemalże w formie pierwszych maszynopisów, które jednak zyskują zainteresowanie czytelników.

Czy możemy więc w tym wypadku mówić o rewolucji? Czy dzięki temu zjawisku zachodzi istotna zmiana w polu literackim i naszym rozumieniu literatury?

Tak naprawdę *self-publishing* w najprostszym rozumieniu można sprowadzić do innego sposobu wydawania książek. Zamiast wydawnictwa – autor, zamiast tradycyjnych kanałów komunikacji literackiej – komunikacja literacka w sieci, ściślejszy kontakt pomiędzy czytelnikiem a autorem. W ten sposób jednak wciąż mówimy tylko o procesie wydawniczym i zamiast rozprawy literaturoznawczej, można by napisać prosty artykuł o nowej technologii wydawania. Wszelako zmiany wynikające z przejmowania przez autora funkcji wydawnictwa są znacznie głębsze.

Z pewnością przekształceniu ulega funkcjonowanie trzech instytucji literackich: wspomnianego już czytelnika, wydawcy i autora. Czytelnik dzięki procesowi otwarcia i umasowieniu sztuki zdobywa władzę, przyjmując funkcję krytyczną. Wydawnictwo z instytucji literackiej wyznaczającej, co powinno, a co nie zaistnieć w obiegu literackim, przeobraża się w inwestora – dofinansowującego co lepiej rokujące tytuły i odpuszczającego te ambitne, ale niesprzedawalne oraz nieroszczącego już sobie prawa do decydowania, co jest wartościową literaturą. Jednak najciekawsza zmiana dotyczy autora. *Self-publishing* byłby ideą niemożliwą, gdyby część spośród graczy pola literackiego (czytelników i pisarzy) nie uznała, że autor zasługuje na więcej. Powinien zarabiać więcej niż w tradycyjnym wydawnictwie, mieć większy wpływ na proces wydawniczy, opowiadać o książce w ramach promocji tak jak uzna za stosowne. Oraz nie pole-

gać na strażnikach pola literackiego i samodzielnie decydować o tym, co, kiedy i w jakiej formie może publikować. W przywoływanym przez Eco procesie widać osłabienie pozycji autora na rzecz czytelnika. Self-publishing jest dość paradoksalną odpowiedzią na ten proces, w którym zarówno autor, jak i czytelnik zyskują większą władzę w ramach pola, a wydawnictwo i krytyka ją tracą. Autor decyduje o gotowości oraz sposobie wydania, zaś czytelnik ocenia, czy jego praca jest wartościowa. Usunięcie wydawnictwa z tego równania sprawia, że możemy myśleć o rewolucji. Jednak self-publishing nie jest zjawiskiem zawieszonym w próżni i mimo pojawienia się nowego typu autora wciąż świetnie funkcjonuje „stara” formuła pisarza... Uważam, że self-publishing nie skutkuje znaczącymi zmianami na poziomie tekstu, gatunków czy konwencji (o czym pisałam wcześniej, zwracając uwagę na pewną symultaniczność popularności gatunków w obiegu self-publishingowym i tradycyjnym), lecz prowadzi do pojawienia się innego typu autora i konfrontacji tego typu z poprzednim, a w ślad za tym – sprzyja pojawieniu się nowej, postliterackiej formuły pisarstwa, roboczo nazwanej przeze mnie nową piśmiennością. I ten moment wydaje mi się najciekawszy: z jednej strony mamy mocno ugruntowaną w społeczeństwie wizję pisarza, który nie powinien na swojej sztuce zarabiać (o czym pisałam w poprzednich rozdziałach) i wielu twórców, podejmujących grę z tym wizerunkiem – by wspomnieć chociaż o Michale Witkowskim, Szczepanie Twardochu, głośniejszej dyskusji dotyczącej pisarskich zarobków, rozpętanej przez Kaję Malanowską³⁸¹ czy pisarzach przyjmujących celebrycką strategię. Pisarze debiutujący w wydawnictwach, pojawiający się w mediach jako eksperci, nagradzani i omawiani przez krytyków reprezentują pewną formację – formację druku, strażników i krytyki literackiej. Taki sposób wydawania łączy się z prestiżem zawodu pisarskiego, niezależnie,

³⁸¹ Zob. M. Fal: *Kaja Malanowska: "6800 zł za 16 miesięcy ciężkiej pracy. Mam ochotę strzelić sobie w łeb". Awantura o zarobki pisarzy*, <http://natemat.pl/94491,kaja-malanowska-6800-zl-za-16-miesiecy-mojej-ciezkiej-pracy-mam-ochote-strzelic-sobie-w-leb-awantura-o-zarobki-pisarzy>, [strona www, dostęp 12.02.2018].

czy mówimy o kolejnym laureacie nagrody Nike, czy pisarce publikującej co roku następny romans. Taki mit pisarza łatwo wchłania i twórców kryminałów, i poetów, i eseistów, mieszcząc w pojemnym worku narodowych wieszczów pospół z twórcami konwencjonalnej literatury. Co istotne, w tak idealnym modelu pisarze komunikują się z czytelnikami za pomocą tekstu, mediów, na spotkaniach autorskich. Jeden przemawia do wielu, pisarz tworzy dla szerokich, czytelnich mas. Po drugiej stronie barykady stoi autor 2.0, publikujący z założenia samodzielnie, w sieci, dla wąskich, rozproszonych grup odbiorców. Ten autor świetnie opanował podstawy marketingu, przedsiębiorczości, a internet jest dla niego naturalnym środowiskiem twórczym. Tam publikuje swoje teksty, promuje je, szuka odbiorców i komunikuje się z nimi. Zamiast prestiżu – wolność i przedsiębiorczość, a zamiast książki papierowej – cyfrowa. Bez strażników, recenzentów i instytucji sam decyduje co wydać, w związku z czym wielu mówi do wielu.

Tak naprawdę możemy mówić o pojawieniu się nowego typu twórcy, który mógł zaistnieć dzięki self-publishingowi. Samo zjawisko wpływa na nasze rozumienie tego, kim jest autor i czym jest literatura. Nie musi to być tekst opublikowany w formie książki, dostępny w księgarni, ale na przykład zbiór postów na blogu. Poza zmianami formalnymi, dochodzi do kolejnych zmian w obrębie komunikacji literackiej. Wspominane otwarcie i umasowienie doprowadzają do sytuacji, gdy wcześniej osoby, które mogły wyłącznie zająć pozycję czytelnika na polu literackim (nie zostałyby dopuszczone do publikacji), stają się autorami i twórcami literatury. Otwarcie dopuszcza głosy uczestników, które wcześniej były skazane na ciszę, a tym samym umożliwia pojawienie się tekstów literackich, które wcześniej nie spełniałyby wymagań formalnych. Fanfiction, powieści w odcinkach, autobiograficzne sylwy z podróży, autobiografie (osób powszechnie niezbyt znanych), wprawki literackie – takie formy konkurują z romansami, poradnikami, reportażami i powieściami pisanymi przez uznanych artystów. Zmienia się nasze rozumienie literatury, komunikacja coraz bardziej rozprasza

się na małe grupy odbiorców, a otwarcie i umasowienie doprowadza do momentu przełomu. Na poziomie tekstu książki wydawane samodzielnie noszą mocny ślad autora – są autobiograficzne, oparte na własnych doświadczeniach lub odwołują się do nich w nieco bardziej zakamuflowany sposób (jak u Bartosza Adamiaka). Autor stoi w centrum interpretacji, zaznaczając swoją obecność w tekście, jak się to dzieje w książkach Tomka Tomczyka. I te wszystkie wprawki, niedopracowane teksty, formy hybrydyczne i nieprzystające do tradycyjnego rynku książki (jak powieści w odcinkach na blogach) są głosem autorów, którzy chcą wyrazić coś od siebie. Wraz z *self-publishingiem* nadchodzi obietnica spełnienia oraz samorealizacji, wyrażenia siebie przez pisanie. I chociaż, jak już pisałam, wielu autorów przejmie strategie literackie z tradycyjnego rynku książki i adaptuje je na swój użytek (tworząc książki w określonej formie i określonych konwencjach), to i tak wybrzmiewa z nich silne autorskie „ja”, nieco wyciszone w *mainstreamie*.

Gdyby krótko podsumować zjawisko, wskazać jedną fundamentalną zmianę, do której prowadzi samodzielne wydawanie książek, byłaby to z formuła nowej piśmienności. Samo pojęcie wytłumaczyłam wcześniej – w rozdziale poświęconym przemianom autorstwa, jednak istotne jest, że nowa piśmienność doskonale opisuje zmiany kontowane przez self-publishing i zarazem go wywołujące. Wspominane wielokrotnie rozproszenie, zanik kanonu, produkcja literatury przez osoby wcześniej do tego nieuprawnione (przez redaktorów i wydawnictwa), krytyka amatorska i zmiana w sposobie pisania książek (rozbudowany element autobiograficzny). Nowe myślenie o twórczości w sieci, zmiany technologiczne, pokoleniowe i kulturowe umożliwiły powstanie *self-publishingu* w takiej postaci, w jakiej go dziś obserwujemy. Ale również dzięki tym przekształceniom i społecznej akceptacji literatury w takiej formie (amatorskiej, ogólnodostępnej, autobiograficznej i czasem niedopracowanej) możliwy jest dalszy rozwój tego fenomenu. Bez czytelników i autorów, którzy wyrosli w pewnej formacji kulturowej nowa piśmienność nie byłaby możliwa.

Cechą nowej piśmienności jest rozproszenie, brak kanonu, demokratyczność i brak progu wejściowego – każdy może uprawiać literaturę, a dzielenie się twórczością jest łatwe dzięki sieci. O zjawisku rozproszenia w badaniach literackich (i badaniu przez akademików fenomenów literackich wcześniej pomijanych) pisze Naomi Segal tak:

Cultural literacy is a way of looking at social and cultural issues – especially issues of change and mobility, as we shall see – through the lens of literary thinking. It is a way of finding and making sense, by looking at the textuality, fictionality, rhetoricity and historicity of things. It is part of the general movement of interdisciplinarity within humanities and between humanities and other disciplines,⁶ but it is a distinctive activity within that larger movement³⁸².

Segal zwraca uwagę, że współczesne problemy z pogranicza literaturoznawstwa i innych nauk (kulturoznawstwa, socjologii, historii, sztuki) mogą być opracowywane i rozwiązywane przez literaturoznawców, jeśli zachowamy literaturoznawcze spojrzenie. Współczesne problemy literackie wymagają interdyscyplinarnego podejścia, ponieważ zdaniem Segal już nie możemy mówić o literaturze, ale o literackości. Jej literackość (w oryginale „literacy”) ma wiele wspólnego z nową piśmiennością. Badaczka zauważa, że współczesne przemiany kultury doprowadziły do sytuacji, gdy trudno mówić o kanonie, który zasługuje na szczegółowe zbadanie w duchu krytyki poststrukturalnej – raczej możemy mówić o zjawiskach i spróbować zrozumieć ich funkcjonowanie w kulturze. Literackość i nowa piśmienność sugerują koniec literatury, jaką znamy. I chociaż przy niemalże każdym zwrocie krytycznym ogłaszany jest kolejny koniec, ważne jest, aby zrozumieć, że w tej nowej rzeczywistości badawczej dzieło noblisty, fanfiction i serial mogą mieć taką samą wartość dla odbiorców, a pozornie niedostrzegalne i nieistotne zjawisko jak *self-publishing* wpływać na rozumienie literatury przez kolejne pokolenia. O tym, co jest, a co nie jest literaturą

382 *From literature to cultural literacy...*

nie decydują więc krytycy, wydawcy, akademicy, księgarze, tylko czytelnicy i autorzy. Jest ona dobrem wspólnym, ważnym, jednak nie ważniejszym od innych tekstów kultury. Nie oznacza to, że nie powinniśmy szukać tekstów istotnych, wyjątkowych i poddawać ich analizie. Jednak w takim układzie sił o ważności decyduje sieć odbiorców, wyrażających często swoje zdanie za pomocą „lajka”, zdawkowego komentarza na portalu książkowym lub zakupu. Ich głos niesie się teraz najsilniej, wzbudzając zapewne konsternację niektórych krytyków. Jednak nowa piśmienność stała się faktem, a dla autorów nie ma nic dziwnego w pisaniu tekstów użytkowych na zmianę z powieściami o artystycznym zacięciu, jak to miało miejsce w epoce renesansu. Wykluczenie wydawnictwa z procesu publikacji i komunikacji literackiej nie jest więc przyczyną takich zmian, ale pewnym ich następstwem. Możliwe, że i niebawem wydawnictwa, pragnące się dostosować do nowej sytuacji, zaczną wydawać teksty przynależące do różnych konwencji, ale tego samego autora (bo już dziś można zauważyć duże zainteresowanie wydawnictw twórcami sieciowymi i książkami autobiograficznymi, część wydawnictw również udostępnia przestrzeń dla self-publisherów: czy w ramach osobnych projektów, czy miejsca w ich dedykowanych księgarniach). Pytanie, jak na te zmiany zareagują inne instytucje komunikacji literackiej – biblioteki, media, kapituły nagród literackich i inni. *Self-publishing* będzie z pewnością kontował dalsze zmiany w funkcjonowaniu instytucji literackich i dalsze przeobrażenia komunikacji literackiej. Nie chcę spekulować, ale jestem ciekawa w jaką stronę zmierzają te przeobrażenia. Jedno jest pewne: sytuacja literatury będzie jeszcze bardziej skomplikowana i trudniej będzie odsiać ziarno od plew. Być może w przyszłości emancypujący się autorzy i czytelnicy zrezygnują również z usług wydawców oraz krytyków, by samodzielnie wydawać i oceniać książki. Pewne jest jednak to, że otwarcie procesu wydawniczego doprowadza do sytuacji, gdy odbiorcy są zalewani morzem tekstów, a od autorów i czytelników zależny jest dalszy los literatury.

Bibliografia

Materiał badawczy

- Adamiak B.: *Era Mroku*. 2014.
- Adamiak B.: *Rae Regis*. 2015; *Reset*. 2016.
- Adamiak B.: *Sukkub i inne opowiadania*. 2016.
- Agnieszkazak.com*, <https://agnieszkazak.com>, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Ainston K.: *Kevin sam w domu. Nie tylko fish & chips*. 2014 Rozpisani.pl.
- Artykuły dotyczące Izabeli Olchowicz-Marcinkiewicz na portalu plotkarskim Pudelek, <http://www.pudelek.pl/tag/Izabela+Olchowicz>, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Beezar.pl*, www.beezar.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Biznesowe Info*, <http://biznesoweinfo.pl/self-publishing-krok-po-kroku-czyli-moja-droga-do-wydania-wlasnej-ksiazki>, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Borowiak J.: *Emerytura nie jest ci potrzebna*. 2013 Rozpisani.pl.
- Czapliński P.: „*Księgi Jakubowe*”, czyli *dwieście lat samotności*. Recenzja nowej książki Olgi Tokarczuk, http://wyborcza.pl/1,75410,16835955,Ksiegi_Jakubowe___czyli_dwiescie_lat_samotno_sci_.html, [strona www, dostęp 2.02.2018].
- Ebookowo*, www.ebookowo.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Galicki S.: *Ja, podchorąży*. Rozpisani.pl 2015.
- Gorefikacje*. Wyd. zbiorowe, <http://darmowe-ebooki.com.pl/46727-antologiadogorefikacje.html>, [książka elektroniczna, dostęp 1.03.2017].
- Grupa Self-publishing – wydaj książkę samodzielnie – grupa wsparcia*, <https://www.facebook.com/groups/1772719966346437/?fref=ts>, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Hadzik J.: „*Koma*” Aleksander Sowa, <http://bojalubiekaweiksziazki.blogspot.com/2015/04/koma-aleksander-sowa.html> [strona www, dostęp 15.11.2017].
- Heller M.: *Własna kawiarnia, marzenie czy udręka*. Rozpisani.pl 2016.
- Hoe A.B.Z.: *Thalią przez Skandynawię*. Zeszyt 7. RW2010 2015. <http://www.beesfund.com/projekty/pokaz/130,beauty-mission-project> [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].
- Informacja o Anecie Rzepce na stronie książki w serwisie RW2010*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMzUy/gra-o-dusze.html?title=Gra%20o%20dusze>, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Informacja o autorce (Ruda) na stronie książki w serwisie Wattpad*, <https://www.wattpad.com/user/polishbeauty> [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Informacja o Grażynie Zawadzkiej na stronie książki w serwisie RW2010*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SNTAx/podwodne-wspomnieniakolory-rafy.html?title=Podwodne%20wspomnienia%20-%20kolory%20rafy> [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Informacja o Jacku Pałasińskim na stronie książki w serwisie RW2010*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTQ2MQ==/zapiski-z-podrozy-2015.html?title=Zapiski%20z%20podrozy%202015>, [strona www, dostęp 1.03.2017].
- Informacja o Radosławie Lewandowskim na stronie książki w serwisie RW2010*, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTA2NQ%3D%3D/yggdrasil-exodus.html?title=Yggdrasil.%20Exodus>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Informacje o Pepsi Elliot na jej stronie www, <http://www.pepsieliot.com/kim-jest-pepsi-eliot/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Isabel pisze książkę o Kazie i szuka wydawcy, http://www.pudelek.pl/arttykul/96714/isabel_pisze_ksiazke_o_kazie_szuka_wydawcy, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Izabela Olchowicz-Marcinkiewicz. Burza wokół jej książki [strona www, dostęp 1.03.2017], <http://www.pomponik.pl/plotki/news-izabela-olchowicz-marcinkiewicz-burza-wokol-jej-ksiazki-co-j,nId,2349772>.

Kaim K.: *Wilczyca*. RW2010 2013, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SMTQxMw%3D%3D/wilczyca.html?title=Wilczyca&ref=2>, [książka elektroniczna, dostęp 1.03.2017].

Karzełek F.: *Pieniądze są sexy*. Rozpisani.pl. 2015.

Kategoria „polecane” na portalu Rozpisani.pl, <https://www.rozpisani.pl/publications>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Kawalec R.: *Pozwolenie na broń? To łatwe czyli jak zdobyć Glocka i co można z nim zrobić*. RW2010. 2014.

KDP, <https://kdp.amazon.com>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Kleczewski D.: *Skuteczne sposoby inwestowania w nieruchomości*. 2014 Rozpisani.pl.

Korzeniewska W.: *Księgi Jakubowe – Olga Tokarczuk*, <http://czytac-nie-czytac.blogspot.com/2014/12/recenzja-ksiegi-jakubowe-olga-tokarczuk.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018].

Król K.: *Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu dzięki społeczności*. Katowice 2014.

Księgi Jakubowe – recenzja, <http://lamuskulturalny.blogspot.com/2014/11/ksiegi-jakubowe-recenzja.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018].

Księgi Jakubowe, <http://dzienpozniej.blogspot.com/2014/12/ksiegi-jakubowe.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018].

Kurkowska K.: *Dekada książkowej blogosfery, czyli zwierzenia blogowego dinozaura*, moje-recenzje-ksiazek.blog.onet.pl, [artykuł elektroniczny, dostęp 9.03.2014].

Kurs „Jak wydać, wypromować i sprzedać BESTELLER”, http://www.preducation.pl/?page_id=755, [strona www, dostęp 1.-3.2017].

Kurs „Twój bestseller”, <https://osmpower.pl/pl/p/Pakiet-Twoj-bestseller/217>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Latawiec, <http://jasonhunt.pl/latawiec/>, [strona www, dostęp 10.11.2017].

Leanpub, <https://leanpub.com>, [strona www, dostęp 15.11. 2017].

Leśniak M.: *Będzie dobrze*. Rozpisani.pl 2016.

Lipszyc A.: *Melancholia zbawienia*, <http://www.dwutygodnik.com/arttykul/5574-melancholia-zbawienia.html>, [strona www, dostęp 2.02.2018].

Lista publikacji Anety Rzepki w portalu Lubimy Czytać, <http://lubimyczytac.pl/autor/50894/aneta-rzepka>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Literacka Kanciapa, <http://literacka-kanciapa.blogspot.com>, [blog, dostęp 13.03.2017].

Lulu, www.lulu.com, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Mapa strony na portalu RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H4/mapa-strony.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Nęcka A.: *Z tęsknoty za herezją*, <http://www.artpapier.com/index.php?page=arttykul&wydanie=213&arttykul=4671>, [strona www, dostęp 2.02.2018].

Nieszuflada, www.nieszuflada.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Nowości na portalu Ebookowo, <https://www.e-bookowo.pl/novosci.html>, [strona www, dostęp 10.08.2016].

Opinia Anny o książce „Czego o Tobie nie wiem” na portalu Lubimy Czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/297515/czego-o-tobie-nie-wiem/opinia/33550010#opinia33550010>, [strona www, dostęp 1/03.2017].

Opinia KobiectRecenzje365 o książce „Czego o Tobie nie wiem: na portalu Lubimy Czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/297515/czego-o-tobie-nie-wiem/opinia/35486986#opinia35486986>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Opinia na temat książki „Era Wodnika” na portalu Granice.pl, <http://www.granice.pl/recenzja,era-wodnika,3363> [strona www, dostęp 15.11.2017].

Opinia na temat książki „Zła miłość” na portalu Lubimy czytać, <http://lubimyczytac.pl/ksiazka/273167/zla-milosc/opinia/3608716#opinia3608716>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

otchłania, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Piszę bo chcę, <http://pischebochce.pl/self-publishing-wady-i-zalety-na-przykladzie-pewnej-platformy/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Poczytaj.to, www.poczytaj.to, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Podgórski A.: *Bezkartek i „Płomień śmierci”. Także bez kartek. Książka za darmo!*, http://www.wiadomosci24.pl/artukul/bezkartek_i_plomien_smierci_takze_bez_kartek_k_siazka_z_darmo_223644.html, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Podsumowanie dyskusji na blogu Impresje, <http://impressje.blogspot.com/2010/11/lubimyczytac-i-roznosci.html>, [blog, dostęp 13.03.2017].

Poradniki w serwisie Ebookowo, <https://www.e-bookowo.pl/self-publishing.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Poradniki w serwisie RW2010, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6-/Search/catID=30/poradniki.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Post Michała Witkowskiego na Facebooku, <https://www.facebook.com/witkowski.michal/posts/10155905566673902>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Projekt crowdfundingowy „Anioł na ramieniu”, <https://wspieram.to/1329-aniol-na-ramieniu-powiesc-z-innego-wymiaru.html> [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].

Projekt crowdfundingowy „Beauty mission”, http://polakpotrafi.pl/projekt/magazyn-miasta?utm_source=projects [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].

Projekt crowdfundingowy „Opowieści z pogranicza światów”, <https://wspieram.to/677-opowieści-z-pogranicza-swiatow.html> [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].

Projekt crowdfundingowy „Strefa zakazana”, <https://wspieram.to/wykupslowo> <https://wspieram.to/strefazakazana>.

Projekt crowdfundingowy „Ocean. Śladami Amerlii Earhart”, http://polakpotrafi.pl/projekt/ocean-sladami-amelii-earhart?utm_source=projects, [dokument elektroniczny, dostęp 1.04.14].

Przedsiębiorczy autor, <http://przedsiębiorczyautor.pl>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Publikatornia, www.publikatornia.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Ridero, www.ridero.eu/pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Rozpisani.pl, www.rozpisani.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Rubin B.: *Dieta. Zalecany sposób życia. Stół pełen pokus i iluzji. Rozważania o sztuce żywienia*. Rozpisani.pl 2015.

Rutowicz J.: *Inna*. Warszawa 2012.

RW2010, www.rw2010.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Sawicka K.: *Jenta widzi wszystko*, <http://moja-pasieka.blogspot.com/2014/12/jenta-widzi-wszystko-ksiegi-jakubowe.html> [strona www, dostęp 2.02.2018].

Smashwords, www.smashwords.com, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Sofulak P.: *Ocalona*. Rozpisani.pl 2014.

Sowa A.: Autor 2.0. Jak wydać (własną) książkę i na tym zarobić. Złote Myśli. Gliwice 2012.

Sowa A.: *Czarodziejski biały kamień*. 2012.

Sowa A.: *Do widzenia*. 2013.

Sowa A.: *Enter*. 2013.

Sowa A.: *Era Wodnika*. 2011.

Sowa A.: *Fiat 26p. Mały Wielki Samochód*. Wydawnictwo Złote Myśli. Gliwice 2008.

Sowa A.: *Góra Bogów Śmierci*. 2015.

Sowa A.: *Jak działają magnetyzery i jak je wykonać*. 2007.

Sowa A.: *Jak jeździć oszczędnie*. Wydawnictwo Złote Myśli. Gliwice 2012.

Sowa A.: *Jeszcze jeden dzień w raju*.

Sowa A.: *Jeszcze jeden dzień w raju*.

Sowa A.: *Koma*. 2013.

Sowa A.: *Legendy naszej motoryzacji*. 2015.

Sowa A.: *Modliszka*. 2012.

Sowa A.: *Powietrze jest zimne*. 2014.

Sowa A.: *Pół godziny Tadeusza Kościuszki. Katastrofa w Lesie Kabackim*. 2016.

Sowa A.: *Punkt Barana*. 2017.

Sowa A.: *Requiem dla miłości*.

Sowa A.: *Umrzeć w deszczu*. 2009.

Sowa A.: *Zauroczenie*. 2016.

Sowa A.: *Zła miłość*. 2015.

Strona Aleksandra Sowy na portalu *Lubimy czytać*, <http://lubimyczytac.pl/autor/9279/aleksander-sowa>, [strona www, 15.11.2017].

Strona Aleksandra Sowy, <http://www.wydawca.net/aleksander-sowa.html>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

Strona autorska Bartosza Adamiaka, <http://bartoszadamiak.com/reset/o-autorze-bartosz-adamiak/>, [strona www, dostęp 10.04.2017];

Strona autorska Dawida Juraszka, www.juraszek.net, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Strona autorska Władysława Zdanowicza, http://wladyslaw-zdanowicz.com.pl/?page_id=24, [strona www, dostęp 14.03.2017].

Strona Bartosza Adamiaka na Facebooku, <https://www.facebook.com/bartoszadamiakcom/?fref=ts>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

Strona Bartosza Adamiaka na portalu *Lubimy Czytać*, <http://lubimyczytac.pl/autor/110977/bartosz-adamiak>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

Strona dla autorów w *Ebookowo*, <https://www.e-bookowo.pl/dla-autorow.html>, [strona www, dostęp 3.01.2017].

Strona Władysława Zdanowicza na portalu *Lubimy Czytać*,
<http://lubimyczytac.pl/autor/30669/wladyslaw-zdanowicz>, [strona www, dostęp 14.03.2017].

Śluziński M.: *19 razy byłem na Kubie*. RW2010 2011.

Śluziński M.: *Copywriting – podręcznik pisania tekstów reklamowych*. RW2010. 2006.

Śluziński M.: *W pełnym biegu*. RW2010. 2012.

Tomczyk T.: *Blog. Pisz, kreuj, zarabiaj*. Zielona Sowa. Warszawa 2012.

Tomczyk T.: *Bloger*. Katowice 2012.

Tomczyk T.: *Social media: start*. 2016.

Tomczyk T.: *Bloger i social media*. 2016.

Tomczyk T.: *Thorn*. 2016.

Tucholski A.: *Umowy Śmieciowe*, <https://andrzejtucholski.pl/category/umowy-smieciowe>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

Virtualo.pl, www.virtualo.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Wattpad, www.wattpad.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Witkowski M.: *Fioletowe światło*. 2016.

Włodek A.: *W pantoflach przez Indie*. Rozpisani.pl 2016.

Wydaje.pl, www.wydaje.pl, [strona www, dostęp 24.10. 2015].

Wypowiedź Artura Króla, <http://blog.krolartur.com/czy-self-publishing-sie-oplaca/comment-page-1/>, [strona www, dostęp 26.05.2017].

You-ebook.pl, www.you-ebook.pl [strona www, dostęp 1.03.2017].

Zombiefilia. Wyd. zbiorowe. Katowice 2014.

Literatura przedmiotu

20 lat literatury polskiej. 1989-2009. T. 1, Cz. 1. Życie literackie po roku 1989. Red. D. Nowacki D., Uniłowski K. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2010.

Anderson Ch.: *The Long Tail. Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hachette Books. 2006.

Anderson Ch.: *Free. How today's smartest business profit by giving something for nothing*. Hachette Books. 2010.

Antonik D.: *Autor jako marka. Literatura w kulturze audiowizualnej społeczeństwa informacyjnego*. Universitas. Warszawa 2012.

Barthes R.: *Śmierć autora*. M.P. Markowski. „Teksty Drugie” 199, nr1/2.

Baverstock A., Steinitz J.: *Who are self-publishers?*. „Learner Publishing” 2013, no. 26.

Benjamin W.: *Twórca jako wytwórca*. Wydawnictwo Poznańskie. Poznań 1975.

Bloger, który już ma na sushi. rozm. przepr. L. Róg. „Gazeta Wyborcza” 2013, nr 51.

Bourdieu P.: *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*. Tłum. A. Zawadzki. Universitas. Kraków 2007.

Brantley P.: *The new missing books*. „Publishing Research Quarterly” 2006, no. 28(3).

Czapliński P.: *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*. Wydawnictwo Literackie. Kraków 2007.

Czermińska M.: *Autobiograficzny trójkąt: świadectwo, wyznanie i wyzwanie*. Universitas. Kraków 2000.

Darnton R.: *The case for books. Past, present and future*. PublicAffairs 2009.

Darnton R.: *What is history of the book? W: The kiss of Lamourette: reflections in cultural history*. Norton. Londyn 1990.

Dawna książka i kultura. Materiały międzynarodowej sesji naukowej okazji pięćsetlecia sztuki drukarstwa w Polsce. Red. Zbiorowa. Ossolineum. Wrocław 1975.

Dąbała J.: *Wpływ widzów na styl informacji telewizyjnych.* W: *Ludzie polskich mediów. Celebryci a redaktorzy.* Red. zbiorowa. Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2010.

Dilevko J., Dali K.: *The self-publishing phenomenon and libraries.* „Library & Information Science Research” 2006, no. 2(28).

Dukaj J.: *Starość askolotła.* Allegro. 2015.

Eco U.: *Dzieło otwarte.* Tłum. zbiorowe. WAB. Warszawa 2008, s. 67.

From literature to cultural literacy. Ed. N. Segal, D. Koleva. Palgrave MacMillan. Londyn 2014.

Gąskowska L.: *Fanfiction. Nowe formy opowieści.* Korporacja HA!art. Kraków 2015.

Glantz S.: *Do self-published books have a place in your library?.* „Library Media Connection” 2013, no. 1(32).

Gołębiowski Ł., Frołow K., Waszczyk P.: *Rynek książki w Polsce 2010.* Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2010.

Gołębiowski Ł., Waszczyk P.: *Rynek książki w Polsce 2014.* Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2015.

Gołębiowski Ł., Frołow K., Waszczak P.: *Rynek książki w Polsce 2009.* Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2009.

Gołębiowski Ł.: *Rynek książki w Polsce 2005.* Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2005.

Gołębiowski Ł.: *Rynek książki w Polsce 2012.* Wydawnictwa. Biblioteka Analiz. Warszawa 2012.

Gomez J.: *Print is dead. Long live the digital book.* Macmillan 2007.

Grafomania. Red. M. Tramer, J. Zając. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2015.

Habermas J.: *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej.* Tłum. W. Lipnik. PWN. Warszawa 2007.

Hadro J.: *What's the problem with self-publishing.* „Library Journal” 7(138) 2013.

Hardo J.: *What is the problem of Self-publishing.* „Library Journal” 2013, no. 138.

Highland A.: *Opening the gates: Print on-demand publishing as cultural production.* „Publishing Research Quarterly” 2006, no. 22(3).

Ile można zarobić na Facebooku, blogach, YouTubie. „Gazeta Wyborcza” 2014, nr 35.

Kanon i obrzeża. Red. I. Iwasiów, T. Czerska. Universitas. Kraków 2005.

Kasperek K.: *Książki celebrytów, czyli pisarze, gwiazdy i literatura.* „Śląskie Studia Polonistyczne” 2014, nr 1-2/5.

Keen A.: *The cult of amateur. How Today's Internet Is Killing Our Culture.* Currency 2007.

Kernan A.: *Death of literature.* Yale University Press 1992.

Kijowski A.: *Literatura i kryzys.* „Kongres Kultury Polskie” 1981, 11-13 grudnia.

Kina E.: *Wykluczenie cyfrowe jako bariera rozwoju lokalnego w dobie gospodarki opartej na wiedzy.* „Gospodarka przestrzenna XXI wieku – nowe wyzwania” 2011, nr 152.

King S.: *Jak pisać? Pamiętnik rzemieślnika.* Tłum. P. Braiter. Prószyński Media. Warszawa 2008.

Kovac M.: *Never mind the Web. Here comes the book.* Chandos Publishing 2008.

Lalewicz J.: *Literatura w epoce masowej komunikacji.* W: *Kultura – komunikacja – literatura. Studia nad XX wiekiem.* Red. S. Żółkiewski, M. Hopfinger. Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wrocław 1976.

Laquintano T.: *Sustained authorship. Digital writing, self-publishing, and the ebook*. „Written Communication” 2010, no. 4(27).

Lessig L.: *Wolna kultura*. Tłum. zbiorowe. WSiP. Warszawa 2004.

Lessig L.: *Wolna kultura*. Tłum. Zbiorowe. WSiP. Warszawa 2005.

Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre’a Bourdieu. Red. P. Marecki, M. Sowiński. Korporacja Ha!Art. Kraków 2015.

Malczewski A.: *Maria. Powieść ukraińska*. Oprac. R. Przybylski. Ossolineum. Wrocław-Kraków 1978.

Maryl M.: *Antropologia życia literackiego w internecie w perspektywie historii komunikacji*. W: *Kulturowa historia literatury*. Red. A. Łebkowska, W. Bolecki. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2015.

Maryl M.: *Kim jest pisarz (w internecie)?* W: *Tegoż: Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2015.

Maryl M.: *Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*. Fundacja Akademia Humanistyczna i Wydawnictwo IBL. Warszawa 2015.

Mazurek G.: *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystywanie w marketingu*. Wolters Kluwer. Kraków 2008.

McGannon J.: *Nowa respublica literaria. Pamięć i nauka w wieku cyfryzacji*. Tłum. zbiorowe. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2016.

McLuhan M.: *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*. Tłum. N. Szczucka. Wydawnictwo Naukowo-Techniczne. Warszawa 2004.

Nash R.: *What is the business of literature*. „Virginia Quarterly Review” 2013, no. 89.

Nelson T.: *Computer Lib / Dream Machines*. Tempus Books/Microsoft Press 1987.

Nie podsyłam chciwości. Wywiad z Tomkiem Tomczykiem. Rozm. przepr. R. Drzewiecki. „Dziennik Gazeta Prawna” 2015, nr 212.

Nowacki D.: *Banalizm jest dobry na wszystko*. „Fa-art” 1998, nr 1-2.

Nowacki D.: *Kariera bez obciachu*. „Gazeta Wyborcza” 12-13.03.2005.

Nowacki D.: *Kto im dał skrzydła. Uwagi o prozie, dramacie i krytyce (2001-2010)*. Śląsk. Katowice 2011.

Nowak P.: *„Samopublikowanie”. Stara metoda nowy sens w dobie e-science*. „Biblioteka” 2009, nr 13.

Obraz literatury w komunikacji społecznej po roku '89. Red.: A. Werner, T. Żukowski. Stowarzyszenie Pro Cultura Litteraria i Wydawnictwo IBL. Warszawa 2013.

Obraz literatury w komunikacji społecznej po roku '89. Red. T. Żukowski. Wydawnictwo IBL. Warszawa 2013.

Ong W.: *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*. Tłum. J. Japola. Wydawnictwo KUL. Lublin 1992.

Ortega y Gasset J.: *Bunt mas*. Tłum. P. Niklewicz. Muza. Warszawa 2002.

Peckoskie J, Hill H.: *Beyond traditional publishing models: An examination of the of the relationships between authors, readers, and publishers*. „Journal of Documentation” 2015, no. 71(3).

Problemy socjologii literatury. Red. J. Sławiński. Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1971.

Ranciere J.: *Estetyka jako polityka*. Tłum. zbiorowe. Wydawnictwo Krytyki Politycznej. Warszawa 2007.

Ratajczak M.: *Język jako środek produkcji. Uwagi do relacji między literaturą a kapitalizmem kognitywnym*. W: *Ekonomiczne teorie literatury*. Red. M. Kłosiński. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice 2017.

Rettberg J. W.: *Blogging*. Cambridge 2014.

Rzadkowska E.: *Wstęp*. W: J. J. Rousseau: *Wyznania*. Ossolineum. Wrocław-Warszawa-Gdańsk-Kraków 1978.

Sachs A.: *Books Unbound*, „Time” 2009, no. 173.

Sachs A.: *Books unbound*. „Time” 2009, no. 173.

Sawicka D.: „Poezji” tom I. W: *Mickiewicz. Encyklopedia*. Red. J.M. Rymkiewicz. Horyzont. Warszawa 2001.

Shirky C.: *Dżin, telewizja i nadwyżka kognitywna*. W: *Ekonomia kultury*. Przewodnik Krytyki Politycznej. Red. zbiorowa. Wydawnictwo Krytyki Politycznej. Warszawa 2010.

Skrendo A.: *O dziele grafomańskim*. „Polonistyka” 2004, nr 8.

Sowiński P.: *Zakazana książka. Uczestnicy drugiego obiegu 1977-1989*. Wydawnictwo ISP. Warszawa 2011.

Squires C., Murray P.R.: *The digital publishing communication circuit*. „Book 2.0” 2013, no. 1(3).

Steiner A.: *Personal reading and public texts: books blogs and online writting about literature*. „Culture Unbound” 2010, no. 2.

Thompson J. B.: *Merchants of culture. The publishing business in twenty-first century*. Plume. Nowy Jork 2012

Tracewicz J.: *Zrzutka na vloga*. „Polityka” 2016, nr 33.

Uniłowski K.: *Kup Pan książkę! Szkice i recenzje*. Wydawnictwo FA-art. Katowice 2008.

„Wielogłos” 2011, nr 1(9).

Więckiewicz-Archacka M.: *Blog w perspektywie genologii multimedialnej*. Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2012.

Witkowski M.: *Co to znaczy „być celebrytą”?*. W: „Wprost” 2015, nr 13.

Woodmansee M.: *The Genius and copyright: Economic and Legal conditions of the Emergence of the Author*. „Eighteenth-Century Studies” 1984, no. 4(17).

Zarys teorii literatury. Red. M. Głowiński, A. Okopień-Sławińska, J. Sławiński. Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych. Warszawa 1986.

Zwierzchowski M.: *Pisarzom się wydaje*. „Polityka” 24 marca 2015, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1613159,1,chcesz-byc-autorem-ksiazki-najpierw-zaplac.read>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2016].

Żółkiewski S.: *Kultura, socjologia, semiotyka literacka*. Studia. Państwowy Instytut Wydawnicze. Warszawa 1979.

Dokumenty elektroniczne

20 Brilliant Authors Whose Work Was Initially Rejected, <https://www.buzzfeed.com/stmartinspress/20-brilliant-authors-whose-work-was-initially-reje-7rut>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Allen M.: *Subsidy Publishing vs. Self-Publishing: What's the Difference?*, <http://www.writing-world.com/publish/subsidy.shtml>, [dokument elektroniczny, dostęp 15.02.2014].

Amazon w Polsce, www.forbes.pl, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Anna Brzezińska, <http://culture.pl/pl/tworca/anna-brzezinska>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

Badanie. Polska blogosfera 2016, <http://zblogowani.pl/raport/2016/blogosfera2016.pdf>, [dokument elektroniczny, dostęp 7.03.2016].

Bartosz Adamiak *kontratakuje*, <http://kulturaonline.pl/rae,regis,bartosz,adamiak,kontratakuje,titul,artykul,21366.html>, [strona www, dostęp 10.04.2017].

Bibliografia Zawartości Czasopism, http://alpha.bn.org.pl/search*pol, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Blogger Kominek *zmienia się w Jasona Hunta i promuje swoje książki*, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/blogger-kominek-zmienia-sie-w-jasona-hunta-i-promuje-swoje-ksiazki>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Books published per country per year. Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Books_published_per_country_per_year#cite_ref-publishingtechnology.com_2-1, [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

Bradley J., Fulton B., Helm M., Pittner K. A.: *Non-traditional book publishing*. „First Monday” 2011, no. 8(16) 2011, <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/3353/3030>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03. 2017].

Cieślak K.: *Mapa Chaosu*. „Dwutygodnik” 2016, nr 1 (177), <http://www.dwutygodnik.com/artykul/6377-mapa-chaosu.html> [dokument elektroniczny, dostęp 14.02. 2016].

Deja M.: *Analiza zjawiska elektronicznego samopublikowania. Modele elektronicznego samopublikowania*. „Nowa Biblioteka” 1(16) 2015, s. 10, <http://www.knb.ibin.us.edu.pl/wp-content/uploads/2015/06/Deja.pdf>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2016].

Dlaczego recenzje książek nie mają sensu, <http://wydajemisie.pl/2017/02/28/dlaczego-recenzje-ksiazek-nie-maja-sensu/>, [artykuł elektroniczny, dostęp 13.02.2017].
dostęp 15.02.2014].

Dunin K.: *Normalka*, <https://opoka.org.pl/biblioteka/Z/trans/kultura/kinganormalka.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 10.11.2017].

Dutko M.: *Zrób sobie książkę*, <http://akademia-internetu.pl/ogolne/zrob-sobie-ksiazke>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

E-Reading Rises as Device Ownership Jumps. 1.16.2014. „PewResearchCenter”, <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>, [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].
elektroniczny, dostęp 12.08. 2016].

Fal M.: *Kaja Malanowska: "6800 zł za 16 miesięcy ciężkiej pracy. Mam ochotę strzelić sobie w łeb". Awantura o zarobki pisarzy*, <http://natemat.pl/94491,kaja-malanowska-6800-zl-za-16-miesiecy-mojej-ciezkiej-pracy-mam-ochote-strzelic-sobie-w-leb-awantura-o-zarobki-pisarzy>, [strona www, dostęp 12.02.2018].

Flood L. A.: *First self-publishing MA offers DIY education*, <http://www.theguardian.com/books/2014/feb/05/first-self-publishing-ma-university-of-central-lancashire> [dokument elektroniczny, dostęp 16.02.2014].

Foster A.: *Writting a Kindle Book a Week*. 2013.
GfK Polonia, <http://www.gfk.com/pl/aktualnosci/news/panel-rynku-ksiazki-gfk-i-ix-2016/>, [strona www, dostęp 13.03.2017].

Gruszecki P.: *Fanfiction a prawo*, <http://www.legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/zapytaj-prawnika/blog/69>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Grykowski B.: *Kontynuacja i fan-fiction jako przedmiot prawa autorskiego*, <https://bartoszgrykowski.wordpress.com/2012/04/06/kontynuacja-i-fan-fiction-jako-przedmiot-prawa-autorskiego/>, dostęp 7.04.2017, [strona www, dostęp 7.04.2017].

Harrison L.: *Stephen King reveals The Plant profit*, http://www.theregister.co.uk/2001/02/07/stephen_king_reveals_the_plant/, [dokument elektroniczny, dostęp 26.05.2017].

Hatańska N.: Blogosfera 2012. *Badanie opinii marketerów na temat wizerunku blogerów, reklamy na blogach i przyszłości działań reklamowych w blogosferze*, hatal-ska.com/blogosfera-2012-pierwsze-badanie-polskiej-blogosfery-z-perspektywy-reklamodawcow, [dokument dostępny elektronicznie, dostęp 9.08.2015].

Hopkins J.: *The lifestyle blog genre*, https://www.academia.edu/30873824/The_Lifestyle_Blog_Genre, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

Ile książek wydaje się w Europie. „Polityka”. 5.02.2015, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1607821,1,ile-ksiazek-wydaje-sie-w-europie.read>, [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

Kelly K.: *1,000 True Fans*, <http://kk.org/thetechnium/1000-true-fans>, [dokument elektroniczny, dostęp 26.05.2017].

Knapiek O.: *Opowiadanie, błąd, dyskurs. Naruszenie reguł jako praktyka literacka*. Katowice 2015, s. 102, <https://www.sbc.org.pl/dlibra/publication/232483/edition/219768>, [dokument elektroniczny, dostęp 15.11.2017].

Kotkiewicz Ł.: *Myślisz o wydaniu książki? W Ridero pomoże Ci w tym... sztuczna inteligencja*, <http://www.spidersweb.pl/2017/02/ridero-opinie.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Kotkowski Ł.: *Dobra książka obroni się sama? Otóż nie, czyli jak wydawnictwa promują książki*, <http://www.spidersweb.pl/2015/06/self-publishing-promocja.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Kotkowski Ł.: *Jeden cel, trzy różne drogi. W jaki sposób wydać książkę, będąc pisarzem w czasach Internetu*, <http://www.spidersweb.pl/2015/05/self-publishing-wydawanie.html>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Lachowska V.: *Self-publishing dla początkujących*. „Biuletyn EBIB” 2007, nr 3, http://www.ebib.info/2007/84/a.php?dobrogowska_schlebusch, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

Lista bestsellerów GFK Polonia, <http://lubimyczytac.pl/gfk>, [strona www, dostęp 5.07.2016].

Mija 160 lat od śmierci Juliusza Słowackiego. *Naukawpolsce.pap.pl* 03.04.2009, <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news,360427,mija-160-lat-od-smierci-juliusza-slowackiego.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 12.08.2016].

Mościcki P.: *Dwie pasje*, <http://archiwum-obieg.u-jazdowski.pl/wydarzenie/2226#t1>, [dokument dostępny elektronicznie, dostęp 11.04.2017].

Nie ma wolności na moim blogu, http://wyborcza.pl/duzyformat/1,127290,11865756,Kominek__Nie_ma_wolnosci_na_moim_blogu.html, [dokument elektroniczny, dostęp 10.11.2017].

Norton S. D.: *All the World's a Page. Towards a Definition of 'Writer' in an Age of Opportunity*. „American, British and Canadian Studies”, https://www.academia.edu/21868440/All_the_Worlds_a_Page_Towards_a_Definition_of_Writer_in_an_Age_of_Opportunity, [dokument elektroniczny, dostęp 10.11.2017].

Nowacki D.: *Blogaski w okładkach, czyli jak Dehnel i Twardoch pamiętniki wydali*. Wyborcza.pl, 03.11.2015, <http://wyborcza.pl/1,75475,19128896,blogaski-w-okladkach-czyli-jak-dehnel-i-twardoch-swoje-pamietniki.html> [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

Osiecka-Chojnacka J.: *Czytelnictwo w Polsce i innych państwach Unii Europejskiej*. „Infos” nr 17 (77) 25.10. 2014. Biuro Analiz Sejmowych. s. 2, [http://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/0291AD9C4904205EC1257D62004108A1/\\$file/Infos_177.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/0291AD9C4904205EC1257D62004108A1/$file/Infos_177.pdf). [dokument elektroniczny, dostęp 14.02.2016].

P. Winkler: *Famous Writers Who Self-Published. Busting a Self-Publishing Myth*, http://www.huffingtonpost.com/peter-winkler/famous-writers-who-selfpu_b_4303994.html, [dokument elektroniczny,

Patterson Ch.: *How the great writers published themselves*. Independent.co.uk, 18.08.2016, <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/howthe-great-writers-published-themselves-8053570.html>,

Pollak P.: *Pisarz, self-publisher, grafoman*, [www. pawel-pollak.blogspot.com/2013/10/pisarz-self-publisher-grafoman.html](http://www.pawel-pollak.blogspot.com/2013/10/pisarz-self-publisher-grafoman.html), [strona www, dostęp 1.03.2017].

Rooney M.: *The types of self-publishing – peeling away the layer of confusion*, <http://www.selfpublishingreview.com/2009/02/the-types-of-self-publishing-peeling-away-thelayers-of-confusion/>, [dokument elektroniczny, dostęp 15.02.2014].

Rozmowa: Janusz Najder, Tomasz Sobieraj *POEZJA, ETYKA I... POLITYKA*, <http://krytykaliteracka.blogspot.com/2012/05/rozmowa-janusz-najder-tomasz-sobieraj.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 12.08. 2016].

Ruth J.: *How to make money writing Kindle Books*. 2013.

Samopublikujący pisarze zostaną uznani w Kanadzie pełnoprawnymi literatami?, <http://booklips.pl/newsy/samopublikujacy-pisarze-zostana-uznani-w-kanadzie-pelnoprawnymiliteratami/>, [dokument elektroniczny, dostęp 16.02.2014].

Skupieńska A.: *87 książek polskich blogerów i vlogerów*, <http://tosieoplaca.pl/87ksiazek-polskich-blogerow-i-vlogerow/>, [strona www, dostęp 1.02.2017].

Sowa A.: *Sprawdź, czy self-publishing to nowoczesna grafomania*. Goodreads, https://www.goodreads.com/author_blog_posts/9334926-sprawd-czy-selfpublishing-to-nowoczesna-grafomania [dokument

Strona wydawnictwa Sol, <http://wydawnictwosol.pl/o-firmie>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Szafrański M.: *1,65 mln zł w 5 miesięcy, czyli self-publishing krok po kroku. Case study #FinNinja – część 1*, <http://jakoszczedzacpieniadze.pl/self-publishing-finansowy-ninja-case-study-czesc-1>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Szymczak J.: *Jak wydać e-booka, czyli wydawnictwo czy self-publishing?*, <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-jak-wydac-e-booka-czyli-wydawnictwo-czy-self-publishing> [strona www, dostęp 1.03.2017].

„Świt ebooków” 2013, nr 3, <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H6/przegladaaj/SOTc4/swit-ebookow-nr-3.html?title=Świt%20ebooków%20nr%203&ref=49>, [czasopismo elektroniczne, dostęp 1.03.2017].

Tomczyk T.: *Ranking najbardziej wpływowych blogerów 2016 roku*, <http://jasonhunt.pl/ranking-najbardziej-wplywowych-blogerow-2016-roku/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Tracewicz J.: *Wiele hałasu o nic, czyli „Thorne” Jasona Hunt*, <https://www.spidersweb.pl/2015/08/thorn-jason-hunt-recenzja.html>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

Tunja T.: *Why Don't More Bookstores Stock Self-published Titles?*, <http://publishingperspectives.com/2014/01/why-dont-more-bookstores-stock-self-published-titles/> [dokument elektroniczny, dostęp 16.02.2014].

Tymińska M., Włodarczyk A.: *Fanfiction a rewolucja fanowska. Próba charakterystyki zjawiska*, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/2252>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

Usarzewicz W.: *Wywiad z twórcami Wydaje.pl. Self-publishing i kawał dobrego start-upa*, <http://antyweb.pl/wywiad-z-tworcami-wydaje-pl-self-publishing-i-kawal-dobrego-startupa/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Velkova J.: *Open cultural production and the online gift economy: the case of blender*, <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/6944/5627>, [dokument elektroniczny, dostęp 25.05.2017].

Wąskowski M.: *Wydawnictwo grozi blogerze sądem za to, że zrecenzowała książkę, czyli jak firmy nie rozumieją internetu*, <http://natemat.pl/104977,wydawnictwo-grozi-blogerze-sadem-za-to-ze-zrecenzowala-ksiazke-czyli-jak-firmy-wciaz-nie-rozumieja-internetu>, [strona www, dostęp 15.11.2017].

Władysław Zdanowicz *najpopularniejszym samopublikującym autorem w Polsce?*, <http://booklips.pl/newsy/wladyslaw-zdanowicz-najpopularniejszym-samopublikujacym-autorem-w-polsce/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Współpraca z wydawnictwami. Podsumowanie całej dyskusji, <https://ksiazkowo.wordpress.com/2012/02/25/wspolpraca-z-wydawnictwami-podsumowanie-calej-dyskusji/>, [strona www, dostęp 10.01.2018].

Wydawnictwo Czarne, <http://culture.pl/pl/miejsce/wydawnictwo-czarne-wolowiec> [dokument elektronicznym, dostęp 1.03.2017].

Wydawnictwo Ruta, <http://culture.pl/pl/miejsce/wydawnictwo-ruta>, [dokument elektroniczny, dostęp 1.03.2017].

Wydrych E.: *Thorn*, <http://fashionelka.pl/thorn/>, [strona www, dostęp 1.03.2017].

Żak A.: *Zmiany na platformie dla self-publisherów Virtualo*, <https://agnieszkazak.com/2015/06/16/zmiany-na-platformie-dla-self-publisherow-w-virtualo> [strona www, dostęp 1.03.2017].

Zgierski J.: *Śmierć pośrednika. „Dwutygodnik”*, <http://www.dwutygodnik.com/artukul/5358-smierc-posrednika.html>, [dokument elektroniczny, dostęp 12.08.2016].

Znika Kominek, nadchodzi Jason Hunt, <http://pl.ccm.net/news/521-znika-kominek-nadchodzi-jason-hunt>, [strona www, dostęp 15.11.2017].