Grzegorz Jankowicz
Piotr Marecki
Alicja Palęcka
Jan Sowa
Tomasz Warczok

LITERATURA POLSKA PO 1989 ROKU W ŚWIETLE TEORII PIERRE'A BOURDIEU. RAPORT Z BADAŃ

korporacja ha!art

Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Raport z badań

Grzegorz Jankowicz
Piotr Marecki
Alicja Palęcka
Jan Sowa
Tomasz Warczok

LITERATURA POLSKA PO 1989 ROKU W ŚWIETLE TEORII PIERRE'A BOURDIEU. RAPORT Z BADAŃ

Korporacja Ha!art
Kraków 2014

Grzegorz Jankowicz, Piotr Marecki, Alicja Palęcka, Jan Sowa, Tomasz Warczok
Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Raport z badań
Kraków 2014

Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Raport z badań
jest objęty licencją Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe

REDAKCJA I ADIUSTACJA
Renata Sikorska
KOREKTA
Adam Ladziński
PROJEKT OKŁADKI
Jakub Woynarowski
PROJEKT TYPOGRAFICZNY
Jakub Woynarowski, Małgorzata Chyc
SKŁAD I ŁAMANIE
Małgorzata Chyc
www.bymouse.pl

WYDAWNICTWO I KSIĘGARNIA
Korporacja Ha!art
pl. Szczepański 3a, 31-011 Kraków
tel. (+48) 12 4228198, 606303805
e-mail korporacja@ha.art.pl
www.ha.art.pl

DRUK
Drukarnia Stabil
ul. Nabielaka 16, 31-410 Kraków
stabil
drukarnia offsetowa

Wydanie I
Printed in Poland
ISBN 978-83-64057-39-7

Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki
przyznanych na podstawie decyzji nr DEC-2011/01/D/HS2/05129

SPIS TREŚCI

Wstęp
Piotr Marecki 9

CZĘŚĆ PIERWSZA
Formy heteronomii.
Polskie pole literackie po 1989 roku
i jego relacje z innymi polami społecznymi
Grzegorz Jankowicz 15

1. Wstęp: Autonomia i heteronomia pola literackiego 16
1.1. O pojęciu autonomii 16
1.2. Ustanowienie pola społecznego 17
1.3. Pole literackie 19
1.4. Autonomia *versus* heteronomia 20
2. Literatura a ekonomia 22
2.1. Ekonomia na opak 22
2.2. Przemiany rynku książki 25
2.3. Struktura działalności wydawniczej 28
2.3.1. Problemy z dystrybucją 28
2.3.2. Nieliterackie strategie wydawnicze 30
2.3.3. Porównawcze studium przypadku:
Znak oraz Lampa i Iskra Boża 32
2.3.4. Dotacje, czyli między ekonomią a polityką 35
2.4. Podwójne życie polskich pisarek i pisarzy 38
3. Literatura a media 43
3.1. Media w przestrzeni społecznej 43
3.2. Literatura na co dzień 46
3.3. Literatura z tygodnia na tydzień 52
3.4. Literatura jako styl życia 58
3.5. Literatura w sieci 60
3.6. Podsumowanie: Literatura medialna 62
4. Literatura a edukacja 64
4.1. Podwójna wartość edukacji 64
4.2. Literatura podręcznikowa 67
4.3. Co to jest literatura współczesna? 71
4.4. Podsumowanie: O edukację oddolną 74

5. Formy celebracji: festiwale literackie 75
5.1. Festiwale literackie w polu społecznym 75
5.1.1. Struktura organizacyjna i programowa polskich festiwali literackich 77
5.2. Od salonu do festiwalu 79
5.3. Porównawcze studium przypadku: Port Literacki Wrocław i Bruno Schulz Festiwal 84

CZĘŚĆ DRUGA
Pole literackie w Polsce po 1989 roku
Tomasz Warczok | Alicja Palęcka | Piotr Marecki 91

1. Pole literackie w Polsce. Struktura i dynamika uniwersum wydawniczego 92
1.1. Wprowadzenie: Dlaczego pole, a nie rynek 92
1.2. Struktura pola: kapitał ekonomiczny *versus* kapitał symboliczny 95
2. Struktura i dynamika uniwersum wydawniczego. Analiza jakościowa 106
2.1. Opis badania 106
2.2. Otwarcie: lata dziewięćdziesiąte i przełom wieków 108
2.3. Etos, założenia i program wydawnictw, czyli strategie zajmowania pozycji 114
2.4. Instytucje pola literackiego: środowisko 125
2.5. Instytucje pola literackiego: nagrody 129
2.6. Instytucje pola literackiego: krytyka 133
2.7. Strategie wobec pól zewnętrznych: promocja, kontakt z mediami 136
2.8. Internet: media społecznościowe, blogi, e-book, sprzedaż, literatura w internecie 140
2.9. Dystrybucja 144
3. Nowi aktorzy w polu – agenci, redaktorzy prowadzący, specjaliści PR-u 146
3.1. Definicja zawodu agenta 147
3.2. Określenie misji 151
3.3. Strategie pośredniczenia 154
3.4. Redaktor prowadzący jako redaktor-wydawca i product manager 160

CZĘŚĆ TRZECIA
Habitus pisarzy i pisarek
Jan Sowa 163

1. Wprowadzenie teoretyczne 164
2. Ogólny opis badania 166
3. Opis próby badawczej 168
4. Ogólne uwagi dotyczące interpretacji i prezentacji wyników 170
5. Habitus klasowy pisarzy i pisarek polskich (wyniki ankiet) 175
6. Habitus literacki, czyli strategie istnienia i działania w polu literatury 177
   6.1. Warsztat pracy pisarskiej 177
   6.2. Rodzina i życie towarzyskie 183
   6.3. Kondycja materialna 190
   6.4. Relacje z wydawnictwami i agentami 199
   6.5. Instytucje, grupy, kręgi i zrzeszenia literackie 208
   6.6. Komunikacja i autoprezentacja 215
   6.7. Stosunek do mediów i krytyki 220
   6.8. Społeczeństwo i polityka (autonomia i zaangażowanie literatury) 230

Wnioski ogólne
Grzegorz Jankowicz | Piotr Marecki | Alicja Palęcka | Jan Sowa | Tomasz Warczok 237

1. Heteronomizacja pola literackiego 238
2. Ekspansja pola mediów, gospodarki i władzy politycznej 239
3. Poddanie autonomii pola 241
4. Niedoformowanie habitusu literackiego 242

Aneks 247

1. Dyspozycje do wywiadów z wydawcami polskimi przeprowadzonych w ramach projektu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu* 248
2. Dyspozycje do wywiadów z polskimi agentami literackimi przeprowadzonych w ramach projektu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu* 251

3. Dyspozycje do wywiadów z pisarzami i pisarkami polskimi przeprowadzonych w ramach projektu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu* 253
4. Ankieta 256

Bibliografia 267
Biogramy 271

WSTĘP

Piotr Marecki

Niniejszy raport z badań stanowi jedną z publikacji powstałych w ramach projektu naukowego *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu*, którego podstawowym celem jest podsumowanie dwudziestu pięciu lat rozwoju pola literackiego w Polsce (1989–2014). Utworzony w 2012 roku zespół badawczy, składający się z literaturoznawców, kulturoznawców i socjologów, postawił sobie za zadanie kompleksowy opis tego okresu oraz rządzących polem produkcji kulturowej zasad poprzez wykorzystanie metod socjologicznej teorii sztuki Pierre'a Bourdieu, wyłożonej najklarowniej i najpełniej w książce *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*[1]. W związku z tym, że socjologia literatury to dyscyplina nieobecna w sylabusach polskich uniwersytetów[2], a podstawowe teksty z zakresu współczesnej socjologii literatury nie zostały przełożone na język polski i używane są sporadycznie w pracach naukowych, projekt stanowi również pionierską w swojej skali próbę zastosowania narzędzi socjologicznych do badań literaturoznawczych w Polsce po 1989 roku.

Punktem wyjścia do realizacji projektu stało się przekonanie, że literatura polska tego okresu jest przedmiotem idealnie nadającym się do badania, głównie ze względu na szereg znaczących przemian regionalnych, takich jak upadek komunizmu, narodziny gospodarki wolnorynkowej i przystąpienie do Unii Europejskiej, oraz ponadregionalnych, w tym globalizację i rozwój mediów, ze szczególnym uwzględnieniem mediów cyfrowych. Zmiany w skali makro wpłynęły na radykalne przemiany na samym obszarze literatury: rozwój nowych instytucji pola (nagród, festiwali), ewolucję pola wydawniczego, pojawienie się nowych aktorów – agentów literackich, specjalistów PR-u, redaktorów prowadzących. Warte zbadania okazały się także metody i zmiany dystrybucji dóbr symbolicznych, rozwój rynku książki i strategii marketingowych, jak również sposób kreowania wizerunku pisarzy. Jednym z podstawowych dociekań badawczych zespołu stało się określenie i zrozumienie wpływu wymienionych czynników na głównych aktorów w polu – wydawców, pisarzy, redaktorów, krytyków.

Autorzy i autorki raportu posługują się w projekcie narzędziami i słownikiem Pierre'a Bourdieu, które służą do analizy i zrozumienia reguł wycinka

1 P. Bourdieu, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, tłum. A. Zawadzki, Kraków 2001.

2 Znaczący jest już sam tytuł jednej z nielicznych polskich książek dotyczących tej tematyki – *Szkice z „ziemi niczyjej", czyli z socjologii literatury*, autorstwa Lucyny Stetkiewicz (Toruń 2009).

społecznej struktury oraz zachowań jego głównych aktorów[3]. Badania – zgodnie z zaleceniami francuskiego socjologa – składają się z trzech operacji „tak samo koniecznych i koniecznie ze sobą powiązanych, jak trzy poziomy rzeczywistości społecznej, które je obejmują"[4]. Analizie poddana została najpierw pozycja pola literackiego w odniesieniu do innych obszarów życia społecznego (władzy, ekonomii, edukacji, mediów) oraz jej rozwój w czasie. Następną operację stanowiło badanie wewnętrznej struktury pola literackiego „jako uniwersum posłusznego własnym prawom funkcjonowania oraz transformacji, czyli jako struktury obiektywnych relacji między pozycjami zajmowanymi przez jednostki lub grupy, znajdujące się w sytuacji rywalizowania o prawomocność"[5]. W tej partii raportu omówione zostało przede wszystkim pole wydawnicze oraz nowi aktorzy w polu. Kolejna operacja to analiza genezy habitusów pisarzy i pisarek, a więc – według Bourdieu – „systemu dyspozycji, które jako wytwory trajektorii społecznej oraz pozycji wewnątrz pola literackiego (lub innych pól) znajdują w tej pozycji okazję, mniej lub bardziej sprzyjającą temu, by się aktualizować"[6].

Siatka pojęciowa Bourdieu jest aplikowana i objaśniana na podstawie logiki wymienionych operacji i ich porządku, taki układ zachowuje również raport z badań. Żadna z tych trzech aktywności badawczych zespołu nie powinna być traktowana w oderwaniu. Oznacza to, że w świetle teorii francuskiego socjologa kompletność opisu zasadza się na wykonaniu wszystkich trzech operacji oraz ich skonfrontowaniu. Znacząca jest również kolejność poszczególnych części: „konstrukcja pola jest logicznie wcześniejsza względem konstrukcji trajektorii społecznej jako serii pozycji zajmowanych sukcesywnie w polu"[7].

Sposób użycia siatki pojęciowej Bourdieu do opisu pola literackiego w zglobalizowanym świecie został przepracowany czy też opracowany na nowo. Stało się to także w myśl wskazówek samego francuskiego socjologa, który w *Regułach sztuki* w rozdziale *O metodzie* zachęcał do tak odważnych aktywności w naukach społecznych. Pisząc o używaniu słownika już istniejącego, ośmielał, aby „reaktywować go w nowym akcie twórczości, równie

3 W trakcie szkoleń i spotkań zespołu badawczego słownik Pierre'a Bourdieu był kilkakrotnie konfrontowany z innymi słownikami teoretycznymi – Jacquesa Rancière'a, Judith Butler, Waltera Benna Michaelsa, Pascale Casanovy czy Bernarda Lahire'a.

4 P. Bourdieu, *Reguły sztuki*, dz. cyt., s. 327.

5 Tamże.

6 Tamże.

7 Tamże.

wynalazczym i oryginalnym jak akt początkowy”[8]. Tym samym posługiwanie się narzędziami Bourdieu w innej perspektywie niż opisywany przez niego kontekst literatury francuskiej oznacza dla zespołu ponowne ich „początkowe wynalezienie”, „odkrycie”. Problematyczność zastosowania siatki pojęciowej tego filozofa do polskiej specyfiki jest systematycznie objaśniana, w miarę składania raportów z poszczególnych operacji badawczych, a następnie też w samym podsumowaniu.

Niniejszy raport z badań ma także za zadanie wypełnić lukę naukowego opisu pola literackiego w Polsce po 1989 roku, jednocześnie będąc nowym i zakorzenionym w naukach społecznych spojrzeniem na rodzimą literaturę. Dotychczasowe ujęcia i podsumowania skupiały się bowiem na wybranych aspektach pola, przyjmowały najczęściej formę literaturoznawczego objaśnienia i nierzadko programowo odżegnywały się od naukowości. Autorzy i autorki raportu, skupiając się na opisie zarówno ewolucji pola, jak i jego logiki oraz wewnętrznej struktury, wykorzystują następujące metody:

- analizę wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z ponad stu aktorami pola (pisarzami i pisarkami, redaktorami i redaktorkami, agentami i agentkami, wydawcami i wydawczyniami, specjalistami i specjalistkami PR-u);
- analizę kwestionariuszy (użytych w ramach badania nad habitusem pisarzy i pisarek);
- analizę treści, która pozwala opracować wnioski dotyczące ostatniego ćwierćwiecza na podstawie danych zastanych, kwerendy najważniejszych archiwów, dokumentów, mediów;
- analizę ilościową rynku książki i pola wydawniczego;
- analizę historyczno-instytucjonalną (opis logiki i ewolucji najważniejszych instytucji pola).

Projekt *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu* realizowany jest w ramach przeznaczonego dla młodych zespołów badawczych programu SONATA Narodowego Centrum Nauki. Publikacja ta powstała dzięki współpracy młodych naukowców z dziedziny socjologii, kulturoznawstwa i literaturoznawstwa (a poprzedzona była między innymi wzajemnymi szkoleniami czy cyklem wykładów eksperckich), co wiązało się z wyzwaniem kooperacji w gronie interdyscyplinarnym, a więc i ze zbudowaniem pomostu między naukami, które niedostatecznie się rozpoznawały. Stąd też efekty

8 Tamże, s. 227.

badań mogą posłużyć jako materiał do dalszych prac, komentarzy i rozwoju socjologii literatury w ogóle. Raport – będący wynikiem prawie dwuletniej pracy zespołu, złożonego z głównych wykonawców projektu: Grzegorza Jankowicza, Piotra Mareckiego (kierownik) oraz Jana Sowy, i kilkanaściorga ekspertów, wśród których należy wymienić Alicję Palęcką, Michała Sowińskiego, Michała Tabaczyńskiego, Macieja Jakubowiaka oraz Tomasza Warczoka[9], prowadzących badania empiryczne we wszystkich większych miastach kraju – jest pierwszą z publikacji naukowych, które realizują omówione już wcześniej cele. W 2015 roku ukażą się jeszcze dwa tomy: jeden zawierać będzie tłumaczenia znaczących tekstów ze współczesnej socjologii literatury, drugi, oparty w dużej mierze na ustaleniach niniejszego raportu, stanowić będzie podręcznik akademicki wprowadzający w literaturę polską ostatniego dwudziestopięciolecia.

9 Nazwiska ekspertów pracujących przy raporcie wymieniane są w poszczególnych jego częściach.

FORMY HETERONOMII. POLSKIE POLE LITERACKIE PO 1989 ROKU I JEGO RELACJE Z INNYMI POLAMI SPOŁECZNYMI

Grzegorz Jankowicz

1. WSTĘP: AUTONOMIA I HETERONOMIA POLA LITERACKIEGO[1]

1.1. O pojęciu autonomii

Na teorię pól społecznych Pierre'a Bourdieu składa się wiele pojęć, które pozostają względem siebie w ścisłej zależności. Większość z nich można zdefiniować wyłącznie przy użyciu pozostałych, co tworzy rodzaj konceptualnego błędnego koła: by zrozumieć, czym jest habitus, musimy wiedzieć, czym jest pole społeczne, ale żeby w pełni pojąć istotę tego ostatniego, trzeba nam wrócić do idei habitusu. Sytuacja ta stanowi efekt szczególnego podejścia do uniwersum społecznego jawiącego się w ujęciu Bourdieu jako całość złożona z połączonych ze sobą części. Wszystkie obszary cząstkowe najogólniejszego pola socjologicznego (czyli pola narodowego), a także wszystkie mechanizmy i procesy, które mają moc strukturyzującą, wzajemnie się determinują. Ta skomplikowana architektonika relacji odbija się w równie złożonej sieci pojęć, za pomocą których Bourdieu objaśnia sposób funkcjonowania sfery społecznej.

Francuski socjolog wprowadzał poszczególne kategorie na różnych etapach swojej pracy teoretyczno-badawczej, precyzował ich sens, czasem modyfikował wyjściowe definicje, niemniej zawsze traktował je relacyjnie. W związku z tym trudno ułożyć taksonomię zaproponowanych przez Bourdieu pojęć wskazującą hierarchiczny porządek w obrębie jego systemu teoretycznego. Wydaje się jednak, że jeden z konceptów – mianowicie kategoria autonomii – odgrywa tu szczególnie istotną rolę. John R.W. Speller pisze, że idea ta zajmuje centralne miejsce w rozważaniach autora książki *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*[2]. Dzieje się tak z czterech powodów. Po pierwsze dlatego, że właśnie w tym punkcie krzyżują się trajektorie znaczeń

1 Część raportu *Formy heteronomii. Polskie pole literackie po 1989 roku i jego relacje z innymi polami społecznymi* powstała przy współpracy zespołu badawczego, w skład którego weszli: Olga Byrska, Maciej Jakubowiak, Natalia Janus, Sabina Misiarz-Filipek, Urszula Paryż, Michał Sowiński, Mikołaj Spodaryk, Michał Tabaczyński. Bez skutecznej i czujnej pracy całej grupy pozyskanie cennych danych do dalszej analizy socjologicznej byłoby niemożliwe. Za konsultacje i inspirujące rozmowy dziękuję Patrycji Kruczkowskiej, Alicji Palęckiej, Janowi Sowie oraz Tomaszowi Warczokowi. Szczególne podziękowania za zaangażowanie w projekt należą się Michałowi Sowińskiemu.

2 Zob. J.R.W. Speller, *Bourdieu and Literature*, Cambridge 2011, s. 79.

innych pojęć: pola społecznego, habitusu oraz kapitału. Po drugie dlatego, że poszczególne pola konstytuują się w efekcie historycznego procesu autonomizacji i różnicowania. Po trzecie proces ten odpowiada za powstanie idei czystej twórczości (w naszym przypadku: czystej literatury), której wytwórcy motywują swoje działania celami wyłącznie artystycznymi (niezależnymi od rynku czy polityki). Po czwarte wreszcie pojęcie autonomii jest nierozerwalnie powiązane z kapitałem symbolicznym, czyli społecznym uznaniem, którym cieszy się twórca wypełniający swoje powołanie, co z kolei stymuluje rozwój charakterystycznych dla danego pola reguł funkcjonowania (komunikacji, oceny artefaktów, konsekracji, legitymizacji i tak dalej).

1.2. Ustanowienie pola społecznego

Autonomiczność danego obszaru nie oznacza, że jego związki z innymi sferami zostają zerwane, że wypada on ze społecznej układanki. Chodzi nie o całkowitą izolację, lecz o zróżnicowanie, które skutkuje najpierw wytworzeniem „efektu pola", a następnie uszczelnieniem granic konkretnego obszaru społecznego, na co wpływ mają powstające równolegle reguły działania. Te ostatnie stają się głównym punktem odniesienia dla aktorów społecznych. Opisując w *Medytacjach pascaliańskich* proces różnicowania się pól, Bourdieu posługuje się terminem *nomos*, który zazwyczaj tłumaczy się jako prawo, a który francuski socjolog proponuje przekładać jako „konstytucję", a więc „akt arbitralnego ustanowienia"[3]. Etymologiczny sens greckiego rzeczownika wskazuje na wydzielenie w przestrzeni określonego miejsca, co wiąże się z gestem apropriacji, a także z określeniem parametrów perspektywy, z jakiej spoglądamy na otaczające nas uniwersum społeczne.

Na podkreślenie zasługuje procesualny charakter autonomizacji. W punkcie wyjścia mamy do czynienia z dominacją pewnych sił społecznych (na przykład władzy, religii czy ekonomii), które dyktują warunki i wyznaczają zakres możliwego działania jednostkom oraz grupom, innymi słowy: organizują różne formy praktyki społecznej. Dopiero w toku walk z owymi czynnikami, w trybie krytycznego odrzucenia ich wpływu, dochodzi do ukonstytuowania się konkretnego pola. Pierwszym przykładem takiego procesu jest wyodrębnienie się w Grecji (w v wieku przed naszą erą) pola filozofii, któ-

3 P. Bourdieu, *Medytacje pascaliańskie*, tłum. K. Wakar, Warszawa 2006, s. 138. Zob. także P. Bourdieu, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, tłum. A. Zawadzki, Kraków 2001, s. 340–347.

re uniezależniło się od religii i polityki[4]. Bourdieu pisze w tym kontekście o „wielkim wyparciu" innorodnych uwarunkowań, dzięki któremu pewna grupa agentów społecznych ustaliła własne zasady funkcjonowania. Poszczególni aktorzy stali się dla siebie punktami odniesienia, utworzyli sieć zależności, nawzajem określali się oraz determinowali, konfrontowali się z wypowiedziami i ocenami pozostałych, co zaowocowało kodyfikacją właściwych polu filozoficznemu reguł.

Można wymienić także inne przykłady interesującego nas procesu, niemniej najistotniejszy z naszego punktu widzenia jest historyczny przebieg konstytuowania się pola literackiego. W *Regułach sztuki* Bourdieu rekonstruuje genezę wyłaniania się autonomicznego obszaru literatury francuskiej, której decydujący moment przypada na XIX wiek[5]. To właśnie wtedy zaistniały odpowiednie warunki społeczne. Przejawiały się one w coraz bardziej samoświadomych i samodzielnych praktykach pisarzy, te zaś wzmacniały szczelność całego obszaru literackiego. Znaczące jest tu owo podwójne powiązanie między strukturą twórczą (charakterem literackich gestów oraz artefaktów, do których wytworzenia owe gesty prowadziły) i strukturą społeczną.

Główny przykład w rozważaniach Pierre'a Bourdieu stanowi postawa i twórczość Gustawa Flauberta. Francuski socjolog zajmuje się rekonstrukcją „punktu widzenia"[6] autora *Pani Bovary*, czyli opisem miejsca zajmowanego przez pisarza w konkretnym obszarze społecznym. To umiejscowienie wyznacza zakres i granice jego projektu artystycznego. Oznacza to, że aby w pełni zrozumieć zamysł literacki (estetyczny) Flauberta, trzeba położyć nacisk nie na jego aspekt ekspresyjny, lecz na pozycję zajmowaną przezeń na mapie pola literackiego, jak również na historyczne przemiany – obiektywne czynniki (krytyczne spory, walki o niezależność, polemiki z innymi twórcami i przedstawicielami pozostałych pól) – które umożliwiły mu, a także innym pisarzom, zajęcie takich, a nie innych miejsc. Z perspektywy Bourdieu

4 Zob. tenże, *Medytacje pascaliańskie*, dz. cyt., s. 31.

5 Zob. tenże, *Reguły sztuki*, dz. cyt., tu szczególnie część *Trzy stadia pola* (s. 77–268). Kształtowanie się pola literackiego Bourdieu opisuje także w innych swoich tekstach, niemniej jednak *Reguły sztuki* stanowią jego najważniejszą wypowiedź teoretyczno-analityczną na ten temat. Jednym z istotnych zadań socjologii literatury w Polsce winna być analiza genezy polskiego pola literackiego, jego przemiany i etapy konstytuowania się od XVIII wieku, z uwzględnieniem czynników historycznych i politycznych (rozbiory, wojny, komunizm), które miały decydujący wpływ na jego kształt.

6 „Punkt widzenia" albo „sposób widzenia" to jedno z sugerowanych przez Bourdieu znaczeń greckiego *nomos*. Zob. P. Bourdieu, *Medytacje pascaliańskie*, dz. cyt., s. 138.

istotne są zatem relacje między agentami społecznymi, instytucjami, które ich wspierały lub od których byli zależni, oraz wektory sił strukturyzujących przestrzeń literacką.

1.3. Pole literackie

Przyjrzyjmy się modelowi pola wyłaniającemu się z analiz historyczno-socjologicznych francuskiego teoretyka. Obszar literacki stanowi część pola produkcji kulturowej, które należy do ogólniejszego, mającego szerszy zasięg, pola władzy (według Bourdieu na to ostatnie składają się inne pola, w tym na przykład ekonomiczne, polityczne, medialne i tak dalej). W każdej z tych sfer toczą się walki o zróżnicowane stawki, pozwalające aktorom społecznym na zajmowanie oraz umacnianie dominującej pozycji. Ci, którzy zdobyli wystarczający kapitał w swoim polu, uczestniczą w grze o dominację w polu ogólniejszym, czyli właśnie w polu władzy.

Narzędziem owych walk, narzędziem gry społecznej, są różne formy kapitału (ekonomiczny, kulturowy, symboliczny), a ich akumulacja oraz wymiana pozwalają agentom na poszerzanie zakresu możliwych działań. Pole produkcji kulturowej kształtuje się poprzez represję kapitału ekonomicznego i dowartościowanie kapitału kulturowego (a także symbolicznego). Pozostaje ono w relacji podrzędnej względem pola władzy, ale dysponuje określonym potencjałem autonomicznym, dzięki czemu może funkcjonować zgodnie z własną logiką i podług własnych praw. Sytuacja, w której czynniki zewnętrzne zostają całkowicie wyparte, zdarza się bardzo rzadko, dotyczy pojedynczych aktorów lub instytucji, występuje lokalnie. Stan ten jest trudny do utrzymania, na co Bourdieu zwraca szczególną uwagę, podkreślając, że agenci muszą nieustannie zabiegać o niezależność. O autonomizacji można mówić wtedy, gdy czynniki artystyczne przeważają nad czynnikami politycznymi i ekonomicznymi, co przekłada się na hierarchię obowiązujących w danym obszarze reguł, a także wzmacnia gotowość do podtrzymywania wiary w sens określonej praktyki, konkretnej gry społecznej (chęć przystąpienia do niej i kontynuowania jej wywołuje to, co Bourdieu nazywa *illusio*, czyli przeświadczenie o istotności pewnych działań). Jeszcze inaczej: autonomia pola jest zagwarantowana wtedy, gdy jego aktorzy i instytucje mogą przełożyć siły zewnętrzne na właściwą danemu polu logikę, mogą je sobie podporządkować, nie przeformułowując celów działania. Gdy proces translacji jest nieudany, gdy innorodne impulsy przeważają, wówczas reguły czysto literackie zostają zepchnięte na margines, a relacje między podmio-

tami społecznymi są określane przez prawa ekonomiczno-polityczne (jest to równoznaczne z dominacją działania nastawionego na krótkoterminowe zyski, przeciwwagę dla niego stanowi działanie obliczone na zysk długoterminowy, które przede wszystkim zakłada wzrost kapitału symbolicznego oraz kulturowego, dopiero później przekładającego się na profity ekonomiczne).

1.4. Autonomia *versus* heteronomia

Paul Aron wyróżnia trzy wymiary autonomii pola literackiego:

1) Autonomię strukturalną, która dotyczy umiejscowienia danego obszaru w obrębie całego społeczeństwa, a także społecznej percepcji danej produkcji (w przypadku literatury chodzi o wyłonienie się grupy specjalistów, ekspertów literackich, którzy określają cele działalności artystycznej, wskazując na istotne aspekty dzieła, i sposób, w jaki powinno być ono traktowane w przestrzeni społecznej).
2) Autonomię jako narzędzie dyskursywne, którym agenci posługują się wtedy, gdy szczelność granic pola zostaje naruszona przez siły wobec niego zewnętrzne. Odwołanie się do autonomii produkcji literackiej skutkuje wówczas konsolidacją grupy aktorów i pozwala na wypracowanie strategii krytycznej służącej do walki z obowiązującą ideologią (polityczną, ekonomiczną, religijną i tak dalej). Tak rozumiana autonomia nie dotyczy, rzecz jasna, wszystkich aktorów i instytucji funkcjonujących w polu. Jest podstawą wewnętrznego procesu dyferencjacji, który części agentów pozwala odróżnić się od większości uległej wobec czynników innorodnych.
3) Autonomię – to rozwinięcie poprzedniego punktu – jako dyspozytyw, za pomocą którego pisarze i pisarki prowadzą spory z innymi aktorami należącymi do tego samego obszaru, co następuje nawet wtedy, gdy nie ma zagrożenia siłami heteronomicznymi. W tym kontekście autonomia stanowi wartość (stawkę), którą część środowiska literackiego wykorzystuje jako argument umożliwiający wprowadzenie i umocnienie określonych hierarchii estetyczno-społecznych[7].

7 Zob. P. Aron, *Sur le concept d'autonomie*, „Discours social/Social Discourse" 1995, nr 3–4, s. 64–65. Zob. także komentarz do przywołanego trójpodziału w J. Jurt, *Autonomy and Commitment in the French Literary Field. Applying Pierre Bourdieu's Approach*, tłum. A. Noor, „International Journal of Contemporary Sociology" 2001, nr 1, s. 87–102.

Zaproponowana przez Arona amplifikacja teorii Bourdieu pozwala wyodrębnić dwa najważniejsze konteksty, w jakich pojawia się autonomia. Pierwszym z nich jest kontekst wewnętrzny, w którym chodzi przede wszystkim o podkreślenie autonomiczności estetycznej (sztuka dla sztuki, literatura autoteliczna, koncentracja na języku). Mimo że tak definiowana autonomia odnosi się do estetycznego aspektu samego dzieła literackiego, to jednak – wykorzystana jako dyspozytyw – wywołuje określone skutki społeczne.

Bourdieu często odwołuje się do idei sztuki czystej, ale jest ona dla niego wyłącznie wykładnikiem pozycji, którą dzieło, pisarz lub instytucja zajmuje w przestrzeni społecznej. I to jest drugi (bardziej zewnętrzny, choć wciąż dotyczący sposobu funkcjonowania danego pola) kontekst autonomii – dla francuskiego socjologa zdecydowanie ważniejszy.

W zakończeniu *Reguł sztuki* Bourdieu prezentuje normatywną wizję pola literackiego, „realistyczny program dla zbiorowego działania intelektualistów”[8]. Kładzie w nim nacisk na potrzebę utrzymania niezależności pola artystycznego i wskazuje na główne zagrożenia, z którymi mierzą się pisarze i pisarki. Chodzi przede wszystkim o impulsy przychodzące ze strony zglobalizowanego rynku ekonomicznego, narzucającego wydawcom reguły, które zmuszają ich do szukania profitów finansowych, a co za tym idzie do odrzucania produkcji hołdującej zasadzie autonomii. Drugim czynnikiem dezautonomizującym obszar produkcji literackiej są skomercjalizowane media, które kształtują – jako pośrednik między aktorami pola artystycznego a ich odbiorcami (między sektorem producentów a sektorem konsumentów) – hierarchie wewnątrz pola.

Mimo że francuski socjolog często piętnuje siły heteronomiczne, nie znajdziemy w jego rozważaniach precyzyjnego opisu działania owych bodźców i związanych z tym procesów oraz mechanizmów[9]. Każdą interwencję jednego pola w mechanikę funkcjonowania innego obszaru Bourdieu przedstawia jako nieuprawnioną próbę zawłaszczenia. Nie przeprowadza jednak dogłębnej analizy różnych form heteronomii, nie widzi też możliwości uznania niektórych z nich za czynniki pozytywne (intensyfikujące rozwój pola literackiego, otwierające drogę do stworzenia nowych hierarchii estetycznych oraz pozostających z nimi w związku nowych trendów artystycznych).

8 P. Bourdieu, *Reguły sztuki*, dz. cyt., s. 507.

9 Zob. D. Hesmondhalgh, *Bourdieu, the media and cultural production*, „Media Culture & Society” 2006, nr 2, s. 223.

Niniejsza część raportu ma na celu zbadanie wpływu sektora heteronomicznego na polskie pole literackie po 1989 roku. Analiza uwzględnia zakres oddziaływania trzech obszarów społecznych, które wydają się w największym stopniu odpowiadać za współkształtowanie uniwersum literackiego w naszym kraju. Trzy pierwsze rozdziały poświęcone są relacji między literaturą a, odpowiednio, polem ekonomicznym, polem mediów oraz polem edukacji. W rozdziale ostatnim koncentruję się na badaniu instytucjonalnych narzędzi wytworzonych w obrębie pola literackiego, a mianowicie festiwali literackich. Chodzi tutaj o sprawdzenie, w jakim stopniu instrumenty, których zadaniem jest dystrybucja kapitału kulturowego i symbolicznego, uwikłane są w relacje z czynnikami o charakterze innorodnym, a także określenie, jakie konsekwencje niesie to dla dynamiki rozwoju samego pola artystycznego.

2. LITERATURA A EKONOMIA[10]

2.1. Ekonomia na opak

Najsilniejsze impulsy heteronomizujące pole literackie pochodzą z obszaru ekonomicznego. Według Bourdieu sfera produkcji kulturowej może osiągnąć względną autonomię wyłącznie wtedy, gdy przebiegające w jej obrębie procesy za punkt odniesienia mają kapitalizm[11].

W teorii pól społecznych francuskiego socjologa pojęcie ekonomii odnosi się do dystrybucji dóbr zarówno materialnych, jak i niematerialnych. W różnych polach (a także w różnych obszarach tego samego pola) mamy do czynienia z akumulacją i rozdziałem odmiennych form kapitału: ekonomicznego (zyski finansowe), kulturowego (kompetencje jednostki) oraz symbolicznego (prestiż, uznanie).

Ekonomia występuje w polu literackim w dwóch przeciwstawnych postaciach, co wynika z dualistycznej natury towarów oraz przypisywanych

10 Niniejszy rozdział został opracowany na podstawie analizy danych zastanych dostępnych w publikacjach Biblioteki Analiz (podsumowania i rozmowy), dokumentów Instytutu Książki oraz wywiadów ustrukturyzowanych przeprowadzonych na użytek tego projektu z pisarzami i pisarkami oraz wydawcami i wydawczyniami polskimi.

11 Akcja powieści Gustawa Flauberta *Szkoła uczuć*, od analizy której Pierre Bourdieu zaczyna *Reguły sztuki*, toczy się w realiach kształtującego się kapitalizmu połowy XIX wieku. Zob. P. Bourdieu, *Reguły sztuki*, dz. cyt., tu szczególnie część *Prolog. Flaubert analizuje Flauberta. Lektura „Szkoły uczuć"* (s. 15–74).

im znaczeń. Z jednej strony istnieje wartość rynkowa, która stanowi podstawę kapitału ekonomicznego, z drugiej natomiast wartość symboliczna, niemająca bezpośredniego przełożenia na profity materialne (przełożenie takie może nastąpić, ale tylko w dłuższej perspektywie czasowej)[12]. Działający w obrębie pola literackiego aktorzy społeczni, prowadząc gry i walcząc o stawki, nieustannie balansują pomiędzy wspomnianymi biegunami. Mamy tu do czynienia z podwójnym powiązaniem między nastawieniem agentów wobec różnych rodzajów kapitału a pozycją, jaką zajmują oni na mapie artystycznego uniwersum. Umiejscowienie w obrębie pola determinuje ich stosunek do zysku ekonomicznego i symbolicznego. Z drugiej strony podejście do ekonomii jest wskaźnikiem, który pozwala rozpoznać miejsce zajmowane przez agentów w danym obszarze społecznym. Zasada ta wpływa także na status samych dzieł – opozycja między sztuką tworzoną dla pieniędzy a sztuką tworzoną w ramach zanegowanej ekonomii stanowi użyteczne narzędzie służące rozróżnieniu na sztukę mieszczańską (tradycyjną) i sztukę awangardową[13].

Dwie skrajne postawy to: 1) bezkrytyczne podporządkowanie się regułom rynku oraz 2) odrzucenie (wyparcie) jego prawideł na rzecz większej autonomii artystycznej. Aktorzy negujący czynnik ekonomiczny rezygnują z możliwości szybkiej kapitalizacji swojej produkcji literackiej. Więcej nawet: szybki sukces ekonomiczny spotyka się tu z zarzutem świadomego odstąpienia od standardów artystycznych. Na przeciwległym biegunie tej ekonomicznej opozycji znajdują się agenci społeczni, którzy produkty kulturowe traktują jak towar, zakładając, że można nim handlować w taki sam sposób, w jaki handlujemy innymi dobrami, i czerpać z tego tytułu korzyści materialne. Niemniej w polu literackim obie te postawy w postaci czystej występują bardzo rzadko – dominuje wyważona forma pośrednia[14].

Sam Bourdieu preferował praktyki artystyczne, które wymagały długotrwałego zaangażowania (poświęcenia na rzecz sztuki) – właśnie one gwarantowały w jego przekonaniu większą autonomię. Nie jest jednak tak, że antyekonomiczna logika całkowicie wyklucza możliwość czerpania zysku z dóbr kulturowych, choć ów zysk z założenia nie stanowi najważniejszego impulsu skłaniającego aktorów społecznych do działania. Zanegowanie wartości ekonomicznej skutkuje stopniowym wzrostem kapitału symbolicz-

12 Zob. tamże, s. 218.
13 Zob. tamże, s. 252.
14 Zob. tamże, s. 218–227.

nego, który po odpowiednio długim czasie i przy sprzyjających warunkach może przynieść wymierne korzyści majątkowe. Beneficjentami tych korzyści znacznie częściej są jednak wydawcy (albo instytucje), którzy w odpowiednim momencie (czasem przypadkiem i bez świadomości dalszych konsekwencji) zainwestowali w kapitał symboliczny. W swoich badaniach Bourdieu najwięcej miejsca poświęca właśnie temu – instytucjonalnemu – aspektowi pola literackiego, analizując położenie na mapie pola poszczególnych wydawców. Mniejszą wagę przywiązuje (co wydaje się błędem) do ekonomicznej pozycji samych agentów społecznych. Wspomina na przykład o tym, że sytuacja materialna pisarzy i pisarek bywa bardzo trudna, gdyż profity finansowe z uprawiania działalności literackiej są niewielkie, ale nie wyciąga z tej obserwacji wniosków istotnych dla zrozumienia dynamiki rozwoju całej struktury.

Bourdieu – jak się rzekło – podkreślał fundamentalne znaczenie długotrwałego zaangażowania agentów w projekty literackie. W odniesieniu do praktyk społecznych opozycja długoterminowe–krótkoterminowe ma dużą wartość analityczną. Za jej pomocą – określając stosunek między charakteryzującymi się różnym podejściem do czasu projektami – można ustalić położenie poszczególnych graczy na mapie pola literackiego. Dodatkowy wskaźnik stanowi stosunek do zysku. Bourdieu wprowadza rozróżnienie na zysk ekonomiczny i zysk symboliczny. Praktyka literacka (podobnie jak inne rodzaje praktyk artystycznych) nigdy nie jest bezinteresowna, co nie znaczy, że zawsze nastawiona jest na zysk ekonomiczny. Istnieje coś, co francuski socjolog nazywa „interesem w bezinteresowności" – to interes symboliczny (uznanie, prestiż).

Działania krótkoterminowe nastawione są na natychmiastowy zysk ekonomiczny, jako że ich efektem jest produkt odpowiednio skrojony na potrzeby rynku, dostosowany do założonych potrzeb konsumentów (na przykład literatura popularna, powieści wpisujące się w aktualnie obowiązujące trendy). Praktyki długoterminowe natomiast obarczone są dużym ryzykiem: stanowią źródło zysku symbolicznego, ale zysk ekonomiczny przynoszą, o ile w ogóle tak się dzieje, po odpowiednio długim czasie (można tu wymienić choćby inwestycje wydawców w promowanie debiutantów i autorów eksperymentalnych)[15].

15 Pierre Bourdieu prezentuje to zjawisko – w formie wykresu – na przykładzie losów wydawniczych trzech dzieł opublikowanych przez oficynę Minuit: 1) książki, która wygrała ważną nagrodę literacką (A; Bourdieu nie podaje tytułu); 2) *Żaluzji* Alaina Robbe-Grilleta (B); 3) *Czekając na Godota* Samuela Becketta (C). Książka A osiągnęła momentalnie wysoką

Zasada odwróconej ekonomii – warto powtórzyć – jest siłą, która wyznacza miejsce w obrębie pola. Przyjrzyjmy się zatem, jak owa zasada strukturyzowała polskie uniwersum literackie po 1989 roku.

2.2. Przemiany rynku książki

Zacznę od rynku wydawniczego.

Badacz zajmujący się związkami literatury i ekonomii w Polsce po 1989 roku natrafia na pewien problem, który we wszystkich opracowaniach dotyczących okresu transformacji ustrojowej (a także kilku następnych lat) określany jest mianem „białej plamy". Brakuje dokumentów z tamtego czasu, a także danych związanych z rynkiem wydawniczym. W archiwach zachowały się jedynie szczątkowe informacje, a ich niekompletność daje wyobrażenie o postawie wydawców oraz analityków sektora wydawniczego. Stanowi to wyraźny symptom potransformacyjnego chaosu, który na pewien czas zapanował w polskim polu literackim (i szerzej: w całym polu produkcji kulturowej). Można założyć, że gracze społeczni nie widzieli potrzeby archiwizowania dokumentów oraz gromadzenia danych innego rodzaju (przede wszystkim zaś danych finansowych)[16]. Nierefleksyjny charakter praktyki wydawniczej nie jest bezpośrednim wskaźnikiem ekonomicznym, ale nie sposób go zignorować, gdy tworzy się opis strategii działania i trajektorii społecznej pojedynczych agentów oraz instytucji. Niekompletność danych z pierwszych lat po przełomie staje się szczególnie rażąca, gdy weźmiemy pod uwagę sytuację z 1988 roku, kiedy to wszystkie firmy wydawnicze wciąż jeszcze prowadziły skrupulatną dokumentację (z tego okresu dysponujemy wyczerpującymi zestawieniami oraz planami wydawniczymi).

Wydaje się, że eksplozja kapitalizmu uśpiła na pewien czas myślenie historyczne. Wpływ na ten aspekt praktyki społecznej miały też zapewne kształtujące się dopiero nowe przepisy prawne oraz niedowład instytucji weryfikujących działalność gospodarczą. Ta cecha formującego się wolnorynkowego pola ekonomicznego wieloaspektowo oddziałała na podlegające

sprzedaż, jednakże nie wzrastała ona wraz z upływem lat. Z kolei książki B i C zaczynały z dużo niższego pułapu sprzedaży, niemniej po dekadzie ich sprzedaż znacznie przerosła sprzedaż książki A. Zob. tamże, s. 221–222.

16 Zob. B. Klukowski, M. Tobera, *W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku książki (1989–1995)*, Warszawa 2013 oraz *Dwudziestolecie wolnego rynku książki w Polsce (1989–2009)*, red. P. Dobrołęcki, Warszawa 2010.

procesom strukturyzującym pole literackie. Opisywany tutaj stan rzeczy zaczął się stabilizować dopiero na przełomie wieków. Wtedy to rozpoczęły się systematyczne prace nad dokumentowaniem praktyki wydawniczej. Jednym z powodów tego zwrotu były okrzepnięcie samego rynku książki oraz zmieniająca się sytuacja w polu ekonomicznym (nowe wyzwania inwestycyjne, do których zmuszał rozwój rynku i przemiany w sektorze konsumpcyjnym). Po 2000 roku widać zwiększoną potrzebę analizy danych ekonomicznych, niezbędnych do działań o charakterze marketingowym.

Wymienia się trzy zjawiska kluczowe dla rozwoju rynku wydawniczego w Polsce, wszystkie ściśle związane z przełomem ustrojowym (stanowiące jego efekt). Jako pierwsze można wyróżnić zniesienie cenzury, co zwiększyło nie tylko swobodę twórczą pisarzy i pisarek, ale także możliwości samych wydawnictw (poszerzenie oferty o teksty do tej pory niedopuszczane do druku oraz nieograniczony wybór nowych pozycji). Drugim istotnym czynnikiem stymulującym było zlikwidowanie centralnie sterowanych planów wydawniczych, dzięki czemu zintensyfikowała się konkurencja między wydawcami, a mówiąc ściśle: umożliwiło to pojawienie się nowych graczy. Skala tego zjawiska jest niezwykła: po 1989 roku przeszło czterdziestokrotnie zwiększa się liczba instytucji wydawniczych w Polsce (wcześniej istniało około 60 dużych oficyn, zaś w 1993 roku zarejestrowanych było blisko 2500 tego rodzaju firm). Wreszcie jako trzeci impuls trzeba wymienić zniesienie limitów papieru oraz innych barier technicznych, które wynikały nie tyle z mało zaawansowanej technologii, ile z odgórnie narzucanych ograniczeń[17]. Wszystko to doprowadziło do urynkowienia praktyki wydawniczej, tworząc odpowiednie warunki do kodyfikacji reguł rządzących polem literackim (pojawiły się impulsy ekonomiczne, które można było zanegować, walcząc o autonomię – i właśnie to wytworzyło efekt pola).

Istotne znaczenie dla rozwoju rynku książki miały konkretne praktyki, znów będące konsekwencją braku precyzyjnych regulacji prawnych lub wpływu nowych regulacji, które zasadniczo zmieniały warunki funkcjonowania podmiotów gospodarczych. Zjawiskiem wartym odnotowania jest ówczesne piractwo: wydawanie książek bez licencji czy praw do tłumaczenia oraz ich sprzedaż w szarej strefie dystrybucyjnej. Działania tego rodzaju wynikały z realnego zainteresowania konsumentów kultury tekstami, które wcześniej nie mogły, wskutek działania cenzury, ukazać się w Polsce.

17 Zob. *Dwudziestolecie wolnego rynku książki...*, dz. cyt.

W pierwszych latach Trzeciej Rzeczpospolitej zainteresowanie odbiorców było stymulowane czynnikami kulturowymi i – co ciekawe – nie zawsze szło w parze z rozwiniętymi kompetencjami czytelniczymi. Sam fakt pojawienia się artefaktów, które w percepcji społecznej funkcjonowały jako niedostępne czy wręcz zakazane, stanowił wystarczający impuls do rozbudzenia potrzeb konsumenckich. Jedną z odpowiedzi na to zapotrzebowanie były nieuczciwe praktyki wydawnicze[18].

Większość nowych wydawnictw interesował wyłącznie szybki zysk – motorem ich działania była chęć zdobycia jak największych profitów materialnych. Oficyny te lokowały się w silnie zheteronomizowanej części pola produkcji kulturowej. Nie tworzyły dalekosiężnych planów instytucjonalnych. Wszelkie założenia merytoryczne i artystyczne związane z budowaniem koncepcji wydawniczej były przez nie marginalizowane. Charakteryzowała je duża rotacja pracowników, którzy często nie mieli profesjonalnego przygotowania do realizacji zadań edytorskich czy redaktorskich. Firmom działającym w ten sposób trudno było utrzymać się na rynku.

Na uwagę zasługują trzy inne zjawiska, które pojawiły się wraz z transformacją gospodarczą. Pierwszym z nich jest zasadnicza zmiana wcześniejszego sposobu dystrybucji. Likwidacja centralnego systemu zarządzania ruchem wydawniczym spowodowała ustalenie się nowych zasad rozprowadzania książek. O ile fenomen gwałtownie zwiększającej się liczby wydawnictw jest przez komentatorów oceniany pozytywnie, o tyle w kontekście dystrybucji otwarcie mówi się o patologiach i wypaczeniach[19] (problem ten zostanie rozwinięty poniżej).

Drugie zjawisko stanowią konsekwencje prywatyzacji. W 1991 roku z polecenia Ministerstwa Przekształceń Własnościowych sporządzono raport o kondycji wydawnictw państwowych. Cztery instytucje ocenione zostały jako jednostki o dużej wartości (Państwowy Instytut Wydawniczy, Wiedza Powszechna, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne oraz Państwowe Wydawnictwo Naukowe). W sprawozdaniu pojawiły się nie tylko analizy stanu ekonomicznego poszczególnych oficyn (określono go jako dobry), lecz także sugestie dotyczące dalszego sposobu ich funkcjonowania. Autorzy podkreślali, że po sprywatyzowaniu przedsiębiorstwa te będą miały trudności

18 Zob. tamże.

19 Wątek ten powraca wielokrotnie w rozmowach z przedstawicielami rynku wydawniczego, które zostały przeprowadzone na zlecenie Biblioteki Analiz. Zob. *Rozmowy o rynku książki*, rozm. przepr. Ł. Gołębiewski i in., t. 1–12, Warszawa 2002–2012 (zwłaszcza tomy 1–5).

w utrzymaniu się na rynku. Mimo wszystko, zgodnie z ówczesną strategią gospodarczą, doszło do przekształcenia własności. Wyjątek stanowi tu Państwowy Instytut Wydawniczy, którego prywatyzację zbojkotował sam zarząd. Jako wzorcowy przykład denacjonalizacji podawano Wydawnictwo Dolnośląskie, przejęte w 2007 roku przez spółkę Publicat[20].

Trzecie ze wspomnianych zjawisk to pojawienie się na polskim rynku oficyn zagranicznych, posiadających duży kapitał finansowy oraz doświadczenie (od lat funkcjonowały w warunkach kapitalistycznych). Jeszcze bardziej zwiększyło to konkurencyjność, spychając jednocześnie część rodzimych instytucji na margines. Z drugiej strony zagraniczne firmy narzucały inne standardy wydawnicze, co zmuszało oficyny działające już na rynku do dalszych zmian.

Podsumujmy:

1) nowe warunki ustrojowe (wprowadzenie gospodarki wolnorynkowej) były istotnym czynnikiem stymulującym przemiany w obszarze produkcji kulturowej;
2) umożliwiły one powstanie nowych wydawnictw, które działały na rynku ze zmiennym powodzeniem (często upadały w wyniku złego zarządzania i braku strategii rozwojowej);
3) w pierwszych latach po transformacji większość nowych oficyn nastawiona była na szybki zysk (kładziono nacisk przede wszystkim na wielkoskalową produkcję – niski koszt inwestycji i maksymalne korzyści finansowe);
4) znamienne zjawisko stanowią nieuczciwe praktyki wydawnicze (korsarstwo);
5) w ocenie analityków prywatyzacja oficyn państwowych negatywnie wpłynęła na ich funkcjonowanie;
6) pozytywnym efektem było poszerzenie oferty wydawniczej, która odpowiadała na kulturalne zapotrzebowanie konsumentów.

2.3. Struktura działalności wydawniczej

2.3.1. Problemy z dystrybucją

Instytucje wydawnicze działające po 1989 roku borykały się z rozmaitymi problemami, które wpływały na ich stan finansowy. Jak wynika z analizy

20 Zob. *Dwudziestolecie wolnego rynku książki...*, dz. cyt.

rozmów z wydawcami z lat 2000–2003, jednym z najważniejszych zjawisk tego rodzaju były kłopoty z dystrybucją. Niepochlebne opinie na temat branży hurtowniczej słychać ze strony różnych graczy społecznych: nie tylko wydawców i księgarzy, lecz także samych dystrybutorów, krytycznie odnoszących się do sposobu funkcjonowania tego sektora usług związanych z książką. Na przełomie wieków dominowały głosy, że w ciągu dziesięciu lat, które upłynęły od transformacji, nie udało się wytworzyć solidnej sieci dystrybucji. Istnieje ona podówczas w formie rozdrobnionej, co decyduje o jej niskiej wydajności oraz jest źródłem zwiększonego ryzyka inwestycyjnego. Ma to bezpośredni wpływ na działalność oficyn, zwłaszcza małych.

Po pierwsze bankructwa hurtowników pociągają za sobą gigantyczne straty dla instytucji wydawniczych (przypadek hurtowni Kwadro). Po drugie w związku z problemami finansowymi dystrybutorów wydłużeniu ulegają terminy płatności, których amortyzacją muszą zająć się wydawcy. Sprawia to, że zamiast inwestować zyski w dalszą działalność instytucje muszą zamrażać kapitał, przez co spowolnieniu ulega ich rozwój. Jeśli dodać do tego ciągłe ryzyko bankructwa hurtownika, okaże się, że czynnik ten miał fundamentalny wpływ na sposób funkcjonowania oficyn. Odpowiadał za kurczenie się kapitału ekonomicznego, a nierzadko również za redukcję kapitału kulturowego, jeśli wydawca borykający się z kłopotami finansowymi decydował się na porzucenie produkcji ograniczonej (niedochodowej) i przejście do sektora wielkoskalowego.

Problem, o którym tutaj mowa, został częściowo rozwiązany, gdy na rynku dystrybucji pojawiło się kilka dużych podmiotów: Azymut (firma powołana do istnienia przez PWN), Platon, Firma Księgarska Olesiejuk oraz Wkra. Piszę „częściowo", gdyż poprawę sytuacji odnotowały przede wszystkim duże wydawnictwa. Dystrybutorzy, którzy stworzyli na rynku monopol, narzucili bowiem mniejszym instytucjom własne warunki finansowe, a także terminowe, często trudne do przyjęcia dla poszczególnych podmiotów. Przedstawiciele instytucji zajmujących się dystrybucją wprost mówią o tym, że należności ze sprzedaży książek w pierwszej kolejności trafiają do dużych wydawnictw[21].

Dodatkowy kłopot dla małych oficyn stanowi preferowany przez dystrybutorów nakład publikacji. Jeśli nie przekracza on 1000 egzemplarzy (a jest to częsta sytuacja – średni nakład wydawniczy w 2012 roku wynosił

21 Zob. *Rozmowy o rynku książki*, dz. cyt. (zwłaszcza tomy 1–5).

3291 egzemplarzy[22]), książka może zostać odrzucona. Mniejsze instytucje nie mogą także odmówić przyjęcia zwrotu. Dystrybutor, który trzy czwarte nakładu przyjmuje w komis, może go oddać niemal w całości po pół roku (czasem później). Powoduje to powstanie problemów finansowych (magazynowanie niesprzedanego nakładu).

Sprawy te wielokrotnie omawiano na specjalnych naradach w Izbie Książki oraz w Instytucie Książki, niemniej wciąż brak systemowych rozwiązań. Do podejmowania działań zapobiegawczych zmuszeni są sami gracze. W 2002 roku – w odpowiedzi na kryzys dystrybucyjny – zawiązała się Grupa A5, złożona dziś ze stu wydawców. Walkę o interesy małych oficyn podjęło też stowarzyszenie ZMOWA (Związek Małych Oficyn Wydawniczych z Ambicjami). Jest to typowy przykład inicjatywy heterodoksyjnej, powstałej jako reakcja na dominację dużych podmiotów wydawniczych (które reprezentują sektor kształtującej się ortodoksji). Należące do stowarzyszenia instytucje nastawione są na publikację ambitnych pozycji (nie tylko literackich), których odbiorcami – jak czytamy w manifeście ZMOW-y – mają być przede wszystkim ludzie z podobnym kapitałem kulturowym, koneserzy ambitnej literatury, specjaliści i inni wydawcy[23]. Doskonale współgra to z sugestiami Bourdieu, który uważał, że efekt autonomicznych praktyk artystycznych stanowi literatura dla pisarzy (dla znawców, ekspertów, słowem: dla samych producentów). Ten rodzaj praktyki jest nastawiony na zysk długoterminowy, a czasem nawet na całkowity brak zysku ekonomicznego. I tak instytucje celowo ograniczają liczbę wydawanych tytułów nie tylko z powodu braku środków na inwestycje, lecz także dlatego, że zależy im na podniesieniu jakości usług redaktorskich i edytorskich. Mimo wszystko ZMOWA kładzie nacisk zarówno na kontakt między zrzeszonymi w niej wydawcami, jak i na relacje z czytelnikami. Jednym z priorytetów instytucji należących do związku jest wprowadzenie ustawy o ujednoliceniu cen książek (organizowane były różne akcje społeczne mające na celu wsparcie tej inicjatywy ustawodawczej).

2.3.2. Nieliterackie strategie wydawnicze

By pomnażać kapitał ekonomiczny, wydawcy tworzą strategie działania, które często polegają na włączeniu do oferty książek o charakterze nielite-

22 Zob. raport Instytutu Książki o rynku wydawniczym w Polsce [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/upload/Files/RYNEK_KSIKI_W_POLSCE_2013.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014].

23 Zob. <http://zmowa.org> [dostęp: 15 czerwca 2014].

rackim. Przez cały analizowany okres – od 1989 roku do dziś – można obserwować postępujący proces poszerzania profilu wydawniczego. Dotyczy to różnych oficyn, niemniej jednak z danych wynika, że na taki krok decydują się częściej większe instytucje. Publikacje nieliterackie (poradniki, podręczniki, reportaże, wydawnictwa encyklopedyczne, leksykony i tak dalej) mają na celu podniesienie poziomu produkcji wielkoskalowej, co oznacza, że czynnik ten jest związany z pozycją danego wydawcy w obrębie pola literackiego.

Przez pewien czas (do 2004, 2005 roku) bardzo ważnym elementem strategii rozwoju wszystkich większych wydawnictw literackich była publikacja podręczników[24]. Wynikało to z prostej kalkulacji rynkowej: sprzedaż książek tego typu przynosiła wysokie profity materialne. W 2004 roku pojawiła się zapowiedź prywatyzacji Wydawnictw Szkolnych i Pedagogicznych, co wiązało się z możliwością wykupienia głównego gracza na rynku. Wydawnictwo Muza było gotowe wyłożyć 175 milionów złotych na pakiet większościowy. Przeniesienie własności nie doszło jednak do skutku i WSiP do dziś pozostaje w rękach skarbu państwa.

Kilka wydawnictw – Znak, Wydawnictwo Literackie, Zielona Sowa, Prószyński i S-ka oraz parę innych – również próbowało rozwinąć swoją działalność w tym obszarze, ale rynek bardzo szybko został zmonopolizowany przez wyspecjalizowane oficyny (Operon, Nowa Era), które po pierwsze oferowały kompleksowy pakiet podręczników do wszystkich przedmiotów, po drugie zaś prowadziły silny lobbing na poziomie ministerialnym, samorządowym i lokalnym (poszczególne szkoły).

Ważnym przykładem produkcji wydawniczej na dużą skalę, która opiera się na handlu książkami nieliterackimi, są w Polsce praktyki oficyn katolickich. W PRL-u podmioty tego rodzaju poddawano ścisłej kontroli, ograniczano swobodę ich działania, narzucając limity merytoryczne (cenzura) oraz techniczne. Mimo wszystko ich istnienie było gwarantowane przez państwo. Po 1989 roku instytucje katolickie wypracowały cały wachlarz strategii, które miały na celu poprawienie ich funkcjonowania. Chodzi przede wszystkim o specyficzne, ale niezwykle skuteczne kanały promocji, dystrybucji (kościoły oraz kościelne drogi rozprowadzania informacji) oraz spedycji (na przykład księgarnie przykościelne). Struktura logistyczna i właściwie darmowa kampania promocyjna dają olbrzymią przewagę wydawcom,

24 Zob. *Rozmowy o rynku książki*, dz. cyt. (zwłaszcza tomy 4–5).

którzy – choćby symbolicznie – deklarują swój związek z Kościołem. Do tego dochodzi jeszcze wsparcie materialne ze strony instytucji kościelnych, które dotują pewne inicjatywy edytorskie. O skali korzyści finansowych można się przekonać na przykładzie Znaku, który sprzedał 1,3 miliona egzemplarzy książki *Pamięć i tożsamość. Rozmowy na przełomie tysiącleci* Jana Pawła II, co przełożyło się na kilkanaście milionów złotych zysku[25].

Mamy tu do czynienia z dwoma czynnikami heteronomizującymi: z jednej strony religijnym, z drugiej zaś ekonomicznym. Inwestycja światopoglądowa jest sprzęgnięta z inwestycją o charakterze materialnym, co zwiększa szanse na zysk finansowy.

2.3.3. Porównawcze studium przypadku: Znak oraz Lampa i Iskra Boża

Warto przyjrzeć się teraz historii strukturalnej konkretnych wydawnictw, by na ich przykładzie pokazać, jaką rolę odgrywa czynnik ekonomiczny w praktykach literackich.

Wydawnictwo Znak powstało w 1959 roku i przez długi czas skupiało się na ogłaszaniu drukiem niszowych publikacji religijnych, teologicznych oraz filozoficznych, budując tym samym swój kapitał symboliczny. Po 1989 roku znacząco rozwinęło ofertę (od dziesięciu lat publikuje około 200–250 tytułów rocznie). Jednym z najważniejszych założeń jego polityki wydawniczej jest inwestowanie w książki katolickie (istotny element deklaracji ideowej). Znak asygnuje duże środki na działalność promocyjną (otwarcie przyznaje, że bez wsparcia marketingowego nawet najwybitniejsze dzieła mogą przepaść na rynku). Wynika to z ogólniejszych przeświadczeń o właściwym sposobie funkcjonowania instytucji: Danuta Skóra, dyrektorka wydawnictwa, uważa, że ingerencje państwa w rynek książki są szkodliwe, ponieważ zawężają granice tego ostatniego i uniemożliwiają swobodną cyrkulację kapitału ekonomicznego. Jeśli Znak inwestuje w projekty niedochodowe, to czerpie przede wszystkim ze środków, których źródłem jest własna działalność komercyjna. Mamy tu do czynienia z formą prywatnego mecenatu. W ostatnich latach wydawnictwo korzystało jednak również z dotacji obsługiwanych przez agendę Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, czyli Instytut Książki (dzięki nim ogłoszono drukiem między innymi bio-

25 Zob. tamże, tom 9.

grafię Czesława Miłosza oraz podręcznik *Historia filozofii xx wieku* autorstwa Tadeusza Gadacza[26]).

Lista wydawanych autorów i autorek obejmuje postaci, które dysponują dużym kapitałem symbolicznym (wielu laureatów Nagrody Nobla) i sytuują się w nieawangardowym i nieeksperymentalnym obszarze pola literackiego. Są wśród nich: Czesław Miłosz (od pięciu lat instytucja jest też zaangażowana w organizację międzynarodowej imprezy literackiej – poetyckiego Festiwalu Miłosza), Wisława Szymborska, Ryszard Kapuściński, John Maxwell Coetzee, Mario Vargas Llosa. Publikuje się tu także klasyków, nierzadko w nowych przekładach (serie takich tłumaczeń ogłoszono w ramach programu obchodów pięćdziesiątej rocznicy istnienia Znaku), by wymienić choćby Jamesa Joyce'a, Fiodora Dostojewskiego czy Samuela Becketta. Wielką rzadkością są natomiast inwestycje w debiutantów. Można na tym przykładzie zaobserwować proces transferu kapitału symbolicznego: wydawanie klasyków, dysponujących ogromnym potencjałem symbolicznym, przynosi oficynie korzyści nie tylko finansowe, lecz także prestiżowe (przejmuje kapitał swoich autorów).

W 2003 i 2004 roku instytucja zorganizowała prywatny konkurs na debiutancką prozę, później jednak praktykę tę zarzucono.

Ciekawym zjawiskiem jest podział kompetencji wydawniczych oraz kapitału symbolicznego między jednostki wchodzące w skład grupy wydawniczej kontrolowanej przez Znak. Dzięki sukcesowi komercyjnemu *Pamięci i tożsamości* instytucja zgromadziła potężny kapitał ekonomiczny, który początkowo miał zostać przeznaczony na zakup innej oficyny. Ostatecznie jednak podjęto decyzję o stworzeniu nowej marki – tak powstało Wydawnictwo Otwarte[27]. Instytucja ta jest typowym przykładem imprintu. Dbając o swoją markę, Znak nie wypuszcza pod głównym szyldem literatury typowo komercyjnej. Działalność tego rodzaju (publikowanie na przykład „prozy kobiecej" czy poradników) stała się domeną Wydawnictwa Otwartego, które już w pierwszym roku funkcjonowania (2006) przyniosło zysk. Złożyły się na to dwa czynniki: wysokonakładowa oferta skierowana do dużej (i złożonej) grupy odbiorców oraz potężne wsparcie logistyczno-marketingowe ze strony Znaku.

26 Zob. raport Instytutu Książki o przyznaniu dotacji na wydanie i promocję wartościowej literatury [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/images/wyd.art.4_wydaw_poz.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014].

27 Zob. *Rozmowy o rynku książki*, dz. cyt. (zwłaszcza tom 9).

Podsumowując: analizowana jednostka prowadzi bardzo ostrożną politykę wydawniczą, która zasadza się na trzech głównych założeniach. Po pierwsze Znak inwestuje w autorów i autorki o dużym kapitale symbolicznym, ale też o pozycji ortodoksyjnej (pisarze i pisarki uznani, konserwujący porządek i reguły pola literackiego), którą wydawca chce jeszcze wzmocnić (to nobliści, choć czasem, jak w przypadku Coetzee'ego, prawa do ich utworów nabywane są przed przyznaniem im najważniejszego wyróżnienia literackiego). Po drugie omawiane wydawnictwo promuje literaturę nieeksperymentalną (duży nacisk kładzie się tu na poezję dwudziestowieczną: Czesław Miłosz, Josif Brodski, Seamus Heaney). I wreszcie po trzecie oficyna wzbogaca swoją ofertę o tytuły religijne i filozoficzne, ale obecnie tylko takie, które cieszą się dużą popularnością wśród konsumentów. Prócz wspomnianych książek Jana Pawła II w Znaku ukazują się rozmowy z duchownymi (zakonnikami i hierarchami kościelnymi), a także publikacje o charakterze eseistycznym i biograficznym (sukces biografii księdza Józefa Tischnera). Wydawnictwo przywiązuje ponadto dużą wagę do działań marketingowych, a jego strategia polega na dywersyfikacji źródeł dochodu. W 2012 roku ogólny przychód ze sprzedaży książek wyniósł 93,3 miliona złotych (wzrost w stosunku do 2011 roku o 7 milionów), co czyni Znak siódmym pod względem wielkości wydawnictwem w Polsce (największym literackim)[28].

Dla porównania omówię teraz mniejszą jednostkę wydawniczą. Lampa i Iskra Boża to instytucja mająca dwa – realizowane równolegle – cele, mianowicie publikację książek oraz pisma (praktyka wydawnicza stanowi tu kontynuację praktyki czasopiśmienniczej). Oficyna zasadniczo, poza nielicznymi momentami, jest prowadzona samodzielnie przez jej pomysłodawcę i twórcę – Pawła Dunina-Wąsowicza. Rocznie jednostka publikuje około dziesięciu pozycji. Strategia wydawnicza polega na ciągłym inwestowaniu w debiutantów, a następnie ogłaszaniu ich kolejnych książek (Dorota Masłowska, Agnieszka Drotkiewicz, Jakub Żulczyk). Wydawnictwo, jak podkreśla Dunin-Wąsowicz, nie jest nastawione na zysk (powtarza on też, że gdyby zależało mu na dochodach, to zająłby się innym rodzajem działalności)[29]. W związku z tym Lampa i Iskra Boża permanentnie znajduje się na granicy bankructwa. Każdy krok wydawniczy niesie ze sobą ryzyko śmierci ekonomicznej.

28 Zob. raport Instytutu Książki o rynku wydawniczym w Polsce w 2013 roku [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/upload/Files/RYNEK_KSIKI_W_POLSCE_2013.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014].

29 Zob. *Rozmowy o rynku książki*, dz. cyt. (zwłaszcza tom 6).

Sukces *Wojny polsko-ruskiej pod flagą biało-czerwoną* Masłowskiej przyniósł spore zyski finansowe (około 300 tysięcy złotych, według informacji właściciela wydawnictwa), zainwestowane później w rozwój czasopisma, które w ten sposób mogło – przynajmniej na jakiś czas – uniezależnić się od dotacji ministerialnych. Nie znaczy to, że Lampa i Iskra Boża nie pozyskuje subsydiów. Problem polega jednak na tym, że są to dotacje celowe, które nie pozwalają utrzymać całej instytucji. Dodatkowo, aby uzyskać wsparcie finansowe, bardzo często trzeba wykazać wkład własny, a koszty z tym związane okazują się dla Lampy i Iskry Bożej zbyt duże.

W przypadku tej instytucji z pewnością możemy mówić o praktykach społecznych, których celem jest zanegowanie czynnika ekonomicznego. Świadczą o tym długoterminowe inwestycje w debiutantów, niedające żadnej gwarancji sukcesu wydawniczego, a także dowartościowanie literatury niszowej (lokalnej, marginalnej i eksperymentalnej, często zapomnianej lub źle obecnej w świadomości czytelników). W tym kontekście rodzi się pytanie: czy nie jest to przykład czynienia cnoty z konieczności? Czy decyzja o inwestycji w debiutantów jest niezależna od czynników zewnętrznych, czy może stanowi ich konsekwencję (inwestujemy w młodych, ponieważ nie stać nas na autorów już znanych i uznanych)?

Lampa i Iskra Boża zajmuje miejsce w subpolu produkcji ograniczonej. Autorzy i autorki publikowani przez oficynę lokują się zarówno w dolnej części tego obszaru (Bourdieu umieszcza w nim awangardę, która nie została jeszcze kanonizowana, oraz cyganerię), jak i w górnej (czyli tam, gdzie francuski socjolog sytuuje awangardę konsekrowaną, posiadającą bardzo duży kapitał symboliczny, jako przykład można tu wymienić Masłowską, która – jakiś czas temu – przeszła do Wydawnictwa Literackiego). Co ciekawe, mimo że priorytetem dla Dunina-Wąsowicza jest wspieranie literatury wolnej od jakichkolwiek wpływów ekonomicznych, politycznych czy religijnych, to w realizowanych przezeń praktykach znaleźć można niewiele przykładów działalności heterodoksyjnej (polegającej na kwestionowaniu zastanego ładu estetycznego oraz etycznego, zmianie reguł gry obowiązujących w polu literackim, zanegowaniu pozycji ortodoksyjnych).

2.3.4. Dotacje, czyli między ekonomią a polityką

Pozyskiwanie subsydiów jest jedną z najpowszechniejszych strategii ekonomicznych małych i średnich wydawców (coraz częściej do grupy instytucji występujących o dotacje dołączają najmocniejsi gracze rynku książki, choćby

omawiany wyżej Znak). W ostatnich latach liczba wniosków o dofinansowanie sukcesywnie wzrasta. Dla wielu podmiotów (głównie fundacji oraz stowarzyszeń) jest to jedyne źródło przychodu, który pozwala na prowadzenie działalności (zysk z praktyki wydawniczej jest albo niewielki, albo w całości przeznaczany na pokrycie bieżących wydatków).

Nie znaczy to jednak, że subsydia umożliwiają swobodne działanie. W wypowiedziach wydawców pojawiają się głosy, że jednostki, które funkcjonują, opierając się wyłącznie na tym modelu ekonomicznym, nie mają większych szans na przetrwanie, chyba że radykalnie ograniczą liczbę publikowanych tytułów[30]. Duże oficyny rezygnują z pozyskiwania środków zewnętrznych (często czyniąc z tego fundament swojej polityki ekonomicznej – odrzucenie pomocy ze strony państwa i wykorzystywanie tylko własnych środków z przedsięwzięć komercyjnych). Niemniej istnieją również małe wydawnictwa, które nie pobierają dotacji. Czasem powodem są tu kwestie prawne (instytucja nie spełnia wymogów ministerialnych), niemniej zdarzają się także przypadki świadomego zanegowania czynników ekonomiczno-politycznych. Postępujący w ten sposób gracze inwestują swoje własne pieniądze, co oznacza, że muszą mieć jeszcze inne źródło dochodu, z którego pokrywają koszty hobbystycznej działalności wydawniczej.

Oficyny poszukują wsparcia finansowego w różnych instytucjach publicznych, najczęściej państwowych, rzadziej prywatnych. Na szczycie listy znajduje się Instytut Książki (operujący pieniędzmi asygnowanymi przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego), następnie: lokalne wydziały kultury, instytucje samorządowe i organa wojewódzkie, pozostałe agendy ministerialne, a także zagraniczne fundacje oraz zagraniczne instytuty kulturalne, które działają na terenie Polski.

Ciekawie rysuje się rozwój polityki dotacyjnej Instytutu Książki. Jednostka ta została powołana do istnienia jako podmiot odpowiedzialny za promocję polskiej literatury za granicą. Pierwszy jej dyrektor, Andrzej Nowakowski, podkreślał, że priorytetem kierowanej przezeń instytucji jest wydatkowanie środków na poprawę sytuacji rodzimej literatury w innych krajach. Finansowe zaangażowanie w projekty lokalne nie wchodziło w grę. Sytuacja zmieniła się około 2010 roku, kiedy to wektor ekonomicznego oddziaływania Instytutu Książki został zmieniony[31].

30 Zob. tamże.
31 Zob. tamże (zwłaszcza tom 1).

Jednostka przeznacza około miliona złotych rocznie na dotowanie działalności wydawniczej, która może zostać zaliczona do kategorii „literatura". Profil wspieranych przez nią inicjatyw jest dość reprezentatywny dla wszystkich dotacji przeznaczanych na działalność wydawniczą w Polsce. Część dofinansowywanych publikacji to wznowienia lub wydania ineditów pisarzy i pisarek konsekrowanych. Wspierane są także książki eseistyczne, filozoficzne oraz akademickie. Pomoc otrzymują również wydawnictwa działające przy niewielkich ośrodkach kulturalnych (na przykład Biblioteka Publiczna Miasta i Gminy Ostrzeszów czy Białostocki Teatr Lalek)[32]. Beletrystyka stanowi niewielki odsetek dotowanych pozycji – dominują tomy o charakterze dokumentalnym i naukowym, a także nieprzynosząca niemal żadnych zysków poezja (średni jej nakład to 300–400 egzemplarzy). Rzadko udziela się wsparcia debiutantom oraz autorom eksperymentalnym, co zgodne jest z ogólnymi założeniami dotyczącymi działalności wszystkich agend Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, które mają za zadanie zabezpieczyć fundament kultury narodowej (w przypadku literatury: projekty edytorskie związane z twórcami konsekrowanymi)[33]. Można powiedzieć, że swoim wkładem ekonomicznym Instytut Książki konserwuje zastany porządek i umacnia strukturę pola literackiego w jego wymiarze ortodoksyjnym.

Najczęstszymi problemami wymienianymi przez wydawców w kontekście ubiegania się o dotacje są:

1) zwiększająca się biurokracja związana z procedurą pozyskiwania subsydiów (radykalna zmiana w stosunku do sytuacji z lat dziewięćdziesiątych XX wieku);
2) celowość dotacji, która pozwala pokryć koszty produkcji książki, ale nie daje możliwości utrzymania całej instytucji (potrzeba wsparcia o charakterze strukturalnym);
3) konieczność wykazania wkładu własnego, którego wysokość często przewyższa możliwości danej instytucji;
4) silnie heteronomizujący aspekt założeń programów dotacyjnych – poszczególne podmioty muszą się dopasować do przygotowanych zawczasu ram merytorycznych, co nie pozwala im na prowadzenie w pełni autonomicznej polityki wydawniczej.

32 Listy przyznanych dofinansowań dostępne są na stronie internetowej Instytutu Książki [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl> [dostęp: 15 czerwca 2014].

33 Zob. na ten temat B. Zdrojewski, *Wielki remanent*, rozm. przepr. G. Jankowicz, „Tygodnik Powszechny" 2009, nr 33, s. 15–16.

2.4. Podwójne życie polskich pisarek i pisarzy

Była już mowa o tym, że Pierre Bourdieu uwzględniał w swoich badaniach strategie ekonomiczne przede wszystkim podmiotów instytucjonalnych, pozostawiając na marginesie zagadnienia związane z sytuacją finansową jednostek: pisarzy i pisarek. Kluczowe dla jego rozważań postaci, czyli Gustaw Flaubert i Emil Zola, o ten aspekt działalności nie musiały się troszczyć (pierwszy był rentierem, drugi odniósł gigantyczny sukces komercyjny).

Według Bernarda Lahire'a Pierre Bourdieu zbyt rzadko kwestionował warunki, w jakich gracze wypracowują (a następnie próbują utrzymać) autonomiczną pozycję[34]. Działo się tak dlatego, że źródłowy model pola społecznego w jego teorii socjologicznej stanowiło uniwersum naukowe czy akademickie – obszar charakteryzujący się wysokim stopniem ustrukturyzowania, silnie zinstytucjonalizowany, mający skodyfikowane reguły gry, kryteria oceny artefaktów, na przykład rozpraw naukowych, oraz narzędzia służące do weryfikacji strategii i trajektorii działania. Pole akademickie, które angażuje aktorów społecznych na wiele rozmaitych sposobów, stanowiąc dla nich podstawową przestrzeń zawodowej realizacji, różni się jednak zasadniczo od innych obszarów społecznych, w tym sfery literackiej. Z tą ostatnią poszczególni agenci zazwyczaj związani są jedynie częściowo, funkcjonują w niej niejako z doskoku, środki finansowe na utrzymanie pozyskują gdzie indziej, a w polu literackim występują w roli szczególnej (jeśli rozpatrywać ją na tle ich codziennych aktywności).

Teoria pól Bourdieu – powiada Lahire – nadaje się bardziej do analizy i opisu procesów, które odpowiadają za pozycjonowanie w obrębie danego obszaru dzieł oraz instytucji literackich, niż do badania samych producentów i warunków, w jakich ci ostatni tworzą literaturę[35]. Autor *Reguł sztuki* jak najsłuszniej kładzie nacisk na relacje między artefaktami i podmiotami, bowiem to one w dużej mierze determinują nasze myślenie o literaturze (by zrozumieć literacki zamysł – była już o tym mowa – trzeba zrekonstruować jego genezę, przedstawić warunki, które doprowadziły do jego powstania, a potem pozwoliły mu zająć określone miejsce na mapie uniwersum artystycznego). Niemniej jednak, ignorując całkowicie indywidualne kwestie związane ze sposobem funkcjonowania producentów, spychamy na margines

34 Zob. B. Lahire, *The Double Life of Writers*, tłum. G. Wells, „New Literary History" 2010, nr 2, s. 443.

35 Zob. tamże, s. 444.

wiele czynników o mocy strukturyzującej (nie można ich traktować wyłącznie jako wskaźników pisarskiej idiosynkrazji).

Takim czynnikiem strukturyzującym pole – zmieniającym sposób uczestnictwa w nim poszczególnych aktorów i dezautonomizującym ich pozycję – jest właśnie ekonomia, i to w wymiarze nie tylko instytucjonalnym, lecz także indywidualnym.

Z analizy wywiadów z polskimi pisarzami i pisarkami wynika, że sytuacja ta jest dziś powszechna. Mówiąc słowami Lahire'a – współcześni producenci jedną (kulturową) nogą stoją w polu literackim, natomiast drugą (materialną) poza nim[36]. Podejmując inne działania zarobkowe, próbują się uniezależnić od wymogów rynku książki, z drugiej jednak strony, pozostając cały czas w schizofrenicznym rozdarciu, są narażeni na inne impulsy heteronomizujące.

Wśród polskich producentów panuje silne przekonanie, że z uprawiania literatury nie można się utrzymać. Sytuacja, w której pisanie zapewnia środki potrzebne do życia, jest niezwykle rzadka (dotyczy ona zaledwie kilkunastu osób). Punktem przełomowym bywa nagroda literacka: nie dość że jako jednorazowy zastrzyk finansowy uzupełnia budżet, to jeszcze – dzięki konsekrującemu aspektowi wyróżnienia – poszerza skalę możliwości (łatwiejszy dostęp do instytucji wydawniczych i medialnych, więcej zamówień literackich i nieliterackich).

Powszechną praktykę wydawców stanowi składanie pisarzom i pisarkom ofert „dostosowanych" do ich pozycji: w porównaniu z warunkami proponowanymi autorom o większym kapitale symbolicznym stawki dla debiutantów są niskie (średnio 7% zysku ze sprzedaży). Jest to jeden z powodów, dla których część twórców próbuje po jakimś czasie przenieść się do innej oficyny. Nie tylko zapewnia im to awans ekonomiczny, lecz także ma wpływ na ich wizerunek, choć z drugiej strony niektórzy podkreślają, że większe wydawnictwo oznacza czasem mniejszy procent dla autora. Dotyczy to przede wszystkim prozaików. W przypadku poetów aspekt materialny odgrywa niewielką rolę (zyski ze sprzedaży poezji są minimalne, co przekłada się na wysokość zarobków), a z racji trudnej sytuacji na rynku twórcy wolą pozostać przy jednym wydawcy. Potentatami są tutaj dwie oficyny – Wojewódzka Biblioteka Publiczna i Centrum Animacji Kultury w Poznaniu oraz Biuro Literackie we Wrocławiu, w mniejszym stopniu liczy się krakowskie

36 Zob. tamże, s. 445.

a5, które zrzesza autorów i autorki konsekrowanych (odsetek debiutów lub książek spoza obszaru ortodoksyjnego jest tu niewielki).

Producentów cechuje ambiwalentny stosunek do zaliczek. Niektórzy twierdzą, że są potrzebne, gdyż umożliwiają porzucenie na jakiś czas innych zatrudnień, a ponadto mobilizują do pracy. Inni natomiast zwracają uwagę na logistyczne komplikacje: trzeba pisać w pośpiechu, co wymusza kompromisy artystyczne. Autorzy wskazują także na problem nieuczciwości pewnych wydawnictw lub zaniechań z ich strony, w tym brak umów albo podpisywanie ich dopiero *post factum*, niewypłacanie czy też permanentne spóźnianie się z uregulowaniem należności z tytułu tantiem.

Wśród alternatywnych źródeł utrzymania wymieniane są najróżniejsze aktywności. W opinii niektórych większe dochody od honorariów autorskich przynoszą stypendia, nagrody oraz konkursy (na przykład slam). Popularną formą zarobkowania jest współpraca z szeroko pojętymi mediami, od radia i telewizji począwszy, poprzez prasę, w tym dzienniki, tygodniki opinii i pisma kolorowe, a na internecie, choćby portalach internetowych, skończywszy. Producenci otrzymują także wynagrodzenie za udział w cyklicznych spotkaniach autorskich oraz festiwalach literackich. Często podejmują pracę w instytucjach, które mają związek z literaturą, na przykład prowadzą warsztaty twórczego pisania w ośrodkach kulturalnych i na uczelniach albo też współpracują z wydawnictwami w zakresie redakcji czy tłumaczeń tekstów (co rzadko regulowane jest umową o stałym zatrudnieniu). Wspomina się również o innej działalności pisarskiej (scenariusze) lub też o aktywności w odmiennej branży artystycznej (sztuki wizualne, film, muzyka). Dodatkowo wymienić należy jeszcze takie miejsca zarobkowania jak: uczelnie wyższe, szkoły, agencje reklamowe, własny biznes (prowadzenie baru), teatr, domy opieki, biblioteki, a nawet urząd miejski.

Lahire sugeruje, że rozwijanie aktywności w dwóch obiegach społecznych, ciągłe przechodzenie z jednego pola do drugiego, wywiera destruktywny wpływ na przekonanie producentów o sensowności przedsiębranych przez nich działań. Cierpi na tym *illusio*, czyli współdzielona z innymi wiara w wartość praktyki literackiej i związanych z nią efektów estetycznych oraz społecznych. Nie jest oczywiście powiedziane, że ci, którzy uczestniczą w grach pola literackiego z doskoku, opuszczając w tym celu inne obszary społeczne, nie mogą szczerze angażować się w walkę o stawki. Istnieje jednak zagrożenie, że zarówno stopień poświęcenia, jak i gotowość do obrony zajmowanych pozycji będą u nich mniejsze niż u aktorów, którzy są „jednoetatowcami" i wszystkie swoje siły rzucają na literacką szalę.

Warto w kontekście podwójnego życia polskich pisarzy i pisarek przywołać dyskusję (a raczej wymianę zdań, która z powodu działań poszczególnych agentów nie przerodziła się w debatę o szerokim zasięgu) na temat zarobków w sektorze literackim. Warszawska prozaiczka, Kaja Malanowska, po otrzymaniu rozliczenia ze sprzedaży swojej powieści *Patrz na mnie, Klaro* (Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2012) opublikowała na Facebooku wpis, w którym podzieliła się z czytelnikami frustracją. Wśród przekleństw i złorzeczeń na rynek wydawniczy pojawił się również taki – ciekawy z perspektywy Bourdieu – argument: Malanowska podkreśliła, że nad książką pracowała aż 16 miesięcy, a honorarium wyniosło tylko 6800 złotych. Jak pamiętamy, francuski socjolog zaznaczał, że autonomiczne są te projekty artystyczne, te praktyki literackie, które powstają w długim procesie twórczym. Ze strony pisarza i pisarki potrzeba prawdziwego poświęcenia (jak w przypadku Flauberta, zwykłego pracować bezustannie przez kilka dni, by zredagować ostateczną wersję jednego zdania).

Czy oczekiwanie za tego rodzaju pracę gratyfikacji finansowych jest zgodne z imperatywem autonomii? Wydaje się, że tak, choć by to zauważyć, trzeba wypowiedź Malanowskiej umieścić na zarysowanym wcześniej tle: skonfrontować jej frustrację z sytuacją większości pisarzy i pisarek w Polsce. Gdyby Malanowska poprzestała na wspomnianej interwencji facebookowej, jej stanowisko w istocie jawiłoby się jako ambiwalentne. Ale w kolejnych komentarzach (felietonie, który ukazał się na stronie „Krytyki Politycznej"[37], oraz w wywiadzie internetowym[38]) zwróciła uwagę na bardzo ważny problem: dwudzielność i dwuobiegowość polskich twórców. Aby pisarze mogli realizować swoje cele literackie, muszą wcześniej zadbać o swój byt. Niektórzy dzielą swoje aktywności pisarskie na artystyczne i użytkowe, jedną ręką tworząc powieści i wiersze, drugą felietony do wysokonakładowych gazet lub teksty reklamowe na użytek telewizji i radia. Taki stan rzeczy wywiera wpływ nie tylko na strukturę pisania, lecz także – a może nawet przede wszystkim – na strukturę samego pola literackiego. Bezkolizyjne przejścia z jednego uniwersum do drugiego są możliwe, ale fakt, że stają się one

37 K. Malanowska, *Co wolno wojewodzie, to nie pisarzowi* [*online*], <http://www.krytykapolityczna.pl/felietony/20140302/co-wolno-wojewodzie-nie-pisarzowi> [dostęp: 15 czerwca 2014].

38 K. Malanowska, *Kaja Malanowska: „6800 zł za 16 miesięcy ciężkiej pracy. Mam ochotę strzelić sobie w łeb". Awantura o zarobki pisarzy*, rozm. przepr. M. Fal [*online*], <http://natemat.pl/94491,kaja-malanowska-6800-zl-za-16-miesiecy-mojej-ciezkiej-pracy-mam-ochote-strzelic-sobie-w-leb-awantura-o-zarobki-pisarzy> [dostęp: 15 czerwca 2014].

w danym czasie i w danym miejscu podstawą praktyki twórczej, zmusza nas do zastanowienia się nad dalekosiężnymi konsekwencjami tej sytuacji. Regulacja kwestii związanych z wynagrodzeniem dla pisarzy i pisarek nie oznacza wcale, że literatura ulega destruktywnym wpływom ze strony sektora ekonomicznego. Jest dokładnie na odwrót.

Znamienne w tym kontekście są komentarze, które pojawiły się bezpośrednio pod wpisem Malanowskiej, a nieco później także w portalach internetowych oraz mediach wysokonakładowych. Jakub Żulczyk, prozaik, scenarzysta oraz felietonista, zwrócił warszawskiej twórczyni uwagę, że nie powinna publicznie wylewać swoich frustracji. Trudne warunki materialne pisarzy to zjawisko powszednie, w związku z czym trzeba szukać narzędzi przystosowawczych. W opinii Żulczyka najlepszym rozwiązaniem jest poszerzenie oferty usług pisarskich (od prozy po doraźną publicystykę). Widać tu doskonale, jak szybko struktura podwójnego życia została zaakceptowana i znaturalizowana przez producentów. Jacek Dehnel, prozaik i poeta, który entuzjastycznie zareagował na komentarz kolegi po fachu, dodał od siebie, że prozaicy nie powinni się użalać, bowiem warunki pracy poetów są jeszcze gorsze. Bourdieu zwraca uwagę na interesujące zjawisko: agenci, którzy zajmują pośledniejsze miejsce na mapie pola albo mają problem z legitymizacją swojej pozycji, bardzo często sami posługują się retoryką autodeprecjacji. Dehnel odrzuca wypowiedź dotyczącą również sytuacji jego samego. Posługuje się przy tym argumentami wskazującymi na jeszcze silniejszą ekonomiczną marginalizację grupy twórców, do której należy. Tak jakby możliwość identyfikacji z kimś, kto przeżywa podobne frustracje, musiała zostać natychmiast zanegowana w imię niezależności światopoglądowej (wydaje się, że reakcja poety miała podtekst ideowo-polityczny: odrzucony został nie tylko komentarz pisarki, lecz także ideologiczna rama, w której został umieszczony – chodzi o związek Malanowskiej z „Krytyką Polityczną").

Na gest warszawskiej autorki odpowiedział również – w felietonie opublikowanym 13 marca 2014 roku na łamach „Dużego Formatu" – Krzysztof Varga. Prozaik zwrócił uwagę na fakt, że pisze się przede wszystkim z powołania, a nie dla gratyfikacji materialnych. Odmówił również Malanowskiej talentu literackiego. Była już mowa o tym, że pojęcie autonomii może być narzędziem, za pomocą którego producenci należący do tego samego pola krytykują się nawzajem, dezawuują swoje projekty literackie i strategie działania, by ostatecznie stworzyć nowe hierarchie i umocnić swoją pozycję (zyskać dodatkową legitymizację).

Mechanizm ten można zaobserwować w tekście Krzysztofa Vargi, który – mimowolnie – daje nam wgląd w jeszcze jeden aspekt relacji zawiązujących się w danym uniwersum społecznym. Zdarza się, że tam, gdzie autonomia wyciągana jest przez producentów na sztandary, działają bardzo silne impulsy heteronomizujące, ale oddziałują one pod przykrywką, operują na niewidocznym dla oka poziomie struktur społecznych. I na odwrót: tam, gdzie na pozór dochodzi do zderzenia z innorodnymi czynnikami, może zrodzić się zalążek niezależności.

3. LITERATURA A MEDIA[39]

3.1. Media w przestrzeni społecznej

W *Regułach sztuki* Pierre Bourdieu przywołuje dwa fragmenty z listów Gustawa Flauberta do George Sand oraz hrabiego René de Maricourta. Francuski powieściopisarz formułuje w nich zasady, którymi powinien kierować się artysta (w szczególności pisarz), jak również analizuje potencjalnie negatywne konsekwencje ich przyjęcia. Celem sztuki – powiada Flaubert – jest działalność bezinteresowna, nastawiona na zysk estetyczny. Jej zaczynem, impulsem uruchamiającym proces twórczy, może być wyłącznie wezwanie przychodzące z wnętrza artystycznego uniwersum. W związku z tym, że twórca postępuje w zgodzie z autonomicznymi prawami, jego dzieł nie da się wycenić. Nie można określić ich wartości wymiennej, ponieważ są efektem podejścia antyekonomicznego. Kto chce zarabiać piórem – stwierdza Flaubert – powinien zająć się pisaniem dla gazet lub teatru, czyli zmienić nie tylko uprawiany gatunek, lecz także środowisko społeczne, w którym na co dzień funkcjonuje (w którym współzawodniczy z innymi, walcząc o uznanie).

Z drugiej jednak strony, gdy pisarz zrywa więzi z odbiorcą, gdy odgradza się od publiczności, chcąc w ten sposób uwolnić się od wszelkich zobowiązań, czyli zanegować czynnik ekonomiczny, jego los jest zagrożony. Ma do wyboru śmierć głodową lub wsparcie ze strony mecenasa. Żadne z tych rozwiązań

39 Ta część raportu uwzględnia jakościową analizę danych zastanych (materiałów prasowych z kolejnych roczników pism). Badanie obejmuje różne rodzaje czasopism oraz mediów internetowych: dwa dzienniki („Gazeta Wyborcza", „Rzeczpospolita"), dwa tygodniki opinii („Polityka", „Tygodnik Powszechny"), dwa pisma lifestylowe („Twój Styl", „Malemen"), a także dwa portale internetowe (<http://www.dwutygodnik.com>, <http://ksiazki.onet.pl>).

nie jest – podkreśla z ironią Flaubert – satysfakcjonujące. O pierwszym nie ma co mówić, co zaś tyczy się drugiego, w opinii francuskiego prozaika wszelkie formy mecenatu zakładają ograniczenie swobody twórczej, wiążą się bowiem z koniecznością czynienia zadość oczekiwaniom sponsora, który bardzo często czuje wręcz obowiązek instruowania czy nawet kontrolowania „podopiecznych".

„Jest rzeczą słuszną – pisze autor *Salambo* – że ten, kto nie zwraca się do tłumu, nie jest przez tłum opłacany"[40]. W zdaniu tym spotykają się ze sobą trzy siły, z których każda chce dominować. Pierwsza z nich to literatura ucieleśniona w postaci niezależnego pisarza. Dwie pozostałe skrywają się za figurą tłumu, który stanowi dla nich punkt odniesienia. Chodzi o ekonomię i media. W obu tych dziedzinach relacja między producentami a konsumentami odgrywa kluczową rolę. Pole ekonomii – była już o tym mowa – dąży do zawłaszczenia terytorium społecznego za pośrednictwem narzędzi komodyfikujących wszystkie artefakty, jakie się w nim pojawiają. Pole mediów zaś chce zawładnąć obszarem społecznym nie tyle poprzez jego reprezentację, ile poprzez wywoływanie w nim pewnych zjawisk i uruchamianie określonych procesów. W obu przypadkach niezbędnym punktem odniesienia jest sektor konsumencki, który nie jest elementem heterogenicznym, ale który otwiera dane pole na działanie czynników zewnętrznych.

Relacje między literaturą a mediami (czy – jak mówi Bourdieu – dziennikarstwem) mają długą historię, która zaczyna się wraz z powstaniem pierwszych czasopism. Mamy tutaj do czynienia ze związkiem dwóch obszarów społecznych, przy czym każdy z nich rządzi się własnymi prawami, choć od czasu do czasu konfrontuje się z regułami charakterystycznymi dla innych sfer. By jednak zrozumieć formy heteronomicznej zależności między różnymi polami (w naszym przypadku literaturą a mediami), trzeba opisać ich wewnętrzną logikę.

Według Bourdieu mikrokosmosem dziennikarskim rządzą niewidoczne na powierzchni stosunki sił, które nie są jednak całkowicie nieuchwytne[41]. Aby rozpoznać ich wektory i przekonać się, w jak wielkim stopniu wpływają na strukturę całego pola, trzeba poddać analizie pewne wskaźniki:

40 Cyt. za: P. Bourdieu, *Reguły sztuki*, dz. cyt., s. 128 (G. Flaubert, *Correspondance*, Paris 1973, t. VI, s. 458).

41 Zob. P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, red. nauk. i przedm. M. Jacyno, Warszawa 2009, s. 70.

1) udziały w rynku, czyli popularność wśród odbiorców, rozpatrywana na tle popularności innych – bezpośrednio ze sobą konkurujących – podmiotów (również miejsce w rankingu najbardziej opiniotwórczych mediów);
2) obecność lub nieobecność reklam (można do tego dodać: obecność lub nieobecność materiałów sponsorowanych – kryterium to pozwala określić stopień merytorycznej niezależności redakcji);
3) kapitał symboliczny pracowników (dziennikarzy i współpracowników).

Pole mediów jest areną walk, w których uczestniczą zarówno instytucje, jak i poszczególni agenci (ich przedstawiciele). Ci ostatni rywalizują ze sobą o uznanie, ale ich konkretne praktyki społeczne nie są jedynie efektem indywidualnych pragnień i zamierzeń, lecz także – a może nawet przede wszystkim – emanacją współzawodnictwa między medialnymi koncernami, które próbują zwiększyć swoje udziały w rynku. Działania konkretnych agentów stają się w pełni zrozumiałe dopiero wtedy, gdy rozpatruje się je na tle całego obszaru mediów, a mówiąc precyzyjnie: gdy łączy się je z pozycją zajmowaną przez dany podmiot w obrębie medialnego uniwersum.

Jeśli los instytucji dziennikarskich pozostaje uzależniony od zainteresowania odbiorców nietworzących jednolitej grupy (są graczami różnych pól), to znaczy, że sfera medialna podlega nieustannej inwazji sił heteronomicznych. Innymi słowy: podmioty do niej należące cały czas spychane są w stronę bieguna komercyjnego.

Przewaga dziennikarzy nad przedstawicielami innych mikrokosmosów społecznych polega na tym, że w ich rękach znajdują się narzędzia masowego przekazu, aparaty służące do wytwarzania i transmisji informacji.

> Chociaż dziennikarze w polach produkcji kulturowej zajmują pozycję podrzędną, zdominowaną, to – powiada Bourdieu – sprawują niezwykle rzadką formę dominacji: mają władzę nad środkami, które pozwalają wypowiadać się publicznie, zaistnieć w publicznej świadomości, stać się kimś znanym, uzyskać status osoby publicznej (czyli władzę nad tym, co dla polityków bądź niektórych intelektualistów jest stawką najważniejszą)[42].

Właśnie dlatego ich pole jest tak ważne dla tych aktorów społecznych, którym zależy na upowszechnieniu efektów swoich działań. Wśród nich –

42 Tamże, s. 77–78, podkreśl. w oryginale.

wbrew temu, co sądził Flaubert – znajdują się pisarze i pisarki, a szerzej: artyści i intelektualiści.

Wpływ mediów nie wyczerpuje się jednak na opisie i prezentacji zjawisk charakterystycznych dla poszczególnych mikrokosmosów. Media – przypomina Bourdieu – nie odtwarzają świata, lecz próbują go współkreować. Przeszczepiając na grunt innych pól społecznych własną logikę, własne standardy oraz mechanizmy informacyjne, instytucje dziennikarskie poszerzają przestrzeń swojego oddziaływania.

Aby naruszyć granice uniwersum literackiego, media potrzebują „wspólników" (Bourdieu nazywa takie jednostki „kolaborantami"[43]). Gdy dana grupa społeczna – na przykład środowisko pisarzy i towarzyszących im naukowców (badaczy literatury), a także krytyków literackich – ma dobrze rozwinięty system dystrybucji prestiżu, wówczas media nie będą w stanie naruszyć jej autonomii. Ale jednostki, które nie zdobyły uznania „wewnątrz" (na skutek własnych błędów lub w wyniku marginalizacji samego pola), zaczną go szukać na „zewnątrz". Takich heteronomicznych aktorów społecznych Bourdieu porównuje do konia trojańskiego, który może rozsadzić ramy danego mikrokosmosu i doprowadzić do jego dezautonomizacji. Według francuskiego socjologa pokojowe współistnienie świata mediów i świata literatury jest niemożliwe. Walka między nimi jest permanentna, a jej najwyższą stawką są właśnie środki przekazu, narzędzia upowszechniania. Autor *Reguł sztuki* radzi, by literaci nie zamykali się w wieży z kości słoniowej, lecz przystąpili do rywalizacji, zachowując przy tym najwyższą czujność.

W jaki sposób utrzymać autonomię i najwyższe standardy artystyczne, a przy tym nawiązać kontakt z Flaubertowskim tłumem, czyli czytelnikami? Na to pytanie musi sobie odpowiedzieć każdy pisarz, zanim jeszcze zasiądzie do tworzenia kolejnego wiersza lub powieści.

3.2. Literatura na co dzień

„Żyliśmy w czasach, / w których Adam Michnik / wybornie znał się na poezji" – pisał ironicznie Marcin Świetlicki w jednym ze swoich wierszy[44]. Reakcja

43 Francuski socjolog zastrzega, że kolaboracja z mediami nie jest tym samym, co kolaboracja z reżimem totalitarnym, niemniej jednak zależy mu na utrzymaniu pejoratywnego wydźwięku tego pojęcia. Zob. tamże, s. 92–98.

44 M. Świetlicki, *Wiersz dla Zbigniewa Herberta (dedykowany Wisławie Szymborskiej)*, [w:] tegoż, *Wiersze*, Kraków 2011, s. 227.

poety jest znamienna i zdaje się wyrażać odczucia pewnej części środowiska literackiego wobec coraz większego znaczenia mediów. Powyższy fragment ukazał się w tomie *Pieśni profana*, opublikowanym bez mała dekadę po transformacji ustrojowej (w 1998 roku). W tamtym okresie dynamika rozwoju pola dziennikarskiego była bardzo duża, a jego wpływ na mikrokosmos literacki wydawał się stale rosnąć. Przypomnę, że w 1997 roku „Gazeta Wyborcza" oraz Fundacja Agory ufundowały nagrodę literacką – Nike – która otrzymała potężne wsparcie medialne ze strony warszawskiego dziennika. Był to mocny impuls heteronomizujący pole literatury, które musiało się skonfrontować z nowym narzędziem konsekracyjnym o zasięgu wykraczającym daleko poza granice uniwersum artystycznego.

Warto przyjrzeć się zatem, jak w ostatnich dwudziestu pięciu latach wyglądały potyczki pola literackiego i pola mediów na przykładzie dwóch dzienników: wspomnianej już „Gazety Wyborczej" oraz „Rzeczpospolitej". Ta ostatnia ma bardzo długą historię, która sięga początku lat dwudziestych XX wieku. W różnych okresach swojego istnienia „Rzeczpospolita" zmieniała pozycję na mapie społecznej, raz znajdowała się w rękach prywatnych, innym razem znów stawała się organem kontrolowanym przez państwo. W 1982 roku gazeta zaczęła się ukazywać jako pismo rządowe. Na zmianę jej charakteru miał wpływ przełom ustrojowy. Decyzją władz Trzeciej Rzeczpospolitej czasopismo zyskało autonomię, co nie znaczy, że przestało być w części własnością skarbu państwa. Pełna prywatyzacja tytułu nastąpiła dopiero w 2011 roku, kiedy spółka Gremi Media wykupiła 100% udziałów należących do wcześniejszych właścicieli.

Dla odmiany „Gazeta Wyborcza" powstała dopiero w 1989 roku, niemniej jednak również w jej sytuacji istotną rolę odegrały procesy związane z przełomem politycznym. Decyzję o utworzeniu pisma podjęto podczas obrad Okrągłego Stołu. Początkowo gazeta była organem prasowym NSZZ „Solidarność", by później uzyskać niezależność (od maja 1989 roku wydawcą dziennika jest koncern medialny Agora S.A.). O ile w przypadku „Gazety Wyborczej" można mówić o pewnej ciągłości ideowo-światopoglądowej (pozycje centrowe), o tyle „Rzeczpospolita" na przestrzeni ostatniego ćwierćwiecza kilka razy zmieniała swój wizerunek, by ostatecznie przemieścić się z centrum na prawo.

Obydwa tytuły zajmowały i nadal zajmują silną pozycję na mapie polskiego pola medialnego. W minionych latach zanotowały spadki sprzedaży, co jest charakterystyczne dla całego sektora prasowego w naszym kraju, ale o poważnym osłabieniu udziałów w rynku może mówić tylko „Rzeczpospolita". „Gazeta Wyborcza" wciąż dominuje nad konkurencją, choć w porównaniu

z ostatnią dekadą ubiegłego wieku zmniejszył się zakres jej oddziaływania. Z całą pewnością jednak oba pisma należą do nielicznej grupy najbardziej opiniotwórczych mediów w Polsce.

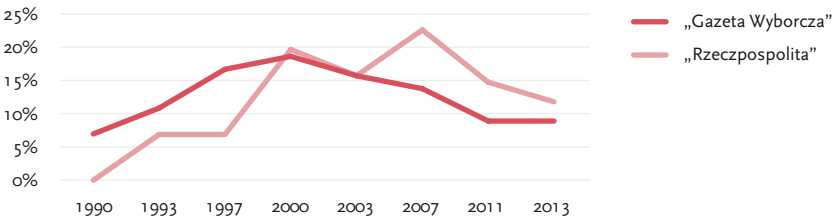
Od 1989 roku literatura stale znajduje się w polu zainteresowania obydwu dzienników (pewna zmiana zauważalna jest w przypadku „Rzeczpospolitej", która w poprzednich dwóch latach ograniczyła swoją literacką ofertę). Wyrazem tego są nie tylko materiały drukowane na łamach głównych wydań obu pism, lecz także dodatki literackie (cykliczne oraz periodyczne) oraz akcje społeczne, których celem jest propagowanie literatury, a w przypadku „Gazety Wyborczej" również wspomniana wcześniej nagroda. Treści literackie prezentowane są najczęściej za pomocą recenzji. Rzadziej ukazują się materiały wspomnieniowe, całościowe omówienia twórczości (zwykle związane z ważną rocznicą literacką lub pojedynczym wydarzeniem: śmiercią pisarza czy pisarki, ważkim wyróżnieniem, jubileuszem), felietony, wywiady, noty prasowe, eseje i teksty *stricte* literackie (krótkie opowiadania lub wiersze). Dominacja recenzji świadczy przede wszystkim o tym, że działy kulturalne obu gazet chcą odgrywać rolę pośrednika między polem literackim a czytelnikami, rekomendując książki zasługujące na uwagę sektora konsumenckiego. Stają się tym samym atrakcyjne dla instytucji wydawniczych oraz samych pisarzy, gdyż dysponują narzędziami marketingowymi (mogą podnieść sprzedaż książki) oraz konsekracyjnymi (omówienie danej pozycji jest równoznaczne ze wskazaniem na konkretnego agenta jako „osobę publiczną").

Widać jednak niewielką różnicę w podejściu do realizacji tego zadania. Przy pisaniu recenzji czasopisma korzystają z usług zarówno swoich własnych redaktorów i dziennikarzy, jak i autorów zewnętrznych. Wśród tych ostatnich znajdują się zawodowi krytycy (stale współpracujący z danym medium, choć niekoniecznie umieszczani pod tym szyldem w stopce redakcyjnej), eksperci (pochodzący przede wszystkim ze świata akademickiego), a także – w wyjątkowych sytuacjach – reprezentanci innych jeszcze pól społecznych. Obecność ekspertów i krytyków wzmacnia siłę konsekracyjną drukowanych materiałów. Medium przechwytuje autorytet i zbliża się do pozycji eksperckiej, której – według Bourdieu – samo nie jest w stanie osiągnąć (może jedynie tworzyć jej pozór). Wspomniana różnica wyraża się w tym, że działania mające na celu przechwycenie zewnętrznej siły intelektualnej z większą częstotliwością występują w „Gazecie Wyborczej", choć „Rzeczpospolita" również zabiega o ten rodzaj legitymizacji.

Jeśli chodzi o liczbę materiałów poświęconych literaturze drukowanych na przestrzeni roku, to prym wiedzie „Gazeta Wyborcza", choć w ostatnich

latach różnica między obu czasopismami wyraźnie się zmniejszyła, na skutek ograniczeń, które wprowadził ów dziennik. Analizując cały okres (od 1989 roku do dziś), można zaobserwować wyraźny wzrost zainteresowania treściami literackimi na przełomie wieków.

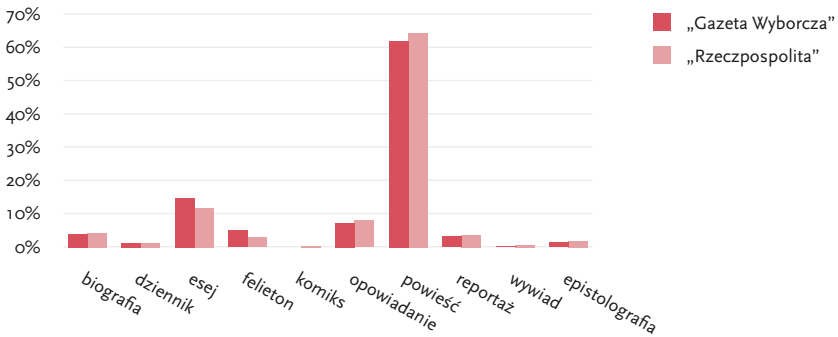
il. 1. Stosunek liczby tekstów poświęconych literaturze w danym roku w relacji do łącznej liczby takich tekstów uwzględnionych w badaniu danego dziennika w ujęciu chronologicznym



Według Bourdieu przekaz dziennikarski – z racji tego, że przeznaczony jest dla szerokiego odbiorcy – musi zostać uproszczony, z czego zdają sobie sprawę zarówno producenci medialni, jak i odbiorcy. Godzą się na udział w tej grze nawet wtedy, gdy otwarcie krytykują jej reguły. Istotny czynnik, wymuszający symplifikację treści, stanowi także dostosowywanie oferty do oczekiwań konsumenta. Redaktor działu kulturalnego czasopisma musi zdecydować, jakie książki spotkają się z zainteresowaniem czytelników. Innymi słowy: musi im zarekomendować to, co i tak znajduje się w polu ich zainteresowania, czyli to, co oni sami zarekomendowaliby innym. Nie jest oczywiście tak, że ów dziennikarz dysponuje szczególną wiedzą na temat preferencji jakiejś grupy społecznej, jego wskazania determinowane są przez szereg impulsów, nad którymi nie ma pełnej kontroli. Pomiędzy nim a jego odbiorcami zawiązuje się nić milczącego porozumienia.

Efekty tego procesu widać bardzo dobrze, gdy weźmiemy pod uwagę preferowane przez obydwie gazety rodzaje i gatunki literackie. Prezentowane są przede wszystkim dzieła epickie, wśród których najpopularniejsza jest powieść (tradycyjnie uznawana za gatunek skierowany przede wszystkim do odbiorcy mieszczańskiego). Na dalszych miejscach znajdują się: opowiadania, biografie, felietony, reportaże (tendencja zwyżkowa), epistolografia, dzienniki i wywiady. Rzadziej omawiane są dzieła poetyckie, najmniejsze zainteresowanie zaś wzbudzają dramat oraz komiks.

il. 2. Preferencje dzienników dotyczące gatunków epickich (preferencje ustalono dla 2052 badanych tekstów; w przypadku wystąpienia w badanym tekście więcej niż jednego rodzaju czy gatunku wskazywano na ten dominujący)



Swój utwór Marcin Świetlicki zatytułował *Wiersz dla Zbigniewa Herberta (z dedykacją dla Wisławy Szymborskiej)*. Jak rozumieć to zestawienie: z jednej strony Adam Michnik, przedstawiciel największej gazety codziennej, z drugiej – twórcy konsekrowani, umacniający ortodoksyjną hierarchię pola literackiego? Wydaje się, że poeta miał doskonałą intuicję, rozpoznając, a następnie krytykując za pomocą dyskursu poetyckiego, pewien znamienny mechanizm medialny. Z badań wynika, że od przełomu ustrojowego obydwa pisma koncentrowały się przede wszystkim na prezentacji tych aktorów społecznych, którzy mieli bardzo silną pozycję. Występują rzecz jasna różnice w doborze nazwisk (wynikające z istotnych rozbieżności ideologicznych, które pojawiały się na poszczególnych etapach rozwoju interesujących nas tytułów), ale zasada pozostaje niezmienna. Gazety sięgają po twórców dysponujących dużym kapitałem symbolicznym, znanych i uznanych, rozpoznawanych przez czytelniczą publiczność, co niekoniecznie oznacza, że cieszących się u niej powodzeniem.

tab. 1. Top 10 według „Rzeczpospolitej"

Lp.	*Pisarz*	*Liczba tekstów*	*Procent wszystkich tekstów w dzienniku*
1	Czesław Miłosz	21	2,11%
2	Gustaw Herling-Grudziński	21	2,11%

Lp.	*Pisarz*	*Liczba tekstów*	*Procent wszystkich tekstów w dzienniku*
3	Zbigniew Herbert	13	1,31%
4	Ryszard Kapuściński	12	1,21%
5	Günter Grass	12	1,21%
6	Sławomir Mrożek	11	1,11%
7	Tadeusz Różewicz	10	1,01%
8	Stanisław Lem	10	1,01%
9	Wisława Szymborska	9	0,91%
10	Jacek Kaczmarski	8	0,80%

tab. 2. Top 10 według „Gazety Wyborczej"

Lp.	*Pisarz*	*Liczba tekstów*	*Procent wszystkich tekstów w dzienniku*
1	Czesław Miłosz	40	2,12%
2	Ryszard Kapuściński	38	2,02%
3	Wisława Szymborska	31	1,65%
4	Gustaw Herling-Grudziński	23	1,22%
5	Tadeusz Różewicz	21	1,11%
6	Salman Rushdie	21	1,11%
7	Bohumil Hrabal	18	0,96%
8	Kazimierz Brandys	17	0,90%
9	Günter Grass	16	0,85%

W pracy *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique* Patric Champagne uzupełnił teoretyczny wokabularz Pierre'a Bourdieu kategorią kapitału medialnego (*capital médiatique*)[45]. Jest to zdobyta przez aktora społecznego we właściwym mu polu siła, z jaką następnie przyciąga uwagę mediów. Te ostatnie, decydując się na prezentację dzieła lub sylwetki jakiejś wybitnej postaci, robią inwestycję w jej kapitał medialny, by później wykorzystać go w celu legitymizacji swoich działań i wzmocnienia pozycji (zarówno wobec innych podmiotów, jak i w stosunku do sektora konsumenckiego). Mówiąc wprost: poszczególne media mają swoich poetów. Nie chodzi przy tym wyłącznie o agentów, którzy z daną gazetą są zaprzyjaźnieni, którzy podzielają poglądy

45 Zob. P. Champagne, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris 1990, s. 237 i 243.

jej redaktorów, którzy z powodów światopoglądowych i politycznych są gotowi ją wspierać. Chodzi o postaci dysponujące kapitałem medialnym zgodnym z pozycją zajmowaną przez daną gazetę na mapie pola dziennikarskiego. Widać to bardzo wyraźnie, gdy weźmie się pod uwagę obecność na łamach obu tytułów młodych twórców. Owszem, pojawiają się, ale sporadycznie. Ich „wartość" medialna wzrasta dopiero, gdy otrzymają literackie wyróżnienie. Wtedy mogą liczyć na zainteresowanie pola dziennikarskiego.

W swoim wierszu Świetlicki prowadzi wojnę na dwóch frontach: w obszarze literackim, w którym przypuszcza atak na twórców ortodoksyjnych, oraz w polu mediów, od którego radykalnie się odcina w imię pisarskiej niezależności.

3.3. Literatura z tygodnia na tydzień

Analizując strukturalne ograniczenia dyskursu telewizyjnego, Bourdieu zwraca uwagę na problem czasu i jego wpływ na kształtowanie przekazu medialnego[46]. Obowiązująca w polu dziennikarskim zasada ekonomiczna zmusza uczestników rozmowy (producentów bezpośrednich, pośredników, a także „kolaborantów") do szczególnego profilowania wypowiedzi. Ta ostatnia musi być odpowiednio krótka (i prosta), by można ją było umieścić w paśmie komunikacyjnym, do którego w danym interwale czasu podłączeni są odbiorcy. Z tego powodu długie wywody, jak również toczące się tygodniami polemiki specjalistów nie są możliwe w przestrzeni dziennikarskiej, zwłaszcza gdy dotyczą zagadnień związanych z działalnością wąskich grup społecznych, czyli – z założenia – wymagają wykwalifikowanego odbiorcy.

Przykładowe pytanie „czym jest dziś literatura?" może zostać w polu medialnym zadane, ale odpowiedź na nie musi zostać przystosowana do średniego poziomu zróżnicowanej grupy konsumentów prasy. Prowadzi to do sytuacji, w której komunikacja ma za swój przedmiot wyłącznie komunikację – jej cel stanowi podtrzymanie relacji fatycznej. Jest to oczywiście wariant skrajny i – wbrew obawom Bourdieu – nie dotyczy wszystkich rodzajów dziennikarstwa.

Z całą pewnością jednak problem czasu jest kluczowy dla zrozumienia relacji między uniwersum medialnym a innymi polami, zwłaszcza tymi, które – tak jak literatura – wspierają się na działaniach długoterminowych.

46 Zob. P. Bourdieu, *O telewizji*, dz. cyt., s. 56.

Można to zaobserwować na przykładzie tygodników opinii, którymi zajmiemy się w tej części. Jako przedmiot badania wybrane zostały dwa tytuły: „Tygodnik Powszechny" oraz „Polityka". Historia obu czasopism jest stosunkowo długa, jeśli wziąć pod uwagę genezę innych, ale wciąż ukazujących się na naszym rynku periodyków. „Tygodnik Powszechny" został założony w 1945 roku i w pierwszej formule ukazywał się do 1953 roku, kiedy to zamknięto go za odmowę druku nekrologu Józefa Stalina. Później wznowiono jego działalność, ale pod zmienioną redakcją (związaną ze Stowarzyszeniem PAX). Dopiero w 1956 roku do „Tygodnika Powszechnego" wrócili założyciele pisma. Przez cały okres peerelowski gazeta uchodziła za jedyny niezależny organ inteligencji katolickiej. Stan wojenny spowodował kolejną – tym razem krótszą – przerwę w ukazywaniu się tytułu. Do 1993 roku wydawcą pisma był Znak, później rolę tę przejęła spółka Tygodnik Powszechny. W 2007 roku udziały w piśmie kupiła Grupa ITI, która w roku następnym przejęła pakiet większościowy, nie ingerując jednakże w skład redakcji ani politykę redakcyjną. W 2011 roku Grupa ITI przekazała (nieodpłatnie) swoje udziały Fundacji Tygodnika Powszechnego.

„Polityka" powstała w 1957 roku jako organ rządu komunistycznego i rolę tę odgrywała przez cały okres PRL-u. Po 1989 roku tygodnik opuścił koncern Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej i zaczął być publikowany przez własną spółdzielnię (Polityka Spółdzielnia Pracy). W 2012 roku została ona przekształcona w spółkę komandytowo-akcyjną. Pismo ma liberalno-lewicowy profil. W ciągu ostatnich 25 lat „Polityka" konsekwentnie budowała swoją pozycję w polu prasowym, aż stała się czołowym pismem pośród tygodników opinii (średnia sprzedaż wynosi około 130 tysięcy egzemplarzy). Jest także jednym z najbardziej opiniotwórczych mediów w kraju.

Udziały w rynku „Tygodnika Powszechnego" są mniejsze. Przed 1989 rokiem sprzedaż gazety utrzymywała się na poziomie 90 tysięcy egzemplarzy, by na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku spaść do pułapu 30 tysięcy. Obecnie pismo rozchodzi się w liczbie około 17 tysięcy kopii, zachowując przy tym silną pozycję wśród mediów opiniotwórczych.

Po przełomie politycznym obydwa podmioty znalazły się w nowej sytuacji rynkowej, która wiązała się z rekonfiguracją warunków komunikacyjnych. Pisma były zmuszone podjąć walkę z heteronomizującymi je siłami politycznymi i religijnymi. Proces ten przebiegał ze zmiennym powodzeniem. Jeśli w świadomości sektora konsumenckiego „Polityka" funkcjonuje dziś jako medium autonomiczne, to „Tygodnik Powszechny", mimo pełnej niezależności merytorycznej, kojarzony jest ze środowiskami kościelnymi, a szerzej:

religijnymi. Skądinąd ze strony samych instytucji kościelnych często słychać krytykę pod adresem linii redakcyjnej pisma.

Przynajmniej w jednym przypadku widać bezpośrednie przełożenie wspomnianych wyżej procesów „emancypacji" na sposób traktowania literatury. Początek lat dziewięćdziesiątych xx wieku to w „Polityce" czas sporów ideologicznych, do których często wykorzystywana była literatura. Na łamach tygodnika ukazywały się teksty o tematyce literacko-społecznej (nawet jeśli głównym punktem odniesienia była poezja lub proza, to autorzy i tak chętnie umieszczali je w kontekście politycznym). W inicjowanych przez redakcję dyskusjach chodziło nie tylko o kształt nowej sfery kulturalnej, lecz także o znaczenie literatury powstającej w latach osiemdziesiątych minionego wieku, co przejawiało się w licznych podsumowaniach. Oprócz tego podejmowano rozważania o sytuacji instytucji literackich działających w nowych warunkach gospodarczych (na przykład pism branżowych czy wydawnictw). Jeśli chodzi o stosunek do poszczególnych rodzajów literackich i gatunków, to zwracano uwagę głównie na powieść, ale zazwyczaj w trybie krytycznym – krytycy powtarzali tezę o braku powieści, która ukazałaby upadek komunizmu i pierwsze lata po zmianie ustroju.

W tym samym okresie „Tygodnik Powszechny" prezentował liczne materiały poświęcone literaturze, przede wszystkim koncentrując się na wyrazistej grupie konsekrowanych twórców, cieszących się międzynarodową renomą. Chodzi w pierwszej kolejności o poetów (z Czesławem Miłoszem na czele). Zauważalna jest duża konsekwencja w doborze przedstawianych nazwisk, które tworzą szczelny obieg komunikacyjny (to również kanał, którym dystrybuowany jest prestiż). Fundamentem polityki kulturalnej „Tygodnika Powszechnego" są zatem prezentacje wybitnych postaci ze świata literackiego, należących do środowiska ideowego gazety lub do tego środowiska się zbliżających. To niemal bez wyjątku aktorzy reprezentujący sektor ortodoksyjny, poeci wskazujący na tradycję klasyczną jako jeden z najistotniejszych punktów odniesienia dla swojej twórczości. Nieliczne, ale jednak zauważalne są teksty na temat poezji młodej, pisanej przez pokolenie tak zwanych roczników sześćdziesiątych (pokolenie „bruLionu"). Nie ma jednak żadnych wątpliwości, że ich obecność na łamach gazety nie zmienia obowiązujących hierarchii estetycznych.

Na początku lat dziewięćdziesiątych xx wieku „Tygodnik Powszechny" traktował literaturę podmiotowo, a zakres prezentowanych postaci oraz zjawisk był wyraźnie zdefiniowany (grupa autorów z dużym kapitałem symbolicznym).

Zmianę mechanizmów medialnych wykorzystywanych przez „Politykę" można zauważyć w połowie lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia. Publikowane już wcześniej rankingi najlepiej sprzedających się pozycji książkowych zostają uproszczone (pierwsze zestawienia opatrywane były wyczerpującym komentarzem redakcyjnym, analizowano w nim nowe trendy, wskazywano zaskakujące czy niepokojące zjawiska). Pojawiają się krótkie omówienia (noty rekomendujące), wśród których literatura piękna wciąż zajmuje istotne, ale już nie najważniejsze miejsce (poszerzenie palety prezentowanych książek). Od 1993 roku „Polityka" przyznaje własne nagrody (Paszporty Polityki) w sześciu kategoriach tematycznych: Literatura, Film, Teatr, Muzyka, Plastyka (przemianowana następnie na Sztuki wizualne) oraz Estrada. Później wprowadzono podział na wyróżnienie w dziedzinie muzyki poważnej oraz muzyki popularnej, usunięto też kategorię Estrada, a dodano: Kreator kultury.

Połowa lat dziewięćdziesiątych XX wieku to zauważalna zmiana priorytetów redakcyjnych „Polityki". Dużo uwagi poświęca się nagrodom, czemu towarzyszy uszczuplenie liczby autonomicznych materiałów na temat literatury (tendencja ta utrzymuje się do przełomu wieków). Wektor oddziaływania zmienia się: gazeta zaczyna współkształtować przestrzeń literacką, koncentrując się na najskuteczniejszych narzędziach (nagroda i towarzyszący jej komentarz). Jest to wyraźny wskaźnik heteronomizacji pola literackiego, które zostaje poddane wpływowi nowego narzędzia konsekracyjnego, mającego ponadto duży wpływ na wyniki sprzedaży nagradzanych książek (większe znaczenie sprzedażowe ma w Polsce tylko Nagroda Nike).

Na przykładzie Paszportów Polityki można zaobserwować omawiany już proces przechwytywania kapitału eksperckiego. Do 2004 roku nominacje do nagrody przyznawane były przez samą redakcję. Później natomiast – w celu zwiększenia jej prestiżu – zaproszono do grona nominujących krytyków reprezentujących różne instytucje (prasowe, akademickie, literackie). Konsolidacji uległy również medialne kryteria wyboru laureatów. Jeśli pierwsze wyróżnienia trafiały w ręce twórców starszego i średniego pokolenia, to po 2000 roku na liście zwycięzców znajdują się już niemal wyłącznie pisarze młodszych generacji. „Polityka" konsekwentnie kreuje swój wizerunek jako medium towarzyszącego najnowszym zjawiskom kulturalnym, reagującego na artystyczne rewolucje. Wśród nagrodzonych znajdują się pisarze i pisarki lokujący się w tej części pola literackiego, którą Bourdieu zarezerwował dla awangardy (na przykład Sylwia Chutnik, Dorota Masłowska, Sławomir Shuty).

W ostatnich pięciu latach na stronach kulturalnych pisma ukazuje się coraz więcej artykułów poświęconych literaturze – są to zazwyczaj sylwetki twórców oraz teksty o zjawiskach literackich i okołoliterackich. Rzadko się zdarza, by za pomocą osobnego artykułu omawiano pojedynczą książkę.

Wróćmy teraz do przeobrażeń „Tygodnika Powszechnego". Przez całe lata dziewięćdziesiąte xx wieku pismo trzymało się tych samych założeń. Strategie redakcyjne uległy nieznacznej zmianie około 2000 roku, a wyraziło się to w uzupełnieniu materiałów o treści związane z literaturą popularną. W tym samym czasie czasopismo zainicjowało debatę na temat literatury pierwszego dziesięciolecia po transformacji (nawiązując tym samym do podobnej dyskusji, która dotyczyła twórczości lat osiemdziesiątych). Dominowały w niej głosy krytyczne, deprecjonujące osiągnięcia pisarzy aktywnych po 1989 roku, wskazujące na chaos, jaki panował w obrębie pola literackiego, i na brak wyrazistych hierarchii (dobrze podsumowuje to tytuł otwierającego polemikę tekstu Mariana Stali: *Coś się skończyło, nic się nie chce zacząć*[47]).

Na uwagę zasługują jednak nie tylko tezy stawiane przez uczestników tamtej dyskusji, lecz także warunki, w których się toczyła: wymiana zdań trwała przez ponad osiem miesięcy, a wzięło w niej udział dziewięciu krytyków i poetów. Świadczy to o wciąż bardzo dużej autonomii, jaką literatura cieszyła się na łamach „Tygodnika Powszechnego". Czynniki rynkowe, które już w latach dziewięćdziesiątych xx wieku wymuszały rekonfigurację struktury instytucjonalnej wielu polskich pism, w przypadku krakowskiego periodyku nie odgrywały aż tak dominującej roli. Ten stan rzeczy wywołała trwałość redakcyjnej polityki kulturalnej. Tempo przekazu medialnego było wolniejsze, a homogenizacja treści pochodzących z innych pól społecznych – mniejsza.

Nie oznacza to jednak, że „proces spowolnienia" przynosił wyłącznie pozytywne efekty. Niezależność literatury, wprowadzanie do wnętrza pola medialnego problemów branżowych, otwartość na dyskurs ekspercki (a nie tylko na symboliczny kapitał samego specjalisty) – to bez wątpienia wyjątkowe w polskim uniwersum medialnym zjawiska. Z drugiej zaś strony prezentowana na łamach „Tygodnika Powszechnego" literatura miała bardzo jednolity charakter (twórcy ortodoksyjni, konserwujący zastany porządek, zamknięci na projekty awangardowe i eksperymentalne).

Kolejna zmiana nastąpiła w połowie pierwszej dekady xxi wieku. Pismo zintensyfikowało wówczas praktykę, której początki sięgają jeszcze lat

47 M. Stala, *Coś się skończyło, nic się nie chce zacząć*, „Tygodnik Powszechny" 2000, nr 2.

dziewięćdziesiątych poprzedniego stulecia: chodzi mianowicie o publikację dodatków tematycznych, których współwydawcą lub sponsorem były instytucje zewnętrzne. W tym czasie ukazywały się również kolejne numery insertowanego (bezpłatnego) magazynu literackiego „Książki w Tygodniku" – omawiano w nim nowości wydawnicze.

Od 2009 roku Fundacja Tygodnika Powszechnego współorganizuje Międzynarodowy Festiwal Literatury im. Josepha Conrada (Conrad Festival). W ciągu każdego roku do głównego grzbietu „Tygodnika Powszechnego" dołączane są cztery numery „Magazynu Conradowskiego", w którym krytycy, tłumacze i akademicy anonsują gości kolejnych edycji imprezy (dominują długie formy: artykuł problemowy, esej, sylwetka, wywiad). Zakres tematyczny prezentowanych w piśmie materiałów został zdecydowanie poszerzony, ale druk dodatków oraz magazynów spowodował odpływ treści literackich z podstawowego wydania gazety. Mimo wszystko „Tygodnik Powszechny" znajduje się zdecydowanie bliżej bieguna intelektualnego.

Podsumujmy:

1) analizowane tygodniki opinii w odmienny sposób reagowały na zmiany gospodarcze po 1989 roku, co odzwierciedla miejsce, które zajmują obecnie na mapie medialnego mikrokosmosu;
2) pozycja każdego z graczy urzeczywistnia się we właściwych mu środkach wykorzystywanych do prezentacji literatury;
3) wśród medialnych czynników heteronomizujących pole literackie wymienić należy:
   a) uproszczenie przekazu;
   b) przechwytywanie kapitału symbolicznego podstawowych graczy;
   c) dywersyfikację metod konsekracyjnych (nagrody przyznawane przez czasopisma, dzięki medialnemu wsparciu, mają dużo większy zasięg niż wyróżnienia fundowane przez podmioty bezpośrednio związane z uniwersum literatury);
4) wzrasta udział zewnętrznego sponsoringu w projektach kulturalnych, co gwarantuje obecność tych ostatnich na łamach pism, ale zarazem ogranicza swobodę działania redakcji, która musi podporządkować się ramom tematycznym programów dotacyjnych lub oczekiwaniom mecenasa[48]. Czarna wizja Flauberta powraca w innej postaci.

48 Fakt, że inni aktorzy pola społecznego są gotowi asygnować środki na dofinansowywanie tematycznych dodatków „Tygodnika Powszechnego", jest związany z jego pozycją w polu

3.4. Literatura jako styl życia

„Wiersze których nie przeczytali / politycy prawnicy lekarze i księża / nie działają" – pisze w utworze *Podobno* Wojciech Bonowicz[49]. Krakowski poeta tematyzuje jeden z istotniejszych mechanizmów heteronomizujących uniwersum literatury. Jak pamiętamy, według Bourdieu autonomiczny producent to ten, który kieruje swoje dzieło do innych producentów, czyli umieszcza je w obiegu zawodowców (równych sobie). Gdy dystrybucja uznania między aktorami pola zostaje zakłócona, wówczas punktem odniesienia staje się publiczność złożona z nieprofesjonalistów. Bonowicz ironicznie odnosi się do przekonania, że teksty literackie, które nie spotkają się z przychylną reakcją ze strony takiego odbiorcy, cechują się usterką, mają „wadę konstrukcyjną", a ich estetyczny mechanizm jest – jak można sądzić – zbyt skomplikowany. Są hermetyczne, nieczytelne, nie działają (czyli nie oddziałują).

Pasem transmisyjnym między twórcą a konsumentami są media, zwłaszcza media wysokonakładowe. Socjologia intuicyjna, którą uprawiają – raczej nieświadomie – niemal wszyscy gracze pola produkcji kulturowej, szczególne znaczenie marketingowe przypisuje tak zwanym pismom lifestylowym, kreującym i wzmacniającym snobistyczne nawyki właściwe określonym grupom społecznym (kobiety, biznesmeni, środowiska młodzieżowe, subkultury i tak dalej). Analiza zawartości dwóch takich magazynów – „Twojego Stylu" oraz „Malemena" – pozwala zweryfikować obiegowe przekonania na temat relacji między polem literackim a mikrokosmosem mediów kolorowych.

Pierwszy z wymienionych tytułów – określany mianem „miesięcznika dla kobiet" – powstał rok po przełomie politycznym i od początku publikowany jest przez Wydawnictwo Bauer. Średni nakład magazynu wynosi przeszło 300 tysięcy egzemplarzy, natomiast rozpowszechnianie utrzymuje się na poziomie 215 tysięcy kopii (dane z 2013 roku). Drugi – ilustrowany magazyn dla mężczyzn – ukazuje się od 2008 roku (w zmiennym rytmie wydawniczym: od kwartalnika przez miesięcznik aż po dwumiesięcznik). Udziały w rynku „Malemena" są zdecydowanie mniejsze: jak informuje wydawca – NextMedia – nakład wynosi 62 tysiące egzemplarzy, z czego 10 tysięcy trafia do prenumeratorów, 35 tysięcy do partnerów wydawnictwa, a 17 tysięcy do otwartej sprzedaży.

prasowym. Kapitał symboliczny gazety (jej intelektualny profil) przyciąga instytucje zainteresowane dotowaniem poważnej kultury.

49 W. Bonowicz, *Podobno*, [w:] tegoż, *Echa*, Wrocław 2013, s. 17.

Na łamach „Twojego Stylu" literatura prezentowana jest na cztery sposoby:

1) za pomocą not rekomendujących, które na początku opracowywane były przez redakcję pisma, a następnie zostały wyparte przez noty sponsorowane lub nieco dłuższe materiały promocyjne;
2) poprzez listy bestsellerów (w zasadzie każda z polecanych pozycji wydawniczych jest określana w ten sposób, co sprawia, że kwalifikacja traci jakikolwiek sens);
3) w postaci portretów pisarek (promowana jest przede wszystkim literatura kobieca), koncentrujących się głównie na ich biografii;
4) za pośrednictwem wywiadów z autorkami.

Książki *stricte* literackie sąsiadują z pozycjami należącymi do innych dziedzin.

Dwa mechanizmy mają tu kluczowe znaczenie. Po pierwsze pisarki (rzadziej pisarze) występują w roli nieliterackiej: wypowiadają się na tematy związane z życiem lub snują opowieści o charakterze biograficzno-anegdotycznym. Po drugie literatura umieszczana jest w kontekście psychologicznym, z czego wynika popularność prozy obyczajowej.

Jeśli „Twój Styl" stanowi istotne źródło wiedzy na temat czynników heteronomizujących pole literackie, to przede wszystkim dlatego, że od początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku funkcjonuje jako laboratorium narzędzi promocyjnych. Medialne strategie marketingowe przenoszone są z obiegu medialnego do sfery literackiej i wyznaczają zakres tak zwanych „obowiązków promocyjnych" autora czy autorki. Zwiększając zakres oddziaływania danej książki, instrumenty te zmieniają także charakter odniesień między producentem, wydawcą i odbiorcą. Odwrócone zostają również relacje między działami marketingu a redakcjami wydawnictw (na niekorzyść tych ostatnich).

W tym kontekście zaskakująca (przynajmniej na pozór) jest strategia „Malemena", który bardzo dużo miejsca poświęca literaturze, wyraźnie oddzielanej tutaj od reszty książkowej produkcji (w piśmie nie występuje charakterystyczne dla obiegu medialnego pomieszanie oferty). Co ciekawe, największym zainteresowaniem redakcji cieszą się projekty eksperymentalne (konsekrowana awangarda), z naciskiem na poezję (wśród autorów drukowanych wierszy i opowiadań znajdują się między innymi: Henryk Bereza, Darek Foks, Tadeusz Pióro, Janusz Rudnicki, Andrzej Sosnowski, Marcin Świetlicki, Eugeniusz Tkaczyszyn-Dycki, Michał Witkowski, Bohdan Zadura). Ukazują się także raporty o stanie polskiego pola literackiego, zestawienia najważniejszych rodzimych autorów (są wśród nich między innymi: Marian

Pankowski, Tadeusz Różewicz, Piotr Sommer), teksty o sytuacji księgarzy czy warsztacie pisarza.

Autonomizacja literatury jest w przypadku „Malemena" gestem wyjątkowym na tle dominujących tendencji w tym sektorze medialnym. Pismo znajduje się blisko bieguna komercyjnego i walczy o udziały w rynku z innymi tytułami. A jednak odwołania do awangardy stanowią dowód na prowadzenie przez redakcję magazynu gry z konsumentem, któremu daje się do zrozumienia, że obcuje z pismem oferującym ambitne treści. Pytanie, czy jest to strategia długofalowa, czy też jeden z tymczasowych zabiegów mających za zadanie pozyskać pewną część sektora konsumenckiego. Istotnym czynnikiem, który wpłynął na decyzję o upowszechnianiu wspomnianych treści, była krótkotrwała współpraca między redakcją a Biurem Literackim, co wiązało się z promocją autorów drukujących książki we wrocławskim wydawnictwie.

3.5. Literatura w sieci

W badaniu relacji między polem literatury a polem dziennikarskim nie można pominąć mediów sieciowych. Mimo że znaczącą rolę w procesie strukturyzacji literackiego mikrokosmosu zaczęły one odgrywać dopiero w ostatnich kilku latach, to jednak warto przyjrzeć się, z jakimi zjawiskami ma do czynienia czytelnik internetowych serwisów kulturalnych i literackich. Analiza obejmuje treści prezentowane w dwóch portalach: dwutygodnik.com oraz książki.onet.pl. Obydwa wyróżniają się dużą klikalnością i stanowią reprezentatywne przykłady sieciowych periodyków poświęconych zjawiskom literackim.

Dwutygodnik.com to portal finansowany przez agendę Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego – Narodowy Instytut Audiowizualny. Stała dotacja sprawia, że instytucja może funkcjonować stabilnie i jak do tej pory nie musiała pozyskiwać dodatkowych środków na utrzymanie działalności. Pismo ma profil liberalny, jest nastawione na dużą różnorodność światopoglądową i artystyczną.

Mimo sieciowego charakteru dwutygodnik.com ma wiele cech wspólnych z „tradycyjnymi", czyli drukowanymi, pismami. Chodzi przede wszystkim o częstotliwość aktualizacji (periodyczność), sposób prezentacji treści (graficzna organizacja materiału, a także wyszczególnienie przeszłych i bieżących numerów) oraz formy podawcze (felietony, recenzje, rozmowy z autorami, prezentacje tekstów literackich). Wszystko to można potraktować jako przykład remediacji klasycznej, tabularnej gazety.

Z kolei portal książki.onet.pl wykorzystuje głównie sieciowe rozwiązania i narzędzia prezentacji. W tym przypadku remediacja dotyczy wyłącznie poziomu genologicznego (form podawczych), nie zaś sposobu udostępniania treści. Zamiast klarownie oddzielać od siebie kolejne numery pisma, redakcja zdecydowała się na ciągłe aktualizowanie materiałów, które są dodawane do strumienia. Portal nie rezerwuje osobnej przestrzeni dla tekstów poświęconych określonej dziedzinie produkcji artystycznej. Wszystkie materiały sąsiadują ze sobą bez wyraźnego porządku merytorycznego. Książki.onet.pl utrzymują się głównie z banerów reklamowych, zysk z portalu jest więc uzależniony od liczby wyświetleń.

W przypadku obu analizowanych portali mamy do czynienia z logiką właściwą polu dziennikarskiemu, choć występuje ona z różnym natężeniem. Dominującym sposobem prezentacji literatury w dwutygodniku.com są omówienia książek (recenzje, szkice krytyczne). W wielu z nich pojawia się styl popularyzatorski, stąd luźna konstrukcja tekstów, często przetykanych anegdotami. Zdarzają się jednak również pogłębione analizy zjawisk literackich, które odwołują się do zagadnień teoretycznych czy filozoficznych. Głównym kryterium doboru przedstawianych w portalu książek jest ich przynależność do kategorii nowości wydawniczych.

Obydwie instytucje medialne reagują na bieżące wydarzenia kulturalne i literackie, ale zauważalna jest różnica. O ile dwutygodnik.com publikuje nowe materiały na temat aktualnych zjawisk literackich w formie wyczerpujących artykułów, o tyle książki.onet.pl koncentrują się przede wszystkim na informowaniu o nowinkach. Decyduje o tym ewidentna komercjalizacja niemal wszystkich przedsięwzięć związanych z działaniem strony. Publikowane teksty – nawet jeśli oznaczane są jako recenzje – nie zawierają oceny merytorycznej książki. Mamy tu także do czynienia z całkowitym pomieszaniem gatunkowym (literatura występuje obok innych rodzajów pisania). Częstotliwość pojawiania się materiałów o charakterze biograficznym (sensacyjne opowieści o pisarzach i pisarkach) jest dużo większa niż w przypadku innych portali. Przeważa tabloidowa logika prezentacji literatury, co przejawia się nie tylko w warstwie merytorycznej, lecz także w graficznej formie artykułów (chwytliwy tytuł lub przyciągający uwagę layout).

Badanie portalu za pomocą archiwum internetowego pozwala zauważyć ciekawą zmianę w polityce literackiej, która dokonała się w ostatnich kilku latach. Około 2004 roku czytelnik szukający tekstu na konkretny temat mógł posłużyć się specjalnym indeksem. Redakcja dbała o uporządkowanie kategorii tematycznych i gatunkowych. Obecnie wszystkie materiały trafiają

do jednego strumienia treści, bez względu na ich formę podawczą czy temat. Wcześniej portal miał ponadto szereg podstron, w tym na przykład Czytelnię, Kulturę (związaną z paryską „Kulturą") czy serwis w całości poświęcony Stanisławowi Lemowi. W początkowej fazie istnienia strona prezentowała dyskusje związane z literaturą lat dziewięćdziesiątych minionego wieku. W pewnym momencie jednak perspektywa merytoryczna została zneutralizowana, a w jej miejsce pojawił się chaotyczny mechanizm zestawiania tekstów. Portal, który zaczynał działalność z dużym kapitałem ekonomicznym, technologicznym oraz symbolicznym (jako strona-córka najważniejszego serwisu informacyjnego), wraz z pojawieniem się konkurencyjnych, bardziej wyspecjalizowanych witryn internetowych, a także w związku ze zmianą profilu strony głównej (nacisk na rozrywkę) uległ komercjalizacji. Z wszechstronnego medium kulturalnego książki.onet.pl przekształciły się w zhomogenizowany strumień treści.

3.6. Podsumowanie: Literatura medialna

Przedstawione poniżej wnioski nie obejmują, rzecz jasna, wszystkich czynników heteronomicznych, które wywarły wpływ na polską literaturę w ostatnim ćwierćwieczu. Lista zawiera wyłącznie obserwacje zgromadzone podczas badania wybranych instytucji medialnych. Trzeba pamiętać, że poszczególne procesy zachodzą z różną siłą. Tym bardziej nie można też twierdzić, że dotyczą one wszystkich aktorów pola literackiego.

1) Za sprawą oddziaływania pola dziennikarskiego pogłębił się proces, którego efektem jest zmiana statusu pisarza w obiegu społecznym. W latach dziewięćdziesiątych XX wieku producenci literatury pojawiają się w mediach wysokonakładowych w charakterze autorytetów intelektualnych. To oni – dysponując dużym kapitałem symbolicznym i medialnym – wskazują publiczności czytelniczej godne uwagi zjawiska (nie tylko z pola literackiego, lecz także z innych obszarów kultury). Z czasem to miejsce zajmują aktorzy, których siła oddziaływania jest większa. Celebryci (aktorzy, filmowcy, przedstawiciele mediów, muzycy i tak dalej) stają się przewodnikami konsumenta. Pozycja nadawcy ustalającego hierarchię medialnych wartości staje się punktem odniesienia dla pola produkcji kulturowej i przekształca obowiązujące w nim strategie działania.
2) Pisarze występują w innej niż wcześniej roli – przemawiają nie jako

specjaliści od literatury, lecz jako komentatorzy rzeczywistości w jej różnych wymiarach (od społeczno-politycznego po egzystencjalny).

3) Zmienia się także hierarchia uprawianych rodzajów i gatunków literackich. Największym zainteresowaniem mediów cieszą się formy epickie, na czele z powieścią, najmniejszym zaś poezja. Część producentów nawiązuje kontakt z mediami, zyskując w ten sposób dodatkowy kapitał symboliczny. Dochodzi do transformacji stosunków władzy. Nośnikiem tej ostatniej jest – w coraz większym stopniu – kapitał przynoszony z zewnątrz.
4) Medialne środki konsekracji zaczynają dominować nad narzędziami właściwymi sferze literackiej (co wiąże się z poprzednim zjawiskiem). Widać to bardzo wyraźnie na przykładzie nagród fundowanych przez czasopisma (Nike, Paszporty Polityki). Obieg medialny zapewnia takim wyróżnieniom dużo większy zasięg społeczny, co sprawia, że stają się one atrakcyjne dla coraz szerszej grupy aktorów.
5) Literatura zajmuje miejsce pośród innych form pisania, cieszących się – z racji prostoty przekazu – dużym zainteresowaniem sektora konsumenckiego. I to właśnie z nimi zaczyna konkurować o odbiorcę, stając się „literaturą medialną", czyli podległą logice mediów.
6) Styl literacki (a mówiąc ściśle: cały wachlarz środków retorycznych, które zostały wytworzone w obrębie pola) zostaje poddany zabiegom redukcjonistycznym oraz homogenizującym, co wywołuje jego postępującą dewaluację w obrębie uniwersum artystycznego.
7) Walka o środki upowszechniania efektów pracy literackiej skłania aktorów pola produkcji kulturowej do bezkrytycznego przyjmowania charakterystycznej dla mediów logiki temporalnej. Szybkość przekazu i jego ograniczona żywotność wymuszają skrócenie dystansu między dyskutującymi o literaturze agentami. W efekcie polemiki na temat pola literackiego zostają zepchnięte do mediów branżowych. Z perspektywy centralnych pozycji w przestrzeni publicznej jawią się jako wydarzenia o ograniczonym znaczeniu dla całości kultury.
8) Pole mediów wzmaga efekt allodoksji (błędu poznawczego polegającego na przypisaniu danemu aktorowi wartości, której w rzeczywistości nie posiada, lub na pomieszaniu kontekstów). Weźmy za przykład ranking „Malemena" – *Najważniejsi pisarze xx wieku*. Na liście znaleźli się wybitni pisarze, twórcy dysponujący niewątpliwym prestiżem, a jednak ich pozycja w obrębie pola literackiego jest inna – by ją zrozumieć, trzeba poznać mapę całego obszaru i zrekonstruować

trajektorię społeczną poszczególnych aktorów. Media nie dają nam na to szans. Można, rzecz jasna, potraktować wspomniany gest jako rodzaj interwencji, wyrażający chęć zrewidowania obowiązujących wartości i zmiany ustalonego porządku, niemniej obieg komunikacyjny, w którym następuje owa interwencja, nie ma takiej mocy.

4. LITERATURA A EDUKACJA[50]

4.1. Podwójna wartość edukacji

Według Pierre'a Bourdieu system edukacyjny odgrywa kluczową rolę w procesach strukturyzacji pola społecznego. Nie jest to jednak – wbrew powszechnym przeświadczeniom – wpływ wyłącznie pozytywny. Instytucjom edukacyjnym przypisuje się zazwyczaj funkcję rekonfiguracji sieci społecznych relacji. Szkoła ma stanowić miejsce, gdzie dochodzi do przewartościowania zastanego porządku, a w jego efekcie – do wyrównania różnic klasowych. Bourdieu sugeruje, że narzędzia edukacyjne, z założenia mające służyć demokratyzacji społeczeństwa (likwidacji nierówności społecznych oraz inkluzji w obręb wspólnoty nowych jednostek), nie działają skutecznie. Skutkiem edukacji jest zazwyczaj odwrotność szlachetnych ideałów. System, zamiast znosić różnice, reprodukuje je, a następnie utrwala na innym poziomie, co prowadzi do sytuacji, w której aktorzy społeczni zataczają koło: ograniczenia wynikające z miejsca w obrębie danej klasy wciąż determinują ich sposób funkcjonowania w społeczeństwie[51].

Dzieje się tak z kilku powodów, wśród których najistotniejszy stanowi wyjściowe zróżnicowanie kompetencji. W przestrzeni szkolnej spotykają się przedstawiciele różnych klas i grup społecznych, a każda z nich ma swój własny sposób komunikacji, swoje reguły oraz mechanizmy wzmacniające relację wewnętrzną. Mówiąc językiem Bourdieu: ma własny habitus i kapitał kulturowy. Celem procesu edukacyjnego jest przeciwdziałanie idiosynkrazji,

50 Przedstawione w niniejszej części raportu wnioski zostały sformułowane na podstawie analizy wybranych podręczników polonistycznych do szkół ponadgimnazjalnych, tematów maturalnych z języka polskiego oraz zawartości specjalistycznego czasopisma (chodzi o miesięcznik „Polonistyka"), które zajmuje się problemem edukacji literackiej.

51 Zob. P. Bourdieu, J.C. Passeron, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, tłum. E. Neyman, wstęp i red. nauk. A. Kłoskowska, Warszawa 2006, s. 154–176.

czyli włączanie uczniów we wspólny obieg komunikacyjny, dzięki czemu w przyszłości będą mogli przekraczać granice swoich światów społecznych i swobodnie rozwijać się zawodowo. Według Bourdieu cel ten nie zostaje jednak w pełni osiągnięty: w większości przypadków punkt dojścia tylko pozornie różni się od punktu wyjścia (nierówności zostają zachowane i są tym trwalsze, im silniejsza jest towarzysząca działaniom edukacyjnym retoryka, odwołująca się do konieczności stworzenia wspólnego świata, gdzie znajdzie się miejsce dla wszystkich). Osoby już na wyjściu dysponujące kapitałem kulturowym (wyposażone w niego przez rodzinę) mają łatwiejszy dostęp do prawomocnej kultury. Ta ostatnia jest efektem współdziałania przedstawicieli klas dominujących, którzy narzucają reszcie społeczeństwa swoje hierarchie i standardy. System edukacyjny wytwarza określone dyspozycje kulturowe umożliwiające obcowanie ze sztuką, która ma sankcję danej grupy społecznej (została przez nią uprawomocniona). Właśnie to stanowi źródło procesu odtwarzania nierówności klasowych. Osoby trafiające do szkoły z obszarów wykluczonych konfrontowane są z systemem przystosowanym do potrzeb i przeświadczeń klasy dominującej. Z jednej strony zatem mamy do czynienia z obietnicą demokratycznej edukacji, która obejmie wszystkich, z drugiej zaś z rzeczywistością porządku szkolnego, która przechowuje wszystkie hierarchie i podziały[52].

Według Bourdieu jedynie niewielka grupa uczniów jest w stanie uwolnić się – na kolejnych etapach kształcenia – od determinacji społecznych (klasa, pochodzenie, płeć, język, miejsce zamieszkania, przyzwyczajenia i tak dalej). Nie jest to jednak trend powszechny. Awans społeczny, połączony z całkowitym opanowaniem kompetencji kulturowych i dyspozycji estetycznych, francuski socjolog określa mianem „cudu" (by poradzić sobie z selekcją, młodzi ludzie muszą w pełni zaangażować się w działania edukacyjne, w czym mogą im pomóc talent oraz pracowitość).

Czy można tę sytuację zmienić? Bourdieu dopuszcza taką możliwość, choć podkreśla, że wymaga to przeformułowania założeń modelu naucza-

52 Zob. R. Johnson, *Pierre Bourdieu on Art, Literature and Culture*, [w:] P. Bourdieu, *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*, red. i wstęp R. Johnson, New York 1993, s. 23. Bourdieu wskazuje na silny związek między mechanizmem reprodukcji nierówności a ideologią równych szans, która każe interpretować porażkę w kategoriach indywidualnych zaniedbań i ograniczeń (na przykład natury poznawczej lub psychologicznej) zarówno po stronie uczniów, jak i po stronie nauczycieli, nie zaś w kategoriach determinacji strukturalnej. Zjawisko to sprzyja umacnianiu systemu, a jego rewersem jest pogłębiający się kryzys całego pola edukacyjnego.

nia[53]. Jeśli wyjściowym problemem procesu kształcenia jest różnica języków (kapitału językowego i dyspozycji komunikacyjnych, które umożliwiają partycypację w kulturze), to znaczy, że właśnie poszerzanie umiejętności posługiwania się mową może być kluczem do rekonfiguracji struktury społecznej. Zamiast bezkrytycznie reprodukować hierarchię kodów kulturowych, szkoła powinna wyposażać uczniów w złożone kompetencje lingwistyczne (a co za tym idzie percepcyjne). Chodzi o formę pośrednią między narzucaniem jednego – homogenicznego – wzorca językowego (i kulturowego) a otwartością na wszystkie społeczne kody komunikacyjne wnoszone do przestrzeni szkolnej przez poszczególnych uczniów. Obydwie skrajności wzmagają hierarchizację: pierwsza w sposób otwarty, druga – niejawny, co nie znaczy, że mniej opresyjny.

Kluczową rolę w procesie rozwijania kompetencji językowych odgrywa, według Bourdieu, literatura. Jeśli szkoła kładzie nacisk na jej wartość wymienną, czyli tak dobiera prezentowane dzieła literackie, by pasowały do prawomocnego modelu kultury, wówczas efektem kształcenia jest reprodukcja zastanej struktury społecznej. Jeśli natomiast stawia na wartość użytkową literatury, czyli traktuje ją jako rezerwuar rozmaitych środków i praktyk językowych, wówczas dyspozycje uczniów mogą zostać poszerzone[54]. Tych dwóch wartości literatury (i zarazem dwóch wartości samego procesu kształcenia) nie można od siebie całkowicie oddzielić. Każde działanie pedagogiczne niesie ze sobą mniejszą lub większą dawkę przemocy symbolicznej, w każdej szkolnej praktyce obecny jest element arbitralności. Chodzi jednak nie o całkowite oczyszczenie literatury z jej wartości wymiennej, lecz o to, by zachować w grze (i dowartościować) jej aspekt użytkowy. W konsekwencji model nauczania, w którym dominuje przemoc symboliczna, zostanie zastąpiony modelem twórczym. Ten ostatni nie polega na swobodnym obcowaniu z tekstem literackim, ale zakłada określoną dyscyplinę. Bourdieu mówi o „dyscyplinie emancypacyjnej", by za pomocą tego oksymoronu uchwycić wewnętrzne napięcie charakterystyczne dla każdego skutecznego – czyli przekształcającego strukturę społeczną – systemu kształcenia. Literatura konfrontuje nas z językami, których na co dzień nie używamy – językami hermetycznymi i stawiającymi nam wysokie wymagania. Jeśli jednak przejdziemy przez doświadczenie językowej negacji, zyskamy nowe kompetencje.

53 Zob. R. Nash, *Bourdieu on Education and Social and Cultural Reproduction*, „British Journal of Sociology of Education" 1990, nr 4, s. 435.

54 Zob. J.R.W. Speller, *Bourdieu and Literature*, dz. cyt., s. 159–161.

Aranżowanie takiej sytuacji poznawczej, rozwijanie nowych technik i praktyk lingwistycznych, jest – według francuskiego socjologa – zadaniem szkoły.

Między uniwersum literackim a polem edukacji istnieje trwałe napięcie, które wynika z faktu, że producenci kultury sprzeciwiają się utrwalanym przez szkołę hierarchiom estetycznym i standardom lektury. Z drugiej jednak strony są od niej w dużym stopniu zależni, gdyż zawdzięczają jej narzędzia umożliwiające działanie (kompetencje językowe oraz kapitał kulturowy), poza tym to właśnie szkoła kształtuje ich przyszłych czytelników[55]. Kiedy zatem literatura poddawana jest przez pole edukacji heteronomicznym wpływom? Otóż wtedy, gdy w procesie nauczania wartość wymienna dzieła literackiego dominuje nad wartością użytkową, czyli wtedy, gdy literatura przestaje funkcjonować jako jedno z narzędzi służących do reprodukcji społecznych dystynkcji.

4.2. Literatura podręcznikowa

By określić zakres heteronomizacji, jakiej po 1989 roku było poddawane pole literackie przez uniwersum edukacji, należy przeanalizować powstające w tym okresie podręczniki do nauki języka polskiego, a także tematy maturalne. Ciekawe jest tu, jak literatura najnowsza była wprowadzana do szkolnego *curriculum* polonistycznego na poziomie ponadgimnazjalnym. Jest to bowiem jedyny etap kształcenia, na którym uczniowie mają okazję obcować z nowymi tekstami literackimi. Uwzględnionych zostało siedem podręczników wydanych między 2002 a 2011 rokiem[56], a także tematy maturalne z lat 1990–2013.

55 Zob. M. Jacyno, *Przedmowa do polskiego wydania*, [w:] P. Bourdieu, *O telewizji*, dz. cyt. s. 18–19.

56 Chronologicznie: J. Klejnocki, B. Łazińska, D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Język polski. Słowa i teksty. Literatura i nauka o języku. Klasa 3. Podręcznik. Szkoły ponadgimnazjalne. Zakres podstawowy, zakres rozszerzony*, Warszawa 2004; W. Bobiński, A. Janus-Sitarz, B. Kołcz, *Barwy epok. Kultura i literatura. Podręcznik. Liceum Ogólnokształcące. Liceum profilowane technikum. 3*, Warszawa 2004; J. Kopciński, *Przeszłość to dziś. Literatura, język, kultura. III klasa liceum i technikum*, Warszawa 2004 (do 2010 siedem kolejnych wydań); S. Rosiek, Z. Majchrowski, *Między tekstami. Język polski. Podręcznik dla liceum i technikum. Cz. 5: Wiek XX. Współczesność*, Gdańsk 2005; B. Drabik, J. Pstrąg, A. Zawadzki, *Klucz do świata. Literatura, język, komunikacja. Podręcznik do języka polskiego. Klasa 3. Szkoły ponadgimnazjalne, zakres podstawowy i rozszerzony*, Warszawa 2009; D. Chemperek, A. Kalbarczyk, D. Trześniowski, *Język polski. Zrozumieć tekst – zrozumieć człowieka. Podręcznik do języka polskiego dla liceum i technikum. Klasa 3. Zakres podstawowy i rozszerzony. Literatura współczesna*, Warszawa 2010; E. Dunaj, B. Zagórska, *Język polski. Podręcznik dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego*

We wszystkich publikacjach literatura najnowsza – o ile w ogóle się pojawia – traktowana jest marginalnie. Autorzy i autorki raczej niechętnie odwołują się do zjawisk, które odegrały i nadal odgrywają istotną rolę w kształtowaniu polskiego pola literackiego. Spośród twórców debiutujących tuż przed lub niedługo po przełomie politycznym największym zainteresowaniem cieszą się poeci i prozaicy skupieni wokół „bruLionu" oraz ich rówieśnicy: Marcin Baran, Miłosz Biedrzycki, Wojciech Bonowicz, Natasza Goerke, Manuela Gretkowska, Krzysztof Jaworski, Krzysztof Koehler, Cezary Michalski, Eugeniusz Tkaczyszyn-Dycki, Olga Tokarczuk, Jacek Podsiadło, Andrzej Stasiuk, Robert Tekieli, Magdalena Tulli, Krzysztof Varga. Ze starszych pisarzy ze zmienną częstotliwością pojawiają się: Stefan Chwin, Janusz Głowacki, Julia Hartwig, Paweł Huelle, Antoni Libera, Ewa Lipska, Bronisław Maj, Wiesław Myśliwski, Antoni Pawlak, Jerzy Pilch, Jan Polkowski, Jarosław Marek Rymkiewicz, Adam Zagajewski. Tylko jeden podręcznik odnotowuje zjawisko literatury młodej, poświęcając podrozdział tak zwanemu pokoleniu x, do którego zaliczeni zostają Tadeusz Dąbrowski, Wojciech Kuczok, Dorota Masłowska oraz Sławomir Shuty[57].

Autorzy podręcznikowych prezentacji bardzo często abstrahują od kontekstu historycznoliterackiego, w którym funkcjonują poszczególni aktorzy. Żadna z publikacji nie zawiera choćby szczątkowej rekonstrukcji pola literackiego po 1989 roku. Od czasu do czasu znaleźć można próby uhistorycznienia omawianych zjawisk, ale wyłącznie poprzez odniesienie ich do bezpośrednich antecedencji lub szeroko pojętej tradycji, ujmowanych również w wielkim uproszczeniu. Nawet wtedy zatem, gdy pojawiają się osobne rozdziały poświęcone nowej literaturze, mamy do czynienia z prezentacjami o charakterze fragmentarycznym. Teksty i ich autorzy przypominają części zdekompletowanej układanki.

Częstym zabiegiem jest przemieszanie twórców ortodoksyjnych i heterodoksyjnych, co w efekcie uniemożliwia odtworzenie wewnętrznych napięć w obrębie literackiego uniwersum. Zauważalna jest także tendencja do umieszczania nowych pisarzy w tradycyjnych porządkach aksjologicznych. Klasyczna siatka polonistycznych pojęć determinuje sposób przedstawiania dzieł oraz projektów literackich, jak również wyznacza granice ich interpretacji. I tak *Język polski. Słowa i teksty*, który ma formę wypisów opatrzonych

i technikum. Kształcenie kulturowo-literackie i językowe. Zakres podstawowy i rozszerzony. 5, Literatura XX wieku i współczesna, Gdynia 2011.

57 Zob. E. Dunaj, B. Zagórska, *Język polski. Podręcznik dla liceum...*, dz. cyt.

skromnymi komentarzami porządkującymi materiał, prezentuje na przykład poezję Krzysztofa Koehlera wraz z jego tekstami historycznoliterackimi na temat literatury dawnej[58]. Łącząca przeszłość z teraźniejszością klamra, dająca wyobrażenie o naukowych zainteresowaniach Koehlera i jego preferencjach estetycznych, nie pozwala jednak zorientować się, w jakim obszarze współczesnego pola literackiego (i w relacji z jakimi aktorami) znajduje się krakowski poeta. Z kolei *Klucz do świata* opisuje wyłącznie jeden nurt poezji współczesnej – religijny, sugerując, że to właśnie on odgrywa dominującą rolę w przemianach literackiego uniwersum po transformacji ustrojowej.

Niejasne są kryteria doboru nazwisk i projektów literackich. Autorzy kierują się własnym wyczuciem lub też odwołują się do obiegowych formuł krytycznoliterackich, niemal całkowicie pomijając logikę konsekracji, która obowiązuje w polu. Jedyną grupą w pełni identyfikowaną (co nie znaczy, że właściwie lokowaną na mapie literackiego uniwersum) są twórcy związani z „bruLionem" (określani mianem pokolenia „bruLionu"; zdarzają się tu jednak błędne atrybucje poszczególnych nazwisk). Niemniej w poświęconych im opisach krytycznych i syntezach historycznoliterackich pojawiają się charakterystyki powtarzające ustalenia krytyki literackiej z początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku: bruLionowcy buntują się przeciwko poezji oraz kulturze niezależnej lat osiemdziesiątych i uciekają od spraw publicznych w sferę prywatną[59].

Analizowane podręczniki wzmagają efekt literackiej allodoksji: znaczenie przypisywane niektórym aktorom pola jest zbyt duże lub zbyt małe. Heterodoksję (w tym przypadku rozumianą skrajnie negatywnie – jako zjawisko zdewaluowane) przeżywa się tak – mówił Bourdieu – jakby była ortodoksją[60]. Źródeł tej tendencji istnieje zapewne wiele (od niekompetencji autorów przez niedbałą redakcję aż po zastosowanie nieobiektywnych kryteriów oceny), ale jednym z najważniejszych zdaje się specyficzna logika systemu edukacyjnego, który nowym zjawiskom kulturalnym wyznacza poślednie miejsce w szkolnym *curriculum*.

Nie może zatem dziwić fakt, że najnowsza literatura rzadko pojawia się jako temat egzaminu maturalnego. Sprawdzian ten jest najważniejszym weryfikatorem kształcenia polonistycznego w całym przebiegu edukacji

58 Zob. J. Klejnocki, B. Łazińska, D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Język polski. Słowa i teksty*, dz. cyt.

59 Zob. D. Chemperek, A. Kalbarczyk, D. Trześniowski, *Język polski. Zrozumieć tekst – zrozumieć człowieka*, dz. cyt.

60 Zob. P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, tłum. P. Biłos, Warszawa 2005, s. 396.

szkolnej (zwłaszcza po ostatniej reformie i likwidacji egzaminów wstępnych na uczelnie wyższe). Opierając się na nim, można określić podstawowy wymiar ponadgimnazjalnego kanonu lektur. W analizie tematów maturalnych z minionego ćwierćwiecza należy jednak uwzględnić zmianę, która nastąpiła po 2004 roku: wprowadzenie tak zwanej nowej matury. Nowy sposób formułowania zadań egzaminacyjnych wpłynął na zakres uwzględnianych treści polonistycznych.

W pierwszym okresie po transformacji (lata 1990–2004[61]) tematy maturalne były otwarte. Trudno więc stwierdzić, czy odnosiły się do lektur starszych, czy też do literatury nowej. Z całą pewnością w początkowych latach po przełomie autorzy zadań nie mieli szans na uwzględnienie aktualnych zjawisk literackich. Do 2004 roku dominują zagadnienia związane z literaturą dawną. Jeśli pojawiają się dzieła dwudziestowieczne, to przede wszystkim w kontekście drugiej wojny światowej oraz totalitaryzmów. Niemniej zdarzają się również tematy współczesne: *Wśród xx-wiecznych twórców literatury do Nagrody Nobla proponuję…*, *Poeci współcześni – mistrzowie moralnej perswazji. O których twórcach drugiej połowy xx w. mógłbyś tak powiedzieć i dlaczego?*, *Literatura, film, teatr. Która z wymienionych sztuk najbardziej odpowiada twojej wrażliwości? (na podstawie wybranych dzieł xx wieku)*. Od 1991 roku wprowadzone zostaje czwarte zadanie, które polega na interpretacji wybranego wiersza lub fragmentu prozy. Tutaj najczęściej występuje plejada mniej lub bardziej konsekrowanych twórców dwudziestowiecznych: Stanisław Barańczak, Czesław Miłosz, Sławomir Mrożek, Jarosław Marek Rymkiewicz, Wisława Szymborska, Adam Zagajewski. Incydentalnie pojawiają się przedstawiciele młodszych pokoleń (w 1998 roku zaprezentowano fragment powieści *Prawiek i inne czasy* Olgi Tokarczuk).

Drugi etap (lata 2005–2013) przynosi bardziej zróżnicowaną ofertę tematyczną. Niemniej na poziomie podstawowym jedynym reprezentantem literatury nowszej była Hanna Krall, natomiast na poziomie rozszerzonym uwzględniono: Józefa Barana, Tomasza Różyckiego, Jerzego Sosnowskiego oraz Olgę Tokarczuk. Mimo wszystko zawsze umieszczano ich w kontekście żyjących twórców konsekrowanych lub klasyków z ubiegłych epok (Tadeusz Różewicz, Adam Mickiewicz, Mikołaj Rej). Znów widać, że szkolną recepcję literatury współczesnej determinuje klasyczna matryca polonistyczna. Nowe

61 Granice czasowe nie obejmują 1989 roku, ponieważ egzamin maturalny odbywał się przed transformacją ustrojową, a więc na jego kształt nie miały wpływu wprowadzane później reformy. W zasadzie to samo można stwierdzić odnośnie do egzaminu maturalnego z 1990 roku.

zjawiska są albo włączane w logikę systemu kształcenia, albo całkowicie pomijane, zgodnie z logiką upamiętniania przeszłości i poszerzania wiedzy na temat narodowej tradycji literackiej.

4.3. Co to jest literatura współczesna?

Obowiązująca obecnie podstawa programowa kształcenia polonistycznego dla szkół ponadgimnazjalnych daje stosunkowo dużą swobodę nauczycielom, którzy mogą na własną rękę poszukiwać oryginalnych sposobów prezentacji literatury. Z pomocą przychodzą im redaktorzy specjalistycznych pism, stanowiących – przynajmniej w teorii – pas transmisyjny między uniwersum literackim a polem edukacji. Analiza zawartości jednego z takich periodyków – miesięcznika „Polonistyka" – przynosi ciekawy materiał pozwalający ocenić, jak w dyskusjach o stanie dydaktyki polonistycznej (a szerzej: humanistycznej) traktowana jest literatura najnowsza.

„Polonistyka" adresowana jest do nauczycieli szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, a jej głównym cel stanowi rozwój kompetencji pedagogów. Aktualnie to jedyny periodyk na rynku, który zajmuje się wyłącznie edukacją polonistyczną. Na jego łamach ukazują się prezentacje nowych osiągnięć dydaktycznych i metodologicznych.

Badaniu poddano zarówno teksty teoretyczne (z działu Horyzonty polonistyki), jak i pomoce dydaktyczne (z działu Zagadnienia dydaktyczne i programowe). Kwerenda objęła wszystkie numery, które ukazały się od stycznia 1989 roku do stycznia 2014 roku.

Na przestrzeni całego ćwierćwiecza w piśmie pojawiały się postulaty wprowadzenia zmian w edukacji literackiej na poziomie ponadgimnazjalnym, choć o chęci poważnych interwencji w program można mówić dopiero od 1995 roku. Wcześniej – w 1989 roku – „Polonistyka" zaprezentowała wyniki ankiety *O kształt edukacji literackiej*. Żadna z wypowiedzi nie zawierała jeszcze wówczas sugestii na temat uwspółcześnienia kanonu lektur. Badani nie podejmowali również kwestii zluzowania politycznej i ideologicznej ramy, w której przed przełomem funkcjonowała literatura. Na tym tle wyróżniał się artykuł Janiny Kulczyckiej-Saloni, która wskazywała na konieczność rozwijania kompetencji uczniów „w zakresie ogólnej wiedzy o życiu współczesnym, a więc także o kulturze współczesnej"[62].

62 J. Kulczycka-Saloni, *Literatura i jej nauczanie*, „Polonistyka" 1989, nr 1, s. 30.

Jaki był stan wyjściowy struktury kształcenia polonistycznego tuż po transformacji i jakie miejsce zajmowała w nim literatura, można się dowiedzieć z numeru czwartego „Polonistyki" z 1989 roku, który został poświęcony programowi literackiemu dla klasy czwartej liceum ogólnokształcącego. Najnowszy utwór, który wchodził podówczas w skład *curriculum*, powstał w latach siedemdziesiątych xx wieku[63]. Literaturę współczesną reprezentowali dwudziestowieczni klasycy (Zbigniew Herbert, Czesław Miłosz, Sławomir Mrożek, Tadeusz Różewicz, Wisława Szymborska), jednak ich twórczość omawiana była w kontekście wielkich wydarzeń historycznych i politycznych. Dzieła literackie traktowano zatem jako nośnik idei politycznych oraz medium historii.

W 1991 roku „Polonistyka" zainicjowała dyskusję redakcyjną na temat nowej wizji edukacji humanistycznej w szkole średniej. Dominowało w niej przekonanie, że na uwzględnienie najnowszych propozycji lekturowych jest jeszcze za wcześnie, gdyż gwałtowne zmiany rzeczywistości społecznej nie pozwalają na zajęcie obiektywnego stanowiska. W kontekście literatury współczesnej wciąż obowiązywała ta sama lista nazwisk (Miłosz, Różewicz, Szymborska), poszerzona dodatkowo o twórców nowofalowych.

Cztery lata później, czyli na progu reformy edukacji, punkt ciężkości w rozważaniach reaktorów „Polonistyki" przeniósł się na literaturę najnowszą. Sama reforma nie wprowadziła w tym zakresie żadnych fundamentalnych zmian, natomiast pewnej neutralizacji uległa podstawa programowa, co dawało większą swobodę nauczycielom. W tym samym czasie na łamach pisma pojawiło się pierwsze omówienie nowej formacji poetyckiej, czyli pokolenia „bruLionu" (zaprezentowani zostali: Marcin Baran, Miłosz Biedrzycki, Jakub Ekier, Artur Grabowski, Manuela Gretkowska, Natasza Goerke, Jacek Podsiadło, a także ich rówieśnicy: Marzanna Bogumiła Kielar, Andrzej Niewiadomski, Andrzej Sosnowski, Artur Szlosarek). Scharakteryzowano również wtedy najnowszą poezję (w uproszczeniu, ale kompetentnie)[64].

Pięć lat później redakcja rozpisała ankietę *Autorzy „źle obecni" – dzisiaj*, w której głos zabrali: Przemysław Czapliński, Wojciech Wencel, Piotr Kępiński, Jarosław Klejnocki i Tomasz Mizerkiewicz. Żaden z uczestników nie

63 Zwrócił na to uwagę Andrzej Lam (*Literatura współczesna w IV klasie liceum*, „Polonistyka" 1989, nr 4, s. 243).

64 Zob. K. Biedrzycki, *Co się dzieje w młodej poezji polskiej?*, „Polonistyka" 1995, nr 6, s. 394–398; M. Urbanowski, *Nowy Filon, czyli bohater młodej poezji polskiej*, „Polonistyka" 1995, nr 6, s. 399–404.

wyraził wprost potrzeby uzupełnienia kanonu o dzieła z literatury najnowszej, postulowano natomiast redukcję listy lektur, co miało odciążyć program i otworzyć szkołę na inny sposób mówienia o zjawiskach literackich. Znamienna w tym kontekście jest wypowiedź Klejnockiego:

> [...] szkoła nie jest po to tylko, by promować teksty najnowsze. Więc powinna tu zadziałać zasada harmonii, złotego środka. Jednak nauczanie „języka polskiego" nie może zatrzymywać się na zjawiskach związanych z Nową Falą, wciąż prezentowanych jako coś awangardowego i nowego (a i tak szkoły, gdzie nauczyciel zdąży „dojechać" do Barańczaka i Zagajewskiego, pozostają, jak mniemam, w mniejszości)[65].

Rok 2004 przyniósł istotne postulaty dotyczące modelu kształcenia: sugerowano odstąpienie od wykładu historycznoliterackiego i wprowadzenie w jego miejsce analizy pojedynczych artefaktów literackich i kulturowych. Chodziło o usunięcie największej przeszkody oddzielającej młodego czytelnika od literatury, czyli zblokowanej wiedzy historycznej, w której zaprzepaszczona zostaje autonomia konkretnego dzieła[66].

Po 2005 roku, czyli już w okresie obowiązywania nowej matury, „Polonistyka" publikuje liczne materiały dotyczące najnowszych zjawisk literackich. Należy tu pamiętać, że literatura współczesna w silnie zdezautonomizowanej postaci pojawia się wyłącznie w rozszerzonej wersji egzaminu maturalnego. Gest redaktorów pisma można odczytywać jako reakcję na ten stan rzeczy – jako próbę wypełnienia coraz większej luki w świadomości młodych czytelników. Prezentuje się artykuły o nowym polskim teatrze (i dramaturgii), poezji (z młodszych autorów przedstawiani są: Jacek Dehnel, Jacek Gutorow, Agnieszka Kuciak, Edward Pasewicz), współczesnej awangardzie oraz hipertekstach. Widać wyraźnie, że środowiska dydaktyczne i akademickie, które współpracują z „Polonistyką", walczą o poszerzenie zakresu polonistycznej edukacji. Drukowane materiały mają jednak charakter sugestii skierowanych do nauczycieli i w najmniejszym stopniu nie oddają rzeczywistego stanu szkolnych programów nauczania, w których literatura współczesna obecna jest we fragmentarycznej postaci.

65 J. Klejnocki, *Czas zastoju i nudy*, „Polonistyka" 2000, nr 9, s. 19.
66 Zob. M. Wróblewski, *Wokół historii literatury*, „Polonistyka" 2004, nr 9, s. 8.

4.4. Podsumowanie: O edukację oddolną

W jaki sposób przedstawiane tutaj tendencje heteronomizują pole literackie? Z całą pewnością dydaktycy dążą do przekazania uczniom nowych sprawności językowych, niemniej jednak brak kontaktu (lub kontakt sporadyczny) z literaturą współczesną sprawia, że młodzi ludzie nie są w stanie poszerzyć swojego kapitału kulturowego o nowe kompetencje czytelnicze. Szkoła nie stymuluje lekturowych nawyków, nie kształci przyszłych odbiorców literatury. Nie posiadając odpowiednich narzędzi poznawczych, uczniowie mają ograniczone możliwości nawiązania „łączności" z uniwersum literatury. Kontakt ten – o ile w ogóle do niego dochodzi – jest zapośredniczony przez media, co oznacza, że percepcję literacką młodego człowieka kształtują instytucje heterogeniczne względem pola artystycznego.

Odpowiedzią na ten stan rzeczy (próbą zwrócenia uwagi na problem) była idea tak zwanych lekcji czytania, czyli cyklicznych spotkań, podczas których literaturoznawcy, krytycy oraz sami pisarze prezentowali uczniom szkół ponadgimnazjalnych różne modele lektury. Pierwsze takie lekcje odbyły się ramach krakowskiego Festiwalu Conrada w 2009 roku. Niedługo później inicjatywa festiwalowa przekształciła się w ogólnopolską akcję społeczną (koordynowaną przez „Tygodnik Powszechny"). Obecnie podobne warsztaty pojawiają się w programach niemal wszystkich polskich festiwali literackich. Pozytywny efekt tych praktyk wydaje się bezdyskusyjny – reprezentanci pola literackiego mogą aktywnie uczestniczyć w rozwijaniu dyspozycji lekturowych młodych ludzi (akcja „Tygodnika Powszechnego" realizowana jest w szkołach, a więc w obrębie jednostek należących do pola edukacji). Nie można jednak zapominać o wskazywanych przez Bourdieu zagrożeniach, które pojawiają się zawsze wtedy, gdy instytucje zewnętrzne przejmują misję szkoły. Trzeba tu pamiętać o zjawisku reprodukcji nierówności społecznych. Uczestnicy lekcji czytania raz na jakiś czas mają okazję skonfrontować się z metodami lekturowymi specjalistów. To może wzbudzić ich ciekawość, skłonić do poszukiwania narzędzi kulturowych, które umożliwią im w przyszłości swobodniejszy kontakt z literaturą. Może się jednak zdarzyć też tak, że warsztaty pomogą wyłącznie osobom już zainteresowanym, już dysponującym odpowiednim kapitałem literackim. By praktyki szkolne w zakresie kształcenia polonistycznego były skuteczne, trzeba wziąć pod uwagę nie tylko kwestie literaturoznawcze, lecz także ich społeczne konteksty. Inicjatywa lekcji czytania powinna zostać wykorzystana również przez placówki

szkolne, wnioski z realizacji akcji społecznej należałoby natomiast uczynić punktem odniesienia dla rozważań na temat nowych form prezentacji literatury w ramach edukacyjnego *curriculum*.

5. FORMY CELEBRACJI: FESTIWALE LITERACKIE[67]

5.1. Festiwale literackie w polu społecznym

Niniejszy rozdział ma na celu analizę pozycji, jaką festiwale poświęcone literaturze zajmują w obrębie polskiego pola literackiego. Proces ten ma charakter dynamiczny (pozycja poszczególnych imprez zmienia się wraz z upływem czasu). Chodzi o uchwycenie owej dynamiki, zrozumienie determinujących ją – heterogenicznych – czynników, a także związanych z tym przemian w obrębie samego pola.

Wydaje się, że teoria pól społecznych Pierre'a Bourdieu dzięki szczególnemu (antyesencjalistycznemu i relacyjnemu) podejściu do literatury pozwala precyzyjnie opisać większość mechanizmów wpływających na sposób funkcjonowania festiwalu literackiego jako narzędzia partycypacji w kulturze i dystrybucji prestiżu.

W poprzednich rozdziałach była mowa o wyjątkowej sytuacji rodzimego uniwersum literackiego, które rozwijało się w odmienny sposób i w odmiennym tempie niż mikrokosmosy literackie w innych krajach. Dopiero po 1989 roku w Polsce zaczynają działać siły społeczno-gospodarcze podobne do tych, z którymi na Zachodzie literatura miała do czynienia od ponad wieku. Pojawiają się w związku z tym nowe zjawiska i pozycje w polu. Na znaczeniu zyskują wydawcy, jak również dystrybutorzy i księgarze, w poprzedniej epoce odgrywający rolę służebną wobec sterowanej odgórnie produkcji książek. Począwszy mniej więcej od 2000 roku kultura zaczyna funkcjonować także jako element strategii promocyjnej i wizerunkowej miast (momentem przełomowym wydaje się uzyskanie przez Kraków statusu Europejskiej Stolicy Kultury w 2000 roku), co poddaje pole literackie nowemu rodzajowi heteronomicznych oddziaływań (marketingowa instrumentalizacja produkcji literackiej).

67 Jest to zmieniona wersja artykułu *Płynne formy celebracji. Festiwale a polskie pole literackie* autorstwa Grzegorza Jankowicza oraz Jana Sowy. Tekst ukaże się w piśmie „Studia Litteraria Historica".

Jedno z nowych – ściśle z tym związanych – zjawisk to pojawienie się festiwali literackich i ich rosnąca popularność. Przedstawiając założenia programowe Europejskiej Stolicy Kultury Wrocław 2016, Krzysztof Czyżewski, pierwszy dyrektor artystyczny ESK, zapowiedział walkę z nadmierną festiwalizacją kultury. Liczba tego typu imprez, które każdego roku organizowane są w poszczególnych miastach Polski, jest – jak twierdził – zbyt duża, co prowadzi do zahamowania rozwoju eksperymentalnych, laboratoryjnych działań artystycznych.

Z powyższych słów można wywnioskować, że zjawisko festiwalizacji towarzyszy kulturze polskiej od dawna, zaś obecnie przybrało formę prawdziwej epidemii, którą jak najszybciej należy powstrzymać. W rzeczywistości jednak wysyp festiwali kulturalnych (muzycznych, filmowych, literackich, teatralnych i tak dalej) nastąpił dopiero w ostatniej dekadzie. I – wbrew pozorom – nie jest to wyłącznie polska specyfika (specyfika kraju, który w 1989 roku przeszedł ustrojową transformację, stymulującą przemiany samego pola sztuki i zmuszającą wszystkich aktorów życia społecznego do nadrabiania zaległości).

Pierwszy europejski festiwal literacki – Cheltenham Literature Festival – odbył się w 1949 roku. Edinburgh International Book Festival (Międzynarodowy Festiwal Książki w Edynburgu) wystartował w 1983 roku. Jedno z największych światowych wydarzeń tego rodzaju, czyli Hay-on-Wye Festival, narodziło się w 1988 roku. Debiut Internationales Literaturfestival Berlin (Międzynarodowego Festiwalu Literatury w Berlinie), który uchodzi za centralne wydarzenie kulturalne w Europie, przypada na 2001 rok. Największa polska impreza tego typu – Międzynarodowy Festiwal Literatury im. Josepha Conrada – organizowana jest od 2009 roku.

Można jednak zaobserwować właściwą rodzimemu polu literackiemu prawidłowość, która wyróżnia je na tle globalnym. O ile festiwale europejskie tworzone są zazwyczaj przez aktywistów wkładających w przedsięwzięcie środki własne lub sponsorskie, o tyle w Polsce organizatorzy wydarzeń tego rodzaju pozyskują dotacje (lub przynajmniej starają się je pozyskać) przede wszystkim z budżetu centralnego (programy Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz jego agend; rzadziej innych ministerstw) lub samorządowego. Wiąże się to ściśle z płynną dynamiką polskiego rynku książki, którego niewielka rentowność stwarza zagrożenie dla instytucji wydawniczych oraz kulturalnych zajmujących się na co dzień popularyzacją czytelnictwa. W tej sytuacji podmioty pola literackiego zmuszone są do wchodzenia w relacje z polem władzy, uzależniając się od niego ekonomicznie.

To prawda: festiwalizacja stanowi zjawisko globalne, co świadczy o heteronomizacji uniwersum literackiego. Niemniej jednak z punktu widzenia teorii Bourdieu istotne jest, by właściwie rozpoznać genezę owego trendu. Wydaje się, że w Polsce są to przede wszystkim czynniki ekonomiczne – potrzeba znalezienia środków na przetrwanie instytucji, których najpewniejsze źródło stanowią agendy centralnych ośrodków władzy. Tym samym, paradoksalnie, mnożenie się festiwali literackich nie musi być wyrazem rosnącej siły i autonomii pola literackiego, ale raczej wzmożenia się heterogenicznych wpływów, jakim jest ono poddawane.

5.1.1. Struktura organizacyjna i programowa polskich festiwali literackich

Warto przyjrzeć się teraz strukturze organizacyjnej kilku największych wydarzeń festiwalowych w Polsce:

- Festiwal Port Literacki Wrocław rozpoczął swoją działalność w 1996 roku w Legnicy pod nazwą Europejskie Spotkania Młodych Pisarzy. W latach 1997–2003 dwukrotnie zmieniał nazwę, funkcjonując najpierw jako Fort Literacki, a następnie jako Port Literacki. Od 2004 roku imprezę organizuje w rytmie dorocznym we Wrocławiu prywatna instytucja wydawnicza Biuro Literackie. Finansowe wsparcie dla inicjatywy zapewniał do tej pory Wydział Kultury Urzędu Miejskiego we Wrocławiu. Jest to impreza dwu- lub trzydniowa (odbywa się zazwyczaj w trzecim tygodniu kwietnia).
- Festiwal Literaturomanie istnieje od 2006 roku i funkcjonuje jako doroczne wydarzenie towarzyszące Nagrodzie Literackiej Gdynia. Jest organizowany i finansowany przez miasto. Odbywa się w czerwcu, trwa trzy dni.
- Festiwal Puls Literatury został powołany do istnienia w 2007 roku. Stanowi inicjatywę doroczną i jest organizowany w Łodzi przez Śródmiejskie Forum Kultury – Dom Literatury (finansowanie miejskie). Puls Literatury to najdłuższa tego typu impreza w Polsce – trwa od siedmiu do dziesięciu dni, odbywa się w listopadzie lub grudniu.
- Międzynarodowy Festiwal Literatury im. Josepha Conrada funkcjonuje od 2009 roku w cyklu dorocznym. Organizacyjnie odpowiadają za niego Fundacja Tygodnika Powszechnego oraz Krakowskie Biuro Festiwalowe. Finansowany jest ze źródeł ministerialnych (głównie wspiera go Narodowy Program Rozwoju Czytelnictwa), miejskich,

jak również ze środków instytucji partnerskich (publicznych i prywatnych, krajowych i zagranicznych). Termin tej siedmiodniowej imprezy przypada na trzeci tydzień października.

- Międzynarodowy Festiwal Literacki im. Czesława Miłosza istnieje od 2009 roku. Jest organizowany w Krakowie przez Krakowskie Biuro Festiwalowe oraz Fundację Miasto Literatury (wcześniej w bezpośrednią organizację zaangażowane były także Instytut Książki oraz Znak). Środki na jego działanie pozyskiwane są ze źródeł ministerialnych, miejskich oraz od instytucji partnerskich. Odbywa się co dwa lata w drugim tygodniu maja (pierwszą edycję urządzono w październiku).
- Festiwal Literatury Kobiet Gryfia został zainicjowany w 2011 roku w Szczecinie. Przygotowywany jest – co stanowi rzadkość w polskim polu literackim – przez środowisko akademickie: Instytut Polonistyki i Kulturoznawstwa Uniwersytetu Szczecińskiego. Odbywa się w trybie dorocznym (pierwsza edycja: 17–19 maja 2012; druga: 4–8 czerwca 2013). Towarzyszy organizowanemu przez „Kurier Szczeciński" ogólnopolskiemu konkursowi o nazwie Nagroda Literacka dla Autorki Gryfia. Wsparcie finansowe pochodzi ze strony miasta, a także instytucji partnerskich: „Kuriera Szczecińskiego" oraz Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Bruno Schulz Festiwal (nazywany także Festiwalem Schulza) istnieje od 2012 roku, ma formułę międzynarodową. Organizowany jest przez prywatne Wydawnictwo EMG, a finansowany ze źródeł ministerialnych i miejskich (Wrocław), odbywa się każdego roku pod koniec listopada.

Ciekawie prezentują się cele poszczególnych inicjatyw festiwalowych. Najczęściej wymienianą przez organizatorów motywacją jest promocja czytelnictwa poprzez przybliżanie odbiorcom najważniejszych zjawisk współczesnej literatury polskiej (w przypadku festiwali Conrada, Miłosza oraz Schulza także międzynarodowej). Niektóre z przedsięwzięć mają przynieść pogłębioną dyskusję o kondycji twórczości literackiej w zglobalizowanym świecie. Gryfia stara się przełamywać stereotypy społeczne upodrzędniające literaturę tworzoną przez kobiety (festiwal pragnie zmienić zakres pojęcia literatura kobieca). W przypadku Literaturomanii chodzi o propagowanie twórczości nominowanych do Nagrody Literackiej Gdynia autorów i autorek, jak również o zwrócenie uwagi czytelników i mediów na samą instytucję ogólnopolskiego wyróżnienia. Z kolei celem Portu Literackiego Wrocław jest prezentacja książek publikowanych przez wydawnictwo Biuro Literackie poprzez spotkania z ich twórcami.

Każdy z festiwali ma inną formułę, widoczne są jednak pewne podobieństwa, które pozwalają wyznaczyć najbardziej obecnie popularne modele prezentacji literatury. Najczęstszą sytuację stanowi mieszanka tradycyjnego spotkania autorskiego (polegającego na czytaniu przez pisarza własnych utworów) z moderowaną przez krytyka, dziennikarza lub innego twórcę dyskusją. Niemniej istnieją festiwale, w których jedna z formuł zdecydowanie przeważa. Przez wiele lat w programie Portu Literackiego Wrocław znajdowały się wyłącznie spotkania autorskie (indywidualne lub zbiorowe). Festiwal Conrada z kolei koncentruje się głównie na debatach i dyskusjach panelowych. Częścią Festiwalu Schulza są zaś konferencje literaturoznawcze (podobnie było podczas jednej z edycji Festiwalu Miłosza, odbywającej się w 2011 roku, czyli w stulecie urodzin poety).

Częstym zjawiskiem jest umieszczanie literatury w kontekście innych dziedzin artystycznych: muzyki, filmu, teatru, sztuk wizualnych (Festiwal Schulza w swoim podtytule wyraźnie podkreśla ten związek: „festiwal sztuki i literatury"). Na uwagę zasługuje również lokalizacja wydarzeń festiwalowych w przestrzeni miejskiej. Przeważająca liczba inicjatyw ogranicza się do jednego miejsca (centrum festiwalowego), gdzie odbywa się większość wydarzeń literackich. Zdarzają się jednak także przypadki, w których festiwale współpracują z różnymi instytucjami, organizując poszczególne spotkania, prezentacje i dyskusje w ich siedzibach. Wydaje się, że pierwsze rozwiązanie zapewnia skuteczniejszą komunikację z festiwalową publicznością, chętniej odwiedzającą jedno miejsce.

5.2. Od salonu do festiwalu

Ciekawy kontekst współczesnych projektów festiwalowych rysuje – *avant la lettre* – Jürgen Habermas w rozprawie *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*. Praca niemieckiego filozofa została po raz pierwszy opublikowana w 1962 roku, a więc na długo przed wspomnianym boomem festiwalowym. A jednak przedstawiona w niej geneza nowoczesnej politycznej sfery publicznej ma ścisły związek z festiwalową formą partycypacji w kulturze (zwłaszcza kulturze literackiej)[68].

68 Na temat znaczenia rozprawy Jürgena Habermasa dla socjologicznych badań nad zjawiskiem festiwali kulturalnych zob. J. McGuigan, *The Cultural Public Sphere – A Critical Measure of Public Culture?*, [w:] *Festivals and the Cultural Public Sphere*, red. L. Giorgi, M. Sassatelli,

Zanim sfera publiczna zaczęła pełnić funkcję polityczną, pośrednicząc między państwem a społeczeństwem, tworząc przestrzeń wzajemnych mediacji między nimi, ukształtowało się jej specyficzne zarzewie w postaci salonów literackich (XVII–XVIII wiek)[69]. Skupiały one osoby zainteresowane dyskusją na określone tematy (literatura była często punktem wyjścia do rozważań natury ideowej, historycznej czy politycznej). Wśród stałych elementów tego rodzaju spotkań można wymienić prezentacje utworów literackich przez zaproszonych pisarzy (zwykle należących do tego samego kręgu intelektualnego), a także głośną lekturę prasy, której rozwój – jak pisze Habermas – był również jednym z istotnych impulsów współkształtujących to, co publiczne. Salon (jako forma uczestnictwa w debacie) wzmacniał fundamenty mieszczaństwa – klasy społecznej, która zakwestionowała hierarchię feudalną i ostatecznie doprowadziła do redystrybucji narzędzi społecznej identyfikacji oraz krytyki władzy. Jakie to narzędzia? Chodzi o opinię. Efektem dyskusji literackich było bowiem wytworzenie pewnego zasobu środków komunikacyjnych umożliwiających każdemu z uczestników wyrażenie własnego zdania, zamanifestowanie określonej postawy wobec literatury i/lub – za jej pośrednictwem – zjawisk politycznych. To właśnie połączone ze sobą pasma komunikacyjne, składające się na złożony system obiegów, doprowadziły do wyłonienia się politycznej sfery publicznej.

Z czasem salony zostały zinstytucjonalizowane, na co duży wpływ miał rozwój nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych, które inaczej angażowały przedstawicieli poszczególnych klas społecznych (już nie jako potencjalnych uczestników debaty, lecz jako konsumentów). Dyskusje wciąż odgrywały istotną rolę, niemniej jednak w XIX wieku ich położenie w obrębie pola uległo zmianie, a mówiąc ściśle: w wyniku przemian ekonomiczno-politycznych ich wcześniejsza pozycja została zakwestionowana, a ich docelowe miejsce stało się trudne do uchwycenia.

Gdy dziś organizatorzy festiwali lub media nawiązują do tradycji salonu literackiego (a jest to zjawisko stosunkowo często obecne w Polsce), chodzi przede wszystkim o ustanowienie przestrzeni opozycyjnej (a więc w pewnym

G. Delanty, London 2011, s. 79–91; J. McGuigan, *Rethinking Cultural Policy*, Maidenhead 2004, s. 435 i nast.

69 Zob. J. Habermas, *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, tłum. W. Lipnik, M. Łukasiewicz, wprow., red. nauk. i weryfikacja przekładu M. Czyżewski, Warszawa 2007, rozdz. II: *Społeczne struktury sfery publicznej*, s. 95–142; *Habermas and the Public Sphere*, red. C. Calhoun, Cambridge–London 1992.

sensie również krytycznej) wobec rynku literackiego oraz o legitymizację własnych działań. Odniesienie do długiej i złożonej tradycji salonów ma na celu przekonanie uczestników (tak pisarzy jak czytelników), że festiwal jest obszarem wolnym od reguł rządzących konsumpcją dóbr kulturowych. Widać tu bardzo ciekawą grę dialektyczną: kultura mieszczańska, której elementem był salon, doprowadziła do rozchwiania i upadku porządku feudalnego, gdy jednak w efekcie inne jej instytucje, w tym głównie rynek jako paradygmat organizacji wszelkiego rodzaju wymiany, osiągnęły pozycję hegemoniczną, salon powraca w nowej, zmienionej roli i określa się poprzez opozycję wobec rynku. Co jeszcze ciekawsze, ta opozycyjność wydaje się strategią zaistnienia w obrębie urynkowionego społeczeństwa późnego kapitalizmu (przyciągnięcie publiczności). Można dostrzec tutaj ową „interesowną bezinteresowność", o której pisał Bourdieu *à propos* antyutylitarnych i antymieszczańskich wystąpień artystów awangardowych[70].

Wydarzenie festiwalowe rozgrywa się w przestrzeni, gdzie każdy może – przynajmniej teoretycznie – swobodnie głosić swoje poglądy, wymieniać opinie, czynić z literatury pretekst do publicznych rozważań[71]. Epitet „publiczny" ma w tym kontekście specyficzny sens, precyzyjnie opisany przez Habermasa: między obszarem ściśle prywatnym a sferą publicznej władzy rozciągało się pasmo pośrednie, które jednak cechowało się zdecydowanie mocniejszymi związkami z prywatnym wymiarem życia społecznego. Sfera publiczna została wynaleziona przez ludzi prywatnych, poszukujących miejsca, gdzie ich dyskurs stałby się własnością świadomego swojej tożsamości ogółu[72]. Oznacza to, że literacka sfera publiczna, a mówiąc dokładnie: teren festiwalowej debaty, choć otwarty, przechowuje pewne cechy pochodzące z dziedziny prywatności, co dla partycypującej w wydarzeniu publiczności stanowi rodzaj mitycznego wabika.

70 Zob. na przykład P. Bourdieu, *Reguły sztuki...*, rozdz. *Historyczna geneza estetyki czystej*, s. 435–487.

71 Na marginesie warto wspomnieć o krytykach koncepcji sfery publicznej Jürgena Habermasa dokonanych przez badaczy odwołujących się bądź do teorii uznania Axela Honnetha, bądź do koncepcji form kapitału, której jednym z kodyfikatorów był Pierre Bourdieu. Chodzi o teorię sfery kontrpublicznej (ang. *counterpublic*). Wskazuje ona, że Habermas nie bierze pod uwagę nierównej dystrybucji uznania oraz różnego rodzaju kapitałów (symbolicznego, kulturowego), które są niezbędne do funkcjonowania w sferze publicznej. Zob. na przykład N. Fraser, *Rethinking the Public Sphere. A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, „Social Text" 1990, nr 26, s. 56–80; tekst ten został przedrukowany w przywoływanym już zbiorze *Habermas and the Public Sphere*, dz. cyt., s. 109–142.

72 Zob. J. Habermas, *Strukturalne przeobrażenia...*, dz. cyt., s. 100.

Przyjmując perspektywę Bourdieu, powinniśmy w pierwszej kolejności zwrócić uwagę nie na potencjał krytyczny wspomnianych gestów, lecz na mechanizmy legitymizacyjne, za pomocą których pewni aktorzy życia społecznego walczą o powodzenie danego projektu festiwalowego, wzmacniając przy tym własną pozycję, jak również otwierając się na wpływy pochodzące z innych pól. W *Regułach sztuki* Bourdieu prezentuje krytyczną fazę wyłaniania się pola literackiego, czyli sfery, w której jednostki oraz instytucje rywalizują ze sobą o określone stawki (wspólne dla całego obszaru), co tworzy pomiędzy nimi sieć obiektywnych relacji. Jak już wiemy, według francuskiego socjologa polem literackim rządzą dwie przeciwstawne siły: komercyjna (wpływająca na literaturę przeznaczoną dla tak zwanego szerokiego odbiorcy i nastawioną na szybki oraz maksymalny zysk finansowy) oraz eksperymentalna (która ożywia działania mające na celu rozwój literatury czystej, niezależnej względem zewnętrznych czynników). Poszczególni aktorzy prowadzą nieustanną walkę o zdobycie, utrzymanie lub zmianę pozycji w obrębie pola nie tylko poprzez określanie swojego umiejscowienia, lecz także poprzez ograniczanie lub poszerzanie zakresu możliwych działań artystycznych.

Bourdieu podkreśla, że w XIX wieku salony literackie przestały być „elitarnym schronieniem dla tych, którzy czują się zagrożeni przez erupcję literatury komercyjnej”[73], przestały być emanacją dążeń ludzi prywatnych, którzy pragną ubezpieczyć się przed wpływem pola władzy (lub – jak powiedziałby Habermas – sferą władzy publicznej).

> Salony – powiada Bourdieu – pełnią również, dzięki dokonującym się w nich wymianom, funkcję prawdziwych łączników pomiędzy polami. Posiadacze władzy politycznej dążą do narzucenia artystom własnej perspektywy oraz próbują przywłaszczyć sobie władze konsekracji i legitymizacji, którą posiadają ci ostatni [...][74].

Zarysowana tutaj sytuacja jest stosunkowo prosta: przeciwstawne wektory, z których jeden bierze swój początek w środowisku literackim, a drugi w grupie posiadaczy władzy, zderzają się ze sobą i tworzą pole napięć determinujących wszystkie przedsięwzięcia realizowane w tym obszarze. Bourdieu zwraca uwagę, że ścieżki autonomii i heteronomii są trudne do uchwycenia,

73 P. Bourdieu, *Reguły sztuki*..., dz. cyt., s. 82.
74 Tamże, s. 82–83.

a być może nawet nieprzeniknione, niemniej można wskazać pozycję zajmowaną przez danego pisarza czy pisarkę lub instytucję w obrębie pola (co – jak wiemy – daje możliwość wyciągnięcia interesujących poznawczo wniosków na temat przemian struktury uniwersum literackiego).

Przy wszystkich różnicach historycznych, strukturalnych i politycznych istnieje pokrewieństwo między tak rozumianym salonem a dzisiejszymi festiwalami literackimi. Te ostatnie również pełnią funkcję „łączników" pomiędzy różnymi obszarami najogólniejszej sfery, którą Bourdieu nazywa polem władzy. Festiwale stanowią paradygmatyczne przykłady przestrzeni wymiany, toczą się tam nieustanne walki o pozycję oraz o kapitał symboliczny. Przy czym nie chodzi o to, że wszyscy uczestnicy podobnych wydarzeń w cyniczny sposób próbują wykorzystać okazję do powiększenia swojej zasobności symbolicznej. Partycypując w festiwalu, podejmują działania, które – z racji tego, że wykonuje się je w takiej, a nie innej przestrzeni – determinowane są przez określone czynniki. Innymi słowy: wkraczając na teren festiwalowy, pisarze i pisarki wystawiają się na działanie impulsów definiujących parametry ich pozycji. Walka o kapitał symboliczny w obrębie pola nie jest w perspektywie Bourdieu działaniem cynicznym. Co najwyżej można by je nazwać zideologizowanym w starym, Marksowskim sensie: nie wiedzą, co robią, a i tak to robią. Habitus, wyznaczający sposób funkcjonowania w polu, ma charakter przede wszystkim praktyczny i nie jest strukturą do końca uświadomioną, dlatego – powtórzmy – zachowania aktorów w polu nie należy automatycznie i z konieczności uznawać za efekt cynicznych motywacji. Na miano takie zasługują raczej ruchy o charakterze heterogenicznym – sięganie do innych pól w celu transferu zgromadzonego tam kapitału bez zważania na jego reguły gry. W interesującym nas tu kontekście w takich kategoriach można by interpretować instrumentalizację kultury w polityce wizerunkowej miasta bądź w działaniach poszczególnych instytucji, które zajmują się literaturą wyłącznie po to, by wzmocnić swoją pozycję ekonomiczną w danej przestrzeni społecznej.

Toczy się tutaj również walka o rozumienie samej literatury jako najważniejszego języka, za pomocą którego odnosimy się do rzeczywistości (w założeniu lepszego niż inne dyskursy – religijny, filozoficzny, polityczny, ekonomiczny i tak dalej). Znamienna jest uwaga Orhana Pamuka, tureckiego noblisty, jednego z najpoczytniejszych pisarzy świata, który podczas dyskusji odbywającej się w ramach Festiwalu Conrada został zapytany o swój stosunek do religii, wiary i Boga. „*I prefer literature*" – odpowiedział pisarz. Można by tę listę rozszerzyć, umieszczając w pytaniu również politykę, ekonomię, naukę,

sport i tak dalej. Respons, którego symboliczny potencjał jest bezdyskusyjny, brzmiałby za każdym razem tak samo – „wolę literaturę", co znaczy: wynoszę ją ponad wszelkie inne dyskursy. Z perspektywy Bourdieu postawa taka nie jest zaskakująca. Pole to struktura o charakterze konkurencyjno-kooperatywnym: poszczególni aktorzy walczą między sobą o ustalenie hierarchii oraz dystrybucję zasobów, niemniej łączy ich wspólny interes utrzymania pola jako całości oraz podniesienia jego pozycji względem innych pól (warunek i narzędzie autonomii). Pisarz, który od wszelkiego rodzaju dyskursów woli literaturę, doskonale realizuje ten element walki o autonomię pola literackiego. Ciekawe jest natomiast, jak ten sam cel osiągają organizatorzy wydarzeń festiwalowych. Jeśli imprezy tego rodzaju dotowane są zazwyczaj z budżetów centralnych i samorządowych, jasne jest, że stanowią element gry prowadzonej przez władzę w obszarze przemysłu kultury. Z perspektywy pola władzy zatem literatura nie stanowi najważniejszego narzędzia działania politycznego, lecz zaledwie jedno z wielu. Literatura jest przedmiotem instrumentalizacji i zawłaszczenia, które osłabiają jej autonomię.

5.3. Porównawcze studium przypadku: Port Literacki Wrocław i Bruno Schulz Festiwal

Prezentując w skrótowej formie historię europejskich festiwali literackich, Liana Giorgi zwraca uwagę na zasadniczą zmianę, która dokonała się w drugiej połowie xx wieku i wyznaczyła ramy niemal wszystkich wydarzeń tego typu w ciągu ostatnich dwudziestu, trzydziestu lat. Pierwsze festiwale powstawały jako inicjatywy lokalnych środowisk intelektualnych, niewielkich grup, a w skrajnych przypadkach pojedynczych aktywistów, próbujących za ich pomocą ożywić przestrzeń kulturalną danego miejsca. Profil merytoryczny i artystyczny tych imprez zakładał koncentrację na sprawach związanych z językiem narodowym i narodową wspólnotą[75]. Z czasem perspektywa lokalna zaczęła ustępować optyce międzynarodowej i glokalnej, co początkowo wiązało się z promocją idei multikulturalizmu i dialogu międzykulturowe-

75 Zob. L. Giorgi, *Literature Festivals and the Sociology of Literature*, „The International Journal of the Arts in Society" 2009, nr 4, s. 321; taż, *A Celebration of the Word and a Stage for Political Debate. Literature Festivals in Europe Today*, [w:] *European Arts Festivals. Strengthening Cultural Diversity* [raport Komisji Europejskiej], Brussels 2011, s. 19; taż, *Between Tradition, Vision and Imagination. The Public Sphere of Literature Festivals*, [w:] *Festivals and the Cultural Public Sphere*, dz. cyt., s. 37–38.

go, ale później – wraz z rozwojem tak zwanej literatury światowej (*world literature*) – stało się podstawowym sposobem prezentacji treści literackich. Pascale Casanova wskazuje na interesującą zależność między profilem działań artystycznych a pozycją danego podmiotu w obrębie pola: im bardziej lokalna perspektywa, tym większa podatność na impulsy heteronomiczne (co wynika z uzależnienia od miejscowych źródeł finansowania, jak również z regionalnego układu sił politycznych)[76].

Poniżej przedstawiamy porównawcze studium przypadku, w którym uwzględniono dwa festiwale: Port Literacki Wrocław oraz Bruno Schulz Festiwal. Oba wydarzenia mają charakter cykliczny (pierwsze z nich organizowane jest dorocznie od połowy lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku, drugie zaś pojawiło się na mapie polskich imprez kulturalnych trzy lata temu).

Łączy je kilka czynników. Po pierwsze odbywają się w tym samym mieście, we Wrocławiu, który w 2014 roku wszedł w decydującą fazę przygotowań do przejęcia obowiązków Europejskiej Stolicy Kultury, co nastąpi w 2016 roku. Mamy zatem do czynienia z niezwykle ciekawą sytuacją: obszar, który pod względem kulturalnym zajmował wcześniej pozycję peryferyjną (w stosunku do punktów centralnych, takich jak Warszawa czy Kraków), obecnie przesuwa się w kierunku najbardziej uprzywilejowanego miejsca na kulturalnej mapie nie tylko Polski, lecz także Europy. W ciągu najbliższych dwóch lat we Wrocławiu skoncentrowany zostanie (na pewien czas) największy kapitał ekonomiczny oraz symboliczny cyrkulujący w polskim polu sztuki. Proces gromadzenia owego kapitału – jego alokacji i dystrybucji – rozpoczął się dużo wcześniej, w chwili, kiedy Wrocław włączył się do walki o tytuł ESK, współzawodnicząc z innymi polskimi miastami (między innymi z Lublinem, Katowicami oraz Warszawą). Od kilku lat zatem na interesującym nas obszarze geograficzno-polityczno-kulturalnym wszystkie działania podejmowane w polu artystycznym powiązane są – bardziej niż kiedykolwiek – z innymi polami: gospodarczym, politycznym oraz medialnym. Wybór festiwali odbywających się w przestrzeni poddanej działaniu wspomnianych mechanizmów daje możliwość lepszego uchwycenia i zrozumienia procesów odpowiedzialnych za powstanie szczególnych narzędzi literackiej komunikacji i partycypacji. Pokazuje również, w jakiego rodzaju heteronomiczne sieci wpływu wplątane jest obecnie pole literackie w Polsce.

76 P. Casanova, *The World Republic of Letters*, tłum. M. B. DeBevoise, Cambridge 2004, s. 146–176.

Po drugie obydwa festiwale organizowane są przez ludzi (menedżerów kultury, aktywistów literackich, pisarzy i pisarki) z tej samej generacji (różnice wieku między poszczególnymi aktorami są niewielkie) – to osoby dorastające w podobnych warunkach politycznych, ekonomicznych i kulturalnych. Analizując programy obu imprez, można zauważyć, że na liście gości pojawiają się czasem ci sami pisarze (głównie poeci). Nie jest to – jak się zdaje – wyłącznie efekt przypadku, zwykłej inercji działań artystycznych i programotwórczych, lecz kwestia obiektywnej prawidłowości, której źródeł upatrywać należy w pokoleniowych i środowiskowych (a co za tym idzie: estetycznych i politycznych) zależnościach oraz uwarunkowaniach. Pokazuje to, że chociaż popularność festiwali literackich stanowi zjawisko nowe i dyktowane głównie heteronomicznymi oczekiwaniami wobec literatury, ich sposób funkcjonowania pozostaje uwikłany w wewnętrzną logikę rządzącą polem literackim (podziały pokoleniowe, grupy budowane wokół programów estetycznych i tym podobne). Możemy na tym przykładzie zaobserwować jedną z podstawowych cech pola wskazanych przez Bourdieu: jego względną tylko autonomię lub heteronomię i nieustające przeplatanie się różnego rodzaju wpływów w kształtowaniu się sposobu funkcjonowania uniwersum sztuki.

Istnieje tu zatem solidna podstawa do badań porównawczych. Już na wstępie należy jednak zaznaczyć, że mimo owej „części wspólnej", mimo podobnych warunków kulturalno-politycznych oba festiwale zajmują odmienne pozycje w obrębie pola. Mówiąc inaczej: występujące między nimi różnice wynikają nie tyle z ich bezpośrednich relacji (współzawodnictwo artystyczne oraz ekonomiczne), ile przede wszystkim ze strukturalnych uwarunkowań polskiego pola literackiego.

Pod tym względem na przykładzie wybranych imprez festiwalowych można zaobserwować pewną niekonsekwencję.

1. Port Literacki Wrocław rozpoczął działalność w Legnicy (znajdującej się na peryferiach polskiego pola sztuki) pod szyldem Europejskie Spotkania Młodych Pisarzy. Chociaż program pierwszej edycji był bardzo skromny, to jednak w warstwie deklaratywnej pojawiała się formuła, która dawała szanse na wyjście poza granice lokalnego porządku. To, co międzynarodowe, stanowiło bezpośredni kontekst wszystkich projektów artystycznych (transfer był jednostronny, czyli glokalny: globalne tematy i koncepty literackie zostały dostosowane do warunków lokalnych).

Pojawienie się na polskiej mapie kulturalnej nowego festiwalu to efekt zinstytucjonalizowania anomii, procesu, który determinował przemiany pola kultury w latach dziewięćdziesiątych xx wieku. Po upadku komuni-

zmu i transformacji ustrojowej stopniowej erozji uległy centralne mechanizmy kontrolujące życie literackie (łącznie z politycznie warunkowanymi narzędziami konsekrującymi). Przed aktywistami kulturalnymi otworzyły się nowe możliwości. Ta sytuacja miała wszelkie cechy anomii – zmiany w systemie aksjonormatywnym wywołały stan niepewności, który zamiast paraliżować, mobilizował jednostki do działania. Mniej więcej w połowie lat dziewięćdziesiątych minionego wieku rozpoczął się proces instytucjonalizacji owej anomii oraz tworzenia nowych struktur pola sztuki. Grupa poetów urodzonych w latach sześćdziesiątych xx wieku (poszerzona o nielicznych przedstawicieli wcześniejszych generacji), w tym Piotr Sommer, Bohdan Zadura, Zbigniew Machej, Andrzej Sosnowski, moment zmiany politycznej postanowiła wykorzystać do zajęcia mocnej pozycji na scenie literackiej, w tym celu potrzebowała zaś narzędzi konsekracyjnych. Festiwal literacki doskonale się do tego nadawał.

Legnicka impreza bardzo szybko skupiła się na napięciach między twórcami heterodoksyjnymi a ortodoksyjnymi, między „awangardzistami" a starą gwardią (skompromitowaną politycznym zaangażowaniem w komunizm lub odrzucaną – paradoksalnie – ze względu na podporządkowanie literatury walce z opresją polityczną; osobną grupę stanowili konsekrowani zawczasu klasycy: Miłosz, Herbert, Szymborska). W 1997 roku festiwal odbył się pod nazwą Fort Legnica (militarne skojarzenia miały uwypuklać antagonistyczny charakter nowych relacji pojawiających się w polu literackim). Z roku na rok inicjatywa stawała się coraz wyrazistsza (krąg prezentowanych autorów został ustalony; goście z innych krajów stanowili rzadkość), ale zarazem też w coraz większym stopniu przewidywalna. Zmiana nazwy (w miejsce „fortu" pojawił się „port") pozwalała sądzić, że impreza przybierze bardziej otwarty charakter. Stało się tak jednak dopiero w 2004 roku, gdy festiwal przeniósł się do Wrocławia (organizatorzy podpisali z władzami miasta długoletnią umowę). Jest to moment przełomowy, w którym źródłowo autonomiczna inicjatywa powstała wewnątrz pola literackiego wchodzi w heteronomiczne relacje z innymi polami, w tym przede wszystkim z polem władzy. W programie imprezy pojawiły się wydarzenia międzynarodowe, a wśród gości twórcy z innych krajów. Potem znów nastąpił okres dominacji perspektywy lokalnej i koncentracji na poezji rodzimej, przy czym na liście obecności znaleźli się poeci posiadający ogromny kapitał symboliczny, a także twórcy dysponujący w pełni autonomiczną pozycją (należący albo do już konsekrowanej awangardy, albo do awangardy czekającej na literacką kanonizację): Tymoteusz Karpowicz, Tadeusz Różewicz, Krystyna Miłobędzka.

W 2008 roku pojawił się jeszcze jeden istotny czynnik – miasto ufundowało Wrocławską Nagrodę Poetycką Silesius, która od tamtej pory przyznawana jest w trzech kategoriach (Całokształt twórczości, Książka roku oraz Debiut roku). Pierwsza edycja imprezy towarzyszyła Portowi Literackiemu Wrocław, co wzmocniło jego wizerunek. W następnych latach wyróżnienie zostało przez miasto w pełni zautonomizowane (nagroda wręczana jest w osobnym terminie).

Przełomowymi wydarzeniami dla Biura Literackiego, organizatora festiwalu, były przystąpienie Wrocławia do wyścigu o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury, a później – już po wygraniu współzawodnictwa – zmiana priorytetów kulturalnych w regionie. Tytuł ESK wiąże się z koniecznością stworzenia ogólnopolskiej i międzynarodowej sieci, w której współpracować będą różne instytucje. Wcześniejsza formuła festiwalu okazała się więc zbyt wąska, co zmusiło organizatorów do uwzględnienia w planach artystycznych kontekstu globalnego (powróciła nawet wyjściowa formuła Europejskich Spotkań Pisarzy).

Istotnym aspektem funkcjonowania Biura Literackiego jest jego aktywność wydawnicza (na początku ogłaszano wyłącznie polskie książki poetyckie, potem także przekłady, z czasem również dzieła prozatorskie autorów rodzimych i tłumaczonych). Przez lata program festiwalu podporządkowany był właśnie temu wymiarowi działalności organizatora, co po pewnym czasie zaczęło wyraźnie wpływać na wizerunek imprezy. Z platformy spotkań z awangardową poezją zmieniła się ona w narzędzie promocyjne (wśród gości bardzo rzadko pojawiali się pisarze, których książki nie ukazały się w tej konkretnej oficynie). I znów decyzja o przyznaniu Wrocławiowi tytułu Europejskiej Stolicy Kultury oraz wynikające z tego przesunięcie miasta z rejonu peryferii do ścisłego centrum zmusiły organizatorów festiwalu do działania: powołana została Fundacja Europejskich Spotkań Pisarzy, która przejęła funkcje związane z przygotowaniem imprezy od Biura Literackiego (choć pod względem zależności osobowych obydwie instytucje pozostają ze sobą w bezpośrednim związku).

Widać tu doskonale opisywane wcześniej zjawisko uzależnienia instytucji od środków samorządowych. Opublikowane w ostatnim roku książki Biura Literackiego zawierają inskrypcję „bez dotacji". Wiąże się to z problemami organizacji w pozyskaniu kolejnych środków od miasta na aktywność wydawniczą i festiwalową. Manifestacja autonomicznego działania – ogłaszanie tomów poetyckich bez dofinansowania – skrywa zatem mocne węzły, które uzależniają podmiot pola literackiego od pola ekonomii i władzy.

2. Festiwal Schulza powstał w 2012 roku, który przez Sejm został ogłoszony Rokiem Brunona Schulza. Te symboliczne, ale także całkiem realne okoliczności (wyasygnowane zostały odpowiednie środki na dofinansowanie przedsięwzięć literackich związanych z twórczością drohobyckiego pisarza) miały zarówno korzystny, jak i (przynajmniej potencjalnie) niekorzystny wpływ na charakter samego wydarzenia. Korzystny, ponieważ organizatorzy mogli liczyć na zainteresowanie publiczności oraz mediów. Niekorzystny, gdyż w przeciwieństwie do Portu Literackiego Wrocław od samego początku festiwal znajdował się na przecięciu heteronomicznych impulsów (ekonomicznych, politycznych, ogólnopolskich oraz regionalnych).

Festiwal Schulza to czterodniowa impreza kulturalna, która odbywa się w listopadzie (trwający zwykle trzy dni Port Literacki Wrocław organizowany jest wiosną). Pod względem programowym jest on dużo bardziej złożony niż druga z omawianych tu imprez: fundamentem tej ostatniej są – jak wiadomo – tak zwane lekcje czytania, czyli autorska prezentacja wierszy lub fragmentów prozy (dopiero niedawno niektóre „czytania" zostały uzupełnione o dyskusje z pisarzami lub pisarkami). Festiwal Schulza charakteryzuje się odwrotną relacją między wieczorami autorskimi a debatami, dowartościowując przede wszystkim moderowaną rozmowę oraz formy hybrydowe (spotkania z jednym autorem; dyskusje z udziałem wielu uczestników; prezentacje poezji, prozy, literatury *non-fiction*; działania akademickie i szkolne w postaci konferencji naukowych oraz lekcji przeznaczonych dla uczniów; warsztaty dla bibliotekarzy). W programach Portu Literackiego Wrocław znajdują się również formy hybrydowe (projekty edukacyjne, intermedialne oraz debaty o literaturze), ale występują w znacznie skromniejszej liczbie.

Pierwsza edycja Festiwalu Schulza została pomyślana tak, by przezwyciężyć dychotomię miasto–świat, która od samego początku stanowi jedno z głównych ograniczeń festiwali literackich. Podporządkowując imprezę tematowi głównemu, czyli twórczości Brunona Schulza, organizatorzy wprowadzili do programu wydarzenia związane z literacką, kulturową, polityczną i historyczną sytuacją Żydów oraz mieszkańców Europy Środkowowschodniej. W tym przypadku transfer był dwustronny, choć wyjściowa matryca nie miała charakteru w pełni uniwersalnego (program – jak się rzekło – dotyczył geograficznych i kulturowych obszarów środkowowschodnioeuropejskich). Druga edycja festiwalu cechowała się mniejszą liczbą akcentów międzynarodowych, choć dyskusyjny czy też konwersacyjny charakter imprezy został zachowany.

Producentem wykonawczym festiwalu jest prywatne (podobnie jak w przypadku Portu Literackiego Wrocław) wydawnictwo EMG, które zawarło z mia-

stem długoletnią umowę na realizację projektu, niemniej jednak (inaczej niż Biuro Literackie) skutecznie pozyskuje wsparcie materialne z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Złożony sposób finansowania (środki centralne, regionalne oraz sponsorskie, a także świadczenia pozostałych partnerów imprezy) sprawia, że wydarzenie po raz kolejny można usytuować na przecięciu różnych sił.

Ścieżki autonomii i heteronomii, jak mówił Pierre Bourdieu, rzeczywiście pozostają niezwykle kręte, a precyzyjne spozycjonowanie festiwalu rysuje się jako zadanie niezwykle trudne, chociaż – jak się zdaje – możliwe. Wymaga to jednak pewnej korekty wyjściowej ramy teoretycznej. Otóż Bourdieu zakładał, że struktury pola są w miarę stabilne, choć badacz nie jest w stanie uchwycić wszystkich procesów społecznych. Polskie pole literackie nie wykazuje takiej stabilności. Obydwa analizowane przykłady zawierają zmienne – można by wręcz powiedzieć: płynne – formy celebracji literatury, które pozostają w ścisłym związku z ich niestałą pozycją w obrębie samego pola. Jest to zjawisko typowe dla polskich (ale też zagranicznych) festiwali literackich świadczące o tym, że procesy heteronomizujące uniwersum artystyczne trzeba nieustannie poddawać kolejnym badaniom, by sprawdzić, w jakim miejscu przestrzeni społecznej znajduje się literatura, co jej grozi i jak może się rozwijać.

+

POLE LITERACKIE W POLSCE PO 1989 ROKU

+

Tomasz Warczok
Alicja Palęcka
Piotr Marecki

+

1. POLE LITERACKIE W POLSCE. STRUKTURA I DYNAMIKA UNIWERSUM WYDAWNICZEGO

1.1. Wprowadzenie: Dlaczego pole, a nie rynek

W niniejszym rozdziale poprzez pryzmat społecznego ulokowania i działalności wydawnictw publikujących literaturę piękną przedstawiona zostanie podstawowa struktura pola literackiego w Polsce. Oficyny stanowią tylko jedną z kategorii aktorów tworzących uniwersum literackie (funkcjonują w nim ponadto pisarze i pisarki, ich agenci, krytycy, dziennikarze i tak dalej), niemniej ich rola jest zasadnicza, gdyż w podstawowym zakresie umożliwiają działalność literacką. Co więcej, zarysowanie pozycji wydawnictw, ich charakterystyk oraz podejmowanych przez nie strategii pozwala dostrzec całościową logikę aktywności twórczej. To możliwe, ponieważ w przeprowadzonej tu analizie pozycjonowanie oficyn zostało uzależnione między innymi od typów autorów przez nie publikowanych, liczby oraz rodzaju nagród, jakie ci pisarze otrzymują, oraz częstotliwości występowania owych twórców w głównych (reprezentatywnych) opracowaniach literackich. Struktura uniwersum wydawniczego pokazuje więc pośrednio strukturę działalności innych podmiotów, które są konstytutywne dla całego, jak nazywa to Pierre Bourdieu, pola literackiego.

Używam pojęcia „pole" jako narzędzia analitycznego, gdyż w przeciwieństwie do innych często stosowanych terminów, takich jak na przykład „rynek" (rynek literacki, rynek książki, rynek wydawniczy) czy „świat" (świat literacki), daje ono szansę na głębsze i bardziej realistyczne odczytanie sensu aktywności poszczególnych aktorów tego uniwersum. Pole, dla przypomnienia, określa się za Bourdieu jako przestrzeń „[...] obiektywnych relacji między jednostkami bądź instytucjami rywalizującymi o te same stawki"[1].

Pole literackie dzieli się, jak już była mowa we wcześniejszej części raportu, na dwa zasadnicze obszary: komercyjny, przeznaczony dla szerokiego odbiorcy i zorientowany na natychmiastowy ekonomiczny zysk, oraz eksperymentalny, „sztuki dla sztuki", sztuki czystej, poszukującej, skierowanej przede wszystkim do innych producentów (konkurentów, uczestników

1 P. Bourdieu, *Sociology in Question*, tłum. R. Nice, London 1993, s. 133, frag. tłum. T.W.

gry). Sektor pierwszy z powodu zależności od sił zewnętrznych (na przykład ekonomicznych) nazywany jest heteronomicznym, sektor drugi zaś autonomicznym. Zarysowana opozycja przecina się z jeszcze inną, wtórną, rozgraniczającą pole na obszar ortodoksji, zajmowany przez pisarzy i wydawnictwa uznane, najzasobniejsze w kapitał, i obszar heterodoksji, skupiający nowo przybyłych, „heretyków", którzy pragną podważyć istniejący ład. Po stronie autonomicznej pola wyrazisty przykład takiej walki stanowią zmagania między nową awangardą, jeszcze nieuznaną, a awangardą już konsekrowaną[2]. Tak więc to, co określa się popularnie mianem rynku książki, jest tylko jednym z aspektów gry literackiej w polu i odpowiada obszarowi heteronomicznemu. Mimo że wchodzi on, jak okaże się poniżej, w pewne relacje z obszarem autonomicznym, to kierują nim całkiem odmienne siły – czysto ekonomiczne, stawką są tu możliwie szybkie korzyści materialne. Obszar autonomiczny natomiast to świat „ekonomii na opak"[3] – dominujące pozycje zajmują w nim ci, którzy dysponują kapitałem symbolicznym, czyli uznaniem innych uczestników gry (pisarzy czy też krytyków), nie zaś ci, którzy zadowalają publiczność (tacy twórcy mogą nawet zostać potępieni za „sprzedawanie się" czy hołdowanie popularnemu, „płaskiemu" gustowi).

Zarysowana odmienna, ale jednak wzajemnie połączona strukturyzacja (obie siły, mimo że pozostają przeciwstawne, są od siebie skrajnie zależne) wyjaśnia chociażby takie paradoksalne sytuacje jak ta, w której ceniona nagroda dla danego pisarza nie pociąga za sobą wzrostu sprzedaży jego książek. Dzieje się tak dlatego, że współistnieją tu dwa porządki – logika dóbr symbolicznych i logika dóbr materialnych. Przewaga jednej lub drugiej zależy od stopnia autonomii całego pola, czyli niezależności od pola ekonomicznego, jak również – w pewnych warunkach – politycznego. W praktyce pole najbardziej autonomiczne stanowi to, które balansuje, utrzymuje się w równowadze, pomiędzy rynkiem a państwem. To ostatnie chroni określone pola kulturowe przed hegemonią rynku (etaty państwowe, stypendia, zakup dzieł sztuki, finansowanie lub współfinansowanie działalności instytucji i poszczególnych inicjatyw, gwarantowane ubezpieczenia zdrowotne i społeczne i tak dalej), chociaż w niektórych sytuacjach może przejąć nad nimi całkowitą kontrolę – aż do utraty autonomii (*casus* socrealizmu w Polsce w latach 1949–1955). Transformacja ustrojowa, a w rezultacie wyłonienie

2 Zob. P. Bourdieu, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, tłum. A. Zawadzki, Kraków 2001, s. 189.

3 Tamże.

się po 1989 roku przekształconego pola literackiego oznaczało więc jego przesunięcie ze strefy oddziaływania państwa do obszaru, gdzie wpływ na uniwersum wywierają przede wszystkim siły rynkowe. Zauważyć przy tym trzeba, że nie miało to nic wspólnego z naturalną rzekomo ewolucją od państwowego socjalizmu do kapitalizmu. Świadczy o tym fakt, iż pewne pola zdołały zachować całkowitą niemal niezależność od wyroków rynku (na przykład pole teatralne), w innych zaś zarysowała się wyraźna granica oddzielającą część autonomiczną od heteronomicznej (tak jak w przypadku uniwersum filmowego, w którym kluczowym podmiotem organizującym grę w polu jest powstały w 2005 roku Polski Instytut Sztuki Filmowej). Jednocześnie instytucje państwowe zaczęły wywierać swój wpływ nawet w tych obszarach, które zdają się czysto rynkowe. Przejście od wyłaniającego się po 1989 roku dość chaotycznego ruchu wydawniczego do relatywnie ustrukturyzowanego i uporządkowanego rynku książki możliwe było dzięki czysto centralnym inicjatywom, takim jak powstanie Instytutu Książki, wprowadzenie VAT-u na publikacje czy też konieczności drukowania cen na ich okładkach[4]. A zatem to, co teoria ekonomiczna nazywa „wolnym rynkiem", także „rynkiem książki", nie stanowi przestrzeni wolnej, nieskrępowanej gry, której wynik zależy wyłącznie od maksymalizującej zysk strategii poszczególnych podmiotów, lecz pozostaje obszarem ustrukturyzowanym, w subtelny sposób regulowanym przez państwo i podmioty w nim dominujące, które nierzadko zajmują przy tym pozycje *quasi*-monopolistyczne[5].

Generalnie ujmując, pole literackie traktowane jako całość (obejmująca zarówno część heteronomiczną, „rynkową", jak i autonomiczną, „antyrynkową") stanowi ograniczenie strukturalne dla działających w nim aktorów. Innymi słowy: dana struktura pola, która zawsze pozostaje efektem wcześniejszych praktyk, ukierunkowuje lub nawet determinuje aktywność wydawców, jak również krytyków oraz samych pisarzy i pisarek. Kiedy mówi się więc na przykład o strategii wydawniczej danej oficyny, trzeba pamiętać – wbrew złudzeniom myślenia wolnorynkowego – że jej zakres ogranicza miejsce zajmowane przez dane wydawnictwo w polu. A to z kolei wyznaczają posiadane zasoby materialne oraz symboliczne. Nie da się zatem analizować podmiotu w izolacji, gdyż jego pozycja i zasoby, którymi dysponuje, objawiają

4 Więcej na ten temat zob. P. Marecki, E. Sasin, *„Ciężkie książki" versus „lekka i tania informacja" – od „ruchu wydawniczego" do „rynku książki". Informatyzacja w literackim polu produkcji kulturowej* [maszynopis], Kraków 2014.

5 P. Bourdieu, *The Social Structures of the Economy*, tłum. Ch. Turner, Cambridge 2005.

swój sens wyłącznie w relacji z innymi, konkurencyjnymi uczestnikami pola. Dlatego też najpierw, w rudymentarnym zakresie, przedstawiona zostanie struktura pozycji uniwersum wydawniczego w Polsce, następnie zaś wynikające z określonego położenia poszczególnych podmiotów w polu „akty zajmowania pozycji", czyli strategie, wyznawany etos, stosunek do innych uczestników w polu i tak dalej[6].

1.2. Struktura pola: kapitał ekonomiczny *versus* kapitał symboliczny

Nie sposób przebadać wszystkich podmiotów w polu wydawców, nawet jeśli ograniczymy się do tych, którzy pozostają aktywni (jest ich w Polsce 2000–2500)[7]. Błędne byłoby także losowanie próby reprezentatywnej, gdyż wówczas istniałoby ryzyko „zgubienia" najbardziej istotnych wydawnictw. Dlatego też wybrano próbę celową dwudziestu trzech podmiotów, które mają obrazować wszystkie sektory pola. Z przedstawicielami owych oficyn podjęto próbę przeprowadzenia wywiadów pogłębionych, co w większości przypadków zakończyło się sukcesem (odmówiło sześć podmiotów)[8].

Wydawnictwa wybrano na podstawie wskazań pisarzy i pisarek w poprzedzającym module badań oraz pozycji, jaką dane oficyny zajmują w polu. Położenie podmiotów w uniwersum wydawniczym określone zostało dzięki zobiektywizowanym wskaźnikom ilościowym. Syntetyczne dane, szczególnie ściśle ekonomiczne, zapożyczono z istniejących opracowań oraz artykułów prasowych[9]. Z kolei informacje odnoszące się do mniej uchwytnych, choć

6 Bourdieu zauważył – tę samą optykę przyjmujemy także i tutaj – że pozycja w polu, czyli ulokowanie w strukturze zasobów, oddziaływać będzie na kolejne strategie działań aktorów. Ową zależność należy postrzegać szeroko, gdyż odnosi się zarówno do strategii wydawniczych poszczególnych oficyn, jak i do samej twórczości konkretnych autorów. Mimo że nie zajmujemy się tym w niniejszym raporcie, zaznaczyć warto, że usytuowanie określonego pisarza w danym miejscu pola literackiego będzie mieć wpływ na jego twórczość. Dokładnie tak jak pozycja w polu artystycznym malarza oddziała, raczej nieświadomie, na jego sposób wyrazu, stosowaną przezeń stylistykę, „zachowawczość" bądź „rewolucyjność" jego dzieł i tak dalej. Zob. P. Bourdieu, *Manet. Une révolution symbolique. Cours au collège de France 1998–2000*, Paris 2013.

7 Zob. Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2013. Wydawnictwa*, Warszawa 2013.

8 W części zarysowującej całą strukturę pola włączono do analizy kilka wydawnictw o znaczeniu drugorzędnym, których umiejscowienie wyraża relatywnie istotne pozycje struktury, niemniej jednak nie zdecydowano się objąć ich szczegółowym badaniem (nie próbowano nawiązać z nimi kontaktu).

9 Zob. przede wszystkim Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2013*, dz. cyt.

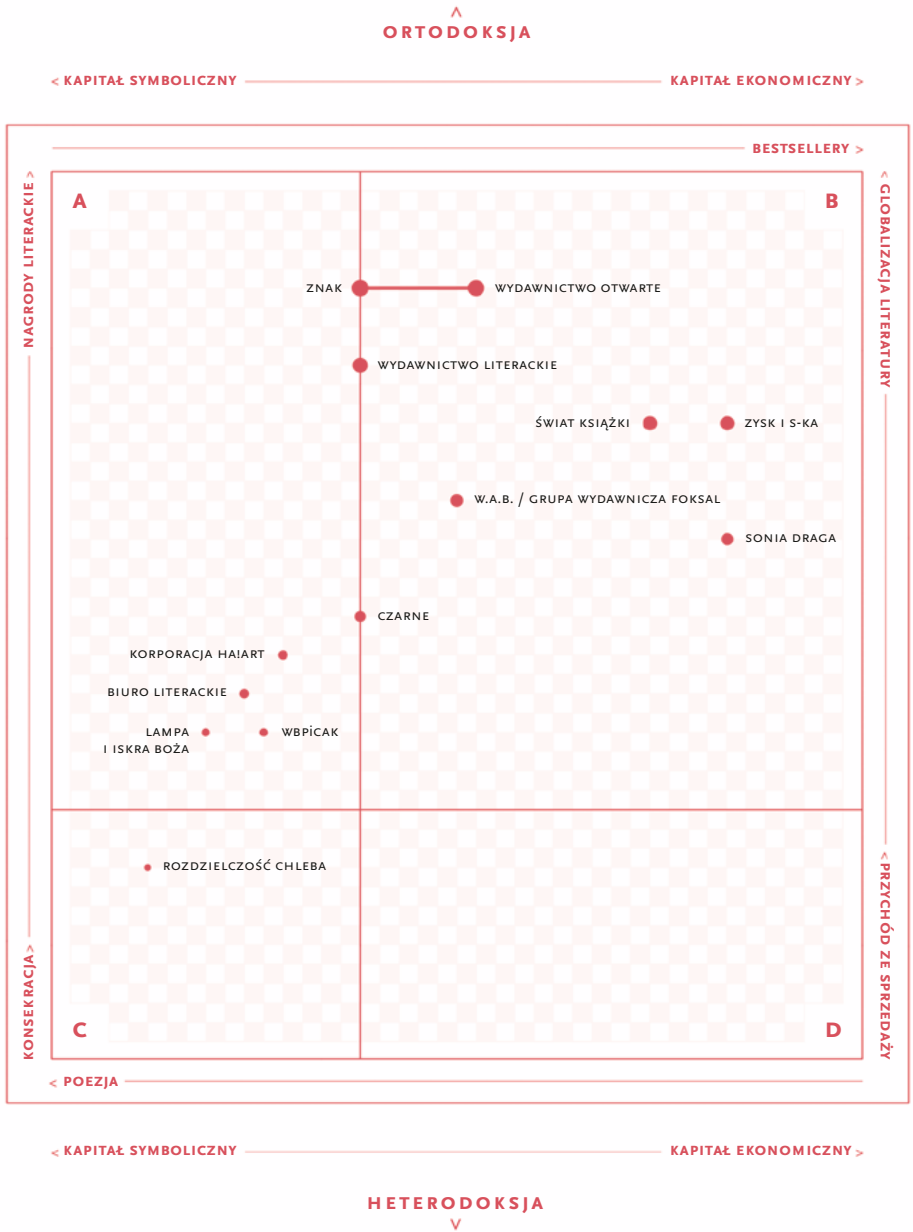
niezwykle istotnych, charakterystyk symbolicznych zgromadził zespół badawczy projektu. Kapitał symboliczny wydawnictw wyznaczono w odniesieniu do liczby nagród (i nominacji), które otrzymali autorzy publikowani przez dany podmiot. Podobną wartość symboliczną ma liczba wydawanych noblistów oraz innych pisarzy konsekrowanych, wpisanych w kanon polskiej i światowej literatury i/lub wymienianych we współczesnych opracowaniach literackich[10].

Osobną, ale niezwykle ważną część niniejszej analizy stanowią dodatkowe wywiady pogłębione przeprowadzone z sześcioma osobami – określonymi tu jako „nowi aktorzy" w polu – czyli z agentami pisarzy oraz redaktorami wydawnictw. Konieczność rozmowy z nimi pojawiła się w trakcie badań innych uczestników pola. Agenci oraz redaktorzy okazali się ważnymi podmiotami pośredniczącymi między światem literatury a światem biznesu, jednocześnie ich obecność stanowi jeden z istotnych symptomów zmian, jakich doświadcza całe uniwersum literackie w Polsce.

Jak widać na zamieszczonej ilustracji, pole wydawców dzieli się pionowo na obszar dominujący i zdominowany. W tym pierwszym sytuują się oficyny najzasobniejsze w kapitał, mające zdecydowany wpływ na funkcjonowanie całego pola. Są to podmioty najprężniejsze, które wydają kilkakrotnie więcej pozycji w ciągu roku niż uczestnicy znajdujący się w zdominowanej części pola. Odznaczają się także wysokimi przychodami ze sprzedaży książek, a ich stały personel liczy nawet kilkadziesiąt osób (podczas gdy w oficynach zdominowanych nie przekracza siedmiu, dziesięciu pracowników)[11].

10 W analizie uwzględniono następujące wyróżnienia: Nike, Paszport Polityki, Nagrodę Literacką Gdynia, Nagrodę Kościelskich. Zrezygnowano natomiast z nagród branżowych (na przykład Wrocławska Nagroda Poetycka Silesius), gdyż odnoszą się one wyłącznie do wybranego sektora pola (na przykład subpola poezji). Reprezentatywnymi opracowaniami, w których obecność danego autora stanowi konsekrację wydającego go podmiotu, były dla zespołu badawczego: *Literatura polska 1990–2000*, t. 1–2, red. T. Cieślak, K. Pietrych, Kraków 2002; P. Czapliński, *Ślady przełomu. O polskiej prozie 1976–1996*, Kraków 1997; P. Czapliński, P. Śliwiński, *Literatura polska 1976–1998. Przewodnik po poezji i prozie*, Kraków 1999; ciż, *Normalność i konflikty. Rozważania o literaturze i życiu literackim w nowych czasach*, Poznań 2006; P. Dunin-Wąsowicz, K. Varga, *Parnas bis. Słownik literatury polskiej urodzonej po 1960 roku*, Warszawa 1995; *Dwadzieścia lat literatury polskiej 1989–2009. Idee, ideologie, metodologie*, red. A. Galant, I. Iwasiów, Szczecin 2008; *Nowe dwudziestolecie (1989–2009). Rozpoznania, hierarchie, perspektywy*, red. H. Gosk, Warszawa 2010; A. Legeżyńska, P. Śliwiński, *Poezja polska po 1968 roku*, Warszawa 2000; K. Maliszewski, *Nasi klasycyści, nasi barbarzyńcy. Szkice o nowej poezji*, Bydgoszcz 1999; *Tekstylia. O „rocznikach siedemdziesiątych"*, red. P. Marecki, I. Stokfiszewski, M. Witkowski, Kraków 2002; *Tekstylia bis. Słownik młodej polskiej kultury*, red. P. Marecki, Kraków 2006; *Literatura polska 1989–2009. Przewodnik*, red. P. Marecki, Kraków 2010.

11 W porównaniu z polem wydawców we Francji, gdzie kobiety zarządzają raczej oficynami



il. 3. Struktura pola wydawców w Polsce

Z kolei zaznaczona na ilustracji oś pozioma wyznacza granicę między podmiotami kierującymi się z jednej strony (prawej) kapitałem czysto ekonomicznym (natychmiastowym zyskiem materialnym), z drugiej zaś (lewej) kapitałem symbolicznym (uznaniem innych uczestników pola). Podział ten w swojej najbardziej jaskrawej formie uwidacznia się w konflikcie między sektorem B i C. Dostrzec tu można paradygmatyczny spór pomiędzy, mówiąc w uproszczeniu, sztuką a pieniędzmi. Po stronie ekonomicznej, komercyjnej wyraźną pozycję pod tym względem zajmuje wydawnictwo Sonia Draga. Oficyna ta opublikowała najpierw (w koedycji z Albatrosem) bestsellerowe książki Dana Browna, a później potwierdziła swój status w polu wydawców ogromnym sukcesem powieści *Pięćdziesiąt twarzy Greya* oraz jej kolejnych części (łącznie w 2012 roku sprzedano 557 tysięcy egzemplarzy tej serii[12]). Sonia Draga reprezentuje heteronomiczność tej części pola i to w sensie zależności nie tylko od sił ekonomicznych (nastawienie na natychmiastowy zysk), lecz także – co się z tym łączy – od procesów globalizacji literatury. Innymi słowy: sektor heteronomiczny (część B diagramu) w najwyższym stopniu uzależniony jest od tej formy globalizacji ekonomicznej, która narzuca reguły *world fiction*, literatury zestandaryzowanej i wprost dostosowanej do gustu „nowych klas średnich"[13]. Znajduje to wyraz w zwiększeniu się liczby tłumaczeń autorów zagranicznych, w tym przede wszystkim anglojęzycznych, oraz marginalizacji pisarzy lokalnych, zwłaszcza tych, którzy próbują wnosić do literatury nowe wartości (brak tu twórców nagradzanych). W tej części pola znajdziemy także zajmujące wysoką pozycję w rankingach ekonomicznych wydawnictwo Zysk i S-ka (zaliczane jest ono do dziesięciu największych wydawców literackich w Polsce; w ogólnym rankingu rynku książki w Polsce w 2013 roku plasuje się na osiemnastym miejscu, podczas gdy Sonia Draga na trzydziestym[14]). Podobnie jak jego bezpośredni konkurenci w tej części pola nie posiada literackiego kapitału symbolicznego (publikowani tam

małymi, lokującymi się w obszarze zdominowanym, w Polsce mamy do czynienia z sytuacją, w której znaczna liczba kobiet kieruje wydawnictwami znajdującymi się w sektorze dominującym. Zob. P. Bourdieu, *Une révolution conservatrice dans l'édition*, „Actes de la Recherche en Sciences Sociales" 1999, nr 126–127, s. 3–28.

12 Zob. Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2013*, dz. cyt., s. 31.

13 P. Casanova, *The World Republic of Letters*, tłum. M.B. DeBevoise, Cambridge 2004.

14 Zob. raport Instytutu Książki o rynku wydawniczym w Polsce [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/upload/Files/RYNEK_KSIKI_W_POLSCE_2013.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014]. Zamieszczony tam ranking ogólny obejmuje wydawnictwa zarówno literackie, jak i specjalistyczne (naukowe, prawnicze, językowe i tak dalej).

autorzy polscy nie są nagradzani ani wspominani w opracowaniach literackich). Pozycja oficyny ugruntowana jest poprzez jej relatywnie długi czas działania w polu (Zysk i S-ka zostało założone w 1994 roku). Z ulokowaniem w obszarze dominującym i heteronomicznym uniwersum literackiego łączy się ortodoksyjne podejście do literatury, czyli wydawanie książek nienaruszających literackiego *status quo*. Wśród polskich autorek publikowanych przez Zysk i S-ka najważniejszą pisarką pozostaje Małgorzata Kalicińska, którą można określić jako typową przedstawicielkę, jak to nazywa Pierre Bourdieu, „populizmu literackiego"[15].

Dominujący sektor komercyjny jest istotny, gdyż definiuje działalność także tych podmiotów, które sytuują się po drugiej, autonomicznej stronie pola. Jako że stanowi zaprzeczenie tego, co „niezależne", pozostaje ważnym kontekstem kształtowania się tożsamości podmiotów autonomicznych. Inaczej mówiąc: nie może istnieć heterodoksja (herezja, awangarda) bez ortodoksji, co tylko potwierdza, że wszelka aktywność literacka i artystyczna ma charakter relacyjny i konfliktowy. Zaznaczenie swojej pozycji, czyli pojawienie się w polu (równoznaczne z publikacją), zakłada za każdym razem wyróżnienie się, a dokładniej odróżnienie się (od innych). Im bardziej pozycja podmiotu jest podporządkowana, a więc słabiej zauważalna w polu, tym wyróżnienie musi być wyraźniejsze. Najwyraźniejsze zaś jest wtedy, gdy formuje się w kontrze do pozycji konkurencyjnej. Fakt ten tłumaczy otwarcie konfliktowe nastawienie wszelkiej awangardy (która zawsze jest „przeciw") i stosunkowo „pokojowe" zorientowanie ortodoksji bądź „klasyki" (ta nie musi niczego udowadniać, gdyż została już zauważona i kanonizowana)[16].

Pośrodku pola, a konkretnie w miejscu przecięcia się logiki ekonomicznej i logiki symbolicznej, lokują się dwie najważniejsze (dominujące) oficyny: Znak oraz Wydawnictwo Literackie. Oba podmioty dysponują znaczącymi zasobami kapitału tak ekonomicznego, jak i symbolicznego. Ich czołowi autorzy plasują się wysoko na listach bestsellerów i/lub pochwalić się mogą licznymi nominacjami do nagród, jak również samymi wyróżnienia-

15 Zob. P. Bourdieu, *Une révolution conservatrice...*, dz. cyt.

16 Zarysowanemu podziałowi poszczególnych wydawnictw odpowiada klasyfikacja nagród. Tak jak oficyny da się uszeregować na osi rozciągającej się od bieguna zależnego (kapitał ekonomiczny) do bieguna niezależnego (kapitał symboliczny), tak też wyróżnienia – w percepcji uczestników pola – można uporządkować według tej samej skali. Patrząc od strony bieguna zależnego, należy więc wymienić kolejno: Nike, Paszporty Polityki, Nagrodę Literacką Gdynia, Nagrodę Kościelskich.

mi[17]. Ważnym elementem kapitału symbolicznego obu instytucji jest czas – obie oficyny są jednymi z najstarszych w Polsce. Wydawnictwo Literackie powstało w 1953 roku, Znak w 1959 roku. Aspekt temporalny jako wymiar kapitału symbolicznego trudno przecenić. Długi okres pozostawania w polu buduje wrażenie trwałości, a więc nienaruszalności, z czasem wręcz oczywistości istnienia danego podmiotu oraz rozpoznawalności marki. Znak lokuje się tutaj na szczególnie uprzywilejowanej pozycji, gdyż dokonał transferu kapitału symbolicznego „Tygodnika Powszechnego" oraz całego środowiska pisma „Znak". Przez okres PRL-u rozwijał się po stronie relatywnie niezależnej wobec dominującej władzy partyjnej, a do tego był silnie naznaczony kolorytem inteligenckim, co w warunkach polskich nadal stanowi ważny zasób symboliczny. Z takim zapleczem kapitałowym Znak nie tylko mógł po 1989 roku wkroczyć wprost na pozycję dominującą w (re)konstruującym się polu, lecz także, dysponując zakumulowanym kapitałem „niezależności", mógł bezpiecznie ulokować się w środku uniwersum literackiego. Od 1992 roku oficyna zaczęła publikować literaturę bardziej komercyjną i jest to moment, kiedy oba kapitały, ekonomiczny i symboliczny, są równoważone w strategii działania wydawnictwa. Niemniej z racji ich skrajnej przeciwstawności ostatecznie muszą zostać rozdzielone, przynajmniej w wymiarze symbolicznym. Wyrazem tego jest wyłonienie się ze Znaku Wydawnictwa Otwartego, podmiotu zależnego (obok kilku innych), choć z własnym działem marketingowym, oferującego literaturę „lżejszą". W taki właśnie sposób dokonuje się w ramach wydawnictwa swoisty podział pracy, a szerzej: pogodzenie dwóch sprzecznych logik całego pola literackiego[18].

17 Autorzy wydawani przez Znak otrzymali w sumie 15 nagród, 34 nominacje i 301 razy zostali wspomniani w opracowaniach, z kolei autorzy Wydawnictwa Literackiego otrzymali 26 nagród, 53 nominacje i 656 razy zostali wspomniani w opracowaniach. Dostrzegalna jest więc pewna przewaga Wydawnictwa Literackiego w kapitale symbolicznym. Jednocześnie w aspekcie czysto ekonomicznym sytuacja jest dokładnie odwrotna – o ile w 2012 roku przychód ze sprzedaży książek wyniósł dla Znaku 74,6 miliona złotych, o tyle przychód Wydawnictwa Literackiego osiągnął wysokość 25,3 miliona złotych. Dla porównania przychód Zysk i S-ka to 24,6 miliona złotych, Świata Książki – 21,6 miliona złotych, Muzy – 19,4 miliona złotych, Soni Dragi – 15,0 milionów złotych. Dane o przychodach przytaczam za: Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2013*, dz. cyt., s. 251–252. Nie można przy tym nie wspomnieć o nierównym dostępie do środków konsekracji, co mierzy się liczbą publikowanych przez dane wydawnictwo autorów, którzy jednocześnie zasiadają w jury najważniejszych (wspomnianych wcześniej) nagród. W tak zarysowanej „kontroli" nad narzędziami konsekracji przoduje Wydawnictwo Literackie (siedmioro autorów), w dalszej kolejności lokuje się Znak (dwóch autorów).

18 Działalność Znaku pokazuje wyraźnie, że nawet wydawnictwo samo w sobie nie stanowi

W przypadku obu dominujących oficyn, Znaku i Wydawnictwa Literackiego, istnieje pewna odpowiedniość między pozycją w polu a wspomnianymi „aktami zajmowania pozycji", czyli strategiami wydawniczymi, eksponowanym dyskursem i całą polityką symboliczną (PR-em). Jako że oba wydawnictwa mają długie dzieje i są historycznie osadzone w polu, akcentować będą to, co „historyczne", a zatem klasyczne. To nie przypadek, że Wydawnictwo Literackie reklamuje się nazwiskami wydawanych przez siebie polskich noblistów (Wisława Szymborska, Czesław Miłosz). Podobnie zresztą jak Znak, który może pochwalić się publikowaniem dzieł klasyków, zarówno polskich, jak i zagranicznych.

Pełnię zależności między pozycją w polu a strategiami widać wyraźnie, kiedy porówna się opisane wyżej instytucje z innymi, sąsiednimi podmiotami należącymi do uniwersum wydawców. Świat Książki, który pojawił się w Polsce jako część potężnej grupy Bertelsmann Media, niemalże od razu zajął miejsce w dominującej części pola[19]. Jako że nie dysponował, jak Znak czy Wydawnictwo Literackie, zakumulowanym lokalnie kapitałem symbolicznym oraz był stosunkowo „młody", „nowy" w polu, zmuszony został strukturalnie do przyjęcia strategii opartej na „nowości". Wyraz tego stanowi seria Nowa Polska Proza, której „nowość" implikuje zmianę pokoleniową, łagodne przeciwstawienie się temu, co klasyczne i tradycyjne[20]. Istotne w tym kontekście zdaje się to, iż strategia tej oficyny, tak jak każdej innej, nie jest efektem czystej, nieskrępowanej kalkulacji wydawcy, ale pozostaje rezultatem strukturalnego umiejscowienia danego podmiotu w polu (oraz konfiguracji całego pola).

monolitu i że może tworzyć swoiste pole z dwoma przeciwstawnymi biegunami, ekonomicznym i symbolicznym. Przewaga jednego bądź drugiego bieguna wewnątrz takiego pola skutkować będzie odpowiednim położeniem danego podmiotu w całym uniwersum literackim (na przykład przewaga bieguna ekonomicznego może przyczynić się do powstania imprintu – w rodzaju Wydawnictwa Otwartego – nastawionego na druk literatury popularnej, co spychać będzie oficynę w kierunku heteronomii).

19 We wspomnianym rankingu za 2012 rok (zob. raport Instytutu Książki o rynku wydawniczym w Polsce, dz. cyt.) wydawnictwo uplasowało się na dwudziestym pierwszym miejscu (rok wcześniej zajęło miejsce czwarte). Dysponowało przy tym uchwytnym, ale relatywnie niewielkim kapitałem symbolicznym – jego autorzy otrzymali dwie nagrody, szesnaście nominacji i siedemdziesiąt jeden razy zostali wspomniani w opracowaniach.

20 Kategoria „pokolenia", często stosowana w dyskursach artystycznym, literackim czy dziennikarskim, mimo że może wydawać się klasyfikacją socjologiczną, w rzeczywistości najczęściej stanowi artefakt, narzędzie symboliczne, wykorzystywany w grach pola produkcji kulturowej (na przykład kiedy „młodzi" starają się wypchnąć z pola „starych").

W części B pola, czyli w obszarze dominującym, lokuje się W.A.B. Oddalone jest ono nieco od największych oficyn, Znaku i Wydawnictwa Literackiego, ale w pewnym zakresie powtarza ich strategię, tyle że na mniejszą skalę. Podobnie jak dwóch dominujących graczy W.A.B. balansuje między kapitałem ekonomicznym a symbolicznym, proponując czytelnikom dzieła zarówno autorów bestsellerowych (Katarzyna Grochola), jak i tych nagradzanych prestiżowymi wyróżnieniami literackimi[21].

W.A.B., będąc instytucją znacznie młodszą od Znaku i Wydawnictwa Literackiego i nie mając zakumulowanego kapitału czasu i związanej z tym marki „klasyki", sięga, tak jak Świat Książki, po to, co „młode". Wydaje więc głównie współczesną literaturę światową (Michel Houellebecq). Jeżeli w ofercie pojawiają się najbardziej uznani światowi twórcy, czyli nobliści (co zawsze silnie konsekruje wydawnictwo), to są to zwykle laureaci z ostatnich lat (Elfriede Jelinek, Imre Kertész). Wyrazem „młodości" i „nowości" oficyny jest także przygotowana we współpracy z „The New York Review of Books" seria Nowy Kanon, która obrazuje, w raczej umiarkowanej formie, strategię wszystkich „młodych" i „nowych" podmiotów w polu – chęć wywrócenia lub przynajmniej zmiany dominujących hierarchii. W.A.B. można zaliczyć do wydawnictw średnich[22], co odnosi się nie tyle do jego realnej wielkości, ile do jego roli pośrednictwa w łańcuchu wymian w polu. Mamy tu do czynienia z pośredniczeniem między obszarem zdominowanym, heterodoksyjnym, a dominującym, ortodoksyjnym. Funkcja pośrednictwa, zgodna ze „średnim" spozycjonowaniem podmiotu, wyraża się w przejmowaniu od oficyn zdominowanych autorów „młodych" (mających krótki staż w polu), ale już wstępnie konsekrowanych. Jeżeli opublikowanie ich przez wydawnictwo średnie okaże się sukcesem, twórcy ci mogą następnie zostać prze-

21 Kapitał symboliczny W.A.B. jest porównywalny z tym, jakim dysponują dominujące w polu Znak oraz Wydawnictwo Literackie. Autorzy W.A.B. otrzymali 11 nagród, 48 nominacji i 280 razy zostali wspomniani w opracowaniach. Przewaga Znaku i Wydawnictwa Literackiego widoczna jest jednak w liczbie laureatów najbardziej prestiżowej nagrody – Nike. O ile W.A.B. pochwalić się może tylko jednym nagrodzonym pisarzem, o tyle Znak i Wydawnictwo Literackie mają po trzech uhonorowanych autorów. Ostateczną dominację łatwo dostrzec w nierówności kapitału ekonomicznego: przychody W.A.B. w 2013 roku wyniosły 18,7 miliona złotych, a – jak wspomniano już wcześniej – Znaku 74,6 miliona złotych, zaś Wydawnictwa Literackiego 25,3 miliona złotych. Dane o przychodach przytaczam za: Ł. Gołębiewski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2013*, dz. cyt., s. 251–252.

22 Takie określenie funkcjonuje w komentarzach prasowych opisujących rynek książki. Zob. na przykład [brak autora], *Empik kupił W.A.B.* [*online*], <http://wyborcza.pl/1,75475,10174000,Empik_kupil_W_A_B_.html#ixzz2yDefQaYb> [dostęp: 15 czerwca 2014].

jęci przez podmioty dominujące w polu. Tak wyglądały trajektorie Michała Witkowskiego (konsekrowanego wstępnie w Korporacji Ha!art), Manueli Gretkowskiej (debiutującej w Oficynie Naukowej) oraz Marka Krajewskiego (słynną *Śmierć w Breslau*, pierwszą powieść pisarza, opublikowało Wydawnictwo Dolnośląskie). Wszyscy wymienieni tu autorzy po ogłoszeniu ich dzieł przez W.A.B. zostali przejęci przez podmioty dominujące, czyli Znak oraz Świat Książki. A zatem oficyny odznaczają się różnym stopniem możliwości konsekracji, który uzależniony jest od ich położenia w polu. Wydawnictwa „pośrednie", takie jak W.A.B., zmuszone są podejmować ryzyko publikowania twórców rozpoznawanych już wprawdzie w pewnych kręgach czytelniczych, ale jeszcze nieznanych szerszej publiczności. Uściślając terminologię Bourdieu, można powiedzieć, że oficyny średnie, a więc pośrednie w łańcuchu literackiego uświęcania, dokonują aktu kanonizacji tych autorów, którzy zostali już pobłogosławieni (przeszli proces beatyfikacji) w zdominowanych obszarach pola. Podmioty dominujące przejmują zatem autorów w pełni konsekrowanych, co z kolei oznacza, że dominująca pozycja wiąże się z minimalizacją ryzyka[23].

Na przeciwległym biegunie obszaru komercyjnego, nastawionego na „krótki cykl produkcyjny", sytuują się wydawnictwa heretyckie (lewa strona ilustracji). Ich położenie wyznacza posiadany przez nie kapitał symboliczny, który mierzy się, jak wspomniano, liczbą nagród literackich otrzymanych przez autorów publikowanych przez te podmioty oraz obecnością twórców związanych z tymi wydawnictwami w głównych opracowaniach literackich. I tak: autorzy Korporacji Ha!art otrzymali 5 nagród, 7 nominacji i 236 razy zostali wymienieni w opracowaniach, twórcy współpracujący z Biurem Literackim wyróżnieni zostali 5 nagrodami i 13 nominacjami, a w opracowaniach wymieniono ich 128 razy, zaś w przypadku pisarzy Lampy i Iskry Bożej możemy mówić o 3 nagrodach, 10 nominacjach i 85 wzmiankach w opracowaniach. Z kolei Wydawnictwo Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej i Centrum Animacji Kultury pochwalić się może trzema nagrodzonymi autorami.

23 Wszystkie pola produkcji kulturowej są polami relatywnie ryzykownymi, gdyż „wartość" poszczególnych dóbr podlega większej fluktuacji niż w polu typowo ekonomicznym. Widać jednak, że ryzyko to jest stopniowalne i zhierarchizowane oraz że, podobnie jak w polu ekonomicznym, dominujące podmioty przejawiają, wbrew neoliberalnej hagiografii, mniejszą skłonność do podejmowania działań ryzykownych niż podmioty zdominowane (które zasadniczo nie mają w tym względzie większego wyboru). Szerzej na ten temat zob. M. Villette, C. Vuillermot, *From Predators to Icons. Exposing the Myth of the Business Hero*, tłum. G. Holoch, Ithaca 2009.

Jednocześnie pisarze publikowani przez podmioty awangardowe raczej nie goszczą na listach bestsellerów. Wydawnictwa heretyckie są więc mniej zasobne w kapitał ekonomiczny, co wyraża się w znacznie niższej liczbie sprzedaży książek (w porównaniu z dominującymi graczami w polu) oraz w samej wielkości tych oficyn (mierzonej liczbą zatrudnionych osób). Nieduży kapitał ekonomiczny sprawia, że podmioty te są pomijane w analizach tak zwanego rynku książki, mimo że stanowią one konstytutywną część pola literackiego. Mówiąc wprost: w istotnym stopniu tworzą strukturę całego pola, która, w sposób uświadomiony lub nie, wpływać będzie na poszczególne działania wszystkich podmiotów, łącznie z wydawnictwami dominującymi. Dowodem relewantności „heretyków" jest fakt przejmowania przez podmioty dominujące autorów, którzy zostali wypromowani (po raz pierwszy wydani) właśnie przez wydawnictwa awangardowe (słynnym przykładem, oprócz pisarzy wymienionych wyżej, jest oczywiście trajektoria Doroty Masłowskiej[24]).

W rzeczywistości wydawnictwa heretyckie są tymi, które nadają dynamikę całemu uniwersum, to one wprowadzają najistotniejsze zmiany. Przy czym trzeba pamiętać, że ich ryzykowne strategie – takie jak publikowanie autorów nowych, reprezentujących nieznane wcześniej wątki, trendy czy tematy – pozostają bezpośrednią konsekwencją ich zdominowanego położenia. Innymi słowy: heretycy, nie mając środków, aby wydawać pisarzy znanych i uznanych, zmuszeni są – czyniąc „cnotę z konieczności" – poszukiwać twórców nowych, potencjalnie wywrotowych. Tyczy się to autorów zarówno polskich, jak i zagranicznych. Jeżeli ta ryzykowna gra zakończy się sukcesem i dany pisarz lub pisarka zostanie uświęcony w polu, wówczas wydawnictwo ma szanse awansować w hierarchii i przesunąć się do obszaru awangardy konsekrowanej (obszar A na ilustracji). Dalsze sukcesy zaowocować mogą swoistym przedłużeniem trajektorii i ostatecznym ulokowaniem się podmiotu na granicy z sektorem komercyjnym (przykładem może tu być wydawnictwo Czarne, które obecnie sytuuje się relatywnie wysoko w strukturze kapitału zarówno symbolicznego, jak i ekonomicznego[25]). Oficyny awangardowe, szczególnie te rozpoczynające grę w polu (najmłodsze stażem),

24 Dorota Masłowska jest jednocześnie jedyną nagradzaną autorką Lampy i Iskry Bożej.

25 Mimo że przychody ze sprzedaży książek wydawnictwa Czarne są dziewięciokrotnie niższe niż dominującego Znaku oraz ponad dwukrotnie niższe niż W.A.B. (w 2012 roku wyniosły 7,5 miliona złotych), to są jednak wystarczające, aby oficyna została uwzględniona w rankingu rynku książki (na 46 pozycji).

odwoływać się będą, wzorem heretyków z innych pól społecznych (z paradygmatycznym polem religijnym na czele), do retoryki „zmiany" (przeciwstawionej „stagnacji" podmiotów dominujących) oraz „nowości", która nimi kieruje i którą chcą wprowadzić (jako zaprzeczenie tego, co „stare", „anachroniczne" i prowadzące do śmierci), może to być nawet nowość technologiczna. Wymowny przykład stanowi tu wydawnictwo Rozdzielczość Chleba, które rezygnując z drukowania tekstów na papierze, głosi w swoim manifeście, iż „[...] funkcją internetu jest interakcja i r u c h [...] Widzieliśmy z b u t w i a ł e sterty papieru [...]. Papier się k o ń c z y, nie warto nawijać kolejnej rolki"[26].

Dość łatwo zaobserwować, iż wydawnictwa znajdujące się po autonomicznej stronie pola ciążą w stronę poezji. Można nawet powiedzieć, że gatunek ten formuje swoiste subpole wewnątrz całego uniwersum literackiego. Subpole to, dysponując własnym systemem konsekracji (nagrody), ma zagwarantowany pewien zakres niezależności wobec oddziaływań całej struktury pola. Generalnie jednak, patrząc z szerszej perspektywy, zauważyć można silne przesunięcie się obszaru heteronomii i kurczenie się sektora autonomii polskiego pola literackiego. W znacznej mierze stanowi to wynik koncentracji kapitału ekonomicznego przez duże podmioty, które coraz częściej tworzą potężne grupy kapitałowe. Przykładem jest powstanie Grupy Wydawniczej Foksal (złożonej z oficyn: W.A.B., Wilga oraz Buchmann), której większościowy pakiet posiada Empik Media & Fashion. Taka sytuacja na rynku powoduje marginalizację wydawnictw małych i niezależnych, niedysponujących własną siecią dystrybucyjną, a co za tym idzie mających bardzo ograniczone możliwości promowania swoich autorów[27]. W konsekwencji to, co potencjalnie wywrotowe i poszukujące, to, co ma nadawać dynamikę całości uniwersum, zostaje stopniowo wyrugowane. Dominację, a nawet hegemonię zyskuje logika z odrębnego, ekonomicznego uniwersum.

26 [brak autora], *Manifest Rozdzielczości Chleba*, „Rozdzielczość Chleba" 2011, nr 1 [*online*], <http://issuu.com/rozdzielczosc-chleba/docs/rozdzielczosc_chleba_01/4> [dostęp: 15 czerwca 2014], podkreśl. w oryginale.

27 W Polsce realizowany jest model amerykański (z dominacją dużych podmiotów ekonomicznych). Mimo iż wydaje się on dziś uniwersalny, należy pamiętać, że istnieją także modele konkurencyjne, które zachowują szeroką autonomię literacką. Przykładem tego jest rozwiązanie zastosowane we Francji. Tamtejszy model opiera się na funkcjonowaniu sieci niezależnych księgarni, które stanowią przeciwwagę dla dużych podmiotów dystrybucyjnych. Wbrew wolnorynkowym teoriom poszczególne modele nie są spontanicznie pojawiającymi się fenomenami, ale rozwiązaniami, za którymi stoją konkretne decyzje administracyjne (na przykład stała cena książki może wzmocnić pozycję wydawców małych).

2. STRUKTURA I DYNAMIKA UNIWERSUM WYDAWNICZEGO. ANALIZA JAKOŚCIOWA

2.1. Opis badania

Niniejsza część raportu dotycząca badania wydawnictw została zainspirowana podobną analizą przeprowadzoną przez Pierre'a Bourdieu i zawartą w *Regułach sztuki*[28]. Przyjęto, iż oficyny są elementami bezpośrednio łączącymi autorów i autorki z rynkiem książki – odpowiadają bowiem za sfinansowanie wydania, jego promocję i dystrybucję. Bezpośrednio też podlegają presjom pochodzącym z pola medialnego lub ekonomicznego. Właśnie te zależności oraz relacje wewnątrz pola, w których oficyny uczestniczą jako aktorzy, a w końcu wynikające z nich strategie zajmowania pozycji w polu, stały się przedmiotem badania.

Podstawowe pytanie badawcze dotyczy autonomii: którzy aktorzy (zewnętrzni czy wewnętrzni wobec pola) mają największy wpływ na strategie zajmowania pozycji przez wydawnictwa? Odpowiedzi muszą tu pozostać zróżnicowane ze względu na położenie danego podmiotu na mapie. Uwidoczniły się jednak pewne ogólne zależności, przede wszystkim słabość wewnętrznych instytucji pola. Szczegółowe pytania badawcze dotyczyły relacji między wydawnictwami a pozostałymi aktorami: mediami (branżowymi oraz zewnętrznymi, w tym informacyjnymi, opiniotwórczymi i rozrywkowymi); instytucjami miejskimi, państwowymi i europejskimi (ich roli jako prawo- i grantodawcy); dystrybutorami; autorami i autorkami. Istotnym wątkiem było też istnienie i wpływ habitusu wydawniczego oraz literackiego na strategie aktorów.

Rozmowy miały na celu zbadanie strategii działania przyjmowanych przez osoby odpowiedzialne za politykę wydawniczą w oficynach, które zajmują rozmaite pozycje w uniwersum literackim. Wywiady dotyczyły: podstawowych założeń wydawnictwa; wyznawanych wartości (także w wymiarze historycznym); wyznaczników sukcesu oficyny; kryteriów doboru tytułów do publikacji; współpracy z autorami i autorkami; polityki promocyjnej i polityki dystrybucyjnej oraz kontaktów z mediami; sposobów finansowania działal-

28 Zob. P. Bourdieu, *Reguły sztuki*, dz. cyt., tu szczególnie część *Rynek dóbr symbolicznych* (zwłaszcza s. 218–227).

ności; współpracy z instytucjami lokalnymi i państwowymi; ewentualnych kontaktów z instytucjami reprezentującymi interesy graczy w polu; znaczenia dla działalności wydawniczej nagród, krytyki i uczestnictwa w środowisku branżowym; struktury oficyny, struktury zatrudnienia oraz stylu pracy[29].

Wywiady zostały przeprowadzone przez Alicję Palęcką, Arkadiusza Łukaszewicza, Piotra Antoniewicza, Martę Trawińską i Pawła Hessa[30]. Po spisaniu rozmów zakodowano je, używając programu MAXQDA; rzetelność kodów została sprawdzona w dwustopniowym teście.

Na udzielenie wywiadów zgodzili się przedstawiciele i przedstawicielki: czterech dużych konsekrowanych wydawnictw o ustalonej pozycji; trzech wydawnictw średnich, rozumianych tutaj jako te, w których zatrudnionych jest od kilku do kilkunastu pracowników (zazwyczaj jednak jest to tylko parę osób z umową o pracę oraz stały zespół współpracujący z oficyną na podstawie umów o dzieło); dziesięciu małych wydawnictw (zatrudniających od jednej do kilku osób), w tym trzech oficyn zajmujących się głównie prozą oraz siedmiu należących do subpola poezji. W ostatniej podgrupie znalazły się cztery podmioty założone w latach dziewięćdziesiątych XX wieku (w tym dwa już nieistniejące) oraz jedna oficyna, która stanowiła samodzielną całość w strukturze dużego wydawnictwa. W przypadku małych oficyn rozmawiano zazwyczaj z samymi założycielami i właścicielami lub – gdy mowa o wydawnictwach przy instytucjach – z osobami odpowiedzialnymi za program, z kolei w przypadku dużych i średnich wydawnictw wywiady przeprowadzono z redaktorami i redaktorkami.

Robocze rozróżnienie na oficyny „duże", „średnie" i „małe" okazało się funkcjonalne w dalszej analizie i adekwatne do pozycji zajmowanych w polu przez te instytucje: wraz z kolejnymi stopniami konsekracji wzrasta kapitał ekonomiczny wydawnictw oraz zasięg ich dystrybucji, a więc także nakłady i wielkość zespołu. Jak już wspomniano, duże podmioty sytuują się po stronie ortodoksji i heteronomii, natomiast badane średnie oficyny zajmują pośrednie pozycje – w sektorze A, stosunkowo blisko osi dzielącej obszar na część autonomiczną i heteronomiczną. Małe wydawnictwa lokują się zaś w podporządkowanej sferze herezji lub w jej pobliżu (sektor C).

29 Pełna lista dyspozycji do wywiadów z wydawcami polskimi znajduje się w *Aneksie*.

30 W przygotowaniach do wywiadów brali udział także: Piotr Marecki, Michał Sowiński i Grzegorz Jankowicz, kompletujący informacje na temat badanych wydawnictw.

2.2. Otwarcie: lata dziewięćdziesiąte i przełom wieków[31]

Dziesięć z siedemnastu wywiadów przeprowadzono w wydawnictwach, które funkcjonowały w polu co najmniej od lat dziewięćdziesiątych xx wieku. Wśród nich znalazły się cztery małe oficyny działające przy czasopismach i publikujące przede wszystkim poezję oraz cztery wydawnictwa, które obecnie zajmują pozycje w sektorze heteronomicznym. Dla tej ostatniej grupy dekada między 1989 a 2000 rokiem okazała się czasem gromadzenia kapitałów (ekonomicznego, ale też symbolicznego w przypadku wydawnictw dopiero co powstałych) oraz rozrostu struktury (zmiana sposobu funkcjonowania starych wydawnictw, za czym niekiedy szło zmniejszenie liczebności zespołu, nastąpiła nieco później, po 2000 roku). Uchwycone perspektywy i oceny lat dziewięćdziesiątych minionego stulecia są zróżnicowane. Dla dużych wydawnictw początek dekady oznaczał przystąpienie do gry według nowych zasad rynkowych: powolne porządkowanie kwestii nakładów i dystrybucji, pojawienie się mechanizmów promocji. Stare państwowe wydawnictwa były zatem tymi, które jako pierwsze utraciły specyficzną autonomię sprzed 1989 roku, z jej charakterystycznymi wielkimi nakładami, niezależnymi od sprzedaży:

> Przecież przed [zmianą systemu] te nakłady były kilkudziesięciotysięczne [w przypadku] praktycznie każdej książki. Po transformacji to w ogóle sytuacja na rynku książki się zmieniła. Także jeśli chodzi o poezję, to my wydajemy praktycznie jedną książkę rocznie, dosłownie dla „honoru domu", ale to są nakłady 500 egzemplarzy, czasami 1500, jeżeli to jest bardziej znany poeta. Bardzo wiele serii, które przed transformacją wydawaliśmy: jakieś serie tatrzańskie, pewne serie historyczne, pewnego rodzaju serie psychologiczne, to wszystko zostało albo skonsolidowane do innego rodzaju serii, albo zlikwidowane[32].

Kolejni młodzi gracze pojawiający się w polu, które zaczynało funkcjonować już według nowych zasad, szybko stali się konkurencją dla starych wydawnictw, wymuszając na nich przyjęcie mechanizmów rynkowych. Re-

31 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: powstanie wydawnictwa; ogólny opis przemian na rynku książki.

32 Ze względu na chęć zachowania anonimowości respondentów i respondentek oraz wydawnictw, które reprezentują, postanowiono nie oznaczać cytatów numerami wywiadów.

spondenci i respondentki wymieniają kilka sfer, gdzie przemiany były szczególnie widoczne. Chodzi między innymi o nowy, elastyczny styl pracy, który umożliwiał szybkie reagowanie na zmiany na rynku, oraz o promocję, zjawisko wcześniej niewystępujące w uniwersum wydawniczym, wprowadzone przez młode oficyny, zresztą nie bez oporu mediów i środowiska branżowego:

> Zmienił się też, w związku z tą rosnącą konkurencją, zupełnie sposób pracy w wydawnictwie. Z tego powolnego cyzelowania, z tej jakby benedyktyńskiej niemalże pracy, na firmę, która musi działać szybko, prężnie, która musi o wiele agresywniej działać na rynku. W związku z tym na przykład zupełnie inaczej, może wręcz od nowa, zaczęto myśleć o promowaniu książek. Wcześniej w ogóle jakby to nie był wielki problem.

> Jako pierwsi też zaczynaliśmy taki, powiedzmy sobie, zachodnioeuropejski model promowania książki, jeszcze w latach dziewięćdziesiątych, za co byliśmy atakowani przez media. Pamiętam opinię „dobra książka się sama sprzeda i nie wymaga promocji". To dzisiaj brzmi śmiesznie, ale ja pamiętam autorów tych wypowiedzi. A nie było ich mało.

Na szybkie przemiany w sektorze heteronomicznym wpływ wywarły głównie nowy kształt gospodarki oraz nieznany wcześniej, wolnorynkowy etos, zasada ekonomicznej wydajności i wzmacniania sprzedaży – a więc relatywnie krótki okres zwrotu inwestycji i osiągnięcia zysku.

Inaczej sytuacja rysuje się w sektorze autonomicznym, z wyróżniającym się subpolem poezji. Początek lat dziewięćdziesiątych XX wieku był czasem pojawiania się oryginalnych zjawisk literackich oraz kształtowania się środowisk związanych z wydawnictwami w reakcji na „zapaść na rynku książki, przede wszystkim poetyckiej". Dla owych nowych zjawisk (czy też dla takich, które rozwijały się jeszcze w latach osiemdziesiątych minionego wieku, ale dopiero na początku kolejnej dekady dostały szansę na dotarcie do szerszej publiczności) nośnikiem były na ogół, co charakterystyczne, czasopisma:

> Małe pisma i nowe pisma, czyli małe środowiska, wzięły na siebie ciężar wykreowania pewnych sytuacji. [...] Więc to też jak gdyby była sytuacja tego rodzaju, że z jednej strony była to kreacja nowych środowisk, nowych nazwisk, a z drugiej strony taka, powiedziałbym, kameralna kreacja. To nie miało być wielkie, ale na zasadzie właśnie takiej: kilka, góra kilkanaście nazwisk. [...] Niemniej jednak dla takiej pewnej wyrazistości też propozycji

> te biblioteki przy czasopismach miały wtedy jakieś takie bardzo istotne znaczenie.

Czasopisma rozwijały się w opozycji do pism z pierwszego i drugiego obiegu, które funkcjonowały przed 1989 rokiem[33]. Niekiedy powstawały z form efemerycznych, zinowych. Po publikacji numerów służących krystalizacji programu czy konsolidacji środowiska kolejny krok stanowiło uruchomienie serii wydawniczych. Formowanie się sektora autonomicznego, zwłaszcza subpola poezji, wolne było od stawek rynkowych – ten stan rzeczy wspomagało państwo, umożliwiając stosunkowo łatwe zdobycie dofinansowania wielu inicjatyw. Motywacją działania i warunkiem wczesnego powodzenia na rynku były zaproponowanie nowego paradygmatu, zjawiska, estetyki oraz widoczność, odróżnienie się, bycie zauważonym w środowisku i zaistnienie w dyskusji krytycznej, a w dalszej perspektywie wpływ na kształtowanie się zjawisk w polu. Kolejne grupy formowały się wobec środowisk twórczych, od których chciały się odróżnić (początkowo na przykład „bruLionu", „FA-artu", później zaś następnych tytułów):

> Chcieliśmy ukazać te zjawiska, które nie mieściły się w tych innych bibliotekach, a warte były pokazania.

> Były możliwości do tego, żeby wydawać autorów, którzy nam się wydawali ciekawi, a którzy nie mieliby szans gdzie indziej. „Czasopismo X" w pewnym sensie [...] miało być pewną przeciwwagą dla „Czasopisma Y", czyli ludzi, którzy stanowią, czy właściwie człowieka, który gromadzi wokół siebie koterię.

Warunki kształtowania się pola wydawniczego były zatem odmienne dla obecnych sektorów heteronomicznego i autonomicznego. Pierwszy z nich łatwo podporządkował się stawkom z pola ekonomii: szybko rozpoczęły się procesy wyraźnej instytucjonalizacji i profesjonalizacji, rozumiane tutaj jako wyspecjalizowanie się i podział kolejnych etapów produkcji i rozpowszechnienia (promocji i dystrybucji) książki. Podczas gdy drugi z nich, sektor autonomiczny, relatywnie długo opierał się tym zjawiskom – i nawet dziś pozostaje częściowo od nich wolny.

33 Zob. M. Tabaczyński, *O polskiej literaturze, wydawnictwach, czasopismach kulturalnych*, [w:] *Kultura niezależna w Polsce 1989–2009*, red. P. Marecki, Kraków 2010.

Przełom wieków wyraźnie wskazywany jest przez respondentów i respondentki jako moment „porządkowania rynku" w rozmaitych sferach. Pierwsze wręczenie Nagrody Nike w 1997 roku, a następnie ustanawianie kolejnych wyróżnień rozpoczęły proces ustalania się wewnętrznego porządku pola:

> Może to jakoś porządkuje troszeczkę ruch wydawniczy, tworzy się pewna hierarchia na pewno dzięki temu. Może jakiś element rywalizacji.

W tym czasie zaczęły również pojawiać się festiwale literackie. Istniejący do około 2000 roku ruch rozproszonych spotkań, organizowanych często przez lokalne środowiska związane z czasopismami, zanikał lub krystalizował się, niektóre z nich ewoluowały z niewielkich spontanicznych imprez (w wywiadach często wspominanych z sentymentem) w duże wydarzenia medialne (w tym kontekście mówiono przede wszystkim o obecnym festiwalu Port Literacki Wrocław).

Jak wynika z wywiadów, funkcję porządkującą w sferze rozwiązań formalnych i umów z pisarzami i pisarkami pełniły kontakty międzynarodowe, proces przyłączania do Unii Europejskiej oraz zmieniające się prawo, które regulowało różne aspekty aktywności wydawnictw. Umowy dotyczące praw autorskich wydłużane były wówczas o kolejne zapisy odnoszące się do możliwości rozpowszechniania treści w formach (na nośnikach), które do tej pory pozostawały niedostępne (na przykład książki elektroniczne), oraz o restrykcje i ustalenia co do czasu i charakteru współpracy z autorem lub autorką (na przykład umowy na wyłączność).

> [Umowy] były podpisywane. Natomiast na początku miały niezwykle luźną i zarazem *stricte* formalną naturę. Chodziło o to, żeby był druk, który poświadcza, że „temu i temu autorowi czy tej i tej autorce wydajemy tomik wierszy". Ale potem już, zaczynając zwłaszcza od roku 2004, 2005, zmieniliśmy te umowy, może nawet nieco wcześniej. One stały się restrykcyjne, tak jak już te dzisiejsze umowy. [...] Wydawnictwo kupowało też prawa od Brytyjczyków czy Niemców, to wtedy specjalista od praw autorskich widział, że oni mają takie zapisy, u nas jeszcze wtedy niespotykane.

Ponownie porządkowanie w sferze formalno-prawnej (chodzi tu o uwarunkowania zewnętrzne, pochodzące z porządku prawnego czy biurokratycznego) dotyczyło głównie sektora heteronomicznego, gdyż – należy zauważyć – niektóre małe wydawnictwa, zwłaszcza w subpolu poetyckim, do

tej pory nie posługują się tak restrykcyjnymi umowami. Większe znaczenie dla tej części pola miały natomiast zmiany w finansowaniu trzeciego sektora. Tutaj także nastąpiło znaczne uporządkowanie w porównaniu z „radosną partyzantką" uprawianą w latach dziewięćdziesiątych xx wieku, kiedy to zdarzało się, że urzędnicy miejscy lub wojewódzcy dzwonili osobiście do potencjalnych wnioskodawców, zapraszając ich do starania się o dotacje. Taka sytuacja trwała, według jednego z respondentów:

> Gdzieś do roku 1995, wówczas to było bardzo proste, dlatego że – mówiąc w taki sposób obrazowy – wystarczyła kartka papieru, na tej kartce papieru wstępny kosztorys, który oczywiście był tutaj budowany w oparciu o informacje z drukarni, koszty papieru i tak dalej. I taki, a nie inny koszt, załóżmy, honorarium autorskiego i honorarium redakcyjnego. [...] Natomiast zmienia się to jeszcze po roku 2000, bo wówczas jest coraz bardziej większa biurokracja i te sytuacje pozyskania pieniędzy też są o tyle trudne, bo pamiętam, że bardzo chętnie znów dawano na skład, papier, a w ogóle to chętnie by dawali na papier i na nic innego i trzeba było wyszarpywać te pieniądze, pisząc różnego rodzaju pisma, żeby przesunąć środki na takie, a nie inne działanie.

Wzmożona biurokratyzacja i restrykcyjność dofinansowań dotknęły nie tylko pisma, lecz także związane z nimi wydawnictwa i serie, na ogół poetyckie. Czasopismo literackie to (tak było i tak jest nadal) pierwsze medium, w którym ogłaszane są wiersze lub fragmenty prozy autorów i autorek, wybieranych potem do publikacji książkowych. Pismo stanowi więc swego rodzaju sito, jest pierwszym etapem współpracy z redakcją oficyny i zazwyczaj to jemu zespół poświęca najwięcej uwagi i energii – jako nośnikowi, który powinien wychodzić względnie regularnie i który charakteryzuje się stałą grupą odbiorców i stabilną dystrybucją. Słabość czasopisma – czy to z braku finansowania, czy z powodu zbyt małego, nieodnawiającego się zespołu – nierzadko pociąga za sobą zanikanie działalności wydawniczej. Ostatecznym utrudnieniem w publikowaniu kolejnych numerów okazuje się zaś obowiązek wkładu własnego wnioskodawców:

> Właściwie to zamyka małym wydawcom, którzy chcą wydawać małe książki, drogę do publicznych pieniędzy. Bo przy małej książce ten wkład własny, przy budżecie książki rzędu 15 tysięcy złotych, to może być 3 tysiące złotych i tyle to się znajdzie. Natomiast jeśli się robi czasopismo

> i ten wkład własny ma wynosić 30 tysięcy złotych i jeszcze ma się świadomość, że ten wkład własny ma iść na tak bezsensowne działanie jak płacenie księgowej, a nie merytorycznym uczestnikom projektu, to to jest najbardziej męczące.

Większość badanych wskazuje w wywiadach lata 2000–2005 jako czas widocznych przemian, po których kondycja rodzimej literatury znacznie osłabła. Dla poszczególnych wydawnictw z obu sektorów mógł to być okres medialnego zaistnienia i pierwszych sukcesów, niemniej nie ma to znaczenia dla subiektywnych ocen jakości życia literackiego w Polsce. „Książka straciła prestiż", „w porównaniu z latami dziewięćdziesiątymi jest coraz mniej ambitnej literatury szeroko rozumianej", „zachwianie tej proporcji i zalew literatury *stricte*, bym nazwał, pop-literaturą i niszowość literatury pięknej" – twierdzą osoby związane z dużymi wydawnictwami. Jeszcze pod koniec lat dziewięćdziesiątych xx wieku książka kojarzyła się z określonym statusem społecznym, a niektóre zjawiska literackie były, według respondentów i respondentek, powszechnie śledzone i doceniane. Nagrody literackie, zwłaszcza Nike, znacząco wpływały na sprzedaż. Zdaniem rozmówców literatura funkcjonowała jako temat w mediach, które stały się wówczas istotnym wyznacznikiem prestiżu książki, a zatem autonomii pola jako całości. Przełom wieków wyznaczył stopniowy spadek owej niezależności, środowiska wydawnicze i literackie zaczęły tracić zdolność czy też możliwość uczestniczenia w szerokim dyskursie i narzucania właściwych polu kryteriów oceny i gustu. Respondenci i respondentki zgodnie zauważają, iż w ostatnich latach nastąpiły obniżenie jakości mediów, tabloidyzacja, zanik zainteresowania literaturą oraz upadek krytyki. Pięć osób wyraźnie wskazuje pierwszą dekadę xxi wieku jako okres, kiedy czas antenowy czy miejsce w czasopismach poświęcane literaturze jako takiej zaczęły się widocznie kurczyć:

> Natomiast na przykład zmieniło się na pewno, i to jest zmiana negatywna, ale to dla wszystkich wydawców się zmieniło, to, że jest dużo mniej miejsca w mediach, zwłaszcza w prasie drukowanej, poświęcanego kulturze w ogóle, a literaturze zwłaszcza. To znaczy jeszcze przecież dziesięć lat temu „Gazeta Wyborcza" drukowała duże, krytyczne, analityczne recenzje książek, w tej chwili w zasadzie nie, w tej chwili to się w zasadzie sprowadza do trzech, czterech gwiazdek i krótkiego opisu książki, który tak naprawdę nie jest recenzją. Ale też chodzi o to, że fizycznie jest mniej miejsca na to, żeby pisać o książkach.

Co interesujące, opinia ta, mimo że podzielana w środowisku wydawniczym, nie znalazła potwierdzenia w analizie treści „Gazety Wyborczej", której wyniki przedstawiono w pierwszej części niniejszego raportu. Niemniej przedstawiciele i przedstawicielki małych oficyn mówią o całkowitym zniknięciu z mediów informacyjnych i popularnych, a w konsekwencji o zejściu do niszy, o wąskiej (niekiedy tylko kilkusetosobowej) grupie odbiorców oraz o marginalizacji. W tym czasie też, na początku XXI wieku, respondenci i respondentki odnotowali bardzo wyraźny spadek czytelnictwa ich czasopism i wydawanych przy nich książek – fakt ten potwierdzają ci, którzy zajmują się (lub zajmowali) publikowaniem obu nośników. W wywiadach jest również mowa o systematycznym i bardzo odczuwalnym wzroście zwrotów z księgarń i zmniejszeniu się nakładów. Wraz z kurczeniem się grupy czytelników i czytelniczek utrudnione stały się odnowa zespołów i trwanie tytułów, co doprowadziło do zamknięcia niektórych pism:

> Była taka tendencja odejścia pewnej grupy i jak gdyby braku dopływu nowej, analogicznej, którą mogliby stanowić na przykład studenci kierunków humanistycznych czy chociażby polonistyki [...]. Dzisiaj to też jest grupa kilkutysięczna. I okazało się, że to nie są ludzie, którzy chcą mieć kontakt z tego typu czasopismem, z takich czy innych powodów. [...] Mogę powiedzieć, że na przykład jak ja mam zajęcia ze studentami na specjalności edytorskiej czy redaktorsko-medialnej, to jak im pokazuję [...] czasopisma, to dla nich to jest często pierwszy kontakt. Nigdy tego nie widzieli. Natomiast kiedy startowała taka specjalność redaktorsko-medialna w 1997 roku, ci studenci, którzy przyszli, oni już chcieli na przykład pisać pewne rzeczy do „Czasopisma x", bo to pismo znali.

2.3. Etos, założenia i program wydawnictw, czyli strategie zajmowania pozycji[34]

Charakterystyczny element polityki dużych wydawnictw stanowi „podwójne działanie". Jest ono podporządkowane dwóm zasadom, które określić można

34 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: założycielski program wydawnictwa; motywacje towarzyszące zainicjowaniu działalności; założenia dotyczące czytelników i czytelniczek; pozytywne i negatywne odniesienia w polu; metoda selekcji książek

jako etosową i komercyjną, co odpowiada długiemu i krótkiemu cyklowi produkcyjnemu. W trzech z czterech badanych dużych oficyn wyjaśniano, iż część książek publikuje się jako rzeczy, które po prostu mają przynieść (w krótkim czasie) korzyści materialne. Zyski te następnie przeznaczane są w mniejszym lub większym stopniu na literaturę ważną, „bardziej ambitną", „*stricte* literaturę piękną", „prestiżową", „taką, jaką sami chcemy czytać". Ta część działalności definiowana jest jako misja, „zobowiązanie wobec literatury" i dopuszczalne są tu – czy nawet przewidywane – straty finansowe związane z ogłoszeniem wybranych dzieł:

> Wydawnictwo w koło 60–70% wydaje literaturę *stricte* komercyjną, natomiast te 30% to jest literatura piękna, na którą możemy sobie pozwolić właśnie dlatego, że jak gdyby jesteśmy gigantem na rynku literatury komercyjnej. [...] I jednocześnie mamy takie założenie, które nam przyświeca, to znaczy każdy z redaktorów działu literatury polskiej ma obowiązek w ciągu roku przynieść co najmniej pięć tytułów *stricte* literatury pięknej, na której być może wydawnictwo straci, ale jest to rzecz, którą jesteśmy winni po prostu literaturze. Skoro na niej zarabiamy w części komercyjnej, to każdy z redaktorów jest winny przynieść [i wydać] do pięciu książek, które mogą przynieść straty.

Różnice pomiędzy poszczególnymi dużymi wydawnictwami można sprowadzić do proporcji między produkcją etosową i komercyjną. Pewna dystynkcja (przynajmniej na poziomie wypowiedzi respondentów i respondentek) ujawnia się również w podziale na młode i stare oficyny. Podczas gdy redaktor tej ostatniej skłonny jest większość publikowanych pozycji uznać za w jakiś sposób wartościowe („uwierzyliśmy, że tu jest jakaś opowieść, którą warto ludziom pokazać" – wspomina pracę nad bestsellerem), redaktor młodego wydawnictwa wprost mówi o „czytadłach". Habitus rozmówców uwidacznia się także, kiedy mowa o niszach – osoby reprezentujące stare oficyny podczas wywiadu kładły nacisk na segment „ambitnej" literatury i ewentualne sukcesy w tym polu jako najważniejsze punkty odniesienia („To jest autor trudny, zapewne nie autor dla każdego, a okazało się, że my jesteśmy w stanie wejść z nim na listę bestsellerów"). W wydawnictwach młodych odnoszono

do publikacji; sposób podejmowania decyzji o publikacji; wyznaczniki sukcesu książki i wydawnictwa.

się do całego rozdrobnionego rynku, traktując rozmaite grupy odbiorców jako równie ważne.

Polityka wydawnicza oparta na zapełnianiu nisz jest charakterystyczna dla podmiotów lokujących się w sektorze heteronomicznym. O rynku myśli się więc przez pryzmat wielu grup docelowych:

> Ambicja była taka, żeby stworzyć jedno z największych wydawnictw tak zwanych ogólnych. Nie specjalistycznych, nie edukacyjnych, tylko ogólnych. Z bardzo szeroką ofertą, gdzie jest każdy segment rynku obecny.

Chodzi tu zatem o zagospodarowanie segmentu zarówno literatury pięknej, czy też „ambitnej", jak i literatury faktu, „literatury kobiecej", młodzieżowej, dziecięcej, gatunkowej, poradnikowej, aż do książki o sporcie. To odróżnia wydawnictwa mocno osadzone w sektorze heteronomicznym od pozostałych, dla których jedna nisza wyznacza na ogół całość produkcji. W związku z tym respondenci i respondentki pochodzący z oficyn małych czy średnich używają innych kategorii oceny wartości publikacji – zazwyczaj jest to po prostu „dobra książka".

Czynnikiem, który według rozmówców poniekąd wymusza podwójne działanie – jego aspekt komercyjny – jest struktura oficyn. W wywiadach z przedstawicielami i przedstawicielkami starych wydawnictw podkreślana była konieczność utrzymania rozbudowanego zespołu stałych pracowników. Redaktorka jednej z tych instytucji wskazała to nawet jako element etosu:

> To, że firma daje zatrudnienie stu osobom, które pracują w miarę komfortowych warunkach, to to też jest jakaś wartość.

Rozrost struktury oznacza rozproszenie decyzyjności. We wszystkich czterech badanych dużych oficynach polityka wydawnicza jest kształtowana zarówno przez poszczególne redakcje, jak i przez działy promocji, sprzedaży oraz finansowy. Decyzje wydawnicze podejmowane są kolegialnie, a przedstawiciele działów mają na ogół równorzędne głosy, ze zdaniem zarządów jako ostateczną instancją.

Opisany wyżej etos, akumulacja kapitału symbolicznego, stanowi istotny element polityki wydawniczej: opublikowanie książki „ambitnej" wiąże się z prestiżem, który jest kryterium związanym z autonomicznym polem literackim. Sukces ma zatem zawsze podwójny wymiar – tak jak dualna pozostaje logika działania dużych wydawnictw – komercyjny i prestiżowy.

„Książka prestiżowa" nie jest publikowana ze względu na zyski, które może przynieść, pracuje natomiast na wizerunek wydawnictwa. Pewne decyzje podporządkowane są ściśle długofalowej polityce wizerunkowej, co wyklucza niekiedy pewny sukces komercyjny: wszyscy respondenci i respondentki tego sektora wspomnieli bestseller *Pięćdziesiąt twarzy Greya* jako negatywny punkt odniesienia:

> Jeśli się wydaje tak wielu polskich autorów i to tak ważnych, no to też trzeba troszeczkę dbać o ich wizerunek. Raczej nikt nie chciałby być wydawany obok *Pięćdziesięciu twarzy Greya*.

> Byłby on jakimś pęknięciem, na pewne rzeczy sobie pozwolić nie możemy.

Co ważne, przedstawiciele i przedstawicielki dużych wydawnictw nie odnoszą się bezpośrednio do wewnętrznych instytucji pola jako tych, które namaszczają książki prestiżowe.

> A są [to] książki, które jakby służą wzmocnieniu prestiżu wydawnictwa, albo są to książki, które mogą się okazać ważne na rynku ze względu na jakieś nagrody – no, oczywiście, to się też przekłada na prestiż – czy na przykład częściowo są to książki, które może jakieś nowe zjawiska będą promować w Polsce, które może wywołają jakąś ciekawą dyskusję. To są tego typu rzeczy. I my to właśnie nazywamy takimi „książkami prestiżowymi".

Pod wewnętrznymi instytucjami pola rozumie się tutaj profesjonalną krytykę literacką oraz nagrody rozpoznane przez graczy jako branżowe (do najważniejszych należą: Nagroda Literacka Gdynia, Nagroda Kościelskich, Wrocławska Nagroda Poetycka Silesius). Przytoczone w powyższym cytacie kryteria wydają się wspólne nawet dla *illusio* subpola poetyckiego. Jednak wyróżnienia wymienione przez respondenta (oraz pozostałych z tej grupy) to Nike oraz Paszporty Polityki, przyznawane przez aktorów pola, choć przede wszystkim ważne tu pozostaje wydarzenia medialne, związane ściśle z opiniotwórczymi czasopismami, „Gazetą Wyborczą" i tygodnikiem „Polityka". Dyskusja natomiast, co istotne, ma właśnie rozgrywać się w szerokich mediach opiniotwórczych i rozrywkowych – w takie bowiem celują wydawcy, traktując je jako główne kanały promocji i informacji. Wydawnictwa konse-

krowane odwołują się zatem do stawki należącej do logiki pola literackiego, lecz wyznacznik tego sukcesu stanowią instytucje wobec pola zewnętrzne[35].

Uchwycenie cech wspólnych oficyn wyróżnionych tutaj jako średnie (według prostego kryterium wielkości zespołu, liczby tytułów i nakładów) jest trudne, gdyż zależą one od kilku czynników (analizowane są ponadto jedynie trzy wydawnictwa w owej grupie, co stanowi zbyt małą próbę dla tego zadania). Dwie spośród badanych oficyn pochodzą bezpośrednio z obszaru awangardy, obecnie częściowo konsekrowanej, lokują się więc w części A, blisko granicy z sektorem heterodoksji. Trzecie wydawnictwo, bliższe sektorowi B pola, jest starsze, dysponuje większym kapitałem symbolicznym, a jednoznacznie pozostaje podmiotem konsekrowanym – wobec tego nie podejmuje ryzykownych działań, wydając swego rodzaju klasykę.

Oficyny te są tu jednak rozpatrywane łącznie, ponieważ jedna zasada okazuje się dla nich właściwa: pośredniość strategii. Ich zespoły są niewielkie (liczą od kilku do kilkunastu osób), ale wyodrębnia się już w nich struktura z podziałem zadań i kompetencji, omawiane podmioty borykają się ponadto ze sprzecznościami, działając według dwóch logik właściwych dwóm skrajnym pozycjom. Wybierają więc w sferze polityki wydawniczej logikę autonomiczną, niemniej w sferze promocji i dystrybucji próbują funkcjonować według logiki heteronomicznej. W jednym ze średnich wydawnictw respondent wprost zauważa, iż jest to tylko tymczasowy stan, a zmiany powinny nastąpić wkrótce:

> [...] założycielskie myślenie o etosie, o pielęgnacji etosu od początku do końca. Natomiast potem przyszło zetknięcie z rynkiem i teraz jest po prostu tarcie. Oczywiście, pewnie, zwycięży ostatecznie rynek w jakiś sposób, ale w tym momencie jest to wciąż tarcie. Nadal robi się rzeczy, które mówią rynkowi: a pierdol się, debilu.

Etos rozumiany jest tutaj jako publikowanie literatury niekomercyjnej, dla stosunkowo wąskiej publiczności, niezależnie od rynku, a więc po stronie kapitału symbolicznego:

> Nie chcemy książki traktować jak produktu, nie chcemy się wpisywać w te schematy, które obowiązują na rynku książki.

35 Zob. rozdział *Literatura a media* w części I niniejszego raportu.

> [...] to chcemy wam właśnie pokazać, to wygrzebaliśmy i, no, może się to nie sprzeda, ale zobaczcie: to jest fajne. [...] To chyba jest wyznacznik, te nisze są mniejsze, szersze, większe, ale wciąż są to marginesy. Nie wiem, czy poza tymi prozatorskimi strzałami Autorki x, Autora y, Autora z, czy coś się wychylało w ogóle poza tę parotysięczną niszkę. Więc tak, rzeczy, których nikt inny by nie wydał.

Wydawnictwa średnie dzielą z małymi podstawową cechę: dobór tytułów jest ściśle dyktowany gustem właściciela lub zespołu redakcyjnego. Na pewnym etapie rozwoju oficyny myśleniu etosowemu zaczyna jednak zagrażać rynek, przyjęcie opisanej wyżej podwójnej logiki, którą rządzą się duże podmioty, staje się wedle rozmówcy nieuniknione:

> Oczywiście, że Wydawnictwo x przetrwa, moim zdaniem, i stanie się to dlatego, że ktoś prędzej czy później pomyśli [...]: musimy wydawać trochę rzeczy, o których myślimy od początku do końca, że przyniosą pieniądze, i za te rzeczy finansować te, o których myślimy od początku do końca, że żadnych pieniędzy nie przyniosą.

Swego rodzaju podwójna logika rządzi działaniami wydawnictwa uzyskującego znaczne dofinansowania z instytucji państwowych. Inaczej planowana jest promocja książek dotowanych, inaczej natomiast tych, które wydawane są ze środków własnych. Sprzedaż tych ostatnich powinna przynieść przynajmniej zwrot kosztów, za ostateczną decyzją stoją tu zatem względy finansowe, co może nawet zatrzymać publikację – proces ten przypomina planowanie w największych wydawnictwach. Omówiony mechanizm unieważniony zostaje w przypadku dotacji, te bowiem umożliwiają w pełni etosowe działanie: wydawanie książek, które w przekonaniu respondenta powinny zaistnieć w świadomości czytelniczej i dyskursie publicznym, ale które jednak nie mają szans wybicia się na rynku. W ten sposób oficyna przyjmuje rolę aktywnie kształtującego pole literackie i gusta czytelnicze gracza:

> My zawsze staraliśmy się raczej proponować coś czytelnikowi, niż ulegać gustom i jakoś się temu podporządkowywać. Także pod tym względem troszeczkę działamy jako twórcy tych gustów, a nie ci, którzy za nimi koniecznie podążają.

Tego rodzaju aktywność warunkowana jest znacznym uniezależnieniem od rynku oraz strukturą i strategią przekraczającymi możliwości małych oficyn. W tym kontekście państwowe dotacje stanowią formę łagodnej kontroli, niewymuszającą podporządkowania się – zespołowi wydawnictwa udaje się utrzymać równowagę pomiędzy zależnościami tak od państwa, jak i od rynku, sytuując się wyraźnie w sektorze autonomicznym.

O ile w przypadku dużych konsekrowanych wydawnictw z sektora heteronomicznego sukces określany jest poprzez sprzedaż oraz medialny zasięg dyskusji o książce, a także otrzymane nagrody (prestiż), o tyle redaktorzy i redaktorki średnich oficyn dodatkowo wymieniają reprodukcję, czyli zbudowanie marki tak mocnej, aby samym autorom i autorkom zależało na publikacji. To zrozumiała różnica: duże wydawnictwa o stabilnej pozycji mają zapewniony dostęp do twórców. Chodzi tu też jednak o prestiż mierzony kryteriami autonomicznego pola – rozpoznawalność w środowisku literackim. Odpowiedzi rozmówców w tej kwestii są znamienne – kilka osób w trzeciej grupie respondentów i respondentek uznało samo trwanie małego wydawnictwa za sukces:

> Mówiąc uczciwie, my najczęściej osiągamy ten sukces na samym początku, kiedy w ogóle zaczynamy coś robić. [...] Sama działalność, samo działanie, samo wykonanie tego czegoś, co chcieliśmy zrobić, jest sukcesem.

> Myślę, że [sukcesem jest] to, że udało nam się wydawać „Czasopismo x" przez trzynaście lat. To jest długo, biorąc pod uwagę przeciętną długość życia jednego pisma literackiego. Cieszymy się, że swoje pierwsze tomiki wydali u nas autorzy, którzy nie poprzestali na jednym tomiku, którzy otrzymali potem różne istotne nagrody.

> Przy wydawnictwie tak niszowym jak nasze, które jednak działa przy instytucji raczej animacyjno-edukacyjnej, to po prostu na przykład czasami dla mnie totalnym sukcesem jest, że udało mi się tą książkę wydać. I już, i na tym można byłoby zakończyć ten sukces.

Grupa badanych małych wydawnictw jest najliczniejsza (dziesięć oficyn) i najbardziej zróżnicowana. Trzy wydawnictwa publikują przede wszystkim prozę, przy czym najstarsze z nich zajmuje wysuniętą w lewo pozycję w konsekrowanej części sektora autonomicznego. Dwa pozostałe zbliżają się do

przecięcia osi. Siedem wywiadów przeprowadzono w oficynach należących do subpola poezji. Dwa z wydawnictw powstały na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych xx wieku, ich pozycjonowanie nastąpiło więc bezpośrednio w okresie „ruchu wydawniczego”[36], przy czym jedna z tych oficyn zawiesiła swoją działalność kilka lat temu. Inne, nieco młodsze i nieistniejące już wydawnictwo stanowiło przez pewien czas niezależną, noszącą własną nazwę część instytucji *stricte* komercyjnej (jej zyski finansowały publikacje poetyckiej oficyny). Są to podmioty należące do starej, (częściowo) konsekrowanej awangardy. „Wiecznie awangardowa” (heretycka) pozostaje założona na początku xxi wieku oficyna, która skupia się na publikacji tomików debiutanckich. Wszystkie wymienione wyżej cztery podmioty działają lub działały przy czasopismach. Kolejne dwa, stosunkowo młode wydawnictwa szybko zyskały rozpoznanie oraz uznanie w środowisku i obecnie plasują się na granicy między heterodoksją a ortodoksją. Wyraźnie heretycka jest najmłodsza oficyna (również nieregularnie publikująca periodyk). Całe subpole poezji lokuje się po lewej, autonomicznej stronie pola.

Cechą charakterystyczną analizowanych wydawnictw zatrudniających od jednego do kilku pracowników (najwyżej siedmiu – w jednym przypadku) jest podporządkowanie polityki artystycznej jednej albo dwóm osobom. Innymi słowy: oficyny te publikują materiały, które spodobają się właścicielowi lub redaktorowi czy redaktorce:

> [Szukałem] książek pod kątem tego, co mnie interesowało. Z racji, że Autor x był to autor, który od razu mi się spodobał, stwierdziłem, że jest to super pomysł na wydawnictwo. Więc też jak gdyby w tę stronę zacząłem szukać.

> Uświadomiłem sobie, że nie wszystko to, co ja myślę o poezji, jest na polskim rynku książki reprezentowane. I tak powstała seria [...].

> Jest to kwestia jakby mojego smaku, mojego pomysłu, jak ta seria ma wyglądać. Generalnie mam tutaj całkowicie wolną rękę, nikt nie dyktuje mi, kogo mam wydawać, kogo nie mam wydawać. Głównie z tej racji, że ja pozyskuję na to środki, więc mam całkowitą wolność w kwestii doboru autorów i książek.

36 Zob. P. Marecki, E. Sasin, *„Ciężkie książki” versus „lekka i tania informacja”...*, dz. cyt.

Małe wydawnictwa są więc przedsięwzięciami prywatnymi w podobnym sensie, w jakim prywatne pozostaje uprawianie literatury. Jak widać w części opartej na wywiadach z autorami i autorkami, pisarstwo jest na ogół zajęciem dodatkowym – nie przynosi dochodów, konieczne staje się zatem podjęcie pracy zarobkowej. Właściciele małych wydawnictw znajdują się pod tym względem w takiej samej sytuacji jak twórcy. W przypadku pięciu oficyn mają oni inne źródła utrzymania (to zajęcia łączące się z literaturą lub kulturą, na przykład praca na uczelni). Dwa kolejne podmioty związane są z inną działalnością gospodarczą: księgarnią i/lub kawiarnią, które wzajemnie się wspierają:

> Ani jedno, ani drugie pewnie nie pociągnęłoby bez siebie. To znaczy: jedno uzupełnia drugie, gdyż środki na wydawanie książek są stosunkowo, to znaczy dużo, wyższe niż własne, niż... Nie tak. Środki, które są wypracowane przez księgarnię, sponsorują wydawnictwo, a z kolei zyski z wydawnictwa są też na utrzymanie księgarni, więc jak gdyby to się zapętla.

Sytuacja taka nie występuje jedynie w przypadku oficyn funkcjonujących przy instytucjach (na przykład domach kultury), w których redakcja jest zatrudniona.

Wydawnictwa te działają zatem według jednej, etosowej logiki. Nie mając dużych, kosztownych zespołów lub korzystając z dofinansowań, utrzymują się, kierując swoją ofertę do relatywnie niewielkiego (często stu- lub kilkusetosobowego) grona odbiorców. Redaktorzy wprost mówią o „ekonomii na opak", o długim funkcjonowaniu książki, twórcy czy zjawiska w polu, uniezależnionym od zysków:

> Więc, postulatywnie rzecz biorąc, sobie wyobrażam, że tego typu inicjatywy jak nasze mogą być postrzegane w kontekście rynkowym, tylko trzeba sobie wyobrazić, że okres zwrotu takiej inwestycji nie liczy się w latach, tylko w dziesiątkach, a nawet setkach lat [śmiech].

> Są wydawnictwa, które muszą iść do przodu, i są takie, które bilansują się z bardzo wielu źródeł, co oznacza, że mogą sobie pozwolić na to, aby to, co kiedyś zaproponowały, właśnie przez fakt ciągłej obecności na rynku, nazywać rzeczą istotną. Nie jednosezonową. [...] Ja w ogóle jestem zwolennikiem takich „longsellerów", to znaczy uważam, że one

najlepiej dowodzą jakości i, jak by to nie brzmiało górnolotnie, pewnej ponadczasowości rzeczy, nawet jeśli ta rzecz jest czysto gatunkowa.

No też może fakt, że te książki są wciąż nieodkryte, naszym zdaniem, jest jakimś tam elementem, który rokuje może jakoś na przyszłość.

Na ogół gust redaktora czy redaktorki zastępuje – czy wręcz stanowi – program. To wyraźna zmiana wobec lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych minionego wieku, kiedy założenia estetyczne i etyczne były wyznacznikami nisz, które według respondentów oraz respondentek czekały na wypełnienie, a formowanie się środowisk twórczych odbywało się na zasadzie estetycznego odróżnienia się od już istniejących zjawisk literackich. Obecnie tylko najmłodsze wydawnictwo w próbie przyjęło określony i wyrazisty program, powracając do tradycyjnej logiki subpola poetyckiego – co samo w sobie stanowi już element dystynktywny:

Wydaje się, że jesteśmy jednym z nowszych i jedynych obecnie pism i wydawnictw programowych. Nie, które mają manifest, które mają jakiś program, zarówno estetyczny, jak i nie wiem czy ideologiczny. Myślę, że to jest istotne. Wszystkie wydawnictwa, zarówno poetyckie, jak i też, nie wiem, [te] które wydają prozę, to są wydawnictwa, które biorą wszystko.

Inna oficyna jako bardzo ogólny cel wyznaczyła sobie ogłaszanie twórczości poetów i poetek pochodzących z wybranego regionu, założenie to nie wyczerpuje jednak ogółu publikowanych materiałów. Zajmowanie określonej pozycji w uniwersum wydawniczym nie przebiega już na podstawie programów estetycznych, motywem działania oficyn jest obecnie różnorodnie rozumiana jakość – od subiektywnej oceny wartości literatury po starannie przygotowaną książkę jako przedmiot:

Wciąż chcemy, stawiamy na poezję, bo jesteśmy czytelnikami aktywnymi, interesujemy się [poezją] i chcemy to promować. Uważamy, że oficyn, które dbają o poziom, jakby jest za mało.

Więc, jeżeli chodzi o sferę tematyczną, tutaj nie było ograniczeń [...]. To, co grafomańskie, to ewidentnie nie.

> Nigdy zresztą to wydawnictwo nie miało na celu budowania potęgi porównywalnej z innymi polskimi wydawcami, natomiast od początku stawiało sobie za cel… chciałem powiedzieć „jakość", ale tak naprawdę to „nieoczywistość" tego, z czym się w efekcie spotykamy.

> Jeśli jesteś w stanie dobrze wydać książkę, to naprawdę jest to w stanie podnieść jakość czytelnictwa. Bo po pierwsze są dobre marginesy, dobry skład, oko się nie męczy, nie ma błędów w tekście, w związku z tym redakcja jest bardzo istotna, czytasz książkę i po 250 stronach nie jesteś zmęczony.

W przeciwieństwie do dużych podmiotów z sektora heteronomicznego „mali" gracze odnoszą się ponadto wprost do instytucji wewnątrz pola: profesjonalnej krytyki, nagród literackich, festiwali, środowisk, co zostanie omówione w dalszej części raportu.

Subpole poezji wydaje się tą częścią pola, gdzie „ruch wydawniczy" trwał najdłużej. Najmłodsza spośród omawianych oficyn funkcjonuje według logiki podobnej do tej, która obowiązywała w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych xx wieku. Cechują ją: spontaniczne, niezorganizowane działanie, niepodporządkowane instytucjom zewnętrznym (między innymi świadoma rezygnacja z dofinansowań), spotkanie (redaktorów, poetów, publiczności) jako wartość autonomiczna, a także ambicja wypełnienia niszy i kształtowania pola poezji jako cel aktywności wydawniczej. Etos ten potwierdza się też wyraźnie we właściwych subpolu habitusach, ciążących ku nieco anarchicznym formom życia literackiego:

> To jest jeszcze czas sprzed wszelkiego rodzaju zakazów. Nie było zakazów palenia nigdzie. […] Gdzie była dużo większa wtedy swoboda zachowań. Sądzę, że ta swoboda istotnie była duża, to znaczy […] na przykład zapach gandzi się roznosił w różnych miejscach i nie było z tego powodu jakiegoś wzywania pomocy czy jakiegoś reagowania zbyt mocnego. Ludzie mieli w sobie też taką dużo większą zabawę. Szczególnie zresztą inspirowały właśnie takie miejsca jak dom kultury, żeby troszeczkę namieszać.

Punktami odniesienia są również pozostali gracze w subpolu, co jest charakterystyczne dla antyrynkowej logiki uznania i prestiżu:

> Znaczy na pewno Oficyna x jest takim wyraźnym punktem, który tworzy pewną już ramę i punkt odniesienia. Też Wydawnictwo y w pewnym

> sensie tak, ale też nie podoba się nam część wyboru, wybór autorów jest raczej mocno dyskusyjny, więc: w pewnym sensie. Chodzi mi o taką grupę autorów, których sami byśmy nie wydali.

> Jako negatyw. To, co Wydawnictwo Y robi, to my robimy odwrotnie. To jest pewien trwały faktor.

Mimo że spory estetyczne i etyczne nie stoją dziś za dynamiką życia literackiego, strategie odróżniania się strukturyzują subpole poetyckie. To odróżnianie się dotyczy jednak: stylu pracy i kooperacji z autorami i autorkami (mowa tu na przykład o charakterze podpisywanych umów oraz o „fabryce literackiej" jako negatywnym punkcie odniesienia), ryzykownego lub bezpiecznego działania (publikacja debiutów jako przeciwieństwo stabilnej „stajni autorów"), sposobu dystrybucji (papier kontra publikacje elektroniczne), stosunku do dofinansowań oraz instytucji miejskich i państwowych.

2.4. Instytucje pola literackiego: środowisko[37]

Z wywiadów wynika, iż duże wydawnictwa nie uczestniczą znacząco w środowisku literackim i krytycznym, jedynie pojedynczy redaktorzy i redaktorki utrzymują kontakty branżowe, co opisywane jest jako wyjątek. Znajomości wykorzystywane są ewentualnie do pozyskiwania informacji, ale nie do nawiązywania kontaktów z autorami i autorkami, które miałyby być finalizowane współpracą. W wypowiedziach pojawiają się kategorie takie jak standard pracy i „zawodowy punkt widzenia". Zacieśnianie więzi w środowisku oceniane jest według profesjonalnych kryteriów, jako utrudnienie w przypadku konfliktu na linii autor–wydawnictwo:

> Ale raczej nie ma takich sytuacji, że po prostu spotykamy się po godzinach, urządzamy sobie przyjęcia w domu i po prostu jesteśmy wielkimi przyjaciółmi, bo chyba to by ostatecznie mogło zaszkodzić firmie. Też na takiej zasadzie, że zawsze jest jakieś ryzyko, że coś tutaj pójdzie nie tak

37 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: osobiste kontakty z pisarzami i pisarkami; funkcjonowanie w środowisku literackim; sposób pozyskiwania autorów i autorek; proces przygotowania książki; rodzaje podpisywanych umów; proces współpracy z autorem lub autorką.

> albo że ktoś tu się w czymś chlapnie, mówiąc kolokwialnie, albo pojawi się najzwyczajniej w świecie konflikt interesów.

Wyraźny dystans między środowiskiem literackim a zespołami dużych wydawnictw wynika z profesjonalizacji działalności i wystandaryzowanej kultury organizacyjnej. Ta cecha ma znaczenie dla selekcji tytułów, która zachodzi odmiennie w małych i dużych oficynach. Jak już wspomniano, w tych ostatnich decyzyjność dotycząca publikacji jest rozproszona: w planowaniu działań wydawnictwa uczestniczy redakcja, dział promocji, niekiedy też działy handlowy i finansowy, a ostatnie słowo mają redaktorzy i redaktorki naczelne bądź zarząd:

> Bo mimo tego że te środowiska jakoś tam się przenikają i mimo tego że bardzo duże znaczenie ma to, kto kogo zna, kto co tam usłyszał, to jednak ostatecznie takie decyzje zapadają u nas na górze. Tutaj rzeczywiście to redaktor naczelna musi wyjść z pewną inicjatywą, jeśli chodzi o autora.

Utrudnione lub wręcz niemożliwe jest zatem forsowanie publikacji zgodnych wyłącznie z subiektywnym wyborem redaktora czy redaktorki. Określony standard pracy i działania firmy oznacza również, że umowy z poszczególnymi autorami i autorkami zazwyczaj są podobne, różnią się tylko wysokością wynagrodzeń.

Małe oficyny są natomiast zjawiskami wyraźnie środowiskowymi, w rozmaitym sensie. Przede wszystkim należy tu przypomnieć, że w okresie „ruchu wydawniczego" lat dziewięćdziesiątych xx wieku założenie wydawnictwa, zwłaszcza związanego z czasopismem literackim, miało na celu wytworzenie środowiska skupionego wokół programu lub też stworzenie medium dla istniejącej już grupy. W takim przypadku punktem odniesienia były inne grupy, środowiska i inicjatywy programowe, a ambicją wypełnienie niszy:

> Jak gdyby chcieliśmy tutaj wydać jego tom jako kogoś wartego wydania, żeby właśnie tworzyć takie inne nowe środowisko, [inne] niż to, które [istniało] po stanie wojennym, podzielone jak we wszystkich większych miastach, czyli na tą część zetelpowską i część SPP. Bliżej nam było i sami zostaliśmy członkami SPP w którymś momencie, ale chcieliśmy tutaj podkreślić zjawiska nowe.

Znamienne były odniesienia do pozostałych graczy w polu, tych o podobnych pozycjach, oraz uznanie stawek pola – kapitału symbolicznego.

W przypadku małych wydawnictw środowisko może być rozumiane po prostu jako grupa towarzyska, niekiedy związana z konkretnym miejscem, klubem, kawiarnią, domem kultury lub inną instytucją. Jednolity program jest tu drugorzędny. Tym, co zdecydowanie odróżnia małe i średnie oficyny od dużych, jest selekcja publikacji. Właściciele małych i średnich podmiotów bardzo wyraźnie funkcjonują w środowisku literackim i dysponują dużym kapitałem społecznym. Na ogół więc znają wszystkie osoby, których książki decydują się wydać, dobierają swoich twórców spośród znajomych lub przynajmniej oceniają potencjalnych autorów i autorki jako należących do szeroko pojętego środowiska o wspólnych wartościach:

> Zdarzyło mi się raz wydać książkę autora, którego nigdy osobiście nie poznałem do dzisiaj.

> Wszyscy autorzy polscy, którzy zostali wydani w Wydawnictwie x, to są znajomi. Natomiast też nie ukrywam, że nigdy nie szukałem autorów polskich, których chciałbym wydać.

> Ale niemniej jest to, że też tych ludzi nie znałem. Ale poznałem ich ze sfery takiej, że to nie jest obcy człowiek w marynarce, tylko ziomek, z którym się dogadujemy, jakoś działamy, nie musimy być kumplami, ale ich w jakiś sposób lubię.

Pozwala to małym oficynom niekiedy nie formalizować współpracy: zdarza się, że nie podpisują umów z autorami i autorkami. Wydanie książki staje się tu przedsięwzięciem towarzyskim:

> Powiedzmy, że miały luźny stosunek do tego. Żeby nie wymagały ode mnie, że te książki się sprzedadzą i oni na tym zarobią. Tylko żeby mieli luźny stosunek, że robimy sobie przyjemność, a jak się uda, to fajnie.

> Nie miałem autora z zewnątrz, ale myślę, że jeśli to by był jakiś autor polski z zewnątrz, to byśmy taką umowę podpisali, bo wiem, że są one konieczne. [...] Ale też naprawdę, znaczy z racji [tego], że to zawsze wyglądało na tej zasadzie, że jeden przychodził do drugiego z pomysłem,

> więc też nawet nikt nie pytał mnie o to, czy jakieś prawo zostaje przy kimś, czy można to wykorzystać, bo też zdawaliśmy sobie sprawę, że zarówno ja staram się promować Autora x, jak i Autor x promuje mnie, czyli to było na zasadzie symbiozy wręcz.

Współpraca przebiega zatem często na zasadzie wspólnych projektów, w które każda strona wnosi swój wkład, chcąc stworzyć coś interesującego – działanie rządzi się (przynajmniej na poziomie racjonalizacji) zasadą przyjemności. Co więcej, publicznością dla tak wydanych książek pozostają niekiedy głównie znajomi.

W tym sensie mali wydawcy nie tylko pozostają niezależni od rynku i wyników sprzedaży, lecz także starają się uwolnić od uwarunkowań prawnych, tworząc w miejsce formalnych umów własne zasady funkcjonowania, które opierają się na zaufaniu i podzielanych wartościach. Chcąc utrzymać autonomię, oczekują, że ich autorzy i autorki zaakceptują ten sposób działania. Ta charakterystyka jest typowa dla najmniejszych, a zarazem najbardziej etosowych wydawnictw. Zatrudnienie kolejnych osób i rozrost struktury oznaczają przekształcenie w firmę stopniowo tracącą autonomię, także w omawianym tutaj wymiarze.

Interesujący przypadek stanowi tu awangardowe wydawnictwo, które funkcjonuje przy instytucji organizującej szereg wydarzeń literackich, między innymi warsztaty i konkursy dla młodych poetów i poetek, co umożliwia formowanie swego rodzaju środowiska. Oficyna ta programowo zajmuje się wydawaniem debiutów. Po ogłoszeniu danego tomiku redakcja następnie stara się wesprzeć swojego podopiecznego kolejnymi działaniami, które niejako mają go umocować w środowisku literackim, a równocześnie zapewnić mu jednorazową pomoc finansową:

> Natomiast jest kwestia po prostu taka, że wydawca poezji w szczególności poza jej wydaniem, poza stworzeniem środowiska, poza umożliwieniem samego pisania bardzo niewiele może pomóc twórcy, tak naprawdę dlatego, że w tym nie ma w ogóle pieniędzy, a ludzie muszą z czegoś żyć. I to, co myśmy mogli [...] robić, to [właśnie to], że mogliśmy im od czasu do czasu dawać te finansowe nagrody niewielkie [...], mogliśmy ich zatrudniać też do jurorowania, mogliśmy płacić za jakieś wieczory autorskie, [...] czasami wsparciem jest też to, że ktoś prowadzi warsztaty literackie.

Oficyna systematycznie kieruje swoje działania do wewnątrz własnego środowiska, włączając w nie kolejnych młodych twórców jako inwestycję o długim okresie zwrotu:

> Skupianie się cały czas [...] na tych początkach ma taką trudność, no że musiałabym tu pracować jakieś trzydzieści lat i wtedy coś by z tego było, bo ludzie, którzy zaczynali, byliby już uznani.

Średnie wydawnictwa ponownie okazują się pośrednie. Dysponują kapitałem symbolicznym (częściowej) konsekracji i autonomii oraz kapitałem społecznym redaktorów i redaktorek. Ułatwia im to nawiązywanie współpracy ze znanymi i uznanymi twórcami – publikowanie konsekrowanych pisarzy i pisarek odbywa się właśnie dzięki koleżeńskim kontaktom w środowisku. Zachodzi tu jednak także pewna inercja: zależności środowiskowe mogą stanowić utrudnienie w rynkowym funkcjonowaniu oficyny („wydamy, bo wszystko wskazuje na to, że nie powinniśmy wydać, ale ja znam tego typa").

2.5. Instytucje pola literackiego: nagrody[38]

Z wypowiedzi respondentów i respondentek wyłania się kolejny schemat pozycji w polu – pozycji nagród. Jedynie w największych, a zarazem najbardziej ortodoksyjnych oficynach odnoszono się do międzynarodowych wyróżnień: literackiej Nagrody Nobla, Nagrody Bookera, amerykańskiej National Book Award. Według rozmówców te dwie ostatnie mają wpływ na polski rynek przynajmniej poprzez wskazanie wydawcom, na jakich twórców, tytuły i zjawiska powinni zwrócić uwagę. Istotność wyróżnień zagranicznych jest podkreślana w najbardziej ortodoksyjnych wydawnictwach w heteronomicznym sektorze pola (to one publikują książki noblistów). Zbliżone znaczenie ma tylko jedna polska nagroda – Nike, która stanowi bardzo ważny element budowania prestiżu i etosowego wizerunku starych oficyn:

> Oczywiście w Polsce, jeżeli chodzi o nagrody, to liczy się Nike. [...] Wydaje mi się, że z polskich nagród nie ma chyba żadnej innej, która by aż tak

38 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: znaczenie nagród dla wydawnictwa oraz dla pola literackiego w ogóle – ich przełożenie na sprzedaż, status, rozpoznawalność; zaufanie do nagród.

> działała. Gdzieś tam potem długo, długo nic, potem może Paszporty Polityki, może [Nagroda Literacka] Gdynia.

Kolejność, z jaką respondentka wymienia wyróżnienia, odpowiada przesuwaniu się ku lewej stronie pola. Paszporty Polityki obejmują bowiem obszar graniczny między heteronomią a autonomią, dzięki czemu nagroda ta pozostaje w zasięgu średnich wydawnictw, które podejmują stosunkowo ryzykowne działania, takie jak publikowanie debiutów:

> Paszport Polityki zdaje się być czymś, na czym wydawnictwu chyba najbardziej zależy. To jest takie gdzieś tam u góry, w mainstreamowej kulturze wskazanie: to jest rzecz, którą warto stamtąd [z kultury niezależnej] wyłowić i wynieść ją wyżej, więc wtedy Wydawnictwo x jako ta brama, która wpuszcza debiutantów, znowu się sprawdziło.

Dla młodych oficyn o pozycjach wysuniętych najbardziej w prawo istotne są wyróżnienia gatunkowe, na przykład Pióro i Pazur w dziedzinie literatury kobiecej, Nagroda Wielkiego Kalibru dla kryminału, a także nagrody czasopism hobbystycznych, na przykład kulinarnych. Odpowiadają one logice heteronomicznej i rynkowi podzielonemu na nisze o jasno sprecyzowanej publiczności. Podczas gdy Nike od kilku lat traci przełożenie na sprzedaż – co zgodnie przyznają redaktorzy i redaktorki dużych wydawnictw – nagrody gatunkowe zyskują na znaczeniu rynkowym, gdyż stają się wskazówkami dla czytelników i czytelniczek poszukujących informacji o konkretnych gatunkach. Uwaga zespołów młodych wydawnictw przesuwa się ponadto w te rejony literatury, w których mogą konkurować z równymi sobie – a więc także młodymi – oficynami, natomiast plany publikacji starych graczy uwzględniają tomy godne Nike:

> Bardzo liczymy, że nasza książka dostanie Nike. I w przyszłym roku też liczymy, że nasza książka dostanie Nike, bo z tego planu wydawniczego trochę tak to wygląda.

W autonomicznym sektorze pola wyraźnie porządkujący charakter ma Wrocławska Nagroda Poetycka Silesius, która stanowi najważniejszy punkt odniesienia dla graczy w subpolu poezji. O ile redaktorzy i redaktorki dużych i średnich oficyn odnoszą się do niej jako niszowej i branżowej – lub nie wspominają o niej wcale – o tyle dla jednego z wydawców w subpolu poetyc-

kim wyróżnienie to oznacza wręcz „przedostanie się do świadomości zbiorowej", czego wymiernym wyznacznikiem jest sprzedanie całości nakładu lub dodruk rzędu 1000 egzemplarzy[39]. Jak nieco ironicznie zauważa jeden z przedstawicieli małych oficyn (wcześniej przytaczając krążące w środowisku powiedzenie, że „w Polsce jest 400 czytelników poezji"):

> Otóż autor, który zyskuje którąś z tych tutaj wymienionych nagród [...], no to uzyskuje natychmiastowe rozpoznanie w środowisku. To, dla odmiany, na przykład w wypadku poezji poszerza liczbę czytelników o następne 400. A to już coś znaczy dla tych, którzy do tej pory po to nie sięgnęli, a teraz po to sięgają, żeby... żeby się złościć.

Najbardziej heretyckie oficyny publikujące poezję przeznaczają znaczną część swoich (niskich, na ogół na poziomie 300 egzemplarzy) nakładów na potrzeby konkursów i krytyki (rozsyłając egzemplarze recenzenckie). W tym kontekście znamienna okazuje się polityka wydawnicza jednej z nich:

> Ja zawsze przestrzegam przed za późnym, ale też za szybkim debiutem, [...] jeżeli ktoś chce zaistnieć tutaj w polu literackim [...], bo przecież te nagrody są szalenie stronnicze. I za debiut najłatwiej jest dostać nagrody. [...] Można mieć trochę szczęścia, że może akurat nie będzie lepszej [książki] w tym roku, ale tych nagród jest więcej za debiuty. No i później druga książka, trzecia – to już trzeba trochę inaczej zaistnieć, żeby już dostać jakiegoś tam Silesiusa czy nie mówiąc o jakiejś Nike dla poetów, co się rzadko zdarza. [...] Nawet przeddebiuty wydajemy. To takie dwanaście stron na ksero, ale z recenzją [...], bez ISBN-u, żeby to był przeddebiut, żeby można było ten debiut prawdziwy na te konkursy wysłać. Bo to strasznie dużo daje dla tego, żeby ktoś po prostu po odebraniu nagrody dalej pisał.

Rozsyłanie egzemplarzy książki na konkursy staje się ważnym zadaniem wydawnictwa, którego celem jest wspieranie młodych twórców. W tym sensie

39 Redaktorzy i redaktorki dużych wydawnictw sprzedaż na poziomie 4000 egzemplarzy określają jako zaledwie zwrot kosztów. W przypadku niektórych tytułów próg ten musi być jeszcze wyższy, aby zwróciły się koszty produkcji książki. To ponownie podkreśla różnicę skali nakładów i zasięgu między zdominowanymi oficynami a aktorami w dominującej części pola.

wyróżnienie nagrodą poprzedza uznanie publiczności, ograniczonej do tych kilkudziesięciu czy kilkuset osób kupujących lub otrzymujących darmowe tomiki. To też jedyna szansa młodego poety czy poetki na jakiekolwiek wynagrodzenie za publikację. Tę nierównowagę udaje się wyeliminować najmłodszej z badanych oficyn, która publikuje tomiki w sieci, gdzie docierają do około 1000 czytelników i czytelniczek. Nakład papierowy przeznaczany jest natomiast do wspomnianej dystrybucji pomiędzy krytykami oraz jury konkursów i drukowany niemal wyłącznie w tym celu:

> A papier przede wszystkim wykorzystujemy do tego, że wysyłamy recenzentom. To jest jedna rzecz. A druga – wysyłamy też na nagrody. A nikt nie przyjmie PDF-a, jak chcesz wziąć udział w szrankach do nagrody. [...] Trzeba wysłać wersję papierową. I jeżeli to się nie zmieni, to będziemy musieli nadal inwestować w papier. [...] To raczej właśnie my się nagięliśmy. Na początku w ogóle nie był planowany żaden papier.

Podporządkowanie konkursom literackim jest charakterystyczne dla subpola poetyckiego i znajduje odzwierciedlenie w indywidualnych odpowiedziach respondentów i respondentek. Opinie rozmówców wyrażają raczej zaufanie i uznanie dla nagród, które mając moc konsekracji, pozostają stawką w autonomicznej części pola:

> Poradzimy sobie bez nagród, oczywiście. Ale wydaje mi się, że jakby ta inna [internetowa] forma dystrybucji jednak wymaga jakiegoś potwierdzenia.

Kapitał symboliczny, którego nośnikami są obecnie nagrody (w odróżnieniu od lat dziewięćdziesiątych XX wieku, kiedy jego wyznacznikami były uznanie konkurencyjnych środowisk i wzajemne odniesienia), jest tu najważniejszą stawką, niemniej trzeba pamiętać, że konkursy poetyckie stanowią odrębny system konsekracji, różny od wydarzeń medialnych, jakimi są Nagroda Nike i Paszporty Polityki.

Pozostałe osoby badane, czyli niedziałające w subpolu poetyckim, a tym samym odnoszące się do innych wyróżnień, na ogół zauważają, iż status nagród literackich dewaluuje się, a ich przełożenie na sprzedaż jest znikome:

> Ja się pytam: co się stało, że jeszcze niedawno laureat Nike sprzedawał 100 tysięcy egzemplarzy? Dzisiaj już nie ma takich laureatów.

Według rozmówców czytelnicy i czytelniczki zaczynają tracić zaufanie do miarodajności nagród. Opinie te są podzielane przez znaczną grupę pisarzy i pisarek. Można więc postawić tezę o słabości tej instytucji pola (jak zostanie wykazane w kolejnym rozdziale, podobnie sytuacja wygląda w przypadku krytyki literackiej). W kilku wywiadach, niezależnie od wielkości wydawnictwa czy zajmowanej pozycji, mówiono o błędnych decyzjach jury przyznającego Nike lub o rozdrobnieniu nagród literackich. W dwóch rozmowach wskazano też bardzo jasno na brak prestiżu jednego z wyróżnień jako bezpośredni wynik właśnie błędnych, niezrozumiałych decyzji jury. Jeden z wydawców odniósł się do nagrody z dystansem:

– Z rozdzielnika się wysłało tam książki, prawda?

Inny zaś zignorował ją zupełnie, decydując o niezgłaszaniu swoich publikacji do tego wyróżnienia.

Podczas wywiadów na ogół także zaznaczano, że nagrody pozostają istotne przede wszystkim dla autorów i autorek, których pozycja jest mocno strukturyzowana właśnie poprzez owe wyróżnienia. Nie pomijano również wymiaru materialnego – nagroda pieniężna pozwala napisać kolejną książkę, stanowi znaczący zastrzyk finansowy:

– To jest rodzaj zapomóg dla pisarzy, co tu dużo mówić.

2.6. Instytucje pola literackiego: krytyka[40]

Wypowiedzi respondentek i respondentów na ogół wskazują na marginalizację krytyki literackiej w Polsce. Ma ona znaczenie wyłącznie w subpolu poetyckim oraz w sektorze heterodoksji i autonomii (sektor C), obejmującym stosunkowo młode podmioty. Wobec oficyn konsekrowanych sfera ta nie ma żadnego znaczenia. Im mocniej wydawnictwo osadzone jest w obszarze heteronomicznym, tym wyraziściej jego reprezentanci i reprezentantki negują istotność krytyki, wskazują jej złą kondycję, a nawet skorumpowanie:

40 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: ocena istotności krytyki literackiej; polityka wydawnicza wobec krytyki literackiej; rola mediów branżowych w promocji; kontakt wydawnictwa z akademią (środowiskami naukowymi).

> Słabo to wygląda, nie mamy wyrazistych krytyków literackich, którzy są opiniotwórczy i bardzo tego brakuje [...], brakuje ludzi, którzy potrafią powiedzieć negatywnie o książkach, bo to jest środowisko, bo się po prostu wszyscy znają.

> Natomiast jeżeli zrobimy sobie zestawienie pewnych dziennikarzy – pewnych, bo to nie dotyczy całego środowiska, książek, o których się pisze, wydawnictw, które się popiera, to widać wyraźnie, że prawdopodobnie między wydawcami a autorami istnieje jakaś współpraca. Wynika to z prostej rzeczy, to znaczy, no jest to relacja biznesowa.

Zdaniem badanych kolejnym grzechem krytyki literackiej w Polsce jest jej hermetyczność („inteligenci piszą dla inteligentów") i pomijanie czytelnika literatury popularnej i komercyjnej, czyli tego, do którego przede wszystkim zwracają się duże oficyny o stabilnej pozycji. W tej sytuacji uznanie krytyki jest wprost odrzucane jako wyznacznik sukcesu książki, a zarazem jako stawka w grze. Zachodzi tu więc relacja wzajemnej negacji: osoby reprezentujące wydawnictwa komercyjne postrzegają jako nieważny ten system konsekracji, którego aktorzy ignorują komercyjną działalność. Wyjątek stanowi tu wypowiedź przedstawiciela starej oficyny:

> Oczywiście chodzi nam o dyskusję na szerszym polu, ale chyba nie ma takiej możliwości, żeby ta dyskusja się rozwinęła, jeżeli krytyka nie podsyci tematu.

W tym przypadku jest to wyraźnie strategia oparta na tradycji i rytualnym odnoszeniu się do *illusio* pola – zbliżoną rolę odgrywa poezja, publikowana rzadko, choć regularnie, dla „honorów domu". Starość wydawnictwa zobowiązuje do podobnie rytualnego uznania krytyki literackiej jako zjawiska wciąż jeszcze istotnego. Mimo to wśród znaczących mediów redaktorzy i redaktorki nie wymieniają czasopism *stricte* branżowych (w tej kategorii pojawia się jedynie pismo „Książki" – magazyn „Gazety Wyborczej", strukturalnie odpowiadający Nagrodzie Nike).

Podobny stosunek do krytyki cechuje wydawnictwa średnie, relatywnie młode i niedawno konsekrowane, jak również oficyny gatunkowe. Krytyka literacka oceniana jest jako nieistotna dla publiczności, niezauważalna, niemająca wpływu na pole literackie, nieprzystępna, a ostatecznie też złej jakości:

> Jest reklamowanie książek, a nie krytykowanie książek.

> OK, fajnie, bardzo nam miło [kiedy krytyk opisze zjawisko związane z wydawnictwem], ale kto to weźmie pod uwagę w tym, czy się tym zainteresować, czy nie. To jest garstka jego [krytyka] fanów, ludzi, którzy go czytają, uważają za jakiś wyznacznik. Ale wydaje mi się, że dużo więcej ludzi dociera do naszych rzeczy, bo ktoś im mówi o naszych rzeczach.

> W chwili obecnej rozmowa o literaturze lub literaturą w mediach jest skierowana tylko i wyłącznie do tak zwanych „przekonanych".

Tylko najmłodsze wydawnictwo w badanym gronie jest wyjątkiem. Dysponując szerokim zasięgiem, dzięki narzędziom takim jak czasopismo i portal internetowy, ma ono swój udział w kształtowaniu krytyki literackiej. Szczególny inteligencki etos oficyny oraz jej pozycja, bliska sektorowi heterodoksji, wiążą ją z *illusio* obszaru autonomicznego, mimo że pozostałe relacje (z dystrybutorami, mediami) utrzymywane są według zasad bliższych dużym wydawnictwom. Krytyka jako zjawisko istotne jest oprócz tego uznawana niemal wyłącznie w subpolu poezji (a i tu ściśle w sektorze heterodoksji), a także przez przedstawiciela niszowej oficyny, który w pozostałych sferach (dystrybucji, procesu wydawniczego) również przyjmuje strategie heretyckie.

Jak zaznaczono w pierwszym rozdziale niniejszej części raportu, jeszcze w latach dziewięćdziesiątych XX wieku wokół czasopism gromadziły się środowiska nie tylko ściśle literackie, lecz także krytyczne, związane z akademią. Ten związek, choć słabnący, pozostaje widoczny do dzisiaj. Najbardziej heretyckie wydawnictwa działają przy czasopismach, a te pozycjonują się właśnie poprzez krytykę. Mimo to respondenci i respondentki zdają się oddzielać krytykę od akademii, to znaczy aktywność *stricte* medialną (także w mediach branżowych) od na przykład literaturoznawstwa. Uniwersytet nadal jednak pozostaje punktem odniesienia dla niektórych oficyn. Dzieje się tak niezależnie od sektora: zarówno stare konsekrowane wydawnictwo, średnie awangardowe, jak i małe gatunkowe widzą w środowisku naukowym ważnego partnera dysponującego znacznym kapitałem symbolicznym. W subpolu poetyckim z kolei pojawił się głos rozczarowania owym środowiskiem i chęć zerwania z nim relacji. Akademia ma więc pewną zdolność konsekracji, częściowo konkurencyjnej wobec rynku. Skoro jednak zostaje ona oddzielona od tego, co respondenci i respondentki określają krytyką literacką, współpraca czy też wymiana z nią odbywa się poprzez działania

promocyjne i popularyzatorskie (spotkania dyskusyjne, wykłady, festiwale), współfinansowanie publikacji naukowych oraz bezpośrednią rekrutację redaktorów i redaktorek z uniwersytetów (wśród osób, które udzieliły wywiadu, byli doktoranci i doktorzy)[41].

W subpolu poetyckim rozgrywa się homologiczna wobec całości pola gra: im wydawnictwo znajduje się bliżej pozycji konsekrowanych, tym mniejsze znaczenie ma dla niego uznanie krytyki. Na pozycjach granicznych pojawiają się wypowiedzi podobne do tych, które pochodzą z centrum pola konsekracji i heterodoksji: krytyka w Polsce jest niewidoczna i „użytkowa" lub zbędna w przypadku wydawnictwa ze stałą grupą czytelników i czytelniczek. Ponownie wskazuje się, iż publiczność nie potrzebuje krytyki. Jak wspomniano, jedynie najbardziej heretyckie wydawnictwa odnoszą się do niej jako do istotnego, porządkującego uniwersum literackie zjawiska.

2.7. Strategie wobec pól zewnętrznych: promocja, kontakt z mediami[42]

Niezależnie od pozycji w polu małe wydawnictwa, nie tworząc rozbudowanej struktury, nie mają działu promocji czy dystrybucji. Innymi słowy: kilkuosobowy zespół tylko częściowo dzieli między swoich członków zadania, które pozostają płynne, niekiedy – z braku czasu i środków – zaniedbane:

> My się też jakby nie musimy starać, a też nie mamy jakby możliwości i czasu, żeby się zająć tym na poważnie. Tego typu kwestiami jak patronaty, które możliwe, że by się przełożyły na jakiś efekt promocyjny. No tak, kwestia promocji i dystrybucji to są rzeczy, które na pewno można zrobić 300% lepiej, niż my to teraz robimy.

Te wydawnictwa, które są przede wszystkim przedsięwzięciami autorskimi, odzwierciedlającymi gust jednej osoby, prowadzą politykę promocyjną

41 Wywiadom towarzyszyła ankieta, została ona wypełniona przez dziesięć osób, przy czym dziewięć z nich podało swój poziom wykształcenia – wszystkie mają wykształcenie wyższe, dwie osoby pracują na uczelni, jedna aktualnie uczęszcza na studia doktoranckie. Kierunki studiów to: filologia polska, socjologia, filozofia oraz studia plastyczne.

42 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: wskazanie najważniejszych mediów; ocena ich wpływu na działanie wydawnictwa; opis własnych mediów oficyny; strategie promocyjne wydawnictwa; udział autorów i autorek w promocji; istotność festiwali literackich i ich opis.

z konieczności podporządkowaną habitusowi właścicieli. Ich opinie i pozycje w środowisku literackim (jako jednostek) bezpośrednio przekładają się na istnienie lub nieistnienie oficyny w mediach, na festiwalach, w internecie i tak dalej. Tutaj też na ogół uwidacznia się etos, wartości właściwe polu literackiemu i niezależne od pola władzy. Chodzi w dużej mierze o skupienie przekazu promocyjnego na książce jako takiej, o wybór kanałów charakterystycznych dla pola literackiego, a czasem po prostu o rezygnację z promocji z przekonaniem, iż dobra książka obroni się sama:

> Zacznijmy od tego, że w ogóle hasło „promocja" to jest hasło roczników siedemdziesiątych. To się pojawiło jako temat do dyskusji, czy w ogóle przestrzeń do rozważania, dopiero w latach 2000 na poważnie. Wcześniej nikt o promocji w naszym świecie nie mówił, ale nie dlatego, że ona nie istniała – tylko że miała po prostu zupełnie inny wymiar [...]. Raz, że nie była fetyszyzowana, to jest oczywiste. Ale przede wszystkim nie była wielkim problemem.

Niechęć do podporządkowania się mediom lub do ich stronniczości stanowi kolejny element etosu:

> Może i działa, naprawdę, tylko ja nie zamierzam znowu w tym uczestniczyć. [...] Wówczas ja zadaję sobie pytanie: czy media przypadkiem nie są od rzetelnego informowania? Jeśli tak, to to, co tworzę, to, co robimy, powinno się tam znaleźć, czy nie? Bo to też dotyczy sporej grupy ewentualnych odbiorców. No to jeśli powinno, to mi nie mówcie, że to jest promocja.

Oczekiwanie uczciwości i rzetelności od mediów, a zarazem niechęć do przyjęcia ich logiki jest jednym z najtrwalszych elementów etosu i habitusu dominujących w polu literackim. Opinie podobne do przytoczonej są bowiem charakterystyczne dla całego pola, pojawiają się w wypowiedziach rozmówców niezależnie od ich pozycji, mimo że tylko w sektorze autonomicznym mogą faktycznie przełożyć się na działanie. Pozycje konsekrowane i sukces komercyjny wymagają oczywiście szerokiego uczestniczenia w mediach i uzależnienia od obcej polu literackiemu logiki. Ta ostatnia oznacza przeniesienie treści przekazu z publikacji jako takiej na autora lub autorkę oraz na temat, szersze społeczne zjawisko, którego książka stanowi jedynie ilustrację, co jednocześnie sprawia, że przestaje być autonomiczna:

> Więc to… w wypadku telewizji musi być to książka, która coś ze sobą niesie poza samą wartością literacką. Ma być takie zjawisko, ma być… coś do tej książki musi być dołożone.

Wobec tego przedstawiciele i przedstawicielki dużych oficyn pod „strategią promocyjną" rozumieją między innymi: prezentacje autorów i autorek w mediach (najchętniej: za pośrednictwem wywiadów w prasie kobiecej) oraz na targach książki, rekomendacje popularnych gwiazd z sektora rozrywki, odpowiednią okładkę, dostosowaną do publiczności, dobrze napisany blurb. Strategie są zresztą bardzo zdywersyfikowane i już na etapie kolegium redakcyjnego powinna zostać określona grupa docelowa produktu. Wśród owych grup docelowych znajdują się także i takie, które w ogóle nie sięgają po media drukowane, sposobem dotarcia do nich jest zatem billboard czy popularny program telewizyjny. Media branżowe nie są partnerami w tego typu działaniach:

> Najmniej interesujące są programy literackie, bo oglądalność jest znikoma. Najbardziej atrakcyjne są programy newsowe, śniadaniowe, więc w to się celuje po prostu, ale to oczywiście nie każda książka może się tam znaleźć.

W przypadku małych wydawnictw strategie promocyjne, o ile w ogóle istnieją, obejmują przede wszystkim wysyłkę egzemplarzy recenzenckich, ewentualnie również spotkania autorskie lub udział w festiwalach. Próby dotarcia do mediów są podejmowane tylko przez pojedyncze podmioty, często zresztą bezskutecznie. Można mówić zapewne o „czynieniu cnoty z konieczności", niemniej podporządkowanie nie jest jednoznaczne. Respondenci i respondentki z subpola poetyckiego zauważyli ewidentne zanikanie na przełomie wieków, aż do całkowitej marginalizacji, zainteresowania mediów poezją (czy też działalnością ich konkretnych oficyn). Jednak dwóch wydawców prozy wyraźnie utrzymuje strategie zgodne z ich habitusami także w momentach sukcesów, które mogą zapewnić stosunkowo szeroki dostęp do mediów i innych kanałów promocji:

> Mi się wydaje, że to jest pokolenie autorów, którzy widzą, że trzeba się rozpychać rękami i nogami. A mnie promocje tego typu brzydzą. Bo to każde wejście tego typu w umowę promocyjną jest zmniejszaniem szans tych, którzy nie weszli w te umowy. Jest to po prostu handlowanie wartościami, które… staram się w miarę możliwości unikać tych wszystkich rzeczy.

Wraz z rozwojem wydawnictwa rozrasta się jego struktura, a jednym z pierwszych wyodrębnionych w tym procesie działów jest właśnie dział promocji. To też odróżnia oficyny średnie od małych. W momencie pojawienia się osobnego działu odpowiadającego za promocję i kontakt z mediami publikacje zaczynają być widoczne w zróżnicowanych kanałach, rozpoczyna się też myślenie o docelowych odbiorcach książki – całkowicie obce małym wydawnictwom, w których przyszły czytelnik czy czytelniczka nie są w żaden sposób (świadomie) określeni. Narzędzia promocji zazwyczaj pozostają jednak właściwe wewnętrznym zasadom pola literackiego, zwiększa się jedynie ich skala. Chodzi tu zatem o zaistnienie w prasie literackiej, kulturalnej i opiniotwórczej (raczej z pominięciem popularnej, rozrywkowej), spotkania autorskie oraz udział w festiwalach i różnorodnych imprezach, także branżowych w przypadku wyrazistego profilu wydawnictwa. Warto wspomnieć, że przez jedną z oficyn organizowany jest festiwal będący niezbędnym, według respondenta, przedłużeniem działalności wydawniczej:

> [...] zapełnia lukę, którą sobie zbudowaliśmy, to z tej luki mogłoby się pojawić coś więcej, bo to jest nisza w niszy.

Impreza, mając niszowy czy wręcz awangardowy charakter, jest elementem *stricte* etosowym, utrzymującym wydawnictwo po stronie autonomicznej. Wedle słów rozmówcy bardziej bowiem niż promocją festiwal:

> [...] powinien być platformą kontaktu. Wydaje mi się, że Właściciel Wydawnictwa do tego też dąży we wszystkim tym, co robi. Budowanie, mówienie o networkingu, budowanie sieci znajomości osób.

Działanie to rządzi się więc w pewnym stopniu logiką podobnych wydarzeń z lat dziewięćdziesiątych xx wieku. W wywiadach z osobami reprezentującymi stare wydawnictwa poetyckie wspominane są festiwale (lub podobne formy), które miały postać spontanicznych spotkań, dawały możliwość prezentacji różnorodnych zjawisk, przy czym nosiły cechy raczej performance'u niż promocji.

Podczas omawiania festiwali można dostrzec charakterystyczną dystynkcję pomiędzy starymi a młodymi (założonymi po 1989 roku) wydawnictwami z sektora heteronomicznego. Osoby reprezentujące stare oficyny w odpowiedzi na pytanie o imprezy literackie przywołują w większości przypadków festiwale jako takie (na pierwszym miejscu wymieniane są wsparte

medialnie Festiwal Conrada i Big Book Festival, a także Międzynarodowy Festiwal Kryminału), natomiast rozmówcy z młodych wydawnictw odnoszą się głównie do targów książki, także tych międzynarodowych (pytanie o festiwale wywołuje przede wszystkim taką właśnie odpowiedź). Wydarzenia te mają różne funkcje i cele. Festiwal daje możliwość dotarcia do tych czytelników i czytelniczek, którzy są „zainteresowani po prostu czytaniem", książką „ambitną" i taką „jaką pewnie chcielibyśmy sami czytać". Nie przekładając się na bezpośrednie wyniki finansowe, festiwal oferuje „zyski innego typu" (pozytywna ocena jest tu ewidentnie pochodną habitusu respondentki). Korzyści te mogą jednak być stosunkowo wymierne, chodzi bowiem ponownie przede wszystkim o nagłośnienie medialne: „zagraniczny autor o jakiejś większej renomie, o wiele chętniej przyjedzie na tego typu festiwal, niż po prostu przyjedzie z wizytą", co daje możliwość organizacji konferencji prasowych czy wywiadów. Targi książki natomiast są wydarzeniem *stricte* komercyjnym, przynoszą bezpośredni zysk i ocenia się je według kryterium wyniku finansowego.

2.8. Internet: media społecznościowe, blogi, e-book, sprzedaż, literatura w internecie[43]

Internet omawiany był w wywiadach jako sfera promocji, dystrybucji, informacji i pole dla zaistnienia literatury. Rozpoznanie go jako kanału publikacji i dystrybucji jest zjawiskiem wyraźnie nowym i dopiero się rozwijającym. Dla dużych konsekrowanych oficyn stanowi on przede wszystkim istotne pole promocji, które daje możliwość szybkiego rozpowszechniania informacji, na przykład w mediach społecznościowych oraz na stronach i w portalach kierowanych do konkretnych grup docelowych. To odbicie strategii funkcjonowania na rynku polegającej na wypełnieniu większości nisz – internet pozwala na dotarcie do związanych z nimi odbiorców. Z kolei blogi literackie postrzegane są przez niemal wszystkich respondentów i respondentki jako zjawisko, które zastąpiło profesjonalną krytykę w czasopismach branżowych (tylko przedstawicielka starej, małej oficyny poetyckiej nie wspomniała o tej formie). Według słów rozmówców przyniosło to jednak także patologiczne

43 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: ocena istotności internetu dla literatury w ogóle oraz dla wydawnictwa; obecność ciekawych zjawisk literackich w internecie; internet jako pole promocji i dystrybucji; trendy dotyczące promocji i dystrybucji w internecie.

skutki – „kupowanie" blogów przez wydawnictwa. Następnie internet to również platforma handlu: przewiduje się dynamiczny rozwój sprzedaży produktów w sklepach internetowych i dystrybucji książek elektronicznych. W każdej z dużych oficyn dostrzega się też możliwość poszukiwania literatury w internecie z myślą o jej dalszym wydaniu w formie papierowej – podejmowane są pierwsze próby takich działań. Internet jest w każdym przypadku oceniany jako sfera, która musi być eksplorowana, aby wydawnictwo się rozwijało. Istotną przeszkodę stanowi tu jednak dwudziestotrzyprocentowy VAT na e-booki, oceniany jako „kuriozum":

> Zniesienie tego zapisu to może się zamknąć nawet w ciągu dwóch lat. Co oznacza, że tak długo jak nie będzie zniesione, tak długo sprzedaż e-booków będzie raczkowała w tym kraju[44].

Badane średnie wydawnictwa, które są relatywnie młode, istnieją w internecie za pośrednictwem rozbudowanych portali – medium to wykorzystywane jest więc jako kanał szeroko pojętej promocji i komunikacji, zazwyczaj w jednym kierunku (od wydawnictwa do publiczności). Istotnym elementem dystrybucji są e-booki – również w przypadku, gdy ich sprzedaż utrzymuje się na niskim poziomie, postrzega się je jako nośnik, o którego rozwój należy dbać. Internet to też pole umożliwiające odróżnienie się od pozostałych graczy:

> Wszyscy wyceniają je [e-booki] tak samo jak wydania papierowe albo ciut niżej. Kurczę, zróbmy dokładnie odwrotnie, sprawmy, że będą dziesięć, piętnaście złotych tańsze niż książka. To nas nic nie kosztuje, bądźmy uczciwi z ludźmi, którzy to kupują po drugiej stronie. [...] Rynek jest na tyle niewielki jeszcze, że to nie są straty, które idą w jakieś konkretne sumy, tylko jakaś próba pobudzenia tego rynku.

W tym sensie więc młodość wydawnictw ma znaczenie – okazują się bardziej elastyczne niż stare, duże oficyny, które dopiero badają możliwości e-booka

44 Niemniej jedna z respondentek zauważyła: „Wygląda na to, że tam, gdzie VAT jest różny na książkę elektroniczną i na książkę papierową, to Amazon sobie gorzej radzi, a gdzie VAT na książkę elektroniczną jest niski, to Amazon po prostu pożera, pożera inne sklepy". Wątek wejścia Amazona na polski rynek był poruszany wyłącznie w rozmowach z przedstawicielami i przedstawicielkami największych wydawnictw, tam bowiem rozpoznaje się zagrożenie ze strony tego giganta.

jako nośnika literatury. Pozycja stosunkowo młodych, niedawno konsekrowanych podmiotów ponadto niejako wymaga od nich zagospodarowania nowego medium (duże wydawnictwa nie działają w nim tak sprawnie) – jest to ich cecha dystynktywna (jako młodych oficyn), a zarazem warunek trwania, publikują bowiem dla młodych (społecznie) czytelników i czytelniczek, którzy dodatkowo poszukują także nowości technologicznych.

Inaczej przedstawia się sytuacja wśród małych wydawnictw. Charakterystyczna jest tu niechęć reprezentujących je rozmówców do książki elektronicznej. Papier wyraźnie postrzega się jako właściwy nośnik literatury, publikowanie w internecie lub dystrybucja e-booków pozostają zdecydowanie poza obszarem zainteresowania większości osób:

> Papier jest dla mnie punktem odniesienia. Jeśli by nagle okazało się, że z jakichś powodów papier przestaje istnieć (grozili już tym za mojego życia z dziesięć razy z różnych powodów), to ja przestaję być zainteresowany. To znaczy wydawanie na przykład w formie elektronicznej w żaden sposób by mnie nie zadowalało.

> Zależy mi bardzo po prostu na utrzymaniu formy, a że tę formę mogę kontrolować tylko i wyłącznie na papierze, w związku z tym ten nośnik wybrałem.

> Mnie jest zawsze z drugiej strony straszliwie szkoda książki, bo przy poezji właśnie dlatego, że to jednak może być pewne dzieło sztuki bardzo zintegrowane, które jakoś tam wizualnie też powinno... Ono powinno działać nie tylko na nasz intelekt, przede wszystkim powinno działać na wszystko, na pewne zmysły, na emocje i tak sobie wyobrażę ten ekran, i jakoś coś jest jakby nie tak.

To wykluczenie jest niekiedy konsekwencją braku środków: wydawnictwa, w których pracuje jedna, dwie lub trzy osoby, rezygnują z elektronicznej dystrybucji czy choćby prowadzenia strony na rzecz pilniejszych działań:

> Przemiany w Wydawnictwie x idą stosunkowo powoli, więc mi na razie udało się przeformować z tak zwanego niezależnego, małego wydawnictwa na normalnie funkcjonujące wydawnictwo na rynku polskim i myślę, że dopiero muszę przeskoczyć pewien etap popularyzacji książki papierowej, żeby móc myśleć o nośniku elektronicznym.

Papier i tradycyjne formy promocji mają tu priorytet, co wyraźnie jest pochodną habitusu, podobnie jak – będący konsekwencją przywiązania do papieru – stosunek do literatury w internecie:

> Gdzieś od 2005, 2006 roku zaczęły się pojawiać... Takie czasami linki wklejali [autorzy i autorki przysyłający propozycje do publikacji], gdzie jest ich twórczość, albo na przykład w taki sposób, że nie są anonimowi, że publikowali gdzieś w internecie czy na jakichś forach uczestniczą, w dyskusjach, ale to jak gdyby nie było dla nas istotne.

Internet jest postrzegany ewentualnie jako miejsce wymiany informacji, nowa przestrzeń dla publicystyki i krytyki literackiej, które dzięki przeniesieniu się do tego medium szybciej reagują na nowe zjawiska.

Wyjątkiem są młode wydawnictwa w subpolu poezji. Jednak i tutaj w dwóch przypadkach papier stanowi podstawę działalności, a książki elektroniczne planuje wydawać się jedynie jako „konieczność", która wynika z rozwoju tej formy i zapotrzebowania czytelników i czytelniczek:

> Nam, my jeszcze nie mieliśmy takich planów, jeżeli chodzi o obecność naszych książek w formacie cyfrowym [...], będziemy uwalniać co jakiś czas raczej, niż dystrybuować w pewnych cenach. Raczej będziemy zmierzali w stronę właśnie takich anarchizujących modeli współpracy, które być może się okażą bardziej skuteczne. No bo też są analizy, które mówią o tym, że dzięki uwolnieniu treści jest generowane jakieś zainteresowanie formą analogową. Niekiedy wydawcy sami wpuszczają książki na, nie wiem, torrenty [...], co czasami ożywia sprzedaż.

Tylko jedna z oficyn wykorzystuje nowe medium w każdym polu swojej działalności, rozpowszechniając za darmo w internecie tomiki poezji, co na tle aktywności reszty aktorów pozostaje strategią radykalnie heretycką i awangardową. Niemniej aby wziąć udział w grze – a więc zgłaszać się do nagród i komunikować z krytyką, by ta ewentualnie odpowiedziała recenzją – papier okazał się koniecznością. Równocześnie jednak redaktorzy owego wydawnictwa uznają, iż gra dotyczy autorów, nie zaś samej oficyny, dla niej bowiem jest to poświęcenie etosu:

> To raczej właśnie my się nagięliśmy. Na początku w ogóle nie był planowany żaden papier. Ale jak już raz ten wniosek na nasz tomik przeszedł

> i była kasa, żeby go wydrukować, i zaczęliśmy go rozdawać, no to było dużo większe zainteresowanie. I zobaczyliśmy to po prostu. No i potem tak się złożyło, że mieliśmy możliwość wydrukowania tych paru książek, i to się też opłaciło. Nie nam, tylko autorom.

2.9. Dystrybucja[45]

Rozprowadzanie książek stanowi sferę wymagającą osobnego omówienia. Uzależnienie od dystrybutorów jest bowiem komentowane jako zjawisko szczególnie negatywne w całym uniwersum literackim. Praktyczny monopol Empiku w mniejszym lub większym stopniu zagraża graczom bez względu na ich położenie w polu, w związku z czym strategie rozprowadzania publikacji odnoszą się do tego właśnie zagrożenia.

Na przestrzeni dwudziestu pięciu lat zaszły w tym obszarze łatwo dostrzegalne zmiany. Respondenci i respondentki zgodnie przyznają, iż najistotniejszymi były: ekspansja sieci Empik, rozwój kilku dużych firm pośredniczących, zanikanie indywidualnych księgarni, potem też rozkwit sprzedaży przez internet i pojawienie się e-booków. Wobec wszystkich tych zjawisk, zwłaszcza wobec dominacji wspomnianej sieci, duże i małe wydawnictwa przyjmują z konieczności odmienne strategie. Małe oficyny najbardziej są zagrożone monopolem Empiku: z jednej strony w wywiadach przyznaje się, że firma ta jako najpopularniejsza księgarnia pełni ważną funkcję promocyjną (istotne jest to, że czytelnik czy czytelniczka może publikację zobaczyć i przejrzeć), z drugiej strony warunki i koszty współpracy pozostają dla małych wydawnictw często niemożliwe do przyjęcia:

> Natomiast z Empikiem jest tak, że Empik wcale nie chce brać towaru, tylko Empik chce, żeby u nich wykupywać usługi reklamowe. I wtedy łaskawie weźmie ten towar. Więc to jest ta różnica.

> To jest problem taki, że Matras zwłaszcza obniża ceny książki, bo kupuje bezpośrednio u wydawców. I w ten sposób walczy z Empikiem, że sprzedaje poniżej ceny katalogowej, często nowości. Ale z książek, które sprzedaje Empik po pełnej cenie, dociera do mnie jeszcze mniej pieniędzy

45 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: sposoby dystrybucji książek; najważniejsze nośniki; przemiany i trendy w dystrybucji; relacje z dystrybutorami i ocena ich działania; własne kanały dystrybucji; instytucje reprezentujące graczy.

> niż z książek, które sprzedaje Matras po cenie zniżonej. [...] No tak, no bo w tej chwili to jest 50% już, a jeżeli się wchodzi w promocję półkową w Empiku, to potrafi dojść do 75%.

Część małych wydawców decyduje się więc na rezygnację ze współpracy z Empikiem i innymi sieciami i kieruje swoją ofertę do księgarń indywidualnych, jednak one także nieprzewidywalnie regulują rachunki:

> Ja mam to szczęście i nieszczęście, że z żadnym z tych [dużych dystrybutorów] nie współpracuję, ale nie zazdroszczę tym, którzy z nimi współpracują. Znaczy: z jednej strony jest to super rynek zbytu, a z drugiej co to za rynek zbytu, jeśli nie płacą, tak więc w zasadzie chyba nie ma czego żałować. Natomiast niestety tak samo się dzieje nam na rynku księgarni, co jest smutną rzeczą. No bo załóżmy, że się dogadujemy z księgarnią na wysłanie naszych książek, kwoty są żenująco niskie, bo to jest po kilkaset złotych, a oni po sprzedaniu książek mówią, że nie mają pieniędzy.

Duże wydawnictwa o mocnej pozycji dysponują narzędziami nacisku na monopolistę – same bowiem mają monopol w zakresie wydawania poczytnych autorów i autorek czy książek reprezentujących zjawiska na rynku, które gwarantują zyski:

> Ale zawsze Wydawnictwo x albo taki Wydawnictwo y są z góry na troszeczkę lepszej pozycji, bo mamy więcej kart przetargowych. Tak samo jak z Empikiem. Empik zupełnie inaczej z nami rozmawia, bo wie, że jeżeli będą wymagać od nas zbyt wielkich rabatów albo będą stosować innego rodzaju sztuczki, to my odpowiemy tym, że na przykład nie dostaną nowej książki Popularnej Autorki. A to nie jest tak, że Empik po prostu sobie przyjmuje książki albo ich nie przyjmuje, bo oni też mają swoje plany i swój obrót, który muszą wykonać, i oni na taką książkę Popularnej Autorki co roku czekają, bo oni wiedzą, że ona im przyniesie kilka milionów obrotu. Więc w przypadku takiego wydawnictwa, które ma takie karty przetargowe, sytuacja jest jeszcze inna.

Duże wydawnictwa dysponują również kapitałem i strukturą umożliwiającą uruchomienie własnej efektywnej dystrybucji, dzięki czemu mogą zrezygnować z pośredników. Podobna gra odbywa się w sferze rozprowadzania publi-

kacji przez internet, zarówno gdy mowa o książce papierowej, jak i w przypadku książki elektronicznej. Zakładanie własnych serwerów do dystrybucji e-booków lub internetowych księgarni jako spółek-córek to strategie uniezależniania się od monopolu najważniejszych graczy poprzez konkurencję.

W tym kontekście wydaje się, że opisane wcześniej przywiązanie do papieru stanowi histerezę (inercję habitusu), działa na niekorzyść małych i średnich wydawnictw, dla których najważniejsze (o najszerszym zasięgu) kanały sprzedaży detalicznej okazują się nieosiągalne. Jeśli jednak, zgodnie ze spostrzeżeniem Pierre'a Bourdieu, sieć niezależnych punktów zbytu stanowi warunek zachowania autonomii pola, to małe i średnie oficyny postępują adekwatnie: część ma własne księgarnie lub jest zrzeszona w ZMOW-ie (Związek Małych Oficyn Wydawniczych z Ambicjami), inne dywersyfikują dystrybucję, próbują rozwijać własne sklepy internetowe lub – niektóre – rozpowszechniają publikacje za darmo w internecie. Wszystkie wskazane działania mają na celu uniezależnienie się od największych dystrybutorów hurtowych i detalicznych oraz poszerzenie odbioru. Doskonałym przykładem jest tu wydawnictwo poetyckie funkcjonujące przede wszystkim w sieci, którego nakłady – oznaczające w tym przypadku liczbę pobrań oraz czytań *online* – sięgają 1000 i więcej „kliknięć", co kilkakrotnie przewyższa tradycyjną sprzedaż tomików (ich nakład waha się często w granicach 300–500 egzemplarzy). Przy obecnym podporządkowaniu małych oficyn dystrybutorom taka strategia pozostaje radykalnie awangardowa i heretycka – całkowicie pomija rynek jako taki (także jakiekolwiek przychody z działalności i wynagrodzenia) oraz aktorów związanych z polem ekonomicznym.

3. NOWI AKTORZY W POLU – AGENCI, REDAKTORZY PROWADZĄCY, SPECJALIŚCI PR-U

W myśleniu o uniwersum literackim ważną rolę odgrywają nowi aktorzy w polu. Pojęcie to określa całkowicie nowe funkcje (agenci, działy PR-u) lub też te na nowo zdefiniowane (redaktorzy prowadzący w wydawnictwach). W obu przypadkach stanowią one efekt znaczących zmian, jakie zaszły w polu literackim w ciągu ostatniego dwudziestopięciolecia. Na wstępie warto też zaznaczyć, że wszyscy nowi gracze definiują swoje role, umieszczając się na styku literatury i biznesu, określają się ponadto jako mediatorzy pomiędzy tymi obszarami. Istotność owych funkcji dla zrozumienia logiki i reguł rzą-

dzących polem zasadza się również na tym, że wymienieni aktorzy pośredniczą między dotychczasowymi aktorami uniwersum literackiego.

Niniejsza część raportu opiera się na sześciu wywiadach pogłębionych przeprowadzonych z aktorami określającymi się jako agenci i agentki literaccy (dla wyjaśnienia: agencje literackie wykonują usługę PR-owską zlecaną przez wydawnictwa na zasadzie outsourcingu) oraz częściowo na wywiadach z redaktorami i redaktorkami (korzystam tu z tych fragmentów rozmów, które odnoszą się do strategii funkcjonowania wydawnictw, a dokładnie prób zdefiniowania swoich ról przez poszczególnych aktorów). Przedstawiona poniżej analiza ma na celu ukazanie metod działania agenta i redaktora, ich wykształcenia, przeszłości zawodowej, a także sposobów pośredniczenia, relacji z innymi aktorami w polu oraz stylu pracy.

Wywiady zostały przeprowadzone przez Ewelinę Sasin. Następnie rozmowy spisano i zakodowano przy użyciu programu MAXQDA.

3.1. Definicja zawodu agenta

W społeczeństwach zachodnich zawód agenta pojawia się pod koniec XIX wieku. W Polsce podmioty określające się jako agencje literackie zaczynają funkcjonować blisko sto lat później, na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Wiąże się to niewątpliwie z transformacją ustrojową, rozwojem rynku książki na podstawie zachodnich standardów, jak również z rozkwitem branży tłumaczeń, powstaniem międzynarodowych targów książki oraz festiwali literackich. Potrzeba wykształcenia się funkcji agenta, podobnie jak na Zachodzie, wyłania się i rozwija przy instytucjach zajmujących się prawami autorskimi, które pośredniczą między poszczególnymi oficynami, głównie na linii wydawca krajowy – wydawca zagraniczny. Następnie ewoluuje ona w kierunku powstania i rozkwitu agencji reprezentujących polskich twórców na rynku rodzimym oraz na rynkach zagranicznych. Według internetowego katalogu Instytutu Książki w kraju działa obecnie jedenaście takich agencji, podana liczba jest jednak niepełna[46].

Nowy zawód wymaga samookreślenia się, warto zatem na początku przywołać definicje i pola działalności wskazane przez badanych agentów. Ich praca, według nich samych, polega przede wszystkim na pośredniczeniu

46 Z listą agencji literackich można zapoznać się na stronie Instytutu Książki [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/agencje-literackie,rynek-ksiazki.html> [dostęp: 15 czerwca 2014].

między pisarzami i pisarkami a wydawcami oraz na ogólnym doradzaniu poszczególnym podmiotom, jakkolwiek część rozmówców wspomina również o kreatywnym udziale agenta w polu, a więc wprowadzaniu w uniwersum literackie nowych zjawisk, trendów czy nazwisk:

> Nasza agencja będzie robić dwie rzeczy głównie: pośredniczyć między autorami a wydawcami, czyli pomagać autorom w szukaniu wydawców, a druga rzecz to organizować spotkania autorskie.

> I to jest jedna rzecz, którą próbuję się zajmować – wymyślanie i pozyskiwanie nowych autorów.

> Ktoś się mnie pyta, co robię, i mówię: agent literacki, i widzę tutaj ciemność w oczach, to wtedy tłumaczę, że tak jak agent nieruchomości. Tylko że tam są przy rynku nieruchomości, z tym są związane ogromne pieniądze, natomiast tutaj jest trochę, zdecydowanie mniej.

Wszyscy aktorzy w polu jednogłośnie przyznają, że zawód agenta w Polsce jest jeszcze płynny, ciągle się rozwija, tym samym dopiero definiuje się i dostosowuje do panujących w kraju warunków. Na razie w znacznej mierze opiera się na działalności projektowej, wykonywaniu bardzo wielu niewielkich skalą usług:

> Pisarz zarabia grosze. A ja mam grosze od tych groszy. No więc [...] to ma sens wtedy, kiedy tego jest bardzo dużo. To samo jest z tymi spotkaniami autorskimi. Tam jest trochę więcej pieniędzy. Też działamy na tej zasadzie, że mamy prowizję od honorarium autora. No ale znów: to ma sens, kiedy tego jest bardzo dużo.

> Pomagam też przy tych spotkaniach autorskich, bo to jest strasznie dużo takiego dziubdziania się. Jedno spotkanie niekiedy wymaga kilkunastu maili, telefonów, odwoływania, zmieniania, przesuwania i tak dalej.

W związku z zarysowaną sytuacją pozycja aktora w polu nie jest klarowna. Osoby, które założyły agencje literackie, zajmują się między innymi: tłumaczeniami, pomocą w self-publishingu, promocją książek, organizacją spotkań literackich, skautingiem. Respondenci i respondentki deklarowali więc z reguły szerokie rozumienie mediacji:

> [...] wydaję ludziom książki za ich pieniądze, [to] ten self-publishing.

> Różnego rodzaju pośrednictwo. Czasem ktoś chce coś przetłumaczyć, to ja kontaktuję go z tłumaczem i za to tam drożej sprzedaję, niż kupuję.

Jeszcze innym pomysłem na pośrednictwo jest kompleksowe przygotowanie książki dla wydawcy:

> I zaczęliśmy się zajmować ze wspólnikiem, partnerem biznesowym, czymś, co się nazywa packaging, czyli wydawanie, nie tyle wydawanie książek, co sprzedawanie usługi wydawniczej. Czyli produkowaliśmy książkę na zlecenie. Czyli nie zajmowaliśmy się handlem i dystrybucją, sprzedażą, tylko wyszukiwaliśmy na rynkach zagranicznych rozmaitych propozycji. Jeżeli ktoś uznał, że ta propozycja jest warta wydania, to myśmy wszystko robili: od umowy o prawa poprzez tłumaczenie, skład. No wszystko do momentu, kiedy ten nakład wjeżdżał do magazynu odbiorcy.

Jako kolejną formę mediacji próbowano wprowadzić, sprawdzone na zachodnich rynkach, pośrednictwo między autorami i autorkami materiałów dziennikarskich (pisarze i pisarki, osoby zawodowo zajmujące się dziennikarstwem) a poszczególnymi tytułami medialnymi, co ostatecznie zakończyło się niepowodzeniem:

> Więc właściwie dlatego freelancerstwo, taki freelancing w Polsce w ogóle nie działa, bo autorzy, nawet jeżeli nie mają etatu, a najczęściej nie mają, to są, dwa razy opublikują w jakiejś gazecie i są już uznani za autora tej gazety, i nikt już ich nie wyda, co oczywiście [jest] chore i nie powinno tak być, ale niestety nie udało się, tak.

Badani agenci i agentki zgodnie przyznają, że w obrębie pola literackiego nie ma drugiego zawodu, który tak mocno i szybko się zmienia ani który tak bardzo wymaga szkoleń, wiedzy z zakresu prawa autorskiego, zasad działania mediów, a jednocześnie znajomości zjawisk i trendów literackich w Polsce i za granicą:

> Poza tym zapisałam się na kurs, bo dużo się szkolę, i żeby było jasne, ja naprawdę chodzę systematycznie – przynajmniej raz, dwa razy do roku – na porządne szkolenie. Właściwie w tej chwili to dwa razy do roku. [...] Na

> przykład w tej chwili właśnie [temat takiego szkolenia, na które chodzę, to] marketing w sieci. I wszystkie adwordsy, pozycjonowania i tak dalej.

> Więc jak się chce być agentem, w tej branży pracować, to nie można tak sobie usiąść. Po prostu to się tak zmienia, że się wypada z rynku.

Agent jest więc osobą, która posiada wszechstronną wiedzę, właściwą wielu polom (media, PR, przemysły kreatywne, zarządzanie i marketing, historia literatury i kultury, teoria i praktyka przekładu), co daje możliwość nie tylko pracy w kilku różnych obszarach, lecz także niwelowania niepewności wynikających chociażby z rozwoju tego zawodu w Polsce. Wiąże się to z paroma czynnikami, w tym między innymi wzrostem dbałości o wizerunek, promocją jako najistotniejszą częścią procesu wydawniczego, profesjonalizacją umów odnoszących się do problemu praw autorskich, a także do samego zakresu i charakteru pośrednictwa:

> Jak zaczynałam, to był totalny luz i w ogóle do głowy by ludziom pewne rzeczy nie przyszły, a teraz praktycznie każde zdjęcie 500 razy oglądamy, zanim użyjemy: a czy to wizerunek, a czy podpisany fotograf, a jak prawa?

W rezultacie zarysowanych już tu dywersyfikacji działań oraz ciągłego kształtowania się zawodu agenta pozostali aktorzy w polu wykonują gesty, które łamią zasady współpracy, innymi słowy: nie przestrzegają reguł w relacjach autor–agent–wydawca (respektowanych w sposób oczywisty w innych krajach, gdzie ten zawód rozwinął się i funkcjonuje na rynku pracy). Jako jeden z przykładów można wskazać następujące naruszenie stosunków między wydawcą a agentem:

> Po czym się dowiaduję, że wydawnictwo zawarło z nim umowę na kolejną książkę, ale już beze mnie. I teraz: gdybyśmy byli w Stanach, to wydawca nie zrobiłby czegoś takiego.

Powszechnym zjawiskiem pozostaje również niezrozumienie roli agenta przez samych pisarzy i pisarki, na co wymownie wskazuje przywołany poniżej brak profesjonalnego zachowania:

> Ja ją rozesłałam szybko tego samego dnia rano. Napisałam do czterech wydawców. Jeden mi napisał: „Słuchaj, ale to wszędzie poszło. Nawet

> do działu handlowego wysłał". No to już wiem, że facet jedzie na kilku koniach. Ale w zasadzie ludzie tego nie rozumieją. Że jak się wysyła do agenta, to się nie wysyła do wydawcy.

Inny przykład obrazuje z kolei zjawisko nielojalności i nieuczciwości twórcy względem agenta:

> [...] raz mi się zdarzyło, że współpracowałem z autorem przez parę miesięcy. Wysyłałem mu swoje uwagi, on robił poprawki, przysyłał mi. Tak parę tych interakcji było. Oczywiście nie, że przez parę miesięcy nic innego nie robiłem, ale trwało to dość długo, a potem mi powiedział: „Bardzo panu dziękuję, wie pan, postanowiłem z tym pójść do Redakcji x, bardzo panu dziękuję, bardzo mi pan pomógł".

Nadążanie za nowymi trendami w literaturze i jej promowaniu, uczestniczenie w licznych szkoleniach z rozmaitych dziedzin oraz przystosowywanie się do nieustannych zmian w ustawodawstwie decydują o pewnej płynności czy wręcz nieprzewidywalności zawodu, a więc i o żyłce hazardzisty, która podobno cechuje prawie każdego agenta literackiego w Polsce.

3.2. Określenie misji

Tylko jedna osoba spośród rozmówców ma wykształcenie ekonomiczne, wszyscy pozostali zdobyli wiedzę z zakresu nauk humanistycznych, co więcej, akcentują to jako wymóg pracy w swojej profesji. Podkreślają, że zawód agenta literackiego to zajęcie, którego wykonywania nigdzie nie można się nauczyć, rodzaj powołania, misji, oparty na trudnej do zdobycia wiedzy. Jeden z respondentów deklaruje nawet, że do tej grupy zawodowej nie da się dołączyć tak po prostu, „z ulicy":

> To jest taka branża, że tutaj jednak jest trochę tak uczeń–mistrz.

Inny z agentów uznaje, że najważniejsze dla odnalezienia się w tej pracy jest posiadanie pewnego zespołu odniesień, który buduje się latami, co trzeba rozumieć jako rodzaj bycia w sieci, znajomości środowiska, networkingu. Wszystko to w połączeniu dopiero z odpowiednią wiedzą decyduje o sukcesie w sprzedaży tytułu bądź nawiązaniu kontaktu z wydawcą:

> Trzeba się znać na książkach. Trzeba mieć mocne ugruntowanie w środowisku, bo jeśli ktoś tworzy agencję, a nie zna ludzi, to też nic nie wygra. Mnóstwo takich agencji powstawało. Ludzie myśleli: „Teraz ja będę miał agencję. Będę prowadził". A to nie jest tak, że można sobie zrobić agencję. Można sobie naobiecywać.

> Trzeba być zainteresowanym literaturą, po prostu trzeba być zainteresowanym literaturą.

Wybór omawianej profesji wiąże się z przeszłością zawodową danego respondenta lub respondentki – jako miejsce zatrudnienia przed założeniem agencji literackiej wskazywano najczęściej wydawnictwo czy różnego rodzaju media (w tym program radiowy o książkach), wspomniano także o niesprofesjonalizowanym reprezentowaniu bliskich i znajomych w kontaktach z oficynami i mediami. Co ciekawe, zawód ten postrzega się też czasem jako swego rodzaju los, fatum:

> Ja wielokrotnie mówiłam: „Kurczę, już koniec z tymi książkami, zajmę się czymś innym". Potem się wraca. Po prostu książki się kocha, to są takie książkoluby, czy ta książka jest w takiej formie, czy innej, nieistotne.

Praca agenta literackiego ściśle łączy się, jak już podkreślano, z zagadnieniami związanymi między innymi z zarządzeniem i marketingiem. Warto tu jeszcze dodać, że agenci nazywają pisarzy i pisarki oraz wydawców „klientami", agencje „firmami", a swoją pracę „biznesem". W tym kontekście tym bardziej znamienne (i zaskakujące) okazują się wypowiedzi na temat potencjalnego zbliżenia się i współpracy z profesjonalistami z tych właśnie dziedzin:

> Najgorsi kandydaci to byli ludzie, którzy mówili, że mają marketing i zarządzanie, to był dramat, ponieważ to były osoby, które myślały, że znają się na marketingu i zarządzaniu.

> Niech Pan Bóg broni wszelkie marketingi, zarządzania i tym podobne cuda na kiju.

Agenci określają swoją pracę jako połączenie dwóch obszarów – biznesu i literatury, mimo to zdecydowanie rozgraniczają obie te sfery: obok studiów

humanistycznych deklarują kursy oraz szkolenia w zakresie PR-u, prawa autorskiego czy podstaw zarządzania:

> Znaczy wydaje mi się, że to jest taka praca, która się idealnie sytuuje na styku tych dwóch obszarów, bo to jest praca z autorem, praca z tekstami, ale jednak na samym końcu tego wszystkiego, całej tej pracy jest sprzedaż licencji, się rządzi prawami i też jakieś wynagrodzenia, i też jakieś umowy biznesowe, prawda? Więc, no tak, wydaje mi się, że to jest trochę literacko, trochę biznesowe.

> Praca agenta to jest po prostu praca typowo sprzedażowa, trzeba mieć trochę umiejętności właśnie sprzedaży, a ja się w tym bardzo dobrze odnalazłam, także to połączenie takich jakby umiejętności trochę ekonomicznych, wiedzy ekonomicznej, ale też po prostu kontakt z literaturą.

> Ogólna, nie wiem, ogłada książkowa plus jakaś tam znajomość rynku wystarcza.

Zawodu agenta, jak zaznaczono wcześniej, nigdzie nie można się nauczyć, jedyną możliwością pozostaje tu tylko wspomniane już wieloletnie wprowadzanie w tajniki profesji poprzez relację uczeń–mistrz, budowaną najczęściej podczas pracy z autorami i autorkami oraz w wydawnictwach. Nawet jeśli agent lub agentka przyjmuje do pracy czy też pomocy kogoś z wykształceniem humanistycznym (co jest wymogiem), musi tej osobie poświęcić około roku, żeby nauczyć ją fachu i skutecznie wyeliminować klisze wyniesione ze studiów, które uniemożliwiają otwarcie się na rynek i zachowania biznesowe:

> Tekst promocyjny i młody człowiek pisze esej, to ja mu ten esej ciacham i uczę tą osobę, że z tych dwóch stron to trzeba zrobić tak jedną trzecią strony.

Oprócz wiedzy o rynku książki oraz orientacji w najnowszych zjawiskach w literaturze podkreśla się znajomość języków obcych jako podstawowy wymóg pracy w zawodzie agenta, co w rzeczywistości dyskwalifikuje wiele potencjalnych kandydatów:

> Dawni poloniści to są ludzie z jednym językiem, to znaczy językiem polskim, czyli niestety bez znajomości języka jakiegoś, a najlepiej dwóch to

> właściwie nie ma powodu, nie ma możliwości tu pracować. Jeżeli mówię o filologach obcych, że oni się sprawdzają, bo po pierwsze mają wrażliwość literacką, a po drugie zwykle po filologii obcej oprócz polskiego zna się dobrze dwa języki.

3.3. Strategie pośredniczenia

Funkcja agenta polega na pośredniczeniu, a zatem działając w imieniu autora czy autorki, proponuje on danej oficynie publikację książki, negocjuje stawki oraz warunki umowy, podpisuje dokumenty, rozlicza się z wydawcą. Decyduje również lub współdecyduje o wizerunku zarówno autora czy autorki, jak i samego produktu (mowa tu tak o zawartości książki, jak i o jej okładce) oraz o strategii promocji. Agent prowadzi projekt przez kilka lat, a dokładnie przez tyle czasu, ile książka pozostaje w sprzedaży (to osoba, która inicjuje i kończy projekt). Stale i blisko współpracuje ponadto z prawnikiem i księgowym. W polskich warunkach wynagrodzenie za pośrednictwo waha się w granicach 10–15% od kwoty, jaką otrzyma autor lub autorka – takie zapisy widnieją w umowach agencyjnych:

> Obejmuje zasady współpracy agencji z kontrahentami, czyli taka umowa musi mi dać prawne umocowanie do tego, żebym ja mogła negocjować w imieniu autora. Negocjować warunki, stawki, terminy, ale też różne dodatkowe rzeczy: na ile chce udzielać swojego wizerunku w trakcie promocji, na ile nie chce, na ile można wykorzystywać inne jego rzeczy, inne jego prace, na ile nie.

Agenci oraz agentki deklarują również, że dzięki ich pośrednictwu niwelowana jest potrzeba kontaktu pisarza czy pisarki z wydawnictwem:

> Są autorzy, którzy nie widzieli swojego wydawcy na oczy. […] Ja to wszystko rozsyłam, podpisujemy pocztą, wysyłamy skany. No i tak to działa.

O tym, że wydawca nie musi spotykać się z twórcą, decyduje umowa podpisywana nierzadko tylko między agentem a wydawcą. Dalsze ustalenia przebiegają na linii autor–agent:

> […] czasami jest tak, że też z tymi takimi bardziej zaprzyjaźnionymi wydawcami, że umowa jest dwustronna, że podpisuje wydawca i ja w imieniu au-

> tora. Mam upoważnienie od autora na to, żeby tę umowę podpisać. A czasami jest umowa trójstronna, że są trzy podpisy: wydawcy, autora i nasz.

Agencje i działy PR-u decydują też o wizerunku pisarza lub pisarki, strategiach kampanii reklamowej, sesjach zdjęciowych, wyglądzie okładki, o tym, do jakiej grupy docelowej skierować książkę, jak również o tym, w jakich mediach autor czy autorka może lub powinna udzielić wywiadu. A zatem informacje, które docierają do czytelnika i czytelniczki, stanowią efekt wielopoziomowej pracy pośredników:

> Dla mnie okładka jest narzędziem promocji. Jeżeli mam marną okładkę, marny plakat, marny obrazek w internecie, no wszystko mamy marne, to mamy obcięte ręce. Ależ oczywiście, że firma, agencja musi mieć wpływ na produkt. Inaczej nie da rady.

Respondenci i respondentki podkreślają, że nie sprzedają wyłącznie literatury, jakkolwiek dobra ona by była. Mówią raczej o kontencie czy produkcie. Jako jedną z istotnych zmian w uniwersum wydawniczym w trakcie ostatniego dwudziestopięciolecia wskazują obecnie już powszechne zrozumienie faktu, że PR stanowi podstawę funkcjonowania książki na rynku:

> Skończyły się czasy, kiedy ktoś mówił: po co mi jest promocja? Już tak nie ma. Były takie czasy, że właściwie wydawałoby się, że jak jest dobra książka i jest pan Józio, który umie sprzedawać, to właściwie już nic więcej nie potrzeba[47].

Siła krytyki literackiej jest znikoma, a sami krytycy także są postrzegani jako nieważni aktorzy, o pozycji twórcy w polu i jego recepcji decydują zatem pośrednicy. W związku z tym, że w dużych wydawnictwach książkę traktuje się projektowo, promocja konkretnego tytułu, zwłaszcza trudniejszego, często zlecana jest na zasadzie outsourcingu agencjom PR-owskim lub agencjom literackim.

47 Podobnie wypowiada się jedna z respondentek w badaniu dotyczącym wydawnictw (zob. rozdz. *Struktura i dynamika uniwersum wydawniczego. Analiza jakościowa*). To przekonanie odnosi się jednak specyficznie do obszaru heteronomii i nie jest w pełni podzielane w całości pola. Więcej na ten temat zob. podrozdz. *Strategia wobec pól zewnętrznych: promocja, kontakt z mediami*.

> Także w dużym stopniu moja praca to jest wymyślanie, szukanie historii. To wcale nie jest tak, że się to z sufitu bierze, tylko wyszukać dlaczego Iksińskiego ta książka powinna zainteresować. W jakim kontekście mu to przedstawić, żeby to on powiedział: „Kurczę, to dla mnie!". I tak to jest.

> I to można w coś ubrać, w jakąś opowieść, po prostu promowanie się już bardzo, bardzo zmieniło. Jeżeli ktoś mi mówi: „Wypromuj mi tą książkę, bo to jest dobra literatura", no to to, że jest to dobra literatura, to jeszcze wcale nie znaczy, że my to wypromujemy. Myślę, że tak jest teraz i że po to ludzie mnie wynajmują, prawda. Trzeba mieć do tego opowieść.

Przywołane opinie potwierdza redaktor dużego wydawnictwa, który zauważa przemiany w uprawianiu krytyki literackiej czy w sposobie pisania i mówienia o książkach w ogóle – następuje tu, według niego, przeniesienie uwagi z samej publikacji i jej treści na towarzyszący jej „temat":

> Bo książka dzisiaj jest najczęściej przyczynkiem do jakiegoś tekstu o problemie społecznym. Trudno byłoby mi wskazać krytykę literacką w tym kraju. Jest to obszar notek dziennikarskich, jakichś takich dużych tekstów, gdy autorka albo tekst ciągnie za sobą jakieś zjawisko, jakiś trend, jakiś mit, jakąś etykietę.

Opisany tu proces przeniesienia akcentu z publikacji jako takiej (jej treści) na „wydarzenie", „temat" albo na autora czy autorkę jako postać medialną jest obecnie zjawiskiem typowym. Jeden z respondentów zauważa, że nie bez znaczenia dla wysokiej sprzedaży książek Alice Munro pozostaje osobowość samej kanadyjskiej pisarki oraz że pojawienie się polskiego autora czy autorki w popularnym programie telewizyjnym w paśmie wieczornym skutkuje kilkakrotnym wzrostem sprzedaży publikacji w ciągu następnych dni, tak „jakby ludzie byli zaprogramowani". W innym wywiadzie przywołany został przykład stworzenia „tematu" przez samą autorkę wraz z wydaniem książki: „była właśnie pokazywana jako osoba, która, dla której życie zaczyna się po emeryturze". Rolą agenta czy agentki jest więc także dostarczenie „historii", „tematu", który będzie towarzyszyć publikacji.

Trendy czy „opowieści" pozostają również istotne przy sprzedaży praw autorskich polskich pisarzy i pisarek na rynki zagraniczne, niemniej ze względu na znikome zainteresowanie rodzimą literaturą działa w tym polu niewielu agentów:

> Tak jak jakiś miesiąc temu ukazał się bodajże w „New York Times" artykuł o polskim kryminale, że teraz już skandynawski już jest *démodé* i teraz oto nadchodzi polski kryminał. No i tam było wymienionych kilku autorów, większość to oczywiście z Wydawnictwa x, bo oni mają taką rozbudowaną listę i poza tym ich książki się też ukazują po angielsku. Z tym jak redaktor w „New York Times" pisze o polskim reportażu, no to co sobie wygoogla, to mu wyskakują takie, a nie inne książki, które się ukazały po angielsku, i była to też na przykład Pisarka x, i to spowodowało ciekawe zjawisko, że nagle wszyscy wydawcy tak akurat rzucili się na te książki. I opowiadały mi właśnie osoby z Wydawnictwa x, że podczas gdy na przykład przez pół roku czy rok wysyłały oferty książek do wydawców angielskich i nikt im już nie odpisał albo odpisywali tylko, że nie, tak ci sami wydawcy po przeczytaniu tego artykułu postanowili na pniu kupować pakiety całe tych książek, co też świadczy o wydawcach. Czy też o tym, jak czytają maile.

Agenci oraz agentki, tak jak redaktorzy prowadzący w wydawnictwach, ingerują w tekst, dbając o jego przydatność rynkową, a także dzielą się z autorami i autorkami doświadczeniami odnośnie do sprzedaży podobnych tytułów czy znajomości trendów literackich:

> Miałam taką autorkę, fajnie nam rokowała finansowo, bo bardzo dobrze się sprzedawała. Chyba najlepiej ze wszystkich. Ale tak. Ja jej wycięłam 100 tysięcy znaków w książce. A ona poszła do wydawnictwa, wycięli jej drugie 100 tysięcy znaków. No i sprzedała się, nawet nieźle. Ale się obraziła. Na nas, na agencję, na wszystkich.

> [...] jednemu facetowi kiedyś zasugerowałem, że powinien zmienić kolejność rozdziałów, że to, co było na początku, nie powinno być na początku, tylko trochę głębiej, a to, co było głębiej... on do dzisiaj ile razy mnie widzi, mówi – książka się zresztą ukazała na rynku – zawsze mi mówi: „O Jezu, jak to dobrze, że tyś mi powiedział, bo to był genialny pomysł". Czasem się mówi, że postać za mało wyrazista, żeby jej coś tam dodać, czasem się mówi, różnego [typu rzeczy], skrócić często się mówi, czasem się mówi, że jakiś wątek warto byłoby trochę rozbudować.

Jako że agenci i agentki znają swoją rolę jako pośrednika, cechuje ich także pokora:

> A poza tym to myślę, że to, co jest ważne, to słuchać, czego od nas chcą klienci, bo klient nasz pan, prawda?

Warto przypomnieć, że określenie „klient" może odnosić się, tak jak w tym przypadku, zarówno do wydawcy, jak i do pisarza lub pisarki.

W związku ze specyfiką polskiego rynku książki agenci i agentki dopasowują strategie ofertowe, jak również sprzedażowe nowych tytułów do konkretnych wydawców:

> Rzadko jest tak, żebym tę samą rzecz, tak jak robią to agenci zagraniczni, oferowała od razu kilku wydawcom. To w Polsce nie działa, nie działa żadna sytuacja pod tytułem „aukcja" i kto da więcej, kto da lepsze warunki. Nie ma tak, nikt się tak o autorów nie bije, może jakby przyszedł księgarz i powiedział: „Dam wam". Więc też żeby uniknąć takiego właśnie posądzenia, że ja tutaj zmuszam do rywalizacji, najczęściej nie oferuję wydawnictwom równolegle, dokładnie w tym samym czasie tego samego. Raczej staram się to wydersyfikować.

Niepewność zawodu agenta wynika również z samych relacji z oficynami, braku terminowych i wiążących odpowiedzi odnośnie do wydania książki czy form zgłaszania nowych tekstów:

> Są wydawcy, którzy mówią: „U nas to trwa cztery miesiące", i to trwa cztery miesiące rzeczywiście. Są wydawcy, którzy mówią: „To trwa u nas dwa miesiące", i to trwa dwa miesiące. A są tacy, którzy nic nie mówią, i nie wiadomo. Z jednym się wożę od roku z jedną książką. Ciągle mi mówią, że jeszcze nie wiedzą, że jest w recenzji, że ktoś tam czyta, ale to już trwa rok, to już straciłem jakąkolwiek nadzieję.

Przy omawianiu relacji między agentami a wydawcami respondenci i respondentki wskazywali przede wszystkim na cechujący je wzajemny szacunek. Agenci pozostają użyteczni dla dużych oficyn, ponieważ stanowią pierwsze sito redaktorskie, proponują teksty już przebrane (wybrane spośród bardzo wielu propozycji), nierzadko też wstępnie opracowane (po ingerencji w tekst), poza tym umożliwiają ograniczenie kontaktów na linii wydawca–twórca:

> A poza tym my bierzemy [to] też na siebie, nie wiem, jak autor tam ma tam jakieś roszczenia, jak szaleje, [ma] jakieś wymagania i tak dalej, my

> to jakby buforujemy też między autorem a wydawcą, w drugą stronę też staramy się.

> [...] wydawcy lubią pracować z agentami, bo mają wtedy do czynienia z osobą rozważną, która zna realia procesu wydawniczego i która wytłumaczy czasem autorowi, że ma wizję artystyczną. Nie mówię, że to jest źle, ale że czasem, no, jakby autor jest tak bardzo związany ze swoją książką, ja to rozumiem, bo to jest jego jakby jego dzieło, jego dziecko, i czasem nie można mu niektórych rzeczy wytłumaczyć, że coś trzeba było zmienić.

Według agentów i agentek samo nawiązanie kontaktu i możliwość sprzedaży praw wiąże się właściwie tylko z uprzednim, nierzadko wieloletnim networkingiem, zdecydowanie mniej jest to związane z realną konkurencyjnością bądź wysyłaniem profesjonalnych ofert. Jedna z respondentek podsumowała to następująco:

> Tylko z polecenia. To znaczy [...] można dać ogłoszenie czy wysyłać jakieś oferty. Ale ja sama wiem – przecież każdy myśli logicznie i właściwie na dzień dobry takie oferty wywala do spamu. No bo dzisiaj tak to jest, nie? Kto ma czas czytać oferty?

Polecenie działa także w drugą stronę: twórcy rekomendują sobie agentów i agentki, żaden z pośredników nie zamieszcza ogłoszeń o poszukiwaniu klientów czy klientek do reprezentowania.

Agencje literackie świadczą również usługi tak zwanego skautingu, czyli szukania konkretnych pisarzy i pisarek oraz tekstów na zamówienie wydawcy:

> Tak, zgłaszają się z pytaniami, na przykład że szukają autora, który mógłby być gwiazdą oficyny. Kogoś, kto by był skłonny współpracować na przykład na takiej zasadzie, żeby pisał na zamówienie. Są wydawnictwa, które szukają wakacyjnych książek, inne szukają kryminałów, tamte thrillerów, to mi mówią. Jak jestem [u nich], to się pytam: „Co byście chcieli, co was interesuje?". Wtedy też wiem, co jest na topie w tym momencie. I to ułatwia mi robotę, a im też, mam nadzieję.

Wszyscy rozmówcy zgodnie podsumowują, że podstawą ich pracy jest dobro klienta lub klientki, czują się ich sojusznikami, w szerszym niż biznesowym sensie, wskazują także na etos pracy w zawodzie (zdarzają się agencje,

które na swoich stronach internetowych zamieszczają kodeks agenta). W ich profesji nie chodzi jedynie o zarobek, ale również – jak podkreślają – o wydanie książki i trzymanie się pewnych zasad i wartości.

Badani agenci i agentki jednogłośnie deklarują niechęć do współpracy z celebrytami, jednocześnie też mówią o braku zainteresowania eksperymentami w literaturze czy poezją:

> Ponieważ nie było to zgodne z moim wyobrażeniem o standardach pracy. Tak samo pewnych rzeczy nie biorę, żeby nie psuć sobie marki. Także to też jest tak, że trzeba umieć wybrać, prawda? Czasem sobie powiedzieć: gdzie biznes, a gdzie marka?

3.4. Redaktor prowadzący jako redaktor-wydawca i product manager

Znaczącą zmianę zauważyć także można w samej funkcji redaktora w dużych wydawnictwach, gdzie wprawdzie ciągle mówi się o redaktorach czy redaktorkach prowadzących, niemniej zasadniczo funkcja ta sprowadza się już do obowiązków product managera. Taki redaktor, podobnie jak agent, działa projektowo, a jego zadanie polega na poprowadzeniu całego procesu publikacji książki – od fazy wstępnego przyjęcia tekstu do końcowych rozliczeń. Na projekt wydawniczy składa się zatem wykonanie następujących czynności: zgłoszenie tekstu do planu wydawniczego; nadzorowanie opracowania tekstu; zebranie zespołu oficyny, podczas którego tekst musi zostać odpowiednio zaprezentowany działom handlowym i promocji oraz zarządowi wydawnictwa; uczestniczenie w procesie kalkulacji kosztów; pośredniczenie przy wyborze okładki; nadzorowanie samej produkcji; kontaktowanie się z działami promocji i handlowym; kontrolowanie sprzedaży książki; wreszcie ostateczne skompletowanie *dossier* promocji. Podczas kolegium wydawniczego w dużej oficynie redaktor prowadzący rekomenduje tekst przed zarządem, działami PR-u i handlowym, sam natomiast nie ma prawa głosu przy podejmowaniu decyzji. Funkcja redaktora zmienia się zatem z pracy nad tekstem jako takim do zarządzania pracą nad całym projektem. Jeden z rozmówców podsumował tę zmianę, porównując dawny model wydawnictwa z jego modelem najnowszym:

> Tak, [praca redaktora była] głównie skupiona na tekście, to była o wiele mniejsza [współpraca] między działami, wręcz jej nie było. Redaktora

> nie obchodziło, co będzie działo się z tekstem albo z książką albo jak ona się sprzeda albo nie sprzeda. On miał mieć pewność, że tekst jest odpowiednio przygotowany. Teraz tak już nie jest. Teraz jest zupełnie inaczej.

Obecnie redaktor nie koncentruje się już na tekście, tylko pełni funkcję mediatora pomiędzy różnymi działami (produkcji, handlu, promocji) oraz promotora projektu przed zarządem. Jako osoba odpowiedzialna za książkę, która merytorycznie potrafi się o niej wypowiedzieć, decyduje o wykupie miejsca, gdzie publikacja będzie wystawiana na sprzedaż, jak również konsultuje strategie promocji:

> To jest coś takiego, że redaktor, który opiekuje się danym projektem, to jakby wydawca tego projektu. Ściśle pracuje z kolegą czy z koleżanką z działu promocji. To jakby redaktor ostatecznie mówi, czy jest zadowolony z tego projektu, czy nie, [z jego] promocji. No i potem jest informowany na bieżąco, co się z daną książką dzieje, gdzie się pojawiła recenzja, jaki jest może problem, czy autor jest zadowolony, czy nie i tak dalej, i tak dalej. A z drugiej strony ma kolegę czy koleżankę z działu handlu, która też go informuje, co się dzieje, na przykład w jakich księgarniach będą większe ekspozycje książek, gdzie w Empiku może być problem albo jakie pytanie zadał im Matras. I tego typu rzeczy. Redaktor jest jakby tutaj takim menadżerem tego projektu. Nadzoruje on to wszystko.

Redaktor to zatem osoba odpowiedzialna za menedżerowanie, taki „tani menedżer":

> To nie jest tak, że redaktor ma jakąś odpowiedzialność finansową przy okazji, bo jest jakby jeszcze inna sprawa. Jakby na redaktorze spoczywa obowiązek ogólnego kreowania danego projektu i produktu. Czyli z jednej strony redaktor widzi tekst i kontroluje ten tekst, ale tak naprawdę powinien kontrolować ludzi, którzy pracują nad tekstem. Grafików, którzy pracują nad okładką, kolegów z promocji, którzy opracowują plan promocyjny, i kolegów z handlu. No ale u nas jest tak, że jednocześnie redaktor siedzi w tym tekście, czy tego chce, czy nie chce. Więc jest to ciągle bardziej na zasadzie partnerstwa: że niby redaktor jest głową projektu, ale jego partnerami są ludzie z promocji i z handlu. Bo inaczej byłaby to za duża odpowiedzialność na redaktorze. Może to się kiedyś zmieni na takiej zasadzie, że redaktor będzie już takim zupełnie menadżerem.

Rola redaktora-wydawcy w dużej oficynie bardzo przypomina funkcję pełnioną przez małego czy średniego wydawcę, który najczęściej łączy pracę nad tekstem z obsługą i menedżerowaniem całego procesu wydawniczego (zajmuje się więc również sprzedażą i PR-em). Różnica między redaktorami-wydawcami z dużych oficyn a tymi ze średnich i małych tkwi w odpowiedzialności finansowej. W małym wydawnictwie redaktor, który jest najczęściej również właścicielem lub współwłaścicielem firmy, odpowiada za projekt także w wymiarze materialnym.

Warto na koniec dodać, że zarówno agenci, jak i redaktorzy-wydawcy z dużych oficyn świadomie wybierają pisarzy i pisarki do reprezentowania ich przed swoimi klientami lub pracodawcami. Jak zaznacza jedna z agentek:

> [...] zaczęłam świadomie poszukiwać autorów debiutujących. Z pism literackich, w których publikowali fragmenty. Nawiązałam kontakt z Wydawnictwem x, bo on wydawał takich autorów, ale nie wszystkich. Albo wydawał, ale wiedział, że już ich następną książkę chciałby wypchnąć już gdzieś dalej. Więc takie też nawiązywałam kontakty, taką drogą szłam.

Omówione w niniejszym rozdziale strategie nowych aktorów wpływają na trajektorię ruchu w polu wybranych twórców oraz oficyn. Zauważyć należy, że przemieszczanie się autorów i autorek pomiędzy wydawnictwami stanowi cechę stałą pola, co więcej, jest to zjawisko charakterystyczne w przypadku transferów z wydawnictw średnich i małych do dużych, znajdujących się niedaleko obszaru heteronomii. Funkcja agentów i redaktorów współpracujących z dużymi oficynami, które sytuują się blisko centrum profesjonalnego rynku książki, polega między innymi właśnie na penetrowaniu wydawnictw ulokowanych w sferze autonomicznej, rozpoczynających pewne trendy literackie, nastawionych na debiuty oraz podejmujących ryzykowne inwestycje. Nowi aktorzy, mediując pomiędzy wszystkimi aktorami pola, pomagają odkryć młode i niszowe obszary literatury przed zarządami dużych wydawnictw, dzięki czemu owe zjawiska mają szansę zaistnieć w szerszej świadomości czytelniczej. Tym samym nowi aktorzy przyczyniają się do ciągłego ruchu w polu i jego dynamizacji, co w teorii Pierre'a Bourdieu stanowi cechę konstytutywną logiki istnienia pola.

+

HABITUS PISARZY I PISAREK

+

Jan Sowa

+

1. WPROWADZENIE TEORETYCZNE

Habitus to – obok pola, *illusio*, *nomos* i doksy – jeden z podstawowych elementów siatki pojęciowej socjologii kultury Pierre'a Bourdieu. W *Regułach sztuki. Genezie i strukturze pola literackiego* został on przedstawiony jako nowa propozycja wobec dwóch skrajności w opisywaniu jednostki oraz jej społecznego funkcjonowania: egzystencjalizmu z jego wiarą w suwerenny i niezapośredniczony podmiot oraz strukturalizmu, dla którego jednostkowa podmiotowość jest iluzją, a właściwym miejscem generowania sensów, znaczeń i zachowań pozostaje szersza niż podmiot i zewnętrzna wobec niego struktura (system społeczny, zespół kodów i norm kulturowych, język i tym podobne)[1]. Bourdieu wprowadza pojęcie habitusu, aby w jednym terminie ująć oba te, jak wydawałoby się, nie tylko wobec siebie przeciwstawne, lecz także wobec siebie sprzeczne punkty widzenia. Habitus jest więc wynikiem strukturyzacji, efektem socjalizacji jednostki i jej obsadzenia w obrębie określonego kodu kulturowego (zbioru norm, wartości i zasad postępowania oraz myślenia o świecie), skutkiem interpelacji ideologicznej, jak chciałby Louis Althusser, albo też, jak ująłby to Jacques Lacan, zapikowania znaczących. Z drugiej jednak strony cechują go elementy czy zdolności typowo podmiotowe, rozumiane jako możliwość wytwarzania zachowań autonomicznych, to znaczy takich, których źródło stanowi sam podmiot, a nie zewnętrzna wobec niego struktura. Ta strona czy też aspekt habitusu zbliża jego rozumienie do afirmowanej przez egzystencjalizm suwerenności i wolności podmiotowej. Habitus jest więc strukturą ustrukturyzowaną – czyli wynikiem socjalizacji – mającą zdolność kształtowania zachowań społecznych jednostki[2].

1 Zob. P. Bourdieu, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, tłum. A. Zawadzki, Kraków 2001, s. 296–216.

2 Można zastanawiać się, czy taki ogląd sprawy nie jest po prostu innym sposobem sformułowania znanej Marksowskiej diagnozy głoszącej, że ludzie sami kształtują swój świat, ale nie w warunkach, które są ich własnym dziełem. Zgodnie z typowym dla dwudziestowiecznej francuskiej myśli społecznej zainteresowaniem mechanizmami konstrukcji podmiotowości, w które Bourdieu świetnie się wpisuje, należałoby tylko do tej obserwacji dodać uściślenie, że częścią składową warunków, w jakich działa jednostka, są obowiązujące reguły konstrukcji jej własnej podmiotowości. *Notabene* fakt ten został doskonale rozpoznany przez Karola Marksa, który w *Zarysie krytyki ekonomii politycznej* wyraźnie twierdzi, że kapitalizm produkuje nie tylko przedmiot dla podmiotu (czyli towar dla klienta), lecz także podmiot dla przedmiotu (czyli kształtuje sposób działania podmiotów tak, aby wpisywały się one w reguły funkcjonowania społeczeństwa podporządkowanego regułom kapitalistycznej produkcji). Jest to jednak temat na inne, bardziej teoretyczne opracowanie.

Zdaniem autora *Zmysłu praktycznego* habitus jest swoistą gramatyką zachowania, czyli zestawem reguł, zgodnie z którymi jednostka generuje nowe zachowania, starając się odnaleźć w otaczającej ją rzeczywistości społecznej. Stanowi on więc zespół względnie trwałych dyspozycji do działania, myślenia, postrzegania i odczuwania świata w określony sposób. Habitus ma charakter systemowy, obejmując sobą nie tylko samo zachowanie jednostki, lecz także to, co myśli ona o świecie, oraz to, jak go postrzega i jak reaguje na niego emocjonalnie. Mówiąc językiem bardziej technicznym: habitus ma aspekt tak behawioralny, jak i percepcyjny, kognitywny oraz afektywny, co nie jest zaskakujące, bowiem każda sprawnie skonstruowana koncepcja podmiotowości musi określać przynajmniej te cztery aspekty czy wymiary jednostkowej aktywności każdego i każdej z nas.

Socjologia kultury Pierre'a Bourdieu – lub też nauka o przedmiotach kultury, jak on sam nazywa tę dziedzinę teorii społecznej – jest sprawnie skonstruowaną siatką wzajemnie odnoszących się do siebie pojęć, dlatego też koncepcji habitusu nie da się w pełni opisać ani zrozumieć bez odniesienia jej do innych elementów składowych Bourdieu'owskiego systemu. To nie miejsce na jego systematyczną prezentację, wspomnieć należy jednak o pewnym elemencie, bez którego nie można w sensowny sposób mówić o habitusie ani go badać – chodzi tu o pole. Ta para pojęć – habitus i pole – stanowi trzon myślenia o świecie społecznym w kategoriach proponowanych przez Bourdieu. Pole, a więc określony wycinek przestrzeni społecznej wyodrębniony (*nomos*) ze względu na pewne konkretne przedsięwzięcie i związaną z nim stawkę (*illusio*), jest właściwym tłem, na którym umieścić należy habitus, gdyż dopiero w jego kontekście nabiera on sensu. Habitus można bowiem rozumieć jako swego rodzaju sposób istnienia i poruszania się w polu, czyli w zamkniętym obszarze pozycji i interakcji społecznych, gdzie zanurzone są jednostki. Prezentacji rodzimego pola literackiego po 1989 roku poświęcona jest osobna część niniejszego raportu, nie będę więc tutaj zajmował się rozwijaniem tej kwestii. Sygnalizuję ją jedynie ze względu na perspektywę ujęcia habitusu polskich pisarzy i pisarek, który stał się podstawą badań przedstawionych w tym rozdziale. Interesował nas w nich nie tylko habitus klasowy twórców, a więc to, co staraliśmy się zbadać, wykorzystując nieco zmodyfikowaną wersję ankiety oraz sprawozdania z badań, którymi posługiwał się zespół Bourdieu dla celów analiz zrelacjonowanych w *Dystynkcji. Społecznej krytyce władzy sądzenia*. (Wyniki tej części naszych dociekań prezentuję nieco dalej). Można nawet powiedzieć, że jest to mniej istotny i mniej interesujący element całego projektu, ponieważ nie dotyczy

w żadnym stopniu specyfiki pozycji podmiotowej autorów i autorek, zajmowanej przez nich nie ze względu na udział w społeczeństwie jako takim (habitus klasowy), ale z racji zajmowania się literaturą. Zdecydowanie ciekawszy wydaje się opis strategii poruszania się w samym polu literackim, a zatem coś, co nazwać by można habitusem literackim. Do zbadania tego problemu posłużył obszerny wywiad częściowo ustrukturyzowany, którego rezultatom poświęcona została większość kolejnych rozdziałów. Doprecyzowany tak habitus pisarzy i pisarek można by więc zdefiniować jako zespół trwałych dyspozycji do określonego działania w polu literackim, postrzegania i analizowania relacji zachodzących w jego obrębie oraz reagowania na jego poszczególne elementy. Z tego też powodu wnioski z niniejszej części raportu nabierają sensu dopiero, gdy odczyta się je w kontekście efektów naszych badań pola literackiego, które zostały przedstawione w osobnym rozdziale. Nade wszystko nie da się bez tego odniesienia zrozumieć ani przedstawić genezy habitusów, czyli odpowiedzieć na pytania, dlaczego pisarze i pisarki zachowują się – jako pisarze i pisarki – w określony sposób i dlaczego myślą o literaturze tak, a nie inaczej. Habitus jest bowiem strukturą ustrukturyzowaną, to znaczy ukształtowaną przez relacje i okoliczności społeczne, w których zanurzona pozostaje jednostka. W interesującym nas kontekście literatury owe relacje i okoliczności stanowią sposób funkcjonowania polskiego pola literackiego, zarówno jego wewnętrzna logika, a więc siatka zależności między pozycjami konstytuująca pole, jak i relacje pomiędzy polem literackim a innymi polami, czyli kwestia autonomii oraz heteronomii pola literackiego[3]. Dopiero na tym tle zachowania, postawy i opinie pisarzy oraz pisarek nabierają właściwego sensu. Dlatego też pełne zrozumienie rezultatów badania habitusu literackiego możliwe jest wyłącznie po lekturze wcześniejszych partii publikacji. Z tych też powodów ogólne wnioski przedstawione zostały w rozdziale końcowym podsumowującym całość raportu.

2. OGÓLNY OPIS BADANIA

Badania habitusu pisarzy i pisarek polskich przeprowadzono przy użyciu trzech narzędzi:

3 Pojęcia te zostały wyjaśnione w pierwszej części raportu (zob. *Formy heteronomii. Polskie pole literackie po 1989 roku i jego relacje z innymi polami społecznymi*).

1) kwestionariusza stanowiącego zmodyfikowaną wersję ankiety wykorzystywanej przez zespół Bourdieu do badań nad społeczeństwem francuskim w latach 1963–1968;
2) sprawozdania z wywiadu sporządzonego przez ankieterów zgodnie ze wzorem stosowanym przez zespół Bourdieu w czasie tych samych badań (oba narzędzia opublikowane zostały w *Dystynkcji*[4]);
3) wywiadu częściowo ustrukturyzowanego przeprowadzonego według dyspozycji przez zespół ankieterów na terenie całej Polski.

Modyfikacje, które wprowadziliśmy do kwestionariusza Bourdieu, były minimalne i wiązały się przede wszystkim z jego uaktualnieniem i dostosowaniem do obecnych realiów kulturowych (tytuły filmów, piosenek i utworów muzycznych, nazwiska artystów i artystek, nazwy galerii i tak dalej). Zachowano treść wszystkich oryginalnych pytań oraz ich układ. Kwestionariusz oraz wzór sprawozdania znajdują się w *Aneksie* do niniejszego raportu.

Dyspozycje do wywiadu częściowo ustrukturyzowanego zostały podzielone na osiem grup obejmujących następujące obszary problemowe:

1) warsztat pracy;
2) relacje z wydawnictwami;
3) kondycję materialną;
4) relacje z mediami i krytyką;
5) komunikację i autoprezentację;
6) instytucje, grupy, kręgi i zrzeszenia literackie;
7) stosunek do problemów społeczno-politycznych (kwestia społecznego i politycznego zaangażowania literatury);
8) rekreację i towarzyskość.

Kompletny zestaw dyspozycji w postaci takiej samej jak ta, z której korzystał w czasie wywiadów zespół ankieterów, znajduje się w *Aneksie*.

Wywiady oraz badania kwestionariuszowe przeprowadził zespół składający się z jedenastu osób, byli to: Piotr Antoniewicz (Wrocław), Iwona Bojadżijewa (Warszawa), Aleksander Faltyn (Szczecin), Patrycja Kruczkowska (Łódź), Jacek Kubera (Poznań), Łukasz Moll (Górny Śląsk), Alicja Palęcka (Kraków i Warszawa), Piotr Płucienniczak (Kraków), Radosław Sierocki (Białystok i Olsztyn), Jan Sowa (Warszawa, kierownik zespołu), Marta Trawińska (Wrocław). Ze strony podmiotu wykonującego projekt, czyli Fundacji Korporacja Ha!art, badanie koordynowali: Piotr Marecki, Kaja Puto, Ewelina Sasin oraz

4 P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, tłum. P. Biłos, Warszawa 2005, s. 632–638.

Jan Sowa. Wszyscy członkowie zespołu wzięli udział w dwudniowych warsztatach, które odbyły się w Krakowie w lutym 2013 roku. Szczegółowo przedyskutowano wówczas założenia teoretyczne projektu oraz narzędzia badawcze. Szkolenie zostało przeprowadzone przez wykonawców projektu: Grzegorza Jankowicza, Piotra Mareckiego (kierownik projektu), Jana Sowę oraz Michała Tabaczyńskiego. W czasie trwania badań zespół komunikował się ze sobą za pośrednictwem poczty elektronicznej, programu Skype oraz telefonów. Pliki z wywiadami (nagrania i pliki tekstowe), ankietami oraz sprawozdaniami wymieniano za pomocą platformy Dropbox oraz poczty elektronicznej.

Badania pilotażowe, służące przetestowaniu narzędzi badawczych, odbyły się w lutym i marcu 2013 roku. Właściwe wywiady oraz ankiety przeprowadzono między kwietniem a grudniem 2013 roku. Całe badanie (wywiad oraz wypełnienie kwestionariusza) zajmowało od dwóch do trzech godzin (najczęściej około dwóch i pół godziny). Niestety z powodu długiego czasu trwania wywiadu nie wszyscy pisarze i pisarki zgodzili się na dodatkowe badania kwestionariuszowe. Ankieterzy w miarę możliwości spotykali się z rozmówcami w ich domach. Nie zawsze okazywało się to jednak możliwe, wobec czego część wywiadów odbyła się w miejscach publicznych. W przypadku wywiadów przeprowadzonych poza miejscem zamieszkania nie było sposobności poprawnego wypełnienia sprawozdania z badań zgodnie ze wzorem z oryginalnych badań Bourdieu (punkty dotyczące zamieszkiwanego lokalu). Ze względu na powyższe ograniczenia zrezygnowaliśmy z wykorzystywania danych pochodzących ze sprawozdań, poddając analizie tylko rezultaty wywiadów oraz ankiet.

Wszystkie wywiady zostały nagrane, później też spisane. W celu analizy treść zakodowano w programie MAXQDA na podstawie systemu kodów, który odpowiada w przybliżeniu poszczególnym dyspozycjom wymienionym w *Aneksie* (czterdzieści osiem kodów w ośmiu grupach tematycznych). Wyniki ankiet na potrzeby pracy nad raportem zestawił Michał Tabaczyński.

3. OPIS PRÓBY BADAWCZEJ[5]

Populacja składała się z jednostek, które spełniały dwa kryteria: mieściły się w definicji pisarza lub pisarki przyjętej na potrzeby niniejszego badania oraz

5 Opracowała Kaja Puto.

publikowały dzieła literackie na terenie Polski po 1989 roku. Za mieszczącą się w definicji pisarza lub pisarki uznaliśmy osobę, która poprzez swoją działalność literacką jest aktywnym uczestnikiem pola literackiego.

Próba badawcza użyta do przeprowadzenia badania habitusu pisarzy i pisarek w ramach niniejszego projektu miała charakter nielosowy, a schemat doboru osób biorących w nim udział był celowy. Warto tu dodać, iż cały projekt, w którym analizowanie habitusu jest jednym z elementów, dotyczy specyficznej dziedziny socjologii – socjologii literatury, a badanie tej subdyscypliny wymaga dużego doświadczenia oraz wiedzy merytorycznej. Osoby, które ustalały dobór jednostek wchodzących w skład próby, cechuje duża wiedza na temat kształtu i funkcjonowania pola literackiego w Polsce, w jego aspekcie zarówno wydawniczym, jak i krytycznoliterackim i akademickim. Pierwsza lista autorów i autorek została ustalona po konsultacjach z literaturoznawcami, kulturoznawcami i socjologami pracującymi przy projekcie podczas warsztatów zorganizowanych 23–24 stycznia 2013 roku, jednak w związku z faktem, że wiele osób odmówiło udziału w badaniu, sporządzona została nowa lista twórców (wrzesień 2013). Na dobór pisarzy i pisarek zaproszonych do projektu duży wpływ miały następujące czynniki: nagrody i nominacje do wyróżnień literackich, obecność na listach bestsellerów, pojawianie się nazwisk w opracowaniach naukowych dotyczących analizowanego okresu oraz liczba tłumaczeń na języki obce. Dodatkowy czynnik brany pod uwagę podczas wyboru nazwisk stanowiła lista wydawnictw objętych badaniem (część poświęcona strukturze pola literackiego).

Jednostki próby zostały dobrane tak, aby stworzyć grupę badanych reprezentujących możliwie zróżnicowane pozycje w polu. Jako parametry przyjęto następujące kategorie:

1) datę urodzenia: 1936–1950 – 2 osoby; 1950–1959 – 9 osób; 1960––1969 – 12 osób; 1970–1979 – 34 osoby; 1980–1989 – 16 osób; >1990 – 1 osoba;
2) liczbę wydanych książek: 1–3 – 14 osób; 4–9 – 32 osoby; 10–20 – 15 osób; >20 – 3 osoby;
3) pozycję wydawnictw, z którymi związany jest pisarz lub pisarka: wydawnictwa ortodoksyjne, czyli te zapewniające większy kapitał ekonomiczny – 27 osób, wydawnictwa heterodoksyjne, czyli te zapewniające większy kapitał symboliczny – 47 osób;
4) dorobek symboliczny pisarzy i pisarek, a więc bycie nominowanym bądź nagrodzonym w najważniejszych konkursach literackich (nagroda literacka Nike, Nagroda Literacka Gdynia, Nagroda Kościelskich,

Paszport Polityki, Wrocławska Nagroda Poetycka Silesius): 46 autorów bez dorobku symbolicznego, 28 autorów z dorobkiem symbolicznym;
5) miejsce zamieszkania (liczba mieszkańców): wieś – 5 pisarzy; miasto <50 000 – 6 pisarzy; miasto 50 000–200 000 – 9 pisarzy; miasto 200 000–500 000 – 12 pisarzy; miasto >500 000 – 43 pisarzy;
6) typ produkcji literackiej: poezja – 19 osób; proza – 32 osoby; mieszana – 23 osoby.

W badaniu wzięło udział 74 pisarzy i pisarek, a zapytanie o możliwość jego przeprowadzenia zostało rozesłane do 184 twórców. Warto zaznaczyć, że odmowa uczestnictwa w badaniu odnośnie do habitusu pisarskiego ma także dużą wartość poznawczą, gdyż pokazuje jednoznacznie negatywny stosunek do wszelkich analiz empirycznych związanych z produkcją artystyczną, a tym samym wyznawanie (deklarowanie) pewnej koncepcji literatury, w której tego rodzaju badanie nie licuje z powagą i rangą działalności literackiej jako takiej. Jako powód odmowy wzięcia udziału w badaniu podawany był między innymi jego anonimowy charakter.

4. OGÓLNE UWAGI DOTYCZĄCE INTERPRETACJI I PREZENTACJI WYNIKÓW

Efekty analizy habitusu pisarzy i pisarek podzielono na dwie zasadnicze grupy: rezultaty badania ankietowego oraz wyniki samych wywiadów. Pierwsza z nich prezentuje ogólny habitus klasowy autorów i autorek, druga ich habitus w węższym, literackim sensie, chodzi tu o – zdefiniowany już wcześniej – sposób ich funkcjonowania we współczesnym polu literackim w Polsce (z uwzględnieniem relacji z innymi polami). Został on tu przedstawiony nie według struktury wywiadu (skonstruowanego tak, aby na początku i na końcu znajdowały się kwestie „lżejsze", a w środku najbardziej złożone), ale zgodnie z logiką, która przechodzi od tematów najbliższych osobie pisarza i pisarki poprzez wewnętrzne zjawiska pola literackiego do problemów szerszego, społecznego funkcjonowania literatury.

Już wstępna interpretacja wyników wskazuje na problemy, jakie pojawiają się wraz z próbą zastosowania schematu pojęciowego Bourdieu do współczesnej literatury polskiej. Postępując zgodnie ze sposobem rozumowania autora *Reguł sztuki*, należałoby podzielić badanych na dwie podstawowe grupy – dominujących i zdominowanych – i w tej perspektywie interpretować ich wypowiedzi. Tak też zrobiliśmy przy analizie wydawnictw. Jednak po-

dobna klasyfikacja pisarzy i pisarek wzbudza od razu zasadniczą wątpliwość: według jakiego kryterium wyznaczyć te dwie grupy? W przypadku oficyn podstawę podziału stanowiły wyniki sprzedaży, co jest decyzją uzasadnioną – wydawnictwa są w istotnym aspekcie przedsiębiorstwami, więc zajęcie przez nich pozycji dominującej wymaga utrzymania materialnej bazy, a do tego niezbędna pozostaje sprzedaż. Gdy zaś mowa o pisarzach i pisarkach oraz ich pozycji w obrębie pola, wyniki sprzedaży nie stanowią szczególnie miarodajnego wskaźnika. Nietrudno wymienić nazwiska autorów i autorek, których książki sprzedają się w dużych nakładach, a jednak uznanie tych postaci za dominujących graczy w polu byłoby zdecydowanym nieporozumieniem (oczywistym przykładem jest tu Katarzyna Grochola). W przypadku twórców kryterium sprzedaży wydaje się zbyt heteronomiczne, aby na jego podstawie wyznaczać pozycje w polu; taka decyzja oznaczałaby *de facto* przekreślenie istotności autonomicznych mechanizmów ustalania położenia w polu, a więc w ogóle samego sensu wyodrębniania pola, gdyż sensem istnienia każdego pola jest między innymi ustalanie hierarchii w jego obrębie. Jeśli dokonywałoby się to na podstawie sprzedaży, oznaczałoby to, że mówimy o części pola gospodarczego (jego subpolu), a nie o polu literackim. Z tego samego powodu trzeba również odrzucić sukces medialny jako kryterium wyodrębnienia – jest on miarą silnie heteronomiczną.

Równie słabym kryterium byłoby pozycjonowanie twórców zgodnie z oficyną, z którą są związani. Chociaż wydawnictwa dominujące mają w swojej „stajni" dużo znanych i uznanych nazwisk, publikują również autorów i autorki, których nie można postrzegać jako dominujących, niezależnie od estetycznej oceny ich twórczości (na przykład Michał Olszewski w przypadku Znaku czy Jerzy Franczak w przypadku Wydawnictwa Literackiego). Z drugiej strony oficyny małe i zdominowane mają na swoim koncie książki pisarzy i pisarek uznawanych za ważne postaci w literaturze. Można tu wymienić choćby Lampę i Iskrę Bożą wydającą Dorotę Masłowską czy Korporację Ha!art z Michałem Witkowskim.

Inną miarą klasyfikacji mogłyby być nagrody. Typologia taka rodzi jednak nowe problemy. Podstawowym pozostaje wyraźnie wyartykułowana w badaniach niepochlebna opinia pisarzy i pisarek o wyróżnieniach (opisana dalej w niniejszej części raportu). W środowisku dominuje brak zaufania wobec wyborów jury i przekonanie, że to wcale nie najlepsi czy najważniejsi twórcy zostają laureatami, a sukces w dużej mierze zależy od kryteriów niemających nic wspólnego z literaturą, takich jak pozycja w sieciach towarzyskich czy ogólny światopogląd podmiotu fundującego nagrodę (tak jest w przypadku

Nike ustanowionej przez Fundację Agory, związaną ze środowiskiem „Gazety Wyborczej"). Wyróżnienia stanowią ponadto czynniki heteronomizujące pole literackie, ponieważ dwie spośród pięciu najważniejszych nagród – Nike i Paszport Polityki – pozostają w silnej relacji z polem mediów. Laureatami tych wyróżnień bywają pisarze i pisarki, których nie da się sensownie uznać – znów, niezależnie od estetycznej oceny ich twórczości – za podmioty dominujące w polu. Przykładami mogą być tacy zdobywcy Paszportu Polityki jak Ziemowit Szczerek czy Sławomir Shuty. Również nazwanie laureata Nike Jarosława Marka Rymkiewicza dominującym graczem byłoby nie tylko trudne do uzasadnienia, lecz także sprzeczne z percepcją wielu jego czytelników i czytelniczek, którzy uważają jego samego i prezentowane przez niego poglądy za prześladowane oraz marginalizowane.

Jak się wydaje, istotą problemu z sensownym uporządkowaniem pola literackiego pod kątem podmiotów dominujących i zdominowanych jest zasadnicza słabość krytyki literackiej. To właśnie ona mogłaby być autonomicznym czynnikiem ustalającym hierarchie wewnątrz pola na podstawie autonomicznych kryteriów. Krytyka nie odgrywa jednak takiej roli w Polsce, co odzwierciedla się w wynikach wielu badań, w tym również w omawianych poniżej wywiadach z pisarzami i pisarkami: znaczna część środowiska w ogóle nie śledzi dyskusji krytyków, a spora część tych, którzy to jednak czynią, ma o nich jak najgorsze zdanie. Ich debaty postrzega się jako hermetyczne, nieistotne dla produkcji literackiej i nienadążające za jej zmianami. Dodatkowo niektórzy krytycy, tacy jak na przykład Dariusz Nowacki, są znani przede wszystkim ze swojej aktywności zawodowej w wysokonakładowej prasie, co jeszcze mocniej dezautonomizuje pole literackie.

Jeszcze innym sposobem na wyłonienie dominującej grupy pisarzy i pisarek mogłoby być odwołanie się do kryterium konsekracji, czyli stopnia akumulacji kapitału symbolicznego (prestiżu). Jak pokazują rezultaty wywiadów, badani autorzy i autorki w znacznej mierze zgadzają się, że istnieje grupa pisarzy konsekrowanych. Tu jednak także pojawiają się problemy. Po pierwsze nie ma zgody odnośnie do kryterium konsekracji, a część respondentów i respondentek uznaje za nie czynniki heterogeniczne wobec pola (na przykład sprzedaż, popularność w mediach). Po drugie grupa żyjących twórców uznawanych przez środowisko za konsekrowanych zdaje się bardzo wąska. Tylko trzynastu prozaików i sześciu poetów jest przez więcej niż jedną osobę badaną wymienianych jako artyści konsekrowani, przy czym jedynie czworo pisarzy i pisarek – Jerzy Pilch, Andrzej Stasiuk, Olga Tokarczuk i Marcin Świetlicki – jest za takowych uważanych przez przynajmniej 10% rozmów-

ców. Tak wąska grupa zasługuje pewnie na miano elity polskiego świata literackiego, niemniej z racji swoich bardzo niewielkich rozmiarów nie może posłużyć za podstawę podziału na pisarzy dominujących i zdominowanych.

Kolejny paradoks dominacji i zdominowania w polu to pozycja poetów oraz poetek. Obserwując celebrację i estymę, jakimi otacza się w Polsce poezję, oraz biorąc pod uwagę, że dwoje polskich literackich noblistów z XX wieku to poeta i poetka, można by się spodziewać, że ten rodzaj literacki będzie miał w omawianym polu wyjątkowy status. Jest jednak dokładnie odwrotnie: jeśli wśród badanych rysuje się jakiś klarowny podział na lepiej i gorzej usytuowanych w polu, to wyznacza go zdecydowanie podrzędny – i osobny – status poezji. Do zagadnienia tego wrócimy w podsumowaniu. Jak postaramy się tam uzasadnić, stanowi to raczej przesłankę do traktowania poezji i prozy jako odrębnych pól niż do wyróżnienia na podstawie tego podziału grup dominujących i zdominowanych.

Warto tu zwrócić uwagę na jeszcze jedną kwestię: sensowne byłoby uznanie, że pozycję twórcy dominującego zajmuje ktoś, kto może utrzymać się ze swojej aktywności pisarskiej i dzięki temu w pełni na niej skoncentrować, w odróżnieniu od artysty zdominowanego, skazanego na poszukiwanie innych źródeł dochodu. Przyjęcie takiego wyznacznika prowadzi jednak do kolejnych paradoksów. Nie tylko wprowadza on tylnymi drzwiami heteronomiczne kryterium sprzedaży, lecz także tworzy dość osobliwą konstrukcję, w której pisarzami i pisarkami dominującymi byliby przede wszystkim autorzy i autorki tak zwanej literatury gatunkowej (kryminałów, romansów, „literatury kobiecej", dziecięcej, *science-fiction* i tak dalej), zaś podporządkowanymi cała reszta. To powszechnie znany fakt, że oprócz twórców tego typu literatury jest w Polsce może pięć osób, które mogą pozwolić sobie na luksus życia wyłącznie ze sprzedaży książek, bez konieczności dorabiania sobie na przykład pisaniem do wysokonakładowej prasy. Znów wyłania się więc tu grupa niesłychanie wąska i mało atrakcyjna z punktu widzenia analizy socjologicznej.

Możliwy byłby także taki zabieg: połączenie różnych kryteriów wymienionych powyżej i próba określenia grupy dominującej poprzez ową koniunkcję. Pisarzami i pisarkami dominującymi byliby wówczas ci, którzy sprzedają duże nakłady, są obecni w mediach, dostają nagrody, cieszą się uznaniem zarówno krytyków, jak i środowiska i tak dalej. Takie postępowanie – uzasadnione z punktu widzenia koncepcji Bourdieu, bo definiujące dominację jako wysoki poziom akumulacji kapitału zarówno materialnego, jak i innych jego form – prowadziłoby jednak do jeszcze innego ambarasu, a mianowicie do

potwierdzenia krążącej w środowisku żartobliwej opinii, iż w Polsce mamy trzy i pół pisarza: Stasiuka, Pilcha, Tokarczuk i Masłowską. Jak przekonamy się pod koniec tej części raportu, ta i podobne diagnozy, które w perspektywie Bourdieu sprowadzają się do konstatacji, że właściwie coś takiego jak pole literackie w Polsce nie istnieje, są bliższe prawdy, niż mogłoby wynikać z ich paradoksalnego brzmienia.

W związku z takim stanem rzeczy – na podstawie zarówno analiz pola literackiego i jego relacji z innymi polami, jak i wyników wywiadów proponuję przyjęcie następującej perspektywy interpretacyjnej: wśród pisarzy i pisarek polskich nie da się wyraźnie i sensownie wyodrębnić grupy dominującej i zdominowanej, ponieważ wszyscy oni jako pisarze i pisarki znajdują się na pozycjach zdominowanych i muszą funkcjonować w podporządkowaniu szeregowi czynników o naturze heteronomicznej wobec pola literackiego. Jest to odzwierciedlenie radykalnie zdominowanej pozycji, jaką pole literackie zajmuje w stosunku do pól społecznych. Ten zasadniczy handicap, jak powiedzieliby ekonomiści, rzutuje na ogólny niedorozwój pola, objawiający się między innymi brakiem wyraźnie zaznaczonej grupy dominujących i zdominowanych. Znów więc napotykamy ograniczenie samej koncepcji Pierre'a Bourdieu, która – jak przekonywał Bernard Lahire i o czym wspominano już wcześniej – będąc opartą na polu akademickim, mającym silną podstawę instytucjonalną, zbyt pochopnie generalizuje zaobserwowane tam relacje oraz zjawiska i odnosi je do innych sfer aktywności społecznej.

Z powyższego powodu badaną grupę należy potraktować jako jednolitą pod względem dominacji i bycia zdominowanym. W każdym z następnych rozdziałów staram się zaprezentować szeroki zakres poglądów, praktyk i postaw ujawnionych w wywiadach, sygnalizując ich względne nasilenie. W tym celu posługuję się również miarami procentowymi. Czytając tę część raportu, trzeba jednak mieć na uwadze, że służą one przedstawieniu względnej siły różnych opinii wypowiadanych przez respondentów i respondentki. Zrozumienie habitusu polskich pisarzy i pisarek jest możliwe tylko dzięki interpretacji całego spektrum owych opinii, w tym także, jak będę się starał dowieść, ich zasadniczego rozproszenia. Aby uwidocznić to ostatnie, w każdym podrozdziale po omówieniu poglądów dominujących wyliczam wszystkie pozostałe deklaracje i sądy wygłoszone przez badanych. Określam je jako „pojawiające się sporadycznie", przez co należy rozumieć opinie i postawy reprezentowane przez mniej niż 10% rozmówców. Rezygnuję z relacjonowania tylko tych wypowiedzi, które nie mają żadnego znaczenia dla problematyki podejmowanej w badaniu.

5. HABITUS KLASOWY PISARZY I PISAREK POLSKICH (WYNIKI ANKIET)[6]

Ogólnie rzecz biorąc, grupa badanych pisarzy i pisarek nie jest jednorodna pod względem klasowego ulokowania swoich habitusów. Zauważyć można dominację postaw charakterystycznych dla tej frakcji klas średnich, które budują swoją pozycję na akumulacji kapitału kulturowego, nie zaś materialnego. Nie stanowi to zaskoczenia. Zaznaczają się także postawy typowe dla klas zarówno niższych, jak i wyższych. Dotyczą one na przykład wyborów estetycznych, zachowań konsumenckich czy zachowań życia codziennego. Z jednej strony mamy więc preferencję dla starych mebli charakterystyczną dla klas wyższych, z drugiej zwyczaj kupowania ubrań w sklepach z odzieżą używaną czy też podawanie gościom obfitych i smacznych posiłków, co w ujęciu Bourdieu jest zachowaniem typowym dla klas niższych (preferencja dla aspektów użytkowych w klasach niższych przeciwstawia się preferencji dla wartości formalnych w klasach wyższych).

Warto również zwrócić uwagę, że największą grupę (około 60% badanych) tworzą osoby, których rodzice ukończyli studia wyższe. Rodziców z wykształceniem podstawowym lub zawodowym miało nie więcej niż 15% rozmówców. Podobnie oni sami – około połowa ma wykształcenie wyższe, pisarze i pisarki z wykształceniem podstawowym stanowią niewiele ponad 10% badanych.

Różnorodność badanej grupy nie powinna dziwić. Ze wszystkich typów działalności artystycznej literatura ma najmniejsze bariery wejścia. W przeciwieństwie na przykład do teatru w jej praktykowaniu nie pomaga dyplom szkoły artystycznej, zaś w przeciwieństwie na przykład do sztuk wizualnych nie wymaga ona znacznych inwestycji w warsztat twórczy (zakup sprzętu i tym podobne). Formalnie rzecz biorąc: bez żadnego dyplomu i tylko z zeszytem i ołówkiem w ręku można zostać cenionym pisarzem lub pisarką. Oczywiście tak jak w przypadku każdej innej działalności społecznej, także i tu istotną rolę odgrywa akumulacja różnego rodzaju kapitałów (społecznego, czyli znajomości w środowisku, albo kulturowego i symbolicznego, a więc ważna pozostaje tu na przykład erudycja czy ogłada towarzyska). Niemniej bariery wejścia, jak już zaznaczono, są zdecydowanie mniejsze niż w innych dyscyplinach artystycznych.

6 Dziękuję Tomaszowi Warczokowi za dyskusję wyników ankiet i sugestie dotyczące ich interpretacji.

Wyniki ankiety trzeba interpretować z dużą ostrożnością i dlatego też przywiązuję do nich mniejszą wagę niż do rezultatów wywiadów. Koncepcja habitusu jako zespołu trwałych dyspozycji określających społeczne funkcjonowanie jednostki ma bez wątpienia wartość ogólną, a więc nie ogranicza się tylko do samego społeczeństwa francuskiego, głównego obiektu badań Bourdieu. Podobnie sprawa wygląda w przypadku przekonania, że w społeczeństwie cały czas toczy się rozgrywka o ustalenie hierarchii, w której stosowane są różnorodne strategie odróżniania się (dystynkcji). Jednak zarówno środki wykorzystywane w tej walce, jak i jej ogólny rezultat nie musi być zawsze i wszędzie taki sam. Socjologia Bourdieu zakłada, że społeczeństwo dzieli się na trzy klasy – niższą, średnią i wyższą – oraz że różnicują się one w dwóch skorelowanych, ale niesprowadzalnych nawzajem do siebie wymiarach: materialnym (majątek) oraz symbolicznym (wiedza, obycie, maniery, zwyczaje). Tego rodzaju charakterystyka społeczeństwa francuskiego została przez Bourdieu obszernie wyłożona przede wszystkim w *Dystynkcji*. Społeczeństwo polskie jest jednak inne, co wynika z jego odmiennej trajektorii rozwojowej. Różny stosunek do kwestii materialnych (sarmackie wzory ostentacyjnej konsumpcji oraz pogardy wobec mieszczańskiej przedsiębiorczości) łączy się tu ze zdecydowanie niższym stopniem akumulacji kapitału kulturowego w społeczeństwie polskim jako całości (co wyraża się na przykład w niechęci wobec tak zwanych „wykształciuchów", niskim czytelnictwie i tym podobne). To wszystko sprawia, że z jednej strony wzory konsumpcji materialnej w Polsce są inne (o wiele większa atrakcyjność arystokratycznego habitusu klas wyższych przy pewnej dewaluacji mieszczańskiego habitusu klasy średniej), z drugiej zaś przestrzeń różnicowania się kulturowego pozostaje o wiele mniej gęsta, tworząc mniej okazji do zaznaczania w niej swojej dystynkcji. Badania polskich socjologów, na przykład zespołu Macieja Gduli z Uniwersytetu Warszawskiego, sugerują również, że inaczej wyglądają w Polsce relacje między klasami. Jak się wydaje, słabsza jest identyfikacja klas niższych z opisami dyktowanymi na poziomie głównego nurtu dyskursu publicznego przez klasy wyższe, a większe zacięcie do przypisywania swojemu habitusowi uniwersalności równej habitusom klas dominujących (koncepcja rywalizujących uniwersalności)[7]. Oznacza to, że do badania habitusów klasowych polskiego społeczeństwa potrzebne mogą być inne narzędzia niż te stosowane przez Bourdieu. Ich opracowanie to obszerne i kompleksowe zadanie

7 Zob. *Style życia i porządek klasowy w Polsce*, red. M. Gdula, P. Sadura, Warszawa 2012.

znacznie przekraczające skromne ambicje niniejszego projektu badawczego, skoncentrowanego na bardzo niewielkim wycinku polskiego społeczeństwa. Z tych też powodów wyniki ankiety traktuje się tu jako wiedzę dodatkową i nie wyciąga z nich żadnych fundamentalnych konkluzji.

Z racji niewielkiego rozmiaru próby i względnej tylko istotności samej ankiety zdecydowano się nie poddawać jej rezultatów analizie statystycznej podobnej do tej, jaką posługiwał się zespół Bourdieu (który pracował na materiale kilkadziesiąt razy obszerniejszym i inaczej ustrukturyzowanym). Zbiorcze podsumowanie wyników ankiety znajduje się w *Aneksie*.

6. HABITUS LITERACKI, CZYLI STRATEGIE ISTNIENIA I DZIAŁANIA W POLU LITERATURY

6.1. Warsztat pracy pisarskiej[8]

Podstawową kwestią, która uderza w wynikach wywiadów, jest relatywnie niewielka samoświadomość motywacji do wyboru kariery pisarza lub pisarki. Podjętą z pełną świadomością decyzję o tym, żeby zająć się literaturą, zadeklarowała mniejszość badanych. Dość często (około jedna czwarta odpowiedzi) pojawiają się stwierdzenia w stylu: „to się po prostu zdarzyło", „to istniało", „przez przypadek", „nie wiem, miałem osiemnaście lat i jakoś tak zacząłem pisać", „nie mogłabym robić nic innego", „nic mnie nie skłoniło, bo tak mi wyszło po prostu", „pisanie było ze mną od urodzenia", „nie mam bladego pojęcia, skąd to się wzięło", „nie wiem", „to jest w domenie [...] spraw niewytłumaczalnych, transcendentnych" i tym podobne.

Wśród badanych wskazujących na konkretny powód wyboru kariery literackiej przeważają motywacje osobisto-egzystencjalne: „pisałem już w podstawówce, czuję, że to jest coś, co powinienem robić", „źle się odnajduję w relacjach, gdy ktoś mówi komuś, co ma robić. Ja też nie lubię komuś mówić, co ma robić, nie lubię tego", „żeby pokazać światu, jaki jestem zajebisty, inteligentny, twórczy i tak dalej", „dopełnienie moich zabaw wyobraźnią", „że mam coś przed sobą, z czego mogę być dumny i co mogę zobaczyć

8 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: przyczyny wyboru zawodu pisarza lub pisarki; rytm pracy; miejsce pracy; sprzęt wykorzystywany do pisania; konsultacje wyników swojej pracy; pisanie spontaniczne lub na zamówienie.

w takim oddzieleniu od siebie", „poezja jest dla mnie religią", „to jest jedyny, najpełniejszy sposób funkcjonowania, uczestnictwa w rzeczywistości", „chęć uwznioślenia siebie" i tym podobne. Część tych wypowiedzi zdaje się interesująca w określonej perspektywie filozoficznej, która uznaje działalność twórczą za strategię walki z alienacją (ujęcie heglowsko-marksowskie), jednak socjologowi, zwłaszcza pracującemu w tradycji Bourdieu'owskiej, nie dostarczają one ciekawych danych.

Wśród respondentów i respondentek wyraźnie zaznacza się potrzeba ekspresji, co nie powinno dziwić, zwłaszcza biorąc pod uwagę bardzo mocne nacechowanie kultury polskiej romantycznym etosem twórcy. Literatura jest opisywana jako sposób wyrażenia siebie, chociaż niekoniecznie komunikacji, co dobrze ilustruje następująca wypowiedź:

> [...] dla mnie pisanie jest funkcją wyrzucania myśli z głowy. Niszczenia. W związku z tym ja piszę w ten sposób, że tekst wychodzi z mojej głowy i trafia na papier, i już do głowy nie wraca.

Stosunkowo często – kilkanaście odpowiedzi, około 20% całości – wspominane są motywacje autoteliczne (literatura i zainteresowanie nią jako wartość sama w sobie). Kilku badanych mówi o powodach rodzinnych lub towarzyskich (rodzic, ktoś z rodziny, partner albo partnerka, przyjaciel albo kolega zajmujący się literaturą). Inną wersję podobnego scenariusza, sygnalizowaną przez paru rozmówców, stanowi inspiracja ze strony ogólnie artystycznego, choć niekoniecznie literackiego, środowiska, w którym dana osoba się wychowywała. W kilku przypadkach respondenci i respondentki zdecydowali się na tworzenie literatury po wcześniejszym podjęciu prób twórczych w innych dziedzinach artystycznych.

Najbardziej interesujące z perspektywy Bourdieu'owskiej jest dość częste (około jedna czwarta badanych) kwestionowanie pisarstwa jako profesji, co dowodzi słabej instytucjonalizacji pola literackiego. Osoby z tej grupy wskazują przede wszystkim na fakt, że tworzenie literatury nie jest zajęciem, z którego da się utrzymać, i dlatego nie postrzegają jej w kategoriach zawodu (a decyzji, aby zostać pisarzem bądź pisarką w kategoriach wyboru kariery zawodowej). Jeden z rozmówców stwierdził:

> [...] uprawianie jakiegoś zawodu wiąże się z pewną regularnością zarobkowania, natomiast pisanie takiej możliwości mi nie dawało, zawsze musiałem uzupełniać czy też uzupełniałem je innymi czynnościami.

Również inni badani zwracają uwagę na to, co Bernard Lahire nazywa „podwójnym życiem" pisarza i pisarki, czyli na konieczność godzenia aktywności literackiej z jakimś innym zajęciem[9]. Posiadanie „prawdziwej pracy", jak określił to jeden z respondentów, bywa nawet postrzegane jako warunek wstępny do zajmowania się literaturą, co w opinii rozmówców uniemożliwia uznanie pisarstwa za zawód. Niektórzy nazywają uprawianie literatury „zajęciem hobbystycznym" lub świadomie dystansują się wobec zarobkowego wymiaru tej aktywności twórczej:

> Absolutnie nie wiążę z tym żadnych aspiracji takich, czy wiesz, wydawniczych czy zarobkowych. Jeśli gdzieś te teksty można gdzieś opublikować, to już jest fajnie i nie musi się to wiązać z żadną jakąś kasą.

Zarówno tu, jak i przy innych okazjach powszechnie manifestowane jest przekonanie o absolutnej wręcz niemożliwości uzyskiwania jakichkolwiek korzyści finansowych z działalności literackiej.

Około połowa badanych autorów i autorek deklaruje, że rytm ich pracy jest nieregularny, przy czym gdy mowa o poetach, dzieje się tak niemal w przypadku 100% rozmówców. Duża grupa, bo prawie co trzecia osoba, wspomina o utrudnieniach w aktywności twórczej spowodowanych koniecznością wykonywania pracy zarobkowej innej niż uprawianie literatury. Jeden z pisarzy stwierdził:

> Zauważyłem u siebie, że podstawową strukturą mojej pracy jest przerwa w przerwie. To znaczy, że ja coś piszę i nagle jest telefon, że jest jakaś pilniejsza sprawa. W związku z tym przerywam i biorę się za pilniejszą. A potem okazuje się, że trzeba przerwać, bo jest coś na jutro.

Przytoczę jeszcze inną wypowiedź w podobnym tonie:

> [...] bardzo wiele czasu zabiera skupienie się, jak gdyby skoncentrowanie się do pisania. Potem każda przerwa, nawet krótka, prowadzi do tego, że znowu człowiek się rozstraja i no... musi mocno zbierać siły, żeby przystąpić do kontynuacji tego...

9 L. Bernard, *The Double Life of Writers*, tłum. G. Wells, „New Literary History" 2010, nr 2.

Pisarze i pisarki wyznają również, że oddzielenie pracy zarobkowej od twórczej jest trudne mentalnie, ponieważ wymaga szybkiego odcięcia się od jednej rzeczy i zajęcia inną:

> Z taką pracą [dodatkową, zarobkową] jest o tyle trudno, że ona gdzieś tam siedzi w głowie.

Z tego powodu często przeznaczają czas wolny – urlop, weekendy, wakacje – na aktywność literacką. W tych okresach starają się odseparować od wszystkich innych zajęć.

Około jedna czwarta badanych pracuje regularnie lub przynajmniej stara się tak postępować, a około 10% rozmówców twierdzi, że regularnie udaje się im tworzyć tylko w pewnych okresach. Tyle samo rozmówców pracuje nocą. Niewielu autorów i autorek ma możliwość wyjechania do domu pracy twórczej lub w inne miejsce odosobnienia, żeby pisać (kilka przypadków).

Zagadnienia pojawiające się w wywiadach sporadycznie to:

- rozmycie granicy między życiem a pracą twórczą i pochłanianie czasu wolnego przez to ostatnie;
- poczucie presji rynku i wydawców, które utrudnia autonomiczną organizację rytmu pracy;
- niemożność organizacji pracy w sztywnych ramach czasowych (na przykład od ósmej do szesnastej);
- brak poczucia, że „jest się pisarzem", i wynikająca z tego niemożliwość myślenia o czymś takim jak warsztat pracy.

Interesująca zdaje się zwłaszcza ta ostatnia opinia. Chociaż pojawiła się ona tylko w dwóch wypowiedziach, wskazuje znów na paradoksalny status aktywności pisarskiej. W innym, „zwyczajnym" zawodzie trudno wyobrazić sobie brak identyfikacji ze społecznie odgrywaną rolą tak silny, że aż prowadzący do zakwestionowania podstawowych, warsztatowych aspektów wykonywanego zajęcia. Jeden z badanych stwierdził:

> Ja to [swoją twórczość poetycką] traktuję jako jeden ze sposobów wypowiedzi, tak jak się wypowiadam w publicystyce, [...] tekstach naukowych, tak jak się wypowiadam, robiąc coś, działając, angażując się w coś, tak... to są różne tryby wypowiedzi, uczestniczenia w społeczeństwie i przyjmuję, że to jest jeden z takich trybów, który czasem mi się zapala, ale wiesz... nie wiąże się to z żadnym moim poczuciem, że tak... powinienem do tego

jakoś podchodzić, jako właśnie do pracy, która wiąże się z określonym warsztatem i tak dalej.

Zdecydowana większość (prawie dwie trzecie) badanych pisze u siebie w domu. Spośród nich połowa tworzy przy swoim biurku. Osobny pokój do pracy posiada tylko około 15% rozmówców. Jako miejsce, gdzie się pisze, wymieniane są też: sypialnia, kuchnia, ogród, pokój, który z kimś się dzieli, sofa, fotel lub pokój dziecka. Niewielka grupa, bo około 10% respondentów i respondentek, przyznaje, że pracuje przede wszystkim na wyjazdach stypendialnych albo w domach pracy twórczej. Inne sporadycznie wymieniane miejsca aktywności pisarskiej to: plener, pracownia, kawiarnia, poczekalnie na dworcach, środki komunikacji publicznej, takie jak pociągi lub samoloty, „gdziekolwiek w mieście", miejsce stałej pracy po godzinach. Jeden poeta twierdzi, że pisze wiersze w samochodzie, trzymając laptopa na kierownicy.

Niemal jedna trzecia badanych nie jest przywiązana do miejsca pracy i może tworzyć gdziekolwiek, gdzie są spełnione ku temu odpowiednie warunki (spokój, dostęp do komputera). Około 15% rozmówców wspomina o sporządzaniu notatek poza czasem pisania i miejscem pracy.

Znakomita większość (trzy czwarte) respondentów i respondentek używa do pracy komputera osobistego (stacjonarnego lub laptopa). Najczęściej wspominane oprogramowanie to: Word, Notepad oraz Open Office. Twórcy liberatury wymieniają także wśród narzędzi swojej pracy program Corel Draw. Przeważnie wykorzystuje się system operacyjny Windows, pojedyncze osoby używają komputerów firmy Apple. Tylko 15% badanych deklaruje pisanie swoich utworów najpierw odręcznie, a później dopiero przepisywanie ich do komputera. Podobnie duża grupa rozmówców oprócz używania sprzętu elektronicznego pisze również „na papierze", przy czym są to głównie poeci. Około 10% ogółu badanych pisało kiedyś na maszynie lub odręcznie.

Mniej więcej połowa autorów i autorek sporządza notatki. Spośród osób, które mają taki zwyczaj, dwie trzecie robi to ręcznie, a jedna trzecia (15% ogółu) wykorzystuje w tym celu telefon (zapisuje notatki w smartfonie lub w jednym przypadku wysyła do siebie SMS-y).

Inne wspominane sporadycznie zwyczaje to:

- pisanie na tablecie;
- notowanie na tablicy bądź na ścianie;
- pisanie wyłącznie „na papierze" (poeta).

Ciekawych wyników dostarczyły odpowiedzi odnoszące się do konsultowania swojej twórczości w czasie, kiedy ona jeszcze powstaje. Prawie trzy

czwarte badanych w jakiś sposób dzieli się swoimi utworami z odbiorcami, zanim ujrzą one światło dzienne, a większość spośród nich twierdzi, że zdarza im się uwzględniać w pewnym stopniu uwagi, które usłyszą. Najczęściej dotyczy to szczegółów, chyba że opinia jest powszechnie druzgocąca dla prezentowanego utworu (lub jego fragmentu), wtedy dokonują w nim bardziej zasadniczych zmian. Jako partnerów w tych konsultacjach wymienia się po równo: innych pisarzy, rodzinę lub kogoś bliskiego albo znajomych. Około 15% badanych ma zwyczaj dzielenia się z kimś swoją pracą, ale tylko gdy jest ona w ich własnym przekonaniu skończona i są „pewni swego". Mniej więcej co dziesiąta osoba badana zasięgała czyichś konsultacji wyłącznie na początku swojej drogi twórczej.

Inne sporadycznie pojawiające się wypowiedzi to:

- konsultacje tylko zagadnień specjalistycznych (terminy, wydarzenia historyczne);
- wstyd towarzyszący pokazywaniu własnej twórczości bliskim;
- konsultacje anonimowe poprzez portal Facebook;
- udostępnianie niedokończonych utworów tylko na czyjąś wyraźną prośbę;
- żal, że nie ma z kim rozmawiać o tworzonych przez siebie utworach;
- obowiązek wysyłania fragmentów utworów do wydawnictwa w celu konsultowania ich na bieżąco z redaktorem;
- przekonanie, że nie warto z kimkolwiek dyskutować na temat swojej twórczości, gdyż uwagi są zawsze powierzchowne i nieciekawe;
- konieczność konsultacji wynikająca z dysleksji.

Są to interesujące rezultaty, ponieważ podważają mit twórczości jako procesu dokonującego się w całkowitej samotności i odcięciu podmiotu tworzącego od innych. Jak widać, pisanie jest przynajmniej w jakimś aspekcie działaniem komunikacyjnym i społecznym, w które poza samym autorem czy autorką włączone są też inne jednostki. Szczegółowe zbadanie tego problemu wymaga osobnych badań.

Więcej niż połowa rozmówców tworzy przede wszystkim spontanicznie, nie kierując się zamówieniami wydawnictwa czy innymi okolicznościami związanymi z publikacją efektów swojej pracy. W przypadku poetów takie pisanie spontaniczne dotyczy prawie 100% badanych. Spośród rozmówców 20% deklaruje, że zdarza im się chwycić za pióro, ponieważ pojawiło się zapotrzebowanie na określone opowiadanie czy książkę, a 10% autorów i autorek wiążą długoterminowe kontrakty z wydawnictwem (umowa podpisana z góry na kolejne publikacje). Również 20% respondentów i respondentek wspomi-

na o tworzeniu na zamówienie, ale poza głównym nurtem swojej aktywności pisarskiej (krótkie artykuły do prasy, teksty okolicznościowe i tym podobne).

6.2. Rodzina i życie towarzyskie[10]

Postawy dotyczące rodziny i życia rodzinnego są wśród respondentów i respondentek zdecydowanie niejednorodne. Podobnej wielkości grupy (około 20% badanych) twierdzą, że rodzina albo jest utrudnieniem w karierze literackiej, ponieważ wymaga poświęceń, czasu i uwagi, albo tę karierę ułatwia, gdyż zapewnia poczucie stabilności i zakorzenienia. W paru przypadkach te same osoby deklarują jednocześnie i jedno, i drugie. Podobnie rozproszone są odpowiedzi odnoszące się do rodzin, z których wywodzą się autorzy bądź autorki. Znów zbliżonych rozmiarów grupy (15–20% rozmówców) mówią albo o wsparciu dla wyboru kariery literackiej, jakie otrzymały ze strony najbliższych, oraz o sprzyjającej twórczości atmosferze w domu, albo o nieprzychylnych reakcjach rodziny na decyzję zostania pisarzem bądź pisarką. Również około 15% badanych miało w swojej rodzinie jakiegoś artystę bądź artystkę (niekoniecznie w dziedzinie literatury) i deklaruje, że wpłynęło to na decyzję, aby zająć się pisarstwem. W swojej najbliższej rodzinie pisarza bądź pisarkę *sensu stricto* miało nie więcej niż 5% rozmówców. Można więc z powodzeniem uznać, że twórcy literatury w znakomitej większości rekrutują się spoza pola artystycznego.

Jeśli chodzi o zakładanie własnej rodziny (rozumianej nie jako małżeństwo bądź stały związek, ale jako posiadanie dzieci), to nie wydaje się, aby pisarze i pisarki różnili się istotnie od średniej społecznej. Mniej więcej jedna trzecia badanych mówi o dzieciach i istotności życia rodzinnego jako takiego. Być może obraz taki wynika z ogólnie bardzo niskiej dzietności w społeczeństwie polskim (na 211 krajów świata uwzględnianych w rankingach Polska znajduje się obecnie na 207 pozycji). Na jego tle artyści przestali odróżniać się jako grupa szczególnie niechętna posiadaniu potomstwa. Dokładne zbadanie tej kwestii wymaga osobnych studiów.

10 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: życie rodzinne i jego istotność dla badanego lub badanej; wpływ życia rodzinnego na pisanie i karierę literacką; pisarze lub pisarki w rodzinie i ich znaczenie dla wyboru zawodu; pisarze, pisarki oraz inne osoby ze świata literackiego wśród znajomych; wpływ znajomości w świecie literackim na pisanie oraz na karierę pisarza lub pisarki; kontakty towarzyskie z czytelnikami i czytelniczkami – ich nasilenie i istotność.

Na uwagę w perspektywie socjologii Bourdieu zasługują nieliczne (kilka wypowiedzi), choć ciekawe, głosy wskazujące na istnienie patriarchalnego modelu rodziny, w którym pisarz, nawet jeśli nie spotyka się z uznaniem, otrzymuje wsparcie od swoich najbliższych, dzięki czemu może kontynuować karierę. Mechanizm ten rzadziej, zdaniem badanych, dotyczy pisarek. Jedna z respondentek ujęła to w następujący sposób:

> [...] mężczyźni cieszą się pozytywnym wpływem rodziny, zwłaszcza swoich partnerek, na ich pisarstwo, ponieważ wiele kobiet wspiera swoich mężów-pisarzy. Zachwyca się nimi, organizuje im [życie] [...]. Po niemiecku mówi się: *„hält Ihnen den Rücken frei"*, co znaczy: „Ma pan wolne plecy", nie musi się pan zajmować, nie wiem, sprawami finansowymi, na przykład kwestiami pragmatycznymi, bo kobieta na przykład to przejmuje, widząc, że mężczyzna jest genialny, ciekawy. Często tak jest. Oczywiście dzisiaj już trochę mniej niż wcześniej, ale często kobiety w sposób nieoceniony wspierają swoich mężów-pisarzy. Natomiast na odwrót jest już trochę gorzej i raczej trudno jest pogodzić swoją, powiedzmy, karierę zawodową jako kobieta z tradycyjną rolą żony i matki. Oczywiście jest to do zrobienia, ale jest to, jest to trudne.

Opinia ta znajduje potwierdzenie w wypowiedziach pisarzy:

> [...] byłem długo z tą jedną dziewczyną [...], ona robiła za mnie wiele takich rzeczy uciążliwych związanych właśnie z taką pracą sekretarską, że na przykład mówiła, gdzie ja przyjadę albo gdzie nie przyjadę, albo komuś odmawiała i to wtedy było dobrze, bo ona to robiła delikatnie, a ja czasem nie potrafiłem po prostu tego wszystkiego zdzierżyć.

Sytuacja ta zgadza się z opisem patriarchalnych relacji społecznych przedstawionych przez Bourdieu w książce *Męska dominacja*[11].

Około 10% badanych odpowiada, że problem ten ich nie dotyczy, ponieważ nie mają rodziny lub nie utrzymują z nią kontaktów.

Inne sporadycznie pojawiające się wypowiedzi na temat rodziny to:

- rodzina jako istotny temat i źródło inspiracji twórczej;
- brak jakiegokolwiek związku między rodziną a twórczością literacką;

11 Zob. P. Bourdieu, *Męska dominacja*, tłum. L. Kopciewicz, Warszawa 2004.

- kariera artystyczna jest nie do pogodzenia z posiadaniem rodziny;
- rodzina jest dla pisania tak samo istotna jak wszystko inne na świecie;
- rodzina jest mniejszym problemem dla poetów, bo tworzenie poezji jest mniej czasochłonne;
- obowiązki zawodowe wynikające z innego zajęcia niż literatura bardziej przeszkadzają w pisaniu niż rodzina;
- rodzina jest ważna jako odbiorca twórczości;
- dążenie do maksymalnie silnego oddzielenia życia prywatnego i literackiego.

Wszyscy badani pisarze i pisarki mają jakieś kontakty ze swoimi odbiorcami. Tylko jeden twórca wypowiedział się jednoznacznie negatywnie o ich sensie, a niecałe 10% rozmówców deklaruje, że nie lubi spotkań autorskich. Jedna trzecia respondentów i respondentek ocenia kontakty z czytelnikami oraz czytelniczkami pozytywnie i uważa je za ważny element swojej aktywności literackiej. Podobnie około jedna trzecia badanych utrzymuje kontakty z czytelnikami za pośrednictwem mediów elektronicznych – przez Facebooka oraz e-mail. Spośród rozmówców 10% deklaruje, że nie lubi zbyt bliskiej zażyłości z odbiorcami i stara się ich unikać, jednak tej samej wielkości grupa wypowiada się o takiej zażyłości pozytywnie, a jej członkowie twierdzą, że zdarza im się spotkać na kawie lub piwie z czytelnikami bądź czytelniczkami.

W szczególny sposób wyglądają kontakty z publicznością w przypadku twórców z kręgu literatury *science-fiction*, którzy uczestniczą w tak zwanych konwentach, czyli dużych, środowiskowych spotkaniach o charakterze rozrywkowo-komercyjnym. Ta forma – łącząca elementy festiwalu literackiego i targów książki – daje wyjątkowe możliwości kontaktu pisarzy i pisarek z ich odbiorcami. Jeden z respondentów kontrastuje to z zupełnie innymi relacjami panującymi w głównym nurcie życia literackiego:

> [...] jeszcze jedna kwestia tych kontaktów konwentowych, a mianowicie: jak porównam z tymi wcześniejszymi kontaktami, powiedzmy, z publicznością, uczestnikami życia literackiego mainstreamowymi, można takie pozycje zbudować. W fandomie masz czytelników młodych, naiwnych, [...] nic ciekawego w sensie technicznym, literackim, intelektualnym od nich nie usłyszysz. Ale jak oni zaczynają z tobą rozmawiać, to widzisz, że oni żyją tym, co czytają, widzisz ten ogień w oczach, widzisz, że ich przeżywanie literatury jest najczystsze, najpierwotniejsze [...]. Do czego powstała literatura? Do tego, żeby cię tak pochłonąć, jak pochłaniały opowieści przy ognisku pierwotnych ludzi. I to doświadczenie jest do-

> świadczeniem im właściwym. A potem masz doświadczenie tych gości od mainstreamu, którzy wszystko przeczytali, wszystko wiedzą, im się tak kompletnie nie chce czytać książek, mają wszystkiego potąd, oni mogą porozmawiać przy piwie co najwyżej.

Inne postawy i opinie odnoszące się do kontaktów towarzyskich, które pojawiają się sporadycznie wśród badanych:

- niechęć do wyrazów uwielbienia ze strony czytelników lub czytelniczek;
- doświadczenie kontaktów interesownych ze strony czytelników lub czytelniczek (wsparcie w staraniach o publikację, konsultowanie twórczości początkujących pisarzy);
- zła opinia o spotkaniach autorskich organizowanych w bibliotekach;
- dobra opinia o spotkaniach autorskich organizowanych w bibliotekach;
- negatywne zdanie o zainteresowaniu ze strony czytelników twórcą jako osobą prywatną, a nie jego twórczością;
- pozytywny sąd o spotkaniach zagranicznych;
- doświadczenie przypadkowych spotkań z czytelnikami bądź czytelniczkami na ulicy, w sklepie i tym podobne;
- przekonanie, że kontakty z odbiorcami są przewidywalne i przebiegają według powtarzającego się scenariusza;
- niechęć do czytania fragmentów swojej literatury na spotkaniach autorskich;
- przekonanie, że opinie czytelników są istotniejsze niż krytyków;
- pragnienie intensywniejszych kontaktów z odbiorcami;
- niezważanie na opinie (pozytywne bądź negatywne) czytelników o jakości swoich utworów;
- świadomość, że jest się czytanym wyłącznie przez innych pisarzy i pisarki;
- preferowanie kontaktów z czytelnikami i czytelniczkami na prowincji ze względu na ich większe zainteresowanie literaturą;
- doświadczenie kontaktu z tak zwanymi hejterami w internecie.

Polskie środowisko literackie wydaje się zintegrowane towarzysko, jednak w umiarkowanym stopniu. Co prawda jedna trzecia badanych przyznaje, że połowa lub więcej ich znajomych wywodzi się z kręgów literackich (obejmujących nie tylko pisarzy, lecz także krytyków, wydawców, redaktorów i tak dalej), jednak tak samo duża grupa respondentów twierdzi, że co najwyżej kilkoro ich znajomych (lub nawet tylko pojedyncze osoby) jest jakoś związanych

z literaturą. Jedynie 10% rozmówców ma znajomych głównie ze środowiska literackiego. Tyle samo badanych ocenia, że liczba ich znajomych związanych z literaturą stanowi około jedną trzecią ogółu. Taki sam odsetek deklaruje też, że utrzymuje bardzo luźne lub nie utrzymuje zgoła żadnych relacji towarzyskich z osobami ze środowiska literackiego. Również 10% respondentów i respondentek uważa, iż środowisko jest zbyt małe, aby się nie znać. Tyle samo też osób ma znajomych wśród pisarzy, ale nie wśród krytyków czy wydawców. Około 15% twórców wskazuje na festiwale literackie jako jedyne miejsce ożywionych kontaktów środowiskowych na poziomie towarzyskim.

Interesująca zdaje się grupa około 15% badanych, którzy nie tylko nie deklarują zainteresowania kontaktami towarzyskimi w środowisku literackim, ale wręcz negatywnie wypowiadają się o jego stylu życia towarzyskiego. Najczęściej opinie te mają formę miażdżącej krytyki. Oto przykład:

> Jeździliśmy wiele, wiele lat temu na Imprezę Literacką x, a w którymś momencie, obserwując to, jak to wszystko wygląda, po prostu doszedłem do jakiegoś takiego strasznego wniosku, że to jest po prostu okropne, że ci wszyscy nieestetyczni, brudni pisarze i pisarki w swetrach, po prostu chlejący wódę do nieprzytomności, staczający się z tych stołów, bełkoczący coś – to było tak nieestetyczne, okropne. Biła od nich jakaś taka straszna frustracja.

To inna wypowiedź na ten temat:

> Ja lubię wypić, ale, kurde, jak się jest na spotkaniu z poetami i po godzinie wszyscy pijani, to jednak przesada. A już zniechęciło mnie totalnie, jak miałem brać udział w Mieście x tam w Imprezie Literackiej x, [...] w jakiejś dyskusji, w takiej Restauracji x. Przychodzę, patrzę, trzech dyskutantów i ja czwarty. Każdy nawalony. I tylko jeden już widać, że ma ze dwa promile, drugi, że trzy, a ostatni najlepiej się trzyma. I całe spotkanie było jednym wielkim absurdem, bo ten z tymi trzema promilami to już tak bełkotał, że nawet siebie nie rozumiał. I w tym momencie sobie powiedziałem: „Jestem za stary na takie rzeczy, no *sorry*". I się jakoś odciąłem.

I jeszcze jedna opinia:

> [...] już Bukowski mówił o tym, że to jest najgorsza rzecz, jaka się może zdarzyć pisarzowi, to znajomość z drugim pisarzem i należy tego unikać.

Z punktu widzenia teorii Bourdieu interesujące jest użycie w pierwszej wypowiedzi kryteriów estetycznych w celu wyrażenia wartościowania o zasadniczo etycznym charakterze. Jak pokazywał wielokrotnie francuski socjolog, estetyka – obok tak zwanych dobrych manier – to jeden z kluczowych aspektów habitusu i dystynkcji, zasadzających się na kategoriach gustu oraz smaku. Ubiór („swetry") stanowi pod tym względem szczególnie ważny element. Jest to typowa dla klas dominujących strategia dystynkcji opartej na widzialnych wyznacznikach stopnia akumulacji kapitału kulturowego, który w przeciwieństwie do kapitału materialnego jako taki pozostaje niewidzialny. Fakt, iż zacytowana powyżej wypowiedź to jeden z niewielu (jeśli nie jedyny) przykładów działania tego mechanizmu w środowisku pisarzy, świadczy, że wewnętrzne zróżnicowanie klasowe autorów i autorek jest niewielkie lub że dystynkcja jest ustalana na podstawie innych wyznaczników pozycji klasowej.

Inne opinie i postawy pojawiające się sporadycznie w odpowiedziach badanych:

- ogólnie mała liczba znajomych ze względu na niską aktywność towarzyską;
- tendencja do rozdzielania życia towarzyskiego i zawodowego;
- brak znajomości w środowisku spowodowany funkcjonowaniem w nim od stosunkowo niedawna.

Badani wykazują się dużą zbieżnością stanowisk w ocenie znaczenia kontaktów towarzyskich i znajomości w środowisku dla kariery literackiej. Zdaniem dwóch trzecich rozmówców jest to czynnik pomocny lub nawet bardzo pomocny. Nie zawsze jednak chodzi o układy w sensie patologicznym, choć oczywiście pojawiają się i takie opinie. Oto przykład:

> To jest smutny, obrzydliwy rynek, którym gardzę potwornie, bo jest, rynek poezji jest zdominowany przez kilku krytyków literackich, może dziesięciu, może dwunastu, przez dwa, trzy wydawnictwa. I jest to wszystko potwornie zblatowane, gdzie siedzą i piją wódkę, i ocena moja tego, jakby merytoryki, jest to żałosne, żałosne.

A to inna wypowiedź w podobnym tonie:

> Myślę, że pojęcie układu stosowane przez Kaczyńskich, ale potraktowane jako narzędzie analizy, a nie fobia ma jakiś tam, z tego coś wynika. Zdarza mi się pójść na kolację świata literackiego, artystycznego, to nagle [wtedy] mam wrażenie, że tam jest grupa trzymająca władzę. Połączenie znanych

> krytyków literackich, pisarzy, artystów, dyrektorów jakichś instytucji mniej lub bardziej publicznych, ale otrzymujących publiczne dotacje, nagle zaczynam mieć wrażenie, że może coś takiego funkcjonuje regularnie.

Rola kontaktów towarzyskich jest też przez badanych ujmowana w odmienny, bardziej neutralny sposób. Wspominają oni, że obecność w środowisku po prostu zwiększa świadomość innych na temat tego, co dana osoba robi, a to z kolei zwiększa szanse na pojawienie się zainteresowania krytyków, propozycji ze strony wydawców i tym podobne. Nie chodzi więc w tych ujęciach o kwestie władzy, ale komunikacji i widzialności. Nie zmienia to jednak faktu, że przekonanie o zawodowej użyteczności kontaktów towarzyskich jest bardzo popularne wśród respondentów i respondentek.

Z drugiej strony, gdy badani pisarze i pisarki wypowiadają się o swoich własnych karierach, pojawia się dokładnie tyle samo historii, w których znajomości pomogły komuś w debiucie lub publikacji książki, co opowieści, w których nie miało to żadnego znaczenia. Spośród rozmówców 10% twierdzi, że w ogóle się nad tym nie zastanawia, ponieważ na płaszczyźnie towarzyskiej nie utrzymuje kontaktu ze światem literackim. Jak się zdaje, sytuacja wygląda więc tak: użyteczność znajomości w środowisku branżowym jest przeceniana względem ich realnego znaczenia, a bycie częścią jakiegoś układu towarzysko-zawodowego nie stanowi wcale warunku koniecznego kariery literackiej.

Około 15% badanych przyznaje, że doświadczenia towarzyskie w świecie artystycznym stały się źródłem inspiracji dla ich pisarstwa (wzory postaci, historie, podsuwanie ciekawych lektur) lub pomogły im, dostarczając wsparcia w trwaniu przy danym projekcie literackim. Grupa ta pozytywnie ocenia również znaczenie dyskusji na temat literatury, które toczą się w sytuacjach towarzyskich.

Inne opinie i postawy pojawiające się sporadycznie w wypowiedziach badanych:

- znajomości są istotne przede wszystkim w dużych ośrodkach;
- udzielenie pomocy znajomemu w karierze zawodowej;
- kręgi towarzyskie są wsobne (to tak zwane „towarzystwa wzajemnej adoracji"), więc ich wpływ na twórczość może być wyłącznie negatywny;
- znajomości są mniej istotne, niż były kiedyś;
- w każdym zawodzie kontakty towarzyskie odgrywają ważną rolę, więc w pisarstwie również.

6.3. Kondycja materialna[12]

Obraz kondycji materialnej pisarzy i pisarek polskich wyłaniający się z badań jest raczej ponury. Odnośnie do żadnego innego zagadnienia nie ma takiej zgodności w grupie rozmówców, jak co do absolutnej niemożności utrzymania się z pisarstwa. Pogląd ten jest właściwie powszechnie podzielany i tylko dwie osoby spośród ponad siedemdziesięciorga badanych deklarują, że są w stanie wyżyć wyłącznie ze swojej aktywności literackiej. Rezultaty te nie powinny zaskakiwać. Dokładnie to samo pokazała dyskusja na temat zarobków pisarzy i pisarek, która przetoczyła się przez media na początku 2014 roku po wystąpieniu Kai Malanowskiej. Wśród rozmówców rysuje się też wyraźny podział na prozaików i poetów. Tylko ci pierwsi są przekonani, że nawet jeśli obecnie nie zarabiają na swojej twórczości wystarczająco, żeby z tego wyżyć, to istnieje na to przynajmniej teoretycznie jakaś szansa i znają przypadki, kiedy to się udało. Poeci i poetki nie mają jakichkolwiek złudzeń co do możliwości utrzymywania się ze swojej twórczości. Zdecydowanie niżej umieszczają też poprzeczkę akceptowalnego minimum finansowego. Nie jest nim, jak w przypadku prozy, brak dochodów ze swojej twórczości literackiej, ale brak konieczności dopłacania do niej (finansowanie przez poetów wydania swoich tomików nie jest rzadkością, chociaż nie stanowi również reguły).

Respondenci i respondentki, którzy wprost mówią o wielkości swoich dochodów, podają najczęściej niskie sumy, wahają się one od kilkuset złotych do kilku tysięcy rocznie. Jak powiedział jeden z pisarzy:

> [...] jeśli progiem biologicznym [ustalonym] przez ONZ jest 2,5$ [dziennie], to myślę, że jest to poniżej.

Około jedna trzecia badanych twierdzi, że nie zarabia w ogóle na swoich publikacjach literackich.

12 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: możliwość utrzymania się z honorariów; alternatywne źródła utrzymania i ich związek z literaturą; stypendia lub inne podobne źródła dochodu (nagrody, programy wsparcia pisarzy i/lub czytelnictwa); ocena swojej pozycji materialnej na tle innych grup zawodowych; znajomość terminu „prekariat" i utożsamianie się z grupą, którą opisuje; wpływ kwestii materialnych na decyzję o wyborze wydawnictwa, znajomość podziału zysków ze sprzedaży książki i opinia na ten temat.

Inne, występujące sporadycznie opinie i deklaracje dotyczące honorariów autorskich:

- otrzymywanie zaliczek;
- ambiwalentne zdanie na temat zaliczek (wymuszają rytm pracy i terminy, co nie jest korzystne dla pracy twórczej);
- brak jakichkolwiek umów z wydawcami regulujących kwestie materialne;
- zadowolenie z wysokości dochodów z pisania;
- wynagrodzenie otrzymywane od wydawnictwa w książkach własnych lub innych pisarzy czy pisarek;
- otrzymanie honorarium uzależnione od zdobycia grantu na książkę;
- przekonanie, że z pisania można żyć dopiero po wydaniu kilku dobrych książek;
- przekonanie, że aby żyć z pisania, trzeba najpierw otrzymać jakąś istotną nagrodę;
- akceptacja braku lub niskiego wynagrodzenia (nawet wskazywanie pewnych plusów tej sytuacji).

W tym ostatnim przypadku badani i badane przywoływali bardzo różne uzasadnienia, z których część wiąże się z ich ogólną strategią życiową, a część brzmi jak racjonalizacje trudnej sytuacji. To przykład tej drugiej postawy:

> Nie po to wydawałem, żeby dostawać za to wynagrodzenie no bo... no tak... uważam, że fajnie, jak takie rzeczy sobie krążą między ludźmi i taką drogą, która jest jak najbardziej wolna, a nakładanie na to tego, że ktoś tam powinien dostać jakieś wynagrodzenie, jest jakąś blokadą.

A także:

> Mi się wydaje, że dobrze tak jest, że się na poezji nie zarabia. Właśnie z tego powodu, że trudno jest wartościować. Po drugie [...], moim zdaniem, poezja to nie jest praca, za którą należałaby się jakaś nagroda pieniężna. Z tego względu, że to jest... przynajmniej w moim przypadku to pisanie się dzieje poniekąd „poza mną" i dlatego wręcz byłoby to nieetyczne, gdyby żądać za to jakiegoś wynagrodzenia. Pewnie inaczej jest z prozą, że rzeczywiście człowiek musi siedzieć i tą dniówkę przy komputerze albo przy maszynie po prostu rzeczywiście jakby odpracować. To jest trochę inna rzecz.

Pierwsza postawa – akceptacja braku dochodów z pisarstwa w związku z jakąś szerszą strategią życiową – manifestuje się takimi na przykład wypowiedziami:

> Ja się bardzo cieszę z tego, że to tak niepoważnie traktuję. Ani na tym nie zarabiam, ani nikt nie jest moim agentem i żadne terminy mnie nie obowiązują i tak dalej. Dzięki temu mogę pisać, kiedy chcę i co chcę. Nie interesuje mnie to, czy wydam książkę w przyszłym roku, czy nie. Piszę swoim własnym torem.

Około jedna trzecia rozmówców wskazuje na stypendia i nagrody jako na jedno ze źródeł dochodów, chociaż podkreślają ich nieregularność, niepewność i nieprzewidywalność. Prawie tyle samo osób nigdy nie wystąpiło z wnioskiem o żadne stypendium lub nie dostało go pomimo starań. Jedynie 15% badanych twierdzi, że otrzymało w swojej karierze nagrodę, z którą wiązało się jakieś wynagrodzenie materialne.

Inne, sporadycznie pojawiające się postawy, opinie i deklaracje dotyczące stypendiów:

- za pieniądze z grantu, który pozwalał na zakup książek, pisarz nabył zalegające w magazynie publikacje od swojego wydawcy, dzięki czemu znalazły się środki na wydanie jego książki;
- nagrody są lepsze niż stypendia, gdyż nie trzeba się o nie starać, są przyznawane przez osoby, które doceniają danego pisarza lub pisarkę;
- stypendium motywuje, bo trzeba się później rozliczyć i coś napisać na czas;
- niechęć do składania wniosków o stypendia ze względu na czasochłonną procedurę i brak pewności sukcesu;
- w Niemczech jest bardziej rozbudowany system stypendiów, ale to tamtejszych pisarzy rozleniwia;
- powstrzymywanie się od aplikowania, ponieważ stypendia są tylko dla ludzi, którzy nie mają z czego żyć;
- stypendia mają także wymiar prestiżowy, a nie tylko materialny;
- stypendia zachodnie są bardziej interesujące finansowo; w Polsce jest źle i coraz gorzej pod względem stypendiów;
- stypendia powinny być dla prozaików, bo oni potrzebują do pracy dłuższych okresów spokoju niż poeci;
- stypendia są dobre dla darmozjadów.

Pisarze i pisarki, którzy decydują się na życie przede wszystkim z uprawiania literatury, czynią to za cenę radykalnego ograniczenia potrzeb i korzystania z pomocy innych: znajomych, rodziny i tak dalej. Mówią o tym na przykład w następujący sposób:

> Utrzymanie moje wiąże się z jakimś pasożytnictwem w dużej mierze. Tak jak już po prostu, jakbym jakiejś iluminacji doznał na temat tego, czym jestem, toby się okazało, że naprawdę to jest najwięcej z tego przetrwania, jakieś podjadanie, jak nikt nie patrzy.

Lub też tak:

> Ja żyję prawie jak Diogenes. I ja nie mam po prostu zbyt wielu potrzeb takich. Ja nie mam komórki, po prostu mam internet, no to jest mój kontakt ze światem. [...] Jeżeli chodzi o stroje i tak dalej, w ogóle nienawidzę tego kupować. Jak idę, kupuję tylko raz w roku, gdzieś tam idę. Na przykład, nie wiem, kupuję cztery koszule z Carry. Na wyprzedaży, prawda.

W związku z niskim poziomem dochodów, ich niepewnością i nieregularnością pytano w wywiadach o stosunek pisarzy i pisarek do terminu „prekariat", który powstał niedawno w teorii społecznej na opisanie tego typu kondycji materialno-zawodowej[13]. Mniej więcej jedna czwarta rozmówców bez zastrzeżeń umieszcza się w tej grupie, a kolejna jedna czwarta twierdzi, że nie należy do niej, ale tylko ze względu na posiadanie źródła dochodów niezwiązanego z literaturą. Parę osób deklaruje, że chociaż sami nie zaliczają się do tej kategorii, ogólnie można przypisać do niej większość autorów i autorek. Pojawiły się także pojedyncze głosy uznające prekarność za konieczną cenę, jaką płaci się za wybór zawodu pisarza, który nie mógłby być wykonywany na etacie. Zaledwie trzy osoby określają się jako należące do klasy średniej. W obiektywnej, zewnętrznej ocenie odsetek ten byłby zapewne wyższy, jednak rzadkość, z jaką pojawia się taki samoopis, sama

13 Zob. G. Standing, *The Precariat. The New Dangerous Class*, London 2011. Pierwszy rozdział tej książki dostępny jest *online* po polsku w redakcji Macieja Szlindera i tłumaczeniu Pawła Kaczmarskiego oraz Mateusza Karolaka, <http://www.praktykateoretyczna.pl/prekariat/01_Prekariat_Rozdz.1.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014]; J. Sowa, *Prekariat – globalny proletariat w epoce pracy niematerialnej*, [w:] *Robotnicy opuszczają miejsca pracy*, red. J. Sokołowska, Łódź 2010.

w sobie stanowi wskazówkę nie tyle złej kondycji materialnej twórców, ile ich niskiego morale.

Prawie jedna trzecia badanych źle ocenia swoją pozycję na tle innych grup zawodowych:

> Fatalnie się widzę. Uważam, że osoba, która pisze tak dużo jak ja, powiedzmy, już w tych różnych gatunkach, która jest bardzo aktywna i właściwie żyje z pisania, jednocześnie nie może żyć z pisania. Myślę, że to jest ten najdotkliwszy paradoks, z którym trudno sobie poradzić, także psychologicznie. To jakoś jednak nas marginalizuje, pokazuje też taką ogólną sytuację tu, gdzie żyjemy...

> [W porównaniu z innymi zawodami] jesteśmy na samym dnie [śmiech]. Ledwie zipiemy, prawdę powiedziawszy, ale żyjemy.

> [Oceniam pozycję pisarzy i pisarek] jako skandalicznie niską. Nikczemną wręcz [śmiech].

> Lumpenproletariat. Po prostu. Jest to najgorsza pozycja zawodowa z uwagi na to, że [jest] nieregularność umów, bo większość tej kasy, którą dostaję, to jest po prostu legalnie zarobiona i opodatkowana kasa. Większość tych umów nie pokrywa żadnych świadczeń zdrowotnych. Nie mam ubezpieczenia zdrowotnego, społecznego. Nie stać mnie, w żadnym wypadku, na wykupienie własnego. Na pewno nie stać mnie na założenie działalności gospodarczej i rozliczanie tego w ten sposób. Z uwagi na nieregularność tego i uciążliwość trybu pracy i urzędów pracy nie mam możliwości... jest to bardzo uciążliwe, żeby zgłaszać po każdej drobnej umowie – chociażby na pięćdziesiąt złotych – żeby wyrejestrować się, znów zarejestrować się, więc tego nie robię. Nie funkcjonuję w tej ewidencji i w ten sposób mamy mniej zarejestrowanych bezrobotnych.

Inne, sporadycznie pojawiające się wypowiedzi i opinie, które odnoszą się do prekaryzacji zawodu pisarza:

- niepewność stymuluje do większej kreatywności;
- przekonanie, że nie należy się jeszcze do prekariatu ze względu na młody wiek;
- opinia, że nie zalicza się do prekariatu, ponieważ jest się samemu winnym bądź winną swojej złej kondycji finansowej;

- przeciętna sytuacja pisarzy i pisarek jest taka sama jak każdej innej grupy zawodowej – ani dobra, ani zła;
- za prekaryzację zawodu pisarza odpowiada słaba samoorganizacja środowiska;
- wskazywanie na podziały klasowe w obrębie grupy zawodowej pisarzy i pisarek;
- odrzucenie pojęcia „prekariat" ze względu na jego roszczeniowy charakter.

Brak możliwości utrzymania się z literatury skazuje pisarzy i pisarki na posiadanie innego zajęcia, które dostarczałoby im środków do życia. W odpowiedzi na pytanie o dodatkowe źródła dochodów, oprócz honorariów za twórczość, jedna trzecia badanych wskazuje na wynagrodzenia ze spotkań autorskich. Są one istotne szczególnie dla poetów. W drugiej kolejności wymieniane są dochody z publikacji w mediach (publicystyka, eseje, reportaże i tym podobne). Około 10% rozmówców wspomina również o pracy w mediach (radio, telewizja, portale internetowe), tłumaczeniach, prowadzeniu zajęć z kreatywnego pisania.

Inne źródła dochodu wymieniane przez badanych to: granty na badania naukowe, oprowadzanie wycieczek miejskich, prowadzenie zajęć z pisania scenariuszy, praca w placówce oświatowej, udział w jury nagród literackich, nauczanie języka angielskiego, pisanie wewnętrznych recenzji wydawniczych, praca w literackim medium branżowym, pisanie scenariuszy (filmowych oraz innych), napisanie libretta do opery, pozowanie do aktów na kursach rysunku, inne działania artystyczne (sztuki wizualne, muzyka), trenowanie koni, wsparcie od rodziny, praca w szkole (podstawowa, gimnazjum, liceum), praca w wydawnictwie, inwestycje giełdowe, konsulting w branży rozrywkowej (gry komputerowe), praca na uczelni wyższej, projektowanie graficzne, praca w teatrze, praca w branży budowlanej, praca w domu opieki jako menedżer, prowadzenie własnego biznesu (bar), praca w bibliotece, praca w domu kultury, praca w reklamie, praca w korporacji oraz inne („Mam źródło utrzymania, które nie jest związane z literaturą. To nie należy do tematu").

Ze względu na relatywnie częste pojawianie się pisarzy i pisarek w mediach, w wywiadach zapytano wprost o dochody z tym związane. Tylko 10% badanych twierdzi, że zdarzyło im się otrzymać jakieś honorarium z racji samego wystąpienia w mediach (wywiad, program radiowy lub telewizyjny), są to zatem sytuacje sporadyczne. Zasadniczo tego typu aktywność nie stanowi źródła dochodów, a czasem wymaga nawet dopłacenia do niej z własnej kieszeni (dojazd z małego ośrodka do większego, gdzie dane medium ma

swoją siedzibę, lub ze wsi do miasta). Kilka głosów deklaruje w miarę regularne wpływy finansowe z pisania do prasy (nie chodzi tu o autorów i autorki, którzy dodatkowo zatrudniają się w mediach w charakterze dziennikarzy i dziennikarek, ale o pisanie artykułów przez osoby zawodowo niezwiązane z żadną instytucją medialną).

Wyniki badań w pełni potwierdzają przywoływaną już tezę Bernarda Lahire'a o podwójnym życiu pisarzy i pisarek. We współczesnej Polsce okazuje się ono w zasadzie regułą, a przekrój zajęć podejmowanych przez rozmówców w celach zarobkowych jest naprawdę duży, przy czym jedynie część z nich ma cokolwiek wspólnego z literaturą. Kilkoro badanych wspomina, że celowo wybiera prace niewymagające pisania, aby „nie wypisywać się" i ograniczyć swoją aktywność twórczą do samej tylko literatury. Niektórzy autorzy i autorki mają nawet więcej niż dwa życia. Oto wypowiedź jednego z respondentów:

> Ja mam trzy rodzaje pracy, bo ja redaguję „Kwartalnik Literacki x" [...] i to jest praca ciągła, przy komputerze oczywiście, bo nawet nie mamy stałej redakcji, tylko robimy to komputerowo z kolegami, i to jest praca ciągła, czyli nieustanna, i trudno powiedzieć, czy będę pracował dzisiaj, czy jutro, czy pojutrze i czy będę to robił w Polsce, czy za granicą. [...] Druga praca, jaką wykonuję, jest to praca kierownika literackiego Teatru x. No ona koncentruje się na czytaniu tekstów i dyskutowaniu z dyrektorem artystycznym, czy coś się nadaje, czy nie nadaje, i to jest moja druga praca taka w sensie zarobkowym. Natomiast moja trzecia praca właściwa jest to praca literacka i ona odbywa się głównie nocą, ponieważ w ciągu dnia zawsze są różne sprawy domowe, rozmaite, a to pies kuleje, a to kotka zachoruje, a to coś tam trzeba zrobić. Zatem praca literacka jest pracą nocną.

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 też kwestie finansowe niespecjalnie rzutują na decyzje o wyborze wydawnictwa. Tylko 10% badanych uznaje je za istotny czynnik, a jedna trzecia odpowiada, że nie mają one znaczenia. Wśród poetów zdanie to podziela właściwie 100% badanych. Jako uzasadnienie takiej postawy najczęściej pojawia się przekonanie, że na pisarstwie i tak nie da się zarobić, więc różnice w warunkach materialnych oferowanych przez poszczególne oficyny są bez znaczenia. Pisarze i pisarki nie mają też

złudzeń, że nawet te wydawnictwa, które proponują lepsze warunki finansowe, różnicują twórców, przedstawiając każdemu indywidualną ofertę, w zależności od pozycji, jaką dana osoba zajmuje w hierarchiach literackich, a więc zależnie od perspektyw na zysk dla oficyny z publikacji danej książki. Jeden z rozmówców wypowiada się na ten temat następująco:

> [Względy materialne] nie są decydujące. Dlatego że po pierwsze, tak jak powiedziałam, jest pewien pułap, który wiem, że funkcjonuje, i którego nie przeskoczę prawdopodobnie nigdy: że nigdy nie zostanę osobą, która dostanie zaliczkę w wysokości kilkudziesięciu tysięcy złotych i może wobec tego na przykład przez rok nie wykonywać innej pracy, ja inną pracę, tak czy owak, zresztą muszę wykonywać [...]. W Polsce zresztą także emerytury twórcze nie są uregulowane, w związku z tym to są decyzje o przejściu właściwie na działalność gospodarczą. Emerytury twórcze, o których rozmawiano w dwudziestoleciu międzywojennym. Tak więc... to w tej chwili nie funkcjonuje. Te decyzje to są decyzje, to byłyby decyzje oscylujące wokół takich dość podobnych warunków. Czasem też lepiej – tak uważam – zachować tutaj pewną suwerenność i wybierać z powodów, które nie są wyłącznie powodami finansowymi.

Odpowiadając na pytania co do wpływu czynników materialnych na wybór wydawnictwa, pisarze i pisarki sporadycznie wspominają również o następujących kwestiach:

- większa istotność zachowania kontroli nad prawami autorskimi niż uzyskania wyższego wynagrodzenia;
- pozbycie się młodzieńczych złudzeń, że na literaturze można zarabiać;
- większa istotność takich kwestii jak na przykład strategia promocyjna oficyny;
- większa istotność kontroli nad wyglądem książki i innymi elementami pozatekstowymi;
- brak wyraźnych różnic między wydawnictwami, jeśli chodzi o warunki finansowe;
- tylko najsilniejsi w środowisku mogą pozwolić sobie na dyktowanie oficynom warunków materialnych.

Pisarze i pisarki nie tylko w małym stopniu uwzględniają kwestie finansowe, podejmując decyzje o wyborze wydawnictwa, lecz także dysponują stosunkowo niewielką wiedzą o działaniu rynku książki, mechanizmach rozliczeń, jakie na nim obowiązują, i podziałach zysków pomiędzy poszcze-

gólnych aktorów (wydawcy, dystrybutorzy, księgarze). Jedynie 10% autorów i autorek ma trafne wyobrażenie i wiedzę w tej dziedzinie. Połowa respondentów i respondentek posiada co najwyżej wiedzą częściową (jedna czwarta badanych) lub nie posiada zgoła żadnej (również jedna czwarta rozmówców). Spośród nich jedna trzecia deklaruje ponadto kompletny brak zainteresowania tymi sprawami. Około 10% twórców uważa podziały zysków na rynku książki za niesprawiedliwe. Oto wybrane opinie na ten temat:

> Autor jest ostatnią osobą, która zarabia na książce, zarabia najmniej. Przy okazji mojej ostatniej książki, kiedy różni moi znajomi dostali zlecenie na przykład zrobienia trailera, więc osoba, która zrobiła zdjęcia, która zrobiła muzykę, oni wszyscy dostali kasę, poza mną. Pomyślałam, jakie to jest po prostu idiotyczne. Potem te osoby, które organizowały spotkanie, to sobie zarobiły coś tam, no i było to prawie rok temu, a ja jeszcze nie widziałam kasy za tą książkę. No więc uważam, że jest to niesprawiedliwe.

> Wychodzi na to, że to prawo autorskie broni producentów przede wszystkim, a nie autorów.

> Autorzy są zawsze na szarym końcu, najbardziej poszkodowani. I bardzo często jest tak, że nie dostają należnych im pieniędzy, bo one po drodze gdzieś się rozeszły albo ktoś nie wpłacił w porę albo tyle, ile trzeba.

> Autor jest na samym końcu łańcucha pokarmowego. To każdy pisarz powie, że najpierw musi dostać szef wydawnictwa, redaktor, sekretarka, drukarze. Wszyscy. Oczywiście księgarze sobie wypłacą. [...] Na samym końcu tego łańcucha pokarmowego jest pisarz. Właściwie najchętniej to oni by po oddaniu książki utłukli pisarza, bo on już im nie jest potrzebny, tylko łazi jakiś tam fiut i pieniędzy żąda, kiedy wszyscy już zapłaceni, wszyscy zadowoleni, jeszcze temu dziadowi trzeba jakieś procenty wypłacić. Więc jest ogólna niechęć do płacenia pisarzom, uważa się, że pisarz sobie tam poradzi. No przecież nie jest na tyle głupi, żeby żył z książek, no.

> Ale wydaje mi się, że to jest w ogóle takie postawienie trochę na głowie... ale tak jak w ogóle w handlu jest. To znaczy: że wytwórca, ten producent jakby, jeżeli książkę potraktujemy jako towar... jak, wiesz, dziecko chińskie, które tam maluje T-shirty, dostaje jakiegoś tam, nie wiem, trzydzieści

centów, a ta, ten T-shirt potem jest sprzedawany za siedem dolarów, nie. To trochę podobna sytuacja jest z pisaniem.

Inne, sporadycznie pojawiające się opinie i postawy respondentów oraz respondentek odnoszące się do funkcjonowania rynku książki:

- podział zysków jest uzasadniony kosztami produkcji książki i podejmowanym ryzykiem;
- przekonanie, że lepiej być nie może;
- świadomość konfliktu interesów materialnych między wydawcą a dystrybutorem (w tym kontekście pojawiają się negatywne wypowiedzi na temat Empiku jako monopolisty, który dyktuje niegodziwe warunki dystrybucji książek);
- akceptacja niskich dochodów jako wyższej konieczności;
- wdzięczność wobec oficyny za dobrą promocję, która jest ważniejsza od dochodów finansowych;
- przekonanie, że na poezji nikt nic nie zarabia;
- opinia, że im większe wydawnictwo, tym gorsze warunki dla twórców.

6.4. Relacje z wydawnictwami i agentami[14]

Relacje między twórcami a oficynami nie przebiegają zgodnie z żadnym powszechnym schematem. Około jedna trzecia badanych deklaruje, że propozycja współpracy wyszła od wydawnictwa. Wśród pozostałych decyzja o wyborze oficyny była podejmowana na podstawie rozmaitych czynników: jedna czwarta rozmówców wspomina o kryterium „fajnych książek" publikowanych przez dane wydawnictwo, 20% badanych twierdzi, że wybrało wydawcę, kierując się znajomościami i pozycją danej oficyny w regionie lub w środowisku (czynniki środowiskowe pozostają szczególnie ważne, gdy mowa o literaturze *science-fiction*, która znów wyróżnia się na tle pozostałych gatunków), a 10% rozmówców mówi o zbiegu okoliczności. Tylko 10% respondentów i respondentek deklaruje, że w przyszłości na pewno nie zmieni wydawnictwa, bo współpraca z obecnym całkowicie ich satys-

14 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: powody wyboru wydawnictwa; doświadczenia z obecną oficyną; warunki współpracy; opinia na temat podziału na wydawnictwa niezależne i te z głównego nurtu; stosunek do praw autorskich; opinia o e-dystrybucji; strategie promocji wydawnictwa; doświadczenia ze współpracy z agentami; doświadczenia ze współpracy z redaktorami.

fakcjonuje. W połączeniu z innymi czynnikami sugerowałoby to, że pisarze i pisarki w znakomitej większości wybierają raczej najlepsze wydawnictwo z aktualnie im dostępnych (czy też najmniej złe), a nie idealne, czyli takie, w którym chcieliby publikować do końca życia. Potwierdza to zdecydowanie powszechna praktyka wysyłania swoich utworów do więcej niż jednej oficyny. Równie częste jest rezygnowanie z dalszych prób publikacji w danym wydawnictwie, jeśli na początku udzieliło ono odpowiedzi odmownej.

Około 10% rozmówców deklaruje preferencje dla oficyn małych ze względu na łatwiejszy i „bardziej ludzki" kontakt, większy stopień kontroli nad książką czy mniejszą „pazerność" wydawców (na przykład brak prób kupowania kolejnych książek z góry).

Inne, pojawiające się sporadycznie opinie dotyczące wyboru wydawnictwa to:

- ignorowanie przez poetów czynnika materialnego wynikające ze świadomości, że z poezji nie ma żadnych korzyści finansowych;
- wybieranie oficyny ze względu na kwestie materialne, takie jak wielkość honorariów, zaliczki, terminowość rozliczeń;
- świadomość, że zarobek będzie raczej słaby niezależnie od wydawnictwa; brak zainteresowania większymi zaliczkami, większym procentem i tym podobne;
- istotność promocji;
- istotność dobrej dystrybucji;
- istotność jakości pracy redakcyjnej;
- przekonanie o braku idealnego wydawnictwa i ogólnie słabym poziomie wszystkich („nie ma pisarza, który nie byłby niezadowolony");
- preferencja dla długoterminowej współpracy z jednym wydawnictwem;
- decyzja o niezmienianiu oficyny ze względu na poczucie lojalności wobec wydawcy;
- unikanie wydawnictw jasno zdefiniowanych ideologicznie (na prawo bądź lewo);
- wybór oficyny motywowany ideowo (jego orientacją społeczno-polityczną);
- przywiązywanie dużej wagi do gotowości wydawnictwa na niestandardowe działania (pomysł autora lub autorki na całość książki, w tym na okładkę, format i tak dalej);
- negatywna opinia o self-publishingu;
- pozytywna opinia o self-publishingu;

- celowe nastawienie „antycentralne", na wydawnictwa prowincjonalne;
- przekonanie, że idealną oficyną byłaby spółdzielnia pisarzy.

Jak widać, opinie badanych są bardzo rozproszone, co w połączeniu z faktem, że w większości przypadków stroną inicjującą współpracę jest wydawnictwo, oznacza, iż pisarze i pisarki nie mają zestawu powszechnie praktykowanych strategii w relacjach z oficynami. To nieco zaskakujące, biorąc pod uwagę istotność tych problemów dla funkcjonowania w świecie literackim.

Około jedna trzecia rozmówców pozytywnie ocenia swoje aktualne wydawnictwo. Oto przykładowa wypowiedź na ten temat:

> Dobrze generalnie oceniam. Jest porządne wsparcie, nie skończyło się tylko na tym, że jest książka, dobra, do widzenia. Zadbali o to, żeby były recenzje. [...] Zadbali o wieczorki, o wystąpienia, zresztą sami ludzie się ze mną kontaktowali, bo wydanie w Oficynie x budzi jakieś zainteresowanie. Miałem ruch od razu po wydaniu książki.

Około 20% badanych wskazuje na kwestie materialne jako powód zadowolenia lub jego braku (zaliczki, terminowo wypłacane honoraria i tak dalej). Spośród rozmówców 10% twierdzi, że bardziej ceni współpracę z małymi oficynami ze względu na lepszy kontakt z wydawnictwem, szybszą pracę redakcyjną czy możliwość kontroli nad poszczególnymi elementami książki, na przykład nad okładką.

Opinie na temat wydawnictw są bardzo rozproszone. Badani sporadycznie wspominali o następujących kwestiach:

- żadne wydawnictwo nie jest teraz w stanie dać przeciętnemu autorowi odpowiedniego wsparcia;
- niezadowolenie z powodu ingerencji w tekst;
- postawa ambiwalentna: świetnie, że książka wyszła, ale warunki współpracy były kiepskie;
- rozczarowanie z powodu słabej dystrybucji;
- brak umów z autorem lub autorką;
- brak rozliczeń nawet pomimo faktu, że twórca ze swojego stypendium zapłacił za wydanie książki;
- słaba promocja w mniejszych oficynach;
- niemożliwość kontrolowania uczciwości rozliczeń z wydawcami (wielkość nakładu, sprzedaż i tak dalej);
- problem genderowy (książki mężczyzn traktowane są lepiej niż te napisane przez kobiety);

- istotność podmiotowego traktowania autora;
- najważniejsze, aby praca z tekstem była dobra, inne kwestie pozostają drugorzędne.

Jeszcze bardziej niejednorodny i ambiwalentny jest stosunek respondentów i respondentek do podziału na oficyny głównego nurtu i alternatywne (zwane też niszowymi czy niezależnymi). Jedyne wspólne stanowisko, które się tutaj zaznacza, to żywione przez około 10% badanych przekonanie, iż wydawanie poezji (z wyjątkiem noblistów i uznanych twórców starszej generacji, takich jak Ryszard Krynicki czy Adam Zagajewski) jest samo w sobie czymś niszowym i pod tym względem nie ma podziału na główny nurt oraz przedsięwzięcia alternatywne.

Poza tym pojawiają się wyłącznie rozproszone opinie, które podziela nie więcej niż czworo czy pięcioro badanych. Oto one:

- podział na główny nurt i wydawnictwa niezależne ma sens tylko jako diagnozowany od zewnątrz; z pozycji autora, z wewnątrz pola nie ma to znaczenia;
- w środowisku małych oficyn jest zbyt duża rotacja, aby można było sensownie wyrobić sobie zdanie;
- system grantowy ze swoimi preferencjami (Rok Miłosza, Rok Tuwima i tak dalej) wymusza pewne decyzje wydawnicze również na oficynach alternatywnych, tym samym instytucja, która pobiera dotacje, nie jest niezależna;
- wydawnictwa niezależne są sztucznie utrzymywane na rynku dzięki dotacjom;
- niektóre wydawnictwa próbują udawać awangardowość;
- pod wpływem presji przetrwania na rynku inicjatywy niezależne i buntownicze normalizują się;
- podział wyznacza Empik – to, kto w nim jest, a kto nie;
- niezależność jest tylko punktem wyjścia, potem znika na skutek uwikłania w rozmaite układy;
- sensowny podział wydawnictw wyznacza przede wszystkim profesjonalizm działania bądź jego brak;
- sensowny podział oficyn wyznacza tylko literacka jakość ich publikacji;
- w Polsce brak „literatury środka" (Nick Hornby jako przykład) i to jest powód niskiego poziomu czytelnictwa;
- wszystkie wydawnictwa są zależne od dystrybutorów i sprzedaży;
- nie ma oficyn niezależnych;

- wydawnictwa niezależne istniały przed 1989 rokiem, gdy podział wyznaczała cenzura; teraz jest to bardziej płynne.

Współpraca z oficynami w kluczowym obszarze, czyli opieki redakcyjnej, jest zasadniczo przez pisarzy i pisarki oceniana dobrze. Prawie dwie trzecie badanych wypowiada się na ten temat pozytywnie, twierdząc, że pod tym względem mieli dobre lub bardzo dobre relacje z wydawnictwami. Grupę niezadowolonych osób stanowi około 15% ogółu. W paru przypadkach autorzy i autorki mówią o konfliktach z redaktorami, które zakończyły się rozstaniem z oficyną. Czasem (10% odpowiedzi) pojawia się opinia o tym, że wydawnictwa i redaktorzy „niszczą" książki, domagając się ich skracania lub przerabiania z powodów komercyjnych („to się nie sprzeda"), co jednak ważne: są to w znakomitej większości opowieści o tym, co ponoć spotkało innych pisarzy i pisarki, nie zaś relacje z pierwszej ręki. Tylko dwoje badanych wspomina o takiej sytuacji jako o swoim własnym doświadczeniu. Również w dwóch przypadkach historie jednego badanego lub badanej o kimś innym są przez te osoby dementowane, a w jednym przypadku respondentka oświadczyła nawet, że wydawnictwo, które ponoć (w relacji innego pisarza) zniszczyło jej książkę, miało najlepszych redaktorów, z jakimi kiedykolwiek współpracowała. Także jedynie dwa głosy potwierdzają popularną w środowisku opinię, że oficyna narzuciła tytuł utworu mimo protestów autora lub autorki. Inni respondenci i respondentki mówią o sytuacjach, w których tytuł rzeczywiście został zaproponowany przez wydawnictwo, niemniej twórca uznał tę zmianę za korzystną i dobrowolnie na nią przystał. To oczywiście subiektywna relacja badanych i nie jest wykluczone, że z jakichś powodów ukrywają oni tego typu doświadczenia. W treści wywiadów nie ma niczego, co kazałoby tak mniemać, ponieważ w innych kwestiach (na przykład rozliczeń, strategii promocyjnych, dystrybucji) rozmówcy wypowiadają się czasem bardzo krytycznie o wydawnictwach. Nie wyklucza to oczywiście możliwości kłamstwa w tym przypadku i celowego ukrywania konfliktów z oficynami, które odnoszą się do interwencji redakcji w książkę. Z pewnością jednak przekonanie o powszechności i drastyczności tego typu praktyk nie znalazło potwierdzenia w badaniach, a wzmianki o nich pojawiają się tylko sporadycznie.

Inne doświadczenia, opinie i postawy reprezentowane przez pojedynczych rozmówców:

- całkowity brak opieki redakcyjnej ze strony wydawnictwa;
- pragnienie, aby redakcja ingerowała bardziej w treść książki;
- przekonanie, że duże wydawnictwa mają lepszą opiekę redakcyjną;

- konflikt o treść książki z kimś innym z wydawnictwa niż redaktorzy.

Obszarem działalności wydawnictw o wiele gorzej ocenianym przez pisarzy i pisarki jest promocja. Jedna trzecia badanych wypowiada się na ten temat negatywnie. Problemy dotyczą tu głównie niewystarczającej kampanii reklamowej lub jej nieudolnego przeprowadzenia (rozsyłka egzemplarzy nie do tych krytyków, którzy powinni dostać książki, recenzje w niewłaściwych miejscach i tym podobne). W paru przypadkach autorzy i autorki mówią wprost o nieuczciwości oficyn w prowadzeniu akcji promocyjnych. Oto przykład:

> Moja książka została przedstawiona do konkursu w Instytucji x i wygrała [...], jako jedna z kilkunastu książek. Wydawca dostał 15 tysięcy, żeby ją wydać, ja dostałem 500 złotych z tego. Jak zaprosił mnie na promocję książki, zapłacił mi za pociąg, za hotel i dał mi 500 złotych. Z tego wydałem 300 na obiad dla niego i dla osób towarzyszących. Miałem 200 złotych, żeby z żoną wrócić do Miasta x.

Około 10% badanych pisarzy i pisarek twierdzi, że akcja promocyjna została zorganizowana przez nich samych, z drugiej strony jedynie niecałe 10% twórców wspomina o wystarczającym wpływie na promocję swojej książki. Spośród rozmówców 20% deklaruje, że wydawnictwo w ogóle nie zrobiło promocji lub urządziło tylko jedno spotkanie autorskie. Pozytywnie aktywność oficyn w tym obszarze ocenia nie więcej niż 15% badanych.

Inne, sporadycznie pojawiające się opinie odnośnie do działań promocyjnych wydawnictwa to:

- w przypadku książek poetyckich promocja nie ma znaczenia, bo są one i tak z definicji skierowane do bardzo wąskiej grupy czytelników;
- niechęć badanego lub badanej do udziału w akcjach promocyjnych jako takich;
- brak chęci wywierania wpływu na promocję i zajmowania się tą kwestią z powodu braku czasu;
- wszystkie wydawnictwa cechuje słaba umiejętność promowania książek;
- oficyny publikują zbyt dużo książek, aby móc się którąkolwiek dobrze zająć pod kątem promocyjnym;
- sprawność promocji jako główne kryterium oceny wydawnictw;
- wydawnictwa organizują dobre promocje tylko tym autorom lub autorkom, na których mają nadzieję zarobić;

- jakość kampanii promocyjnych spada;
- promocja jest skrzywiona genderowo – promuje się głównie pisarzy mężczyzn.

W swoich relacjach z wydawnictwem pisarze i pisarki zwracają umiarkowaną uwagę na sposób uregulowania praw autorskich. Prawie jedna trzecia badanych albo w ogóle nie przejmuje się rozwiązaniem tej kwestii w umowach, albo nie jest pewna, jak zostaje ona rozstrzygnięta. Również jedna trzecia rozmówców twierdzi, iż nie przekazuje na stałe praw wydawnictwu i podpisuje wyłącznie umowy licencyjne na czas określony. Około 10% twórców nie podpisało w ogóle żadnej umowy z oficyną i tyle samo też musiało zrzec się praw na rzecz wydawnictwa. Zaledwie pojedyncze osoby deklarują, że zagadnienie praw autorskich jest dla nich ważne i zawsze zwracają na nie uwagę, często też negocjują z wydawcami zapisy w umowach dotyczące tej kwestii. Sytuacja ta nieco dziwi – można by bowiem mniemać, że w przypadku twórców własność intelektualna stanowi podstawowy problem materialny i że będą oni przywiązywać do niej dużą wagę. Na tle szerszego obrazu materialnych warunków funkcjonowania literatury, który wyłania się z badań, tego typu nonszalanckie postawy są jednak mniej zaskakujące. Wśród przyczyn braku zainteresowania tą sprawą twórcy najczęściej wymieniają bardzo niskie bądź niemal żadne dochody pochodzące ze sprzedaży książek. Pisarze i pisarki uważają, że w takiej sytuacji zajmowanie się sposobem uregulowania majątkowych praw autorskich w umowach jest stratą czasu. Trudno odmówić im swoistej racjonalności.

Bardzo interesujący zdaje się ogólny stosunek badanych do prawa autorskiego jako takiego, który ujawnił się przy okazji pytań o elektroniczne wydania publikacji (e-booki). Około jedna trzecia rozmówców ma jakieś doświadczenia z tego typu formą dystrybucji twórczości. Taka sama ich liczba wyraża ogólnie pozytywną opinię odnośnie do elektronicznego sposobu funkcjonowania literatury, a tylko 15% osób wypowiada się na ten temat negatywnie bądź sceptycznie. Najczęściej przytaczanego argumentu nie stanowi tu, wbrew przewidywaniom, obawa przed nieuprawnionym kopiowaniem, ale przywiązanie do tradycyjnej formy książki drukowanej. Spośród badanych 20% deklaruje, że zdecydowanie woli wydania papierowe od wersji elektronicznych przeznaczonych na czytniki. Oto typowa wypowiedź na ten temat:

> Książka musi mieć swój papier, musi mieć swój kształt, swój zapach i przede wszystkim zupełnie inaczej się czyta w papierze niż na ekranie. No ja na ekranie średnio czytam. Mogę przeczytać kilka stron, prawda,

> sprawdzić jakąś pocztę bądź sprawdzić jakieś internetowe wydania prasy codziennej, ale ciężko mi jest sobie wyobrazić, że czytam książkę.

Kolejne 20% badanych ma do literatury w wersji elektronicznej stosunek ambiwalentny.

Co najbardziej zaskakuje, to mała grupa autorów i autorek jednoznacznie potępiająca tak zwane piractwo (około 10% badanych) i duża (około jedna trzecia rozmówców) deklarująca afirmatywny stosunek do swobodnego dzielenia się treściami w internecie, bez zważania na regulacje prawne. Uzasadnienia takiej postawy są zasadniczo trzy:

1) literatura powinna cyrkulować, książka być czytana, natomiast to, jak się to dzieje, nie jest, w opinii badanych, zbyt istotne, poza tym wzrost popularności twórcy, również dzięki nielegalnemu obiegowi jego utworów, może przyczynić się do jego sukcesu materialnego (ktoś ściągnie jedną książkę, a kupi inną);
2) dochody ze sprzedaży są tak niewielkie, że w opinii autorów i autorek nie ma w ogóle sensu przejmować się piractwem;
3) pisarze i pisarki, jak deklarują, sami korzystają z treści krążących w internecie (książki, filmy, muzyka), więc uważają za słuszne, że sami coś do tych zasobów dokładają.

W kontekście piractwa jeden z badanych stwierdził:

> Chciałbym, abyśmy nie używali słowa „kradzież". Jako autor zupełnie się nie przejmuję, nie, zupełnie, zupełnie. To znaczy uważam, że to jest rzecz tak nieunikniona jak ryzyko grypy, no po prostu, może się zdarzyć. Po drugie uważam, że działa to na korzyść. To znaczy jeżeli, rozumiesz, w taki czy inny sposób, jeżeli ludzie pobiorą sobie za darmo tę książkę.

Oto inna wypowiedź w podobnym tonie:

> Niech ona [książka] sobie też krąży, nie wiem, jak ktoś ma ochotę ją zeskanować i wrzucić do internetu, to fajnie, jak ktoś ma ochotę ją sobie skserować i komuś pożyczyć, to też super. To są rzeczy, które są dla mnie bardzo fajne, bo to świadczy o tym, że to gdzieś tam trafia, że ma jakiś sens nie tylko dla mnie, ale też dla innych ludzi.

W szerszym kontekście społecznym tego typu postawa nie powinna dziwić, ponieważ akceptacja dla tak zwanego „ściągania" jest w społeczeństwie pol-

skim – choć nie tylko – powszechna. Wystarczy przypomnieć, że największe protesty społeczne ostatnich lat nastąpiły w związku z próbami wprowadzenia bardziej restrykcyjnych regulacji prawnych w tym zakresie (ACTA w 2012 roku). Trzeba jednak pamiętać, że mamy tu do czynienia ze szczególną grupą osób – składającą się wyłącznie z twórców, a ci wedle powszechnej opinii powinni być bardziej niż przeciętny człowiek zainteresowani ochroną własności intelektualnej. Tak jednak nie jest. Badani oraz badane – w przeciwieństwie do organizacji zbiorowego zarządzania oraz przedstawicieli przemysłów kultury – ledwie w małym stopniu podzielają przekonanie, że prawo autorskie chroni artystów. Można powiedzieć, że do przemysłu wydawniczego rykoszetem powracają konsekwencje zasad podziału zysków, jakie panują na rynku książki (z ceny okładkowej publikacji autor dostaje 5–15%, a wydawca, księgarz czy dystrybutor 30–50%). Twórcy nie mają po prostu wystarczających motywacji finansowych, aby walczyć z piractwem.

Ostatnie zagadnienie z tej grupy tematów odnosi się do współpracy pisarzy i pisarek z agentami literackimi. Profesja ta znajduje się w Polsce w powijakach, co w pełni potwierdzają wyniki wywiadów. Trzy czwarte rozmówców nie miało nigdy kontaktu z agencją literacką bądź indywidualnym agentem, chociaż aż połowa chciałaby takowego posiadać. Brak chęci współpracy z agentem deklaruje 20% badanych. Tylko dwie osoby zatrudniają obecnie agenta działającego na terenie Polski, a dwie inne – za granicą. Kolejnych dwóch rozmówców próbowało współpracy z agentem, jednak nie było z niej zadowolonych. Wśród głównych korzyści z posiadania agenta badani i badane wymieniają: negocjowanie przez niego umów i pilnowanie terminowości wypłat honorariów autorskich, organizację spotkań autorskich, na których można zarobić (część rozmówców robi to samodzielnie), sprzedaż praw za granicę, staranie się o dotacje, załatwianie wyjazdów i stypendiów, pomoc w wyjazdach na targi książki, poszukiwanie wydawców. Głównym problemem, jaki dostrzegają respondenci i respondentki, jest konieczność dzielenia się z agentem bądź agentką i tak bardzo niewielkimi zyskami ze sprzedaży książek. Przy przeciętnym poziomie dochodów pisarza w Polsce nie ma to sensu. Jak ujął to jeden z rozmówców:

> Agent literacki to jest żebrak, który próbuje sprzedać innego żebraka. To jest w ogóle bez sensu.

Rozmówcy sporadycznie wymieniali także inne wątpliwości dotyczące posiadania agenta:

- brak w Polsce profesjonalnych agentów, którzy zajęliby się dobrze wszystkimi sprawami (na przykład sprzedażą praw autorskich za granicę);
- niska przydatność agenta w obiegu krajowym, gdyż jest on zbyt mały i wszyscy się w nim znają;
- instrumentalizacja autorów przez agentów;
- obawa, że agent będzie chciał interweniować w treść książek, aby uczynić je bardziej dochodowymi.

Warto tu jeszcze dodać, że przekonanie o bezużyteczności agenta jest wyjątkowo silne wśród poetów i poetek.

6.5. Instytucje, grupy, kręgi i zrzeszenia literackie[15]

Badani pisarze i pisarki raczej nieprzychylnie odnoszą się zarówno do istniejących grup i organizacji literackich, jak i w ogóle do samej idei zawiązywania się takich wspólnot. Prawie połowa zdecydowanie nie chciałaby należeć do jakiejkolwiek grupy czy stowarzyszenia i źle wypowiada się o działaniu tego typu tworów. Oto jedna z symptomatycznych opinii na ten temat:

> Unikam, bo zauważyłem, że w grupie działają słabi, na zasadzie że gdzieś ktoś próbuje, druga sprawa jest taka, że za błędy grupy płaci się całościowo i że jesteś do takiej grupy przypisany i od razu wrzucają cię automatycznie do jednego koszyka.

Tylko 15% rozmówców wypowiada się afirmatywnie o grupowaniu i zrzeszaniu się jako takim. Jeden z badanych stwierdził:

> Uwielbiam kolektywne działanie, zacząłem od tego i bardzo dużo na tym ugrałem. Nie napędza mnie obserwowanie poszczególnych ludzi i tego, co robią, napędza mnie działanie w grupie ludzi, którzy robią coś i mają podobną wrażliwość co ja [...]. Nie jest to oparte na żadnej konkurencji,

15 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: opinia na temat istotności bycia w grupie lub zrzeszeniu; ważne podziały oraz grupy w obrębie współczesnego życia literackiego; umieszczenie siebie na tej mapie; pojęcie awangardy jako pewnej grupy pisarzy i pisarek – jego sensowność i znaczenie dla współczesnego życia literackiego; pojęcie artystów uznanych (konsekrowanych) czy głównego nurtu jako pewnej grupy twórców – jego sensowność i znaczenie dla współczesnego życia literackiego; umieszczenie siebie w tym podziale.

> tylko na zdrowej zazdrości, która powstaje na docenieniu się. Wszyscy tu działamy w jednym kierunku i ty coś robisz zajebiście, mówię ci to przy piwie, i się inspiruję tobą. I tobą, i tobą. Cały czas praktycznie działam w grupach. [...] Strasznie mnie wkurwia, jak ktoś siebie i swoje nazwisko pcha i stara się wokół tego zrobić jakieś zamieszanie. To jest przeżytek. Dzieło nie [...] [powinno być] podpisywane jednym nazwiskiem, tylko kolektywnie. To jest zdrowe i konieczne.

Powyższa opinia ma charakter radykalny, jednak nawet bardziej umiarkowane wsparcie dla działań w grupie jest, jak wspomniałem, mało popularne wśród badanych.

Jedynie niecałe 10% rozmówców przyznaje, że związanych było z jakąś grupą literacką w przeszłości, a tylko dwa głosy mówią o przynależności do grupy działającej obecnie. Dwie inne osoby identyfikują się ze społecznością skupioną wokół pisma literackiego. Około 15% badanych należy do stowarzyszenia twórczego (wymieniane są tu: Związek Literatów Polskich, Stowarzyszenie Pisarzy Polskich i Pen Club). Taki sam odsetek rozmówców ma negatywne zdanie na temat tego rodzaju stowarzyszeń. Krytykuje się ich wsobność, feudalno-geriatryczny charakter (zdominowane są przez „starców", jak wyraziła to jedna z badanych) oraz nieskuteczność. Oto jedna z typowych opinii:

> Odbieram te związki jako coś w rodzaju związków zawodowych, że to ma mi w jakiś sposób pomagać. Prawda jest taka, że jakaś część z tych osób tworzy jakieś swoje własne środowisko, które często nie przebija się do innego świata, bo mają swoje własne spotkania, jakieś kluby. Są osoby, które na przykład wydały pięć książek, a w ogóle się nie słyszało takiego nazwiska. Oni się spotykają, jakoś tam adorują. Myślę, że oni wytworzyli sobie świat własnej adoracji. Trochę z tego Bułhakowa mogłoby przypominać. Jest to jakiś sposób spędzania wolnego czasu, ale mnie to jakoś specjalnie nie interesuje. Do takiego związku, póki co, nie mam ochoty należeć.

Inne, pojawiające się sporadycznie opinie na temat grup twórczych i stowarzyszeń twórczych:

- grupa powinna być spójna pod względem nie tylko estetycznym, lecz także światopoglądu politycznego i strategii działania;
- grupy literackie mają efemeryczny charakter i są powoływane do istnienia na siłę;

- tworzenie literatury jest zajęciem indywidualnym, a nie grupowym;
- grupa powstaje na skutek opisu przez osoby z zewnętrz, a nie w wyniku oddolnej aktywności jej członków;
- niechęć wobec środowiska literackiego jako takiego;
- grupy literackie to zjawisko przeszłości, dzisiaj nie mają znaczenia;
- bycie w grupie jest ważne w młodości.

Zapytani o podziały, jakie ich zdaniem zaznaczają się w polskim środowisku literackim, respondenci i respondentki prezentują jeszcze większe rozproszenie stanowisk. Spośród najbardziej rozpowszechnionych opinii tylko jedna, która mówi o rozgraniczeniu na prawicę i lewicę literacką, cieszy się poparciem około 20% badanych. Drugi najbardziej popularny pogląd to przekonanie, że nie istnieją żadne grupy czy podziały. Tak sądzi 15% rozmówców. Według 10% pisarzy i pisarek zasadne pozostaje rozgraniczenie na prozaików i poetów. Taki sam odsetek badanych uznaje, że podziały wyznaczane są przez „stajnie" wydawnictw. Zdaniem 10% rozmówców wszelkie podziały są słabsze niż kiedyś.

Wśród badanych pojawia się poza tym całe spektrum poglądów i opinii wypowiadanych przez kilka osób lub nawet tylko przez pojedyncze jednostki. Są one następujące:

- krytyczne zdanie o pisarzach podkreślających swój status artysty;
- podziały ideologiczno-polityczne nie przekładają się na codzienne funkcjonowanie pisarzy i pisarek;
- podziały są wyznaczane przez kręgi towarzyskie i czynniki geograficzne, przy czym nie mają nic wspólnego ze sztuką;
- w reportażu wyraźnie zaznacza się szkoła Ryszarda Kapuścińskiego związana z „Gazetą Wyborczą";
- brak podziałów wynika z niedomagań krytyki;
- środowisko jest zatomizowane i zindywidualizowane;
- środowisko poetów i poetek jest bardziej zróżnicowane i skupione w grupach;
- istnieje podział na zainteresowanych formą i zainteresowanych treścią;
- istnieje podział na tych, którym się udało, i całą resztę;
- istnieje podział na literaturę eksperymentującą artystycznie i resztę;
- istnieje podział genderowy dyktowany przez patriarchat;
- istnieje podział według orientacji seksualnej: pisarze-geje i heteroseksualni;

- istnieje podział pokoleniowy;
- istnieje podział na niszę i główny nurt;
- istnieje podział według gatunków (autorzy kryminałów, reportaży, literatury dla dzieci i tak dalej);
- istnieje podział na Warszawę i resztę Polski (w jednej wypowiedzi „salon warszawsko-krakowski");
- istnieją różne podziały, ale nie mają one nic wspólnego z merytoryką zawodu pisarza czy pisarki.

Ze względu na istotność podziału na awangardę i pisarzy konsekrowanych w schemacie pojęciowym Pierre'a Bourdieu postanowiliśmy zapytać autorów i autorki bezpośrednio o to rozgraniczenie.

Opinie dotyczące awangardy są silnie rozproszone, a momentami nawet paradoksalne. Zdaniem jednej trzeciej badanych pojęcie awangardy straciło sens i ma już wyłącznie historyczny charakter. W tej grupie znajduje się również 10% twórców, którzy uznają, że to, co nazywa się awangardą, wcale nią nie jest, bo nie pokazuje nikomu żadnego kierunku zmian. Równie duży odsetek rozmówców – około jedna trzecia badanych – twierdzi, że awangarda w jakiejś formie istnieje. Jednak tylko cztery osoby zadeklarowały identyfikacje z pozycjami awangardowymi. To zasadnicza różnica w porównaniu z krajobrazem rysowanym przez Bourdieu, gdzie awangarda istnieje przede wszystkim ze względu na samoopis i identyfikacje afirmowane przez samych twórców. Wydaje się więc, że awangarda występuje w Polsce w sposób „interpasywny" czy też fantazmatyczny – wyłącznie w mniemaniach o tym, co robią bądź uważają inni pisarze i pisarki, a nie jako kategoria organizująca oddolnie pole literackie.

Wśród osób uznających, że coś takiego jak awangarda istnieje, najpopularniejsze pozostaje utożsamienie jej z grupą autorów i autorek zajmujących się szeroko pojętymi nowymi mediami (cyberpoezja, hipertekst, liberatura). Uważa tak 15% badanych. Można jednak usłyszeć też głosy krytykujące ten rodzaj pisarstwa jako wydumany i oderwany od reszty produkcji literackiej. Pojawia się ponadto szereg deklaracji dotyczących sensu i natury awangardy, które nie tworzą spójnej całości. Wszystkie mają charakter sporadyczny i są wyrażane przez kilkoro rozmówców lub przez pojedyncze osoby. Oto ich zestawienie:

- istnieją różne awangardy wyznaczane przez różne kryteria (na przykład estetyczne, polityczne, instytucjonalne);
- awangarda to radykalność i zaangażowanie lewicowe;
- awangarda to mniej znani pisarze i pisarki;

- awangarda to twórcy, których nie znam (to twierdzenie jest kwintesencją fantazmatycznego jedynie istnienia awangardy we współczesnym polu literackim w Polsce);
- awangarda to pojęcie, które ma sens w poezji, ale nie w prozie;
- awangardą są dzisiaj wartości etyczne w literaturze;
- awangarda to dobrowolne wykluczenie;
- awangarda oznacza afirmację różnorodności w literaturze;
- awangarda to eksperymenty formalne;
- każda dobra literatura jest awangardowa;
- poezja zawsze jest nieco awangardowa;
- awangarda to naśladowanie tego, co już się wydarzyło na Zachodzie;
- awangarda była i będzie, chociaż teraz się nie przebija;
- awangarda jako „robienie czegoś nowego" (na przykład Dorota Masłowska była awangardowa);
- awangardą jest liberatura, ale paradoksalną, bo odsyła do korzeni literatury.

Inne, również sporadycznie pojawiające się opinie i postawy dotyczące awangardy to:

- brak jednoznacznej opinii, czy awangarda dzisiaj istnieje („nie wiem");
- pojęcie „awangarda" kojarzy się z czymś staroświeckim;
- awangarda jest przeintelektualizowana;
- awangarda nie dostrzega kwestii genderowych;
- awangarda nowomedialna to „kompletny bełkot";
- należy unikać etykietki „awangardowy";
- awangarda musi mieć w sobie istotny komponent polityczny, a dzisiaj tego nie ma.

O wiele spójniejsze są opinie rozmówców na temat pisarzy i pisarek konsekrowanych. Trzy czwarte twórców przyznaje, że w jakiejś formie mamy do czynienia z konsekracją. Jedynie dwa głosy zdecydowanie przekreślają współczesny sens tego pojęcia.

Wśród konsekrowanych prozaików wymieniane są następujące nazwiska (w kolejności od najczęściej pojawiających się do najrzadziej): Jerzy Pilch, Olga Tokarczuk, Andrzej Stasiuk, Dorota Masłowska, Wiesław Myśliwski, Janusz Głowacki, Paweł Huelle, Michał Witkowski, Wojciech Kuczok, Stefan Chwin, Szczepan Twardoch, Hanna Samson, Katarzyna Grochola, Krzysztof Varga, Manuela Gretkowska, Jarosław Marek Rymkiewicz, Ewa Lipska, Ewa Kuryluk, Hanna Krall, Jacek Dukaj, Mariusz Sieniewicz, Ignacy Karpowicz, Marek Bieńczyk i Marek Krajewski. Przy czym tylko pierwszych czworo

pisarzy i pisarek (Pilch, Tokarczuk, Stasiuk, Masłowska) jest podawanych jako przykład twórców konsekrowanych przez więcej niż 10% rozmówców, a jedynie pierwszych dwoje autorów przekracza próg 15% „poparcia".

Konsekrowani poeci to, zdaniem badanych, te osoby (w kolejności od najczęściej pojawiających się do najrzadziej): Marcin Świetlicki, Andrzej Sosnowski, Tadeusz Różewicz[16], Eugeniusz Tkaczyszyn-Dycki, Adam Zagajewski, Bohdan Zadura, Piotr Sommer, Krzysztof Siwczyk, Ryszard Krynicki.

O wiele mniejsza zgodność istnieje wśród rozmówców odnośnie do kryteriów konsekracji. Nie ma tu żadnej dominującej opinii, raczej znów spektrum rozmaitych twierdzeń i diagnoz. Oto one:

- konsekrowanym jest się za „dobrą robotę";
- konsekrują media;
- konsekrują nagrody;
- konsekruje rynek;
- konsekrują salony;
- konsekruje publikowanie w dobrym wydawnictwie.

W powyższym zestawieniu znaczący jest brak krytyków, do tego problemu jednak jeszcze wrócę. Inne, sporadycznie pojawiające się opinie na temat konsekracji:

- nie ma w Polsce grupy twórców konsekrowanych;
- twórczość autorów i autorek uznanych nie jest ani interesująca, ani znacząca dla rozwoju literatury;
- konsekracja źle wpływa na twórczość poetycką;
- konsekracja nie ma znaczenia dla twórczości;
- konsekracja żyjących nie dostarcza żadnych informacji, bo wartość weryfikuje dopiero czas;
- zjawisko konsekracji dotyczy tylko prozy, poezja jest w całości pomijana i znajduje się w niszy;
- konsekrowani nie tworzą żadnej zwartej, sensownej grupy;
- trzeba mieć całościowy pomysł na siebie, aby zostać konsekrowanym;
- konsekracja nie dostrzega kwestii genderowych;
- pojęcia konsekracji i głównego nurtu nie mają już sensu, potrzebne są nowe;

16 Osoby badane były proszone o wymienianie nazwisk wyłącznie twórców żyjących, wywiady zostały jednak przeprowadzone przed śmiercią Tadeusza Różewicza, stąd jego obecność w rankingu.

- konsekracja to odpowiedź na „potrzebę starców";
- konsekrację trzeba zrelatywizować do pewnego środowiska.

Respondenci i respondentki poproszeni o umieszczenie samych siebie na tle omówionych powyżej podziałów i grup literackich najczęściej starają się wobec nich zdystansować. Tylko niecałe 15% rozmówców deklaruje poczucie przynależności do jakiejś społeczności artystycznej. Co jednak znamienne, badani mieszają tu zjawiska grup, prądów i typów literatury. Stąd też wśród wymienianych grup znajdują się zarówno takie, które pasują do tej kategorii zgodnie z jej historyczno-literackim znaczeniem (neolingwiści, awangarda, poeci cybernetyczni, liberaci), jak i takie, które nie mają z tym nic wspólnego (literatura popularna, „literatura kobieca" i tak dalej). Spośród badanych 10% określa się jako członków wspólnot, które wyznaczane są przez kryteria niezwiązane w żaden sposób z literaturą (na przykład feministki, konserwatyści, pokolenie ludzi w średnim wieku). Jedna trzecia rozmówców uważa, że nie jest częścią żadnej grupy czy nawet prądu, i mówi o sobie w kategoriach czysto indywidualistycznych. Oto charakterystyczna wypowiedź:

> Nigdy nie należałem do żadnej grupy literackiej. Uważam, że grupy literackie miały sens jeszcze przed wojną drugą światową, może jeszcze przed '56 rokiem. Dzisiaj nie. Tutaj zacytuję Gombrowicza, że jak idę ulicą lewą stroną chodnika i widzę po prawej stronie pisarza czy po tej samej stronie ulicy pisarza, to przechodzę na drugą stronę. Bo uważam, że pisarz to musi być samotnik, a nie że ta grupa literacka ani żadne zrzeszonko [...]. Ja się uważam po prostu za dobrego rzemieślnika. I uważam się za takiego pisarza, że jestem sprawnym rzemieślnikiem, i to wystarczy. I ani awangarda, ani jakaś tam konserwa. Uważam, że są to jakieś ideologiczne idiotyzmy, uważam, że dobra literatura musi się bronić poprzez dobre rzemiosło i poprzez dobre wykonanie.

Wśród badanych zarysowuje się również grupa przekonana, że cała literatura, w tym zwłaszcza cała poezja, to jedna wielka nisza społeczno-kulturowa i dlatego nie ma sensu wyróżniać w jej obrębie mniejszych społeczności. Oto dwie przykładowe odpowiedzi osób z tej grupy na pytanie, gdzie umieszcza siebie na tle podziałów w polskim świecie literackim:

> Nigdzie. Poezja jest niszą. Nie występuje. Nawet nie wiem, czy raz do roku w jakimś tygodniku choćby poświęci się poezji w ogóle jakiś artykuł. Nie mam pojęcia. Jestem totalnie na marginesie. Jestem rozpoznawany

przez środowisko literackie, ale też oczywiście nie przez całe. Przez jakąś część zainteresowaną współczesną poezją i, powiedzmy, tym, że pojawiłem się w kręgu osób nominowanych do jakichś tam nagród czy napisałem książki, o których można by pomyśleć, że na przykład mogłyby być nominowane.

Wszystko to jest zmarginalizowane. Poezja jest absolutnie zmarginalizowana, jest w absolutnym getcie.

6.6. Komunikacja i autoprezentacja[17]

Badani pisarze i pisarki nie wydają się mieć powszechnie podzielanej strategii prezentacji siebie i swojej twórczości w mediach głównego nurtu (przez co rozumiem wszelkie media prywatne i publiczne skierowane do przeciętnego odbiorcy: wysokonakładową prasę, telewizję, radio, popularne serwisy społecznościowe). Najbardziej powszechne wśród respondentów i respondentek stanowisko (około jednej trzeciej głosów) to świadomy i celowy brak „polityki wizerunkowej", czyli przekonanie, że nie warto, a nawet nie należy poświęcać uwagi kształtowaniu swojej obecności w mediach. Postawa ta objawia się w trzech wariantach:

1) maksymalnej izolacji od mediów i celowym minimalizowaniu swojej obecności w nich;
2) utrzymywaniu jak największego dystansu wobec przekazu medialnego przy sporadycznych występach w samych mediach (wywiady, programy telewizyjne i tak dalej);
3) dążeniu do zachowania całkowitej autentyczności w kontaktach z mediami, czyli zawsze „bycia sobą" i braku kreacji „persony", która byłaby czymś odmiennym od codziennego „ja" badanych.

Oto wybrane wypowiedzi pisarzy i pisarek na ten temat:

Literatura pociąga za sobą takie, jednak to jest klasztorne życie, nie? I takie wyskakiwanie nagle i próbowanie robienia czegoś, co się wydaje niena-

17 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: kształtowanie swojego wizerunku i środki ku temu służące; stosunek do mediów głównego nurtu i relacje z nimi; nowe media jako przestrzeń działania literackiego; orientacyjna data pierwszego użycia internetu; korzystanie z serwisów internetowych w ramach swojego warsztatu pisarskiego; znajomość terminów: „liternet", „hipertekst", „cyberpoezja", „remediacja".

> turalne, jest dziwne. Parę razy jakby miałem takie różne doświadczenia, zawsze się z tym źle czułem.

> W takim samym stopniu kształtuję swój wizerunek jako pisarza, w jakim każdy człowiek, idąc do pracy albo rozmawiając z innymi ludźmi. Czyli staram się być spójny w tym, co robię, robić to, co lubię, nie czytać w wannie, nie robić głupa, natomiast nie wykonuję żadnych dodatkowych zabiegów typu, nie wiem, depilacja którejś części ciała czy, czy wywoływanie skandali, planowanie jakiś happeningów, nie, nie, nie.

> Jako człowiek kształtuję własną tożsamość i jeżeli ją będę miała, będę wiedziała, co jest dla mnie w życiu ważne, to będę miała także wizerunek pisarski tak automatycznie, tak? Po prostu staram się pracować nad sobą. Nad tym, żeby wiedzieć, kim jestem, czym się zajmuję, co mnie interesuje, jakie mam poglądy.

> Na każdym kroku to mówię, że jeśli chodzi o strategię, to ona, moja strategia, jest żadna, mogę wymyślać jakieś po prostu, jakieś takie łatki dla siebie, które chciałbym może, żeby ktoś powtarzał, że moją polityką, podstawową składową mojej polityki autorskiej jest porażka, co by tłumaczyło to wszystko, ale to też jest tak, że nawet nikt nie powtórzy tego po mnie. Co najwyżej mogę po prostu liczyć na to, że po prostu bycie fajtłapą moje będzie jakkolwiek pozytywnie oceniane.

Zdecydowanie mniejszościowa grupa badanych, licząca około 15% ogółu, sądzi, że należy ściśle kontrolować komunikaty na temat własnej osoby i swojej twórczości, które przenikają do mediów, i podporządkowywać je jakiejś strategii autoprezentacji. Objawia się to między innymi dbałością o to, w jakim programie telewizyjnym się wystąpi, staraniami o autoryzację wywiadów przed ich publikacją czy odmawianiem udziału w przedsięwzięciach ocenianych jako mało wartościowe. Oto co myśli jedna z respondentek:

> Jak szukają jakby jelenia, że tak powiem, do jakichś dyskusji, zwłaszcza w telewizji tak bywa, to od razu mówię, że nie, bo to bez sensu. [...] jakby zostanę wpisana w jakby obcy mi dyskurs medialny i że oni udowodnią to, co chcieli udowodnić, a ja będę kukiełką, którą ktoś tam porusza. W radiu to jest zwykle inaczej, też dłuższe programy. A w telewizji jakieś trzyminutowe wejście i tyle...

Grupa pisarzy i pisarek przekonana, że zdecydowanie warto i należy występować w mediach głównego nurtu, jest niewielka i obejmuje około 10% badanych.

Wśród rozmówców pojawiły się poza tym sporadycznie inne opinie na temat kreowania swojego wizerunku w mediach. Oto one:

- pojawianie się w mediach to przykra konieczność;
- nie jest dobrze odgrywać rolę eksperta od wszystkiego;
- poczucie żalu, że nie kształtowało się w przeszłości swojego wizerunku medialnego;
- niechęć do występowania w mediach ocenianych jako mało wartościowe;
- akceptacja wszystkiego „dla lansu";
- dążenie do kreowania własnych kanałów komunikacyjnych (blog, profil w portalu Facebook, strona www i tym podobne);
- przekonanie, że skuteczne zaistnienie w mediach wymaga stworzenia atrakcyjnego wizerunku;
- kształtowaniem przekazu na temat rozmówcy zajmuje się wyłącznie wydawnictwo;
- konieczność odgrywania w mediach wielu ról, która wynika z wykonywania dodatkowych, obok uprawiania literatury, zajęć;
- złe zdanie o nachalnym promowaniu się przez niektórych pisarzy lub pisarki;
- świadomość, że nie potrafi się skutecznie kreować własnego wizerunku;
- dążenie do ochrony swojej prywatności przed mediami;
- obawa przed sytuacją, w której wizerunek przerośnie osobę;
- obecna w mediach powinna być literatura, a nie pisarze czy pisarki;
- ważne są media lokalne;
- można budować swój wizerunek przez aktywność w środowisku, a nie w mediach;
- łatwiej jest promować się w mediach, jeśli mieszka się w Warszawie;
- obecność w mediach nie ma znaczenia, bo dobra literatura i tak wypłynie;
- obecność w mediach jest istotna, jeśli chce się zdobywać nagrody i być do nich nominowanym;
- wyłącznie spektakularna obecność medialna może się do czegoś przydać;

- współpraca z mediami ma sens tylko, jeśli pracują w nich kompetentni dziennikarze;
- nad przekazem medialnym nie da się zapanować;
- media kształtują wizerunek przede wszystkim martwych pisarzy i pisarek;
- rola mediów w ostatnim czasie zdecydowanie wzrosła;
- literatura stanowi słabą odskocznię dla kariery medialnej;
- w mediach muszą występować „pracownicy literatury" – twórcy niekoniecznie;
- dla poezji media głównego nurtu są mało istotne.

Podobnie rozproszone i heterogeniczne są zdania badanych na temat nowych mediów oraz internetu. Około 20% rozmówców wypowiada się sceptycznie o ich wpływie i znaczeniu dla literatury i życia literackiego. Oto typowa opinia osoby z tej grupy:

> Tam spotykają się jednak generalnie debile i to jest jakiś trolling na trollingu i koniec końców nikt tam nie zagląda. A blogi? Jest [to] taka jakby, wiesz, ilość chaosu, że naprawdę kilka, tak jak gazet, jest interesujących i tyle.

A to inny głos:

> Ja nie potrafię tego zrozumieć, no na przykład ludzie piszą na tych swoich tablicach, publikują swoje wiersze. Dla mnie to jest zupełna głupota i to nie jest przestrzeń, gdzie się powinno takie rzeczy robić. Dlatego że to nie pasuje. Podobnie jak właśnie takie nachalne promowanie swoich rzeczy i tak dalej. I umieszczanie swoich zdjęć ze spotkań autorskich i tak dalej. Dla mnie... mnie to irytuje. Ja po prostu, po prostu – albo piszesz, albo sobie robisz zdjęcie z kwiatuszkami, no, jak czytasz wiersz. Mnie to jakoś irytuje, nie? Jeśli chodzi o Facebooka.

Z drugiej strony około jedna czwarta rozmówców prowadzi lub prowadziła bloga i/lub stronę internetową związane z literaturą, a około 10% osób korzysta z portalu Facebook w celach okołoliterackich (na przykład używają swojego prywatnego konta, aby prowadzić tak zwany fanpage). Podobny odsetek twórców jest nastawiony entuzjastycznie do mediów elektronicznych. Około 10% pisarzy i pisarek wykorzystuje internet jako miejsce publikacji swoich utworów. Jeśli zsumujemy te cztery kategorie, otrzymamy grupę

liczącą około połowy badanych, która odnosi się pozytywnie do możliwości, jakie rozwój mediów stwarza dla literatury oraz świata literackiego. Około 10% autorów i autorek twierdzi natomiast, że internet jako medium pozostaje kompletnie obojętny dla ich twórczości.

Spośród portali *stricte* literackich najczęściej wymieniana jest nieszuflada.pl. Pozostałe, o których wspomina się w wywiadach (portale i serwisy wykorzystywane obecnie lub w przeszłości przez badanych), to: digart.pl, portliteracki.pl/przystan, poeci.com, rynsztok.pl, pinterest.com, niedoczytania.pl, poema.pl, liternet.pl, kumple.blog.pl oraz literackie.pl.

Inne, pojawiające się sporadycznie opinie na temat relacji między internetem a literaturą:

- internet jest dobry do promocji literatury i dyskusji na jej temat, ale nie jako medium samej twórczości literackiej;
- niechęć do prowadzenia bloga ze względu na presję terminów wywieraną przez tę aktywność;
- przynależność do grupy skupionej wokół portalu internetowego.

Jedynie jedna trzecia badanych regularnie wykorzystuje internet jako narzędzie poszukiwania informacji w czasie pracy nad tekstem. Około 10% osób deklaruje, że jest to dla nich główne źródło bieżących informacji o świecie, jednak nie tych, które mają coś wspólnego z literaturą. Również 10% rozmówców twierdzi, że nie wyobraża sobie pracy nad utworem innej niż „samotnicza", bez kontaktu z jakimikolwiek narzędziami komunikacyjnymi. Zaledwie pojedyncze głosy mówią o twórczym podejściu do internetu, czyli o traktowaniu go jako medium aktywności literackiej *sensu stricto* (a nie tylko okołoliterackiej, takiej jak na przykład promocja czy komunikacja z czytelnikami i czytelniczkami). Trzy osoby wspominają praktykę samplowania z internetu, czyli wykorzystywania znalezionych tam tekstów i wypowiedzi jako tworzywa własnej literatury, a cztery osoby postrzegają internet jako przestrzeń ekspresji innej niż tylko językowa w tradycyjnym rozumieniu tego słowa, a więc na przykład wykorzystują ściśle związany z internetem hipertekst jako medium swojej twórczości. Tak samo liczna jest grupa rozmówców radykalnie rozczarowanych internetem, uważają oni, że pokładane w nim nadzieje artystyczne pozostały płonne.

Więcej niż połowa badanych miała styczność z internetem już w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, a 10% osób deklaruje, że używa go od początku jego pojawienia się w Polsce (1991 rok).

Niewiele więcej niż jedna czwarta rozmówców zna wszystkie cztery pojęcia, o które pytano w wywiadach. Około 20% autorów i autorek nie zna

natomiast żadnego. Wśród reszty najbardziej popularna jest znajomość terminów „literne t" i/lub „hipertekst". Każde z nich kojarzy przynajmniej jedna trzecia badanych. Określenie „cyberpoezja" jest rozpoznawane przez około 20% respondentów i respondentek. Sumując te wyniki, można przyjąć, że zdecydowana większość rozmówców (około dwóch trzecich ogółu) zetknęła się z którymś z czterech terminów.

6.7. Stosunek do mediów i krytyki[18]

Mniej więcej równoliczne grupy, obejmujące po około jedną trzecią badanych każda, uważają występy w telewizji za wartościowe, jeśli są merytorycznie uzasadnione, lub za zdecydowanie bezsensowne i do niczego nieprzydatne z punktu widzenia literackiego. Oto przykładowa argumentacja przytaczana przez osobę należącą do pierwszej grupy:

> Warto jest, nawet czasami przekraczając pewne granice, może według niektórych wejścia w cyrk medialny, jeśli tylko umiejętnie się nad tym panuje i potrafi się z tą konwencją grać, jeśli się panuje nad tymi mediami, jeśli to nie one panują nad tobą, tylko to ty je wykorzystujesz do tego, by promować literaturę – nawet korzystając z tej wanny, ale czytając, a nie pokazując język.

A oto zdanie telesceptyka:

> Na początku ja przyjąłem taką strategię, że wszystko spróbuję i zobaczę faktycznie, jak to wygląda. Natomiast spróbowawszy, uważam, że to nie ma wielkiego sensu, nie pasuje do mojego charakteru, ja się z tym źle czuję i to, to tak naprawdę niewiele daje, jeżeli nie jesteś celebrytą *full-time*. Wtedy rzeczywiście z celebryctwa jesteś w stanie żyć. Ale jako że ja nie

18 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: stosunek do występów w telewizji i dochód z tego źródła; opinia o pisarzach i pisarkach występujących w mediach; celebryctwo twórców; granice występów w mediach, których nie należy przekraczać (na przykład sesje zdjęciowe dla brukowców czy pism lifestylowych, udział w programach typu „Nocne czytanie w wannie"); pisanie do wysokonakładowej prasy: stosunek do tego typu aktywności i dochód z tego źródła; konsumpcja literackich mediów branżowych; zainteresowanie dyskusjami krytyków w mediach branżowych; zainteresowanie ogólną teorią kultury, ocena jej istotności dla literatury (na przykład debaty o postmodernizmie); opinia o nagrodach literackich: zaufanie do jury, ocena trafności werdyktów.

> mam zamiaru wchodzić na tę stopę, więc z zasady mówię dziewczynie z PR-u w Wydawnictwie X, że ja się w ogóle nie angażuję w to, w całą showbiznesową, medialną papkę.

Przy okazji tematu telewizji można ponadto zauważyć wśród badanych jedno, wyraźne stanowisko, podzielane przez około 15% pisarzy i pisarek, a mianowicie: niską ocenę merytoryczną telewizji jako takiej, włącznie z programami poświęconymi literaturze czy kulturze. Oto przykład takiej postawy:

> Mam jak najgorsze zdanie o poziomie telewizji. O programach, o których wiem, że są robione, i które wiem, że na przykład robi TVP Kultura, uważam, że ich poziom jest mizerny i właściwie nie wiadomo, do kogo są adresowane. Jest to program, który oglądają osoby już zainteresowane kulturą bądź chcące mieć z nią jakiś kontakt, natomiast forma prezentacji literatury [...] jest formą, która spłyca literaturę. Nie chodzi o to, żeby nie pokazywać jej w sposób niekonwencjonalny, natomiast mam wrażenie, że dobiera się pisarzy bestsellerowych, chcąc powiedzieć, że także jest produkt. Tu chodzi także [o to:] sprzedaż i masowość świadczy o jakości literatury. W związku z czym jestem bardzo sceptyczny do występów takich osób i samych zaproszeń. Uważam, że w większości przypadków to pojawienie się nie ma żadnego sensu. Osoby, które prowadzą taki program, są nieprzygotowane w ogóle, żeby rozmawiać o literaturze – już nie mówię o nowej książce kogoś tam.

Jeśli chodzi o występy w telewizji, to wydają się one pisarzom i pisarkom przede wszystkim przykrym obowiązkiem (odpowiedzi około jednej trzeciej badanych). Tylko 15% twórców wypowiada się na ten temat jednoznacznie pozytywnie, a nawet afirmatywnie. Około 10% rozmówców przyznaje, że może przystać na konieczność promocji literatury w mediach, niemniej ma złe zdanie o autorach i autorkach promujących swoją osobę, a nie tylko twórczość. Podobnej wielkości grupa jest przekonana, że warto udzielać się wyłącznie w wartościowych programach. Badanych (około 15% ogółu) irytuje powszechna w mediach praktyka robienia z każdego eksperta od wszystkiego i związane z tym oczekiwanie, że pisarze oraz pisarki będą wypowiadać się na temat polityki, korków na drogach, odkryć naukowych i tak dalej. W odpowiedziach 10% twórców pojawia się ponownie wątek autentyczności i konieczności jej zachowania w kontaktach z telewizją, co jest oceniane jako spore wyzwanie. Badani zwracają przy tej okazji również uwagę na perfor-

matywną siłę wizerunku, który się kreuje i który może zacząć „sklejać się" z codziennym funkcjonowaniem. Jeden z autorów tak opisuje to zagrożenie:

> [...] zaczynasz się sklejać z postacią, którą kreujesz, wtedy stajesz się po prostu... przestałem być... przestałem myśleć w kontekście swoim: „Aaa, dobra, kupię sobie piwko w sklepie i cokolwiek innego", tylko w kontekście: „Jesteś Pisarzem x, Pisarz x nie może tego zrobić" albo coś takiego, taki rodzaj superego, które zaczyna cię jebać, że jesteś Pisarzem x, który nie powinien robić czegoś, bo ktoś powie, że to jest niefajne i tak dalej.

Ciekawy wątek uwidocznia się w kilkunastu wywiadach – dotyczy on samej możliwości dobrego zaprezentowania literatury i jej określonych typów, szczególnie bardziej eksperymentalnych i ambitnych, w mediach. Znaczna grupa badanych (około 10% ogółu) ma na ten temat sceptyczne zdanie. Ważna pozostaje w tym kontekście wypowiedź osoby, która oprócz parania się pisarstwem pracowała również w telewizji:

> Robiłem materiały o książkach i tam w ciągu. W czasie czterdziestu sekund trzeba było zmieścić w tym, żeby lektor o tej książce przeczytał trzy sensowne zdania, potem się spotykali trzej panowie, jedna pani w studio i mówili zdaniami żywcem jakimiś takimi. To było kilka zdań, które można było przerabiać w różnych konfiguracjach, to było „jeden z najwybitniejszych polskich pisarzy", tak? Albo „wielopłaszczyznowość" i, wiesz, takie po prostu zdania, do których tam można było tylko zmieniać tytuł, autora i to przepisywać, dlatego nienawidzę takiego wypowiadania się o książkach. Dlatego też może, że trochę mi się to obrzydziło, i uważam, że to bardzo szkodzi. [...] Rzadko się zdarza ktoś, kto w fascynujący sposób mówi o książkach. Są tacy ludzie, ale to ludzie, którzy mają te dwie kolumny jednak w jakimś czasopiśmie literackim i są w stanie naprawdę coś bardzo fajnego napisać. Ale takie skrótowe mówienie o książkach, gdzie czytasz dwa zdania, potem się z kimś spotykasz, ten ktoś mówi o tej książce właśnie te dwa zdania tylko troszeczkę przerobione, trochę innymi słowami, to jest taka dyskusja o literaturze, jaka się – mam wrażenie – toczy w mediach, w tych takich głównych. Bardzo, bardzo mi to nie odpowiada.

Jeszcze większa grupa badanych – prawie 20% ogółu – uważa, że aktywna promocja w mediach, zwłaszcza w telewizji, może pomóc przede wszystkim

literaturze, która ma potencjał komercyjny i jest od początku pomyślana jako towar. Oto wypowiedź na ten temat:

> Pisarz x mi opowiadał tak, że on oczywiście wie, co to jest ta telewizja śniadaniowa, i że miał dużo oporów, ale że poszedł, i potem wydawca mu pokazał [...], że po tej jego wizycie sprzedaż mu skoczyła o realną wartość. Nie że 200 książek więcej, tylko że to był ruch w tysiącach. Że on jest rzemieślnikiem, on tworzy literaturę rozrywkową, on nie ma aspiracji artystycznych, celem jego jest profesjonalizm i zarabianie i dla niego to był realny argument, że się pojawienie w telewizji śniadaniowej między panem, który połyka ogień, a panią, która ma jakiś oryginalny pomysł na obieranie jajka – no, że OK.

Oto inna, wskazująca na ryzyko zbyt natrętnej promocji w mediach o wątpliwej jakości intelektualnej:

> Można zadać inne pytanie: „Na ile nie ma tu negatywnego wydźwięku, czy raczej sobie nie odejmuję czytelników przez to, że błaznuję w mediach?". Oczywiście to nie w każdym gatunku literatury może działać, ale ja mam takie wrażenie, że ja jako czytelnik nie chciałbym, [...] nie zniżę [się] do poziomu, wyciągając w empiku rękę po książkę faceta, którego widziałem w bloku śniadaniowym w TVN.

Warto dodać, że większość badanych poetów oraz poetek mieści się właśnie w tej grupie radykalnych sceptyków i uważa, iż poezja nie jest zjawiskiem, które można dobrze przedstawić w telewizji, nie mówiąc już o jego sprzedaniu.

Inne, pojawiające się sporadycznie opinie na temat mediów (w szczególności telewizji):

- w kontaktach z mediami trzeba zachować nieustającą ostrożność;
- pisarze i pisarki źle wypadają w mediach, przez co szkodzą swojej twórczości;
- niechęć do niektórych programów, na przykład telewizji śniadaniowej, programów typu *talk-show* i tym podobne;
- pozytywna opinia o programach kulturalnych i literackich w polskiej telewizji;
- negatywne zdanie o celebryctwie autorów i autorek;
- obecność w mediach jest konieczna i zawsze sprzyja zwiększeniu sprzedaży;

- niechęć do występowania w mediach zdefiniowanych światopoglądowo, na przykład prawicowych lub lewicowych;
- przekonanie, że media rządzą się logiką spektakularną;
- doświadczenie problemów z telewizją w związku z odmową wystąpienia w innym stroju niż własne ubranie (problem zgłoszony przez trzech rozmówców);
- można dobrze prosperować jako pisarz lub pisarka bez promocji w telewizji;
- granicą akceptacji dla tego, co może stać się w studiu telewizyjnym, jest zachowanie własnej godności;
- literatura ma w mediach bardzo niski status;
- skutecznie promują się już wypromowani.

Również wysokonakładowa prasa nie cieszy się szczególną estymą w środowisku polskich pisarzy i pisarek. Zaledwie 10% twórców uważa, że pisanie do prasy może być samo w sobie czymś wartościowym, natomiast 20% rozmówców uznaje, że głównym powodem napisania czegokolwiek na potrzeby wysokonakładowej prasy mogą być tylko kwestie finansowe. Spośród badanych 10% wspomina o trudności w dostosowaniu się do trybu pracy w prasie (napięty harmonogram, ale też specyficzny język).

Inne, sporadycznie pojawiające się wypowiedzi na temat prasy:

- obecność autorów i autorek w prasie nie służy wcale literaturze;
- obecność pisarza czy pisarki w prasie może być uzasadniona tylko względami promocyjnymi;
- autonomia merytoryczna to warunek jakiejkolwiek sensownej współpracy z prasą;
- niechęć wobec mediów o orientacji radykalnie prawicowej (TV Trwam);
- warto pisać tylko do ambitnych mediów;
- z merytorycznego punktu widzenia większy sens ma współpraca z literacką prasą branżową;
- prasa wybiera sobie współpracowników spośród pisarzy i pisarek nie według kryterium jakości literackiej, ale wizerunku i sławy;
- prasa wysokonakładowa ma niską jakość.

W stosunku do literackiej prasy branżowej (pisma krytyczno-literackie) także uwidacznia się zróżnicowanie i ambiwalentność postaw. Prawie równoliczne grupy (po około jednej trzeciej ogółu rozmówców) deklarują, że nie czytają w ogóle tego typu publikacji albo czytają je od dawna i regularnie. Trzeba jednak zwrócić uwagę, że część przebadanych twórców to dyplomowani literaturoznawcy i w tej drugiej grupie znalazło się kilka takich

właśnie osób. Kolejne 20% pisarzy i pisarek czyta prasę literacką pobieżnie i sporadycznie, a taki sam odsetek rozmówców przyznaje, że kiedyś czytało więcej tego typu publikacji. *Summa summarum* najbardziej popularnym stanowiskiem wśród respondentów i respondentek jest niechęć wobec prasy branżowej lub obojętność wobec niej. Wynik nieco zaskakujący.

Jeszcze gorsze jest zdanie autorów i autorek na temat aktywności krytyków literackich. Jedynie 10% badanych śledzi regularnie dyskusje krytyczno-literackie i pozytywnie ocenia wpływ krytyki na produkcję twórczą. Kolejne 10% pisarzy i pisarek interesuje się tymi sprawami słabo oraz sporadycznie. Taki sam odsetek rozmówców mówi o zanikaniu swojego zainteresowania dyskursem krytyczno-literackim wraz z upływem czasu. Spośród badanych 20% deklaruje, że w ogóle nie zajmuje ich ta kwestia, a 15% autorów i autorek sądzi, że krytyka nie wpływa w żaden sposób na twórczość literacką (ani na ich pisarstwo, ani na pisarstwo w ogóle). Kolejna jedna piąta rozmówców jest przekonana, że pozycja krytyki spada. Według 10% badanych krytycy to osoby niekompetentne. Oto jedna z bardziej radykalnych wypowiedzi na ten temat:

> W gazetach zaczynają pracować debile, którzy nie mają zielonego pojęcia… Ja nie wiem, czego uczą te szkoły, ale kiedy spotykam dwudziestopięciolatków, którzy nie mają pojęcia o niczym, a uważają, że znają pisarzy, bo piszą bloga, i na przykład prowadzą dział recenzji, załóżmy, teatralnych i tak dalej, to myślę sobie, że to jest jakaś potworność. Ci ludzie dostają też pracę w wydawnictwach i zaczynamy powoli mieć tragedię. To mam na myśli, mówiąc, że wszystko psieje. No bo po prostu jest złe. Ci ludzie będą produkowali złe rzeczy, będą produkowali złe historie dlatego, że nie mają żadnej umiejętności kontekstowego myślenia. Myślą o książce jako o produkcie, a nie myślą o tym, że książka jest pewnym procesem, który się musi odbyć. Jest zarówno procesem rzeczywiście fizycznym, ale też jest procesem metafizycznym. No gdzieś dwie rzeczy muszą zaistnieć, żeby powstała książka. I to jest to! A jak ktoś będzie ją traktował jak produkt, coś zadrukowanego między ładną okładką albo szokującą okładką, to będziemy mieli właśnie gówno.

I inna, bardziej wyważona opinia:

> Ograniczyła się krytyka literacka w Polsce do dwustusłownych recenzji w gazetach, gdzie potem znam krytyków, którzy mówią potem, że już nie lubią czytania, bo czytają książkę dziennie, łykają ją, przelatują, za

> przeproszeniem. I lekceważenie objawia się wtedy, gdy ze zmęczenia wkradają się błędy rzeczowe i wkradają się bohaterowie z innej powieści w moją powieść. Były dwa, trzy przypadki uznanych krytyków, gdy tu patrzę, jakiś wątek z innego pisarza wrzucają. To wtedy widzisz, że oni nie czytają uważnie. No ale są też, jest kilku, którzy potrafią pisać. Ale boli też czasami w krytyce literackiej naszej krajowej to, że ona często się skłania do wytykania błędów, usterek, co nie, potknięć niż [do] wyłuskiwania pozytywów. Przez co jednak pomniejszają zjawisko, które jednak w Polsce jest dosyć bogate. Po '89 nie mamy co narzekać na literaturę, tych, którzy ją tworzą.

Inne, sporadycznie pojawiające się wypowiedzi badanych dotyczące krytyki literackiej:

- wypowiedzi krytyków są przewidywalne na podstawie ich uwikłań środowiskowych;
- wypowiedzi krytyków są istotne dla lepszego zrozumienia literatury;
- krytyka pozostaje oderwana od faktycznej produkcji literackiej;
- ważniejszą od krytyki siłą wpływającą na kształt literatury są obecnie sieci znajomości w świecie literackim;
- nagrody i media głównego nurtu wywierają dzisiaj większy wpływ na literaturę niż opinie krytyków;
- recenzje czyta obecnie niepomiernie więcej osób niż samą literaturę, co jest problematyczne;
- większy wpływ od krytyków mają na literaturę blogi;
- szczególnie brak w Polsce kompetentnej krytyki zajmującej się poezją;
- krytyka bywa przydatna dla literatury.

Analiza wyników tej części rozmów z pisarzami i pisarkami jasno wskazuje, że ogólna opinia na temat krytyki jest zła (i raczej pogarsza się, niż polepsza), a sama krytyka nie jest postrzegana jako siła pozytywnie kształtująca pole literackie. Konstatacja ta to jedno z ważniejszych ustaleń niniejszej części badań. Dla Pierre'a Bourdieu autonomia danego pola polega na możliwości samodzielnego ustalania hierarchii w jego obrębie. W przypadku literatury rola krytyki w kreowaniu tego rodzaju wartościowań jest oczywista i powinna być kluczowa. Nieufność wobec krytyków (przekładająca się, jak okaże się dalej, na nieufność wobec nagród literackich), która ujawnia się w habitusie pisarzy i pisarek jako jedna z niewielu dyspozycji wyraźnie cementujących tę grupę, interpretować można jako odpowiedź na niewydolność pola literackiego, czyli na jego radykalną heteronomizację. Autorzy i autorki zdają

sobie sprawę z faktu, że główne siły kształtujące hierarchie w ich polu mają charakter interwencji z zewnątrz i są to media oraz rynek.

Wydaje się, że dla respondentów i respondentek ogólna teoria kultury jest bardziej zajmująca niż specyficzne dyskusje krytyczno-literackie. Ponad połowa osób deklaruje przynajmniej wyrywkowe zainteresowanie problematyką teoretyczno-kulturową. Grupa twórców niezainteresowanych tymi zagadnieniami jest niewiele mniejsza. Około 15% badanych wyznaje, że nie śledzi wcale tego typu debat, a dokładnie taki sam odsetek rozmówców jest zdania, że nie mają one żadnego wpływu na produkcję literacką. Spośród twórców 10% postrzega dyskusje teoretyczne jako hermetyczne i niemające znaczenia dla czegokolwiek innego poza owymi dyskusjami. Również co dziesiąty badany i badana sądzi, że teoria humanistyczna wpływa na rozumienie świata w ogóle, a więc także na tworzenie literatury.

Inne, pojawiające się sporadycznie opinie na ten temat:

- psychologia jest dla pisania równie ważna jak teoria kultury;
- teoria kultury pozostaje istotna dla rozumienia literatury, ale nie dla jej tworzenia;
- teoria kultury jest istotna dla samej produkcji literackiej;
- przeteoretyzowanie szkodzi twórczości;
- rozwojem teorii humanistycznych oraz wzrostem zainteresowania nimi rządzą przede wszystkim mody;
- teoria kultury wywiera wpływ na literaturę, chociaż pisarze i pisarki nie są tego świadomi.

Bardzo interesujące zdają się opinie badanych o nagrodach literackich. Są one, mówiąc oględnie, sceptyczne. Spora część rozmówców (około jedna trzecia ogółu) nie wierzy w trafność wyborów, jakich dokonują jury przyznające wyróżnienia. Ich gusta i decyzje są, zdaniem tej grupy twórców, przewidywalne i schematyczne. Jeden z autorów twierdzi:

> Generalnie w jury, które daje nagrody literackie w Polsce, siedzą osoby, które wiadomo, co lubią, a warto, uważam, wysyłać [im] swoje rzeczy po to, żeby oni się z tym zapoznali, ale też z góry wiadomo, że pewnych autorów oni nie nagrodzą, *no way*, choćby by to były świetne książki.

A oto inna opinia:

> [W przypadku Nagrody Literackiej x] naprawdę wiadomo, że zostanie tym głównym laureatem Poeta x, Poeta y albo Poeta z. To zależy, który

> z nich wyda jaki tom. To jest żenujące, potworne, niesprawiedliwe. Tego już nie mówię jako osoba pisząca, ale jako ktoś, kto się temu przygląda na zimno, na chłodno. Okropne.

W wielu wypowiedziach powraca przekonanie, że wyborami jury kierują przede wszystkim różnego rodzaju układy i koneksje:

> Kiedy patrzy się na to z zewnątrz, to już wygląda podejrzanie, a kiedy zna się dokładnie te osoby i zażyłości między nimi, bardzo łatwo dostrzec kto w którym roku miał na przykład romans z kimś po samych nominacjach. Warto spojrzeć na kapitułę takiej nagrody i na osoby nominowane i zobaczymy, że to są przyjaźnie, romanse albo odwrotnie, ktoś nie jest nominowany, ponieważ w ogóle nie ma zaczepienia w środowisku. I tak to niestety wygląda.

Inne głosy dopatrują się źródła problemu w braku profesjonalizmu jurorów:

> Uzasadnienia nagród literackich są żałosne. Zwyczajnie żałosne. Są to uzasadnienia pisane pod – moim zdaniem – decydentów, którzy przyznają środki na takie nagrody. To znaczy po to, żeby je zrozumieli albo żeby zrozumieli wyborcy. Natomiast nie sposób, niestety, z tego rozumienia wyciągnąć jakiekolwiek wnioski co do tego dlaczego. Często jest to po prostu ciężki wybór, więc nie ma z drugiej strony co sugerować, że to się porusza jakimś niewiadomym kluczem. Jest to też materia, w której ciężko wdrożyć wartościujący język, czyli oparty na teorii, bo są to ludzie profesjonalnie zajmujący się wykładaniem teorii i historii literatury i tak dalej. Sami parający się piórem. Podejrzewam, że jest to właściwie niemożliwe, żeby takie uzasadnienie się pojawiło, więc nie znam klucza.

Krytykowane są estetyczna jakość nagradzanych książek i zachowawcze decyzje większości jury:

> Przede wszystkim nie mogę się nadziwić temu, co jest nagradzane, to jest tak potwornie nudne, tak potwornie zachowawcze. Rzygam tym, nie da się tego czytać, co oni nagradzają. Ja rozumiem dlaczego, rozumiem ich kryteria, ale nie rozumiem, wiesz, [jak] będąc jurorem po raz dwu-

> dziesty w jakimś konkursie, nie masz dość, nie masz ochoty pierdolnąć tą Pisarką x i nagrodzić Pisarza y. Sam ze sobą, sam siebie zaskoczyć swoim wyborem... To jest oczywiste: nagrody nie pokazują nowych zjawisk, nie stawiają na odkrywanie tego, co jeszcze w literaturze jest do odkrycia, tylko na konserwowanie tego, co już jest ustalone, powiedzmy, od „bruLionu". To jest ostatnia rzecz, która przejdzie. Pisarz z miałby dostać jakąś nagrodę? Nigdy. Jeżeli decydujesz się na jakąś indywidualną ścieżkę, to po prostu szkoda czasu na nagrody.

O wiele mniejsza grupa badanych (niecałe 20% ogółu) wyraża pozytywną opinię o nagrodach literackich w Polsce. Obraz, jaki wyłania się z tych odpowiedzi, zdecydowanie kontrastuje z przedstawionym powyżej. Wskazuje się na pluralizm i merytokrację wyróżnień, tak jak w tej wypowiedzi:

> Stało się w ostatnich latach coś bardzo fajnego w Polsce, bo wreszcie mamy do czynienia z jakąś decentralizacją właśnie tej machiny nagradzania, jest coraz więcej nagród, więc pod tym względem zbliżamy się do świata, znaczy do krajów typu Stany Zjednoczone, gdzie tych nagród jest bardzo dużo, jest wiele nagród prestiżowych nadawanych w różnych środowiskach i myślę, że to jest sytuacja normalna, że nie jedno grono, nie jedna trójka ludzi decyduje, co jest dobre, ale jest dywersyfikacja, pewna decentralizacja tego ośrodka władzy. Bo nagroda literacka jest też pewną formą władzy, w sensie kształtowania gustów i wpływania na marketing książki.

Oto inny przykład podobnej postawy:

> Ludzie, którzy czytają książki, zajmują się tym, nie mają... pomijając skrzywienie polityczne, bo to jest, według mnie, bolączka, że są te obozy: prawicowy, lewicowy... jak tu napiszą, to tu nie napiszą, i w ogóle. Wiesz, jeśli umiesz się odciąć od tego politycznego podziału i czytasz książkę dla niej samej, to jest ok. Wydaje mi się, nie wiem, jak teraz jest, ale kiedyś wiele ludzi było obiektywnych w tych jury tych nagród.

Badani z tej grupy wspominają również o konieczności ustanawiania kolejnych nagród i dalszej pluralizacji tego wycinka pola literackiego.

Relatywnie niewielka część respondentów i respondentek, zaledwie 10% rozmówców, ma zaufanie do wyborów, których dokonuje jury przyznające

nagrody, i pozytywnie ocenia kryteria, jakimi kierują się owe komisje sędziowskie. Jeden z pisarzy zauważa:

> Są różne teorie spiskowe na ten temat. Ja osobiście nie uważam, żeby to był jakiś spisek ani kolesiostwo i tak dalej. [...] Jakby pewnie był konkurs na najlepsze ciastko, to też każdy ma własne zdanie. No też jest dużo przypadków – ktoś ma szczęście albo nie ma szczęścia. I tyle. Ale nie wydaje mi się, żeby to były jakieś układy, spiski i tak dalej.

Warto tu jednak dodać, że dwie spośród przywołanych opinii pochodzą od teoretyków literatury zasiadających w jury nagród literackich.

Oprócz wspomnianych wyżej stanowisk nie zarysowują się wśród badanych żadne wyraźne postawy czy przemyślenia dotyczące wyróżnień literackich. Opinie pojawiające się sporadycznie na ten temat to:

- rotacja w jury zapewnia jakąś obiektywność sądów;
- wartościowsze są wyróżnienia mało zmediatyzowane (krytykowana jest w tym kontekście Nagroda Nike);
- nagrody wywierają wpływ na produkcję literacką (pisanie „pod nagrodę");
- konkursy i nagrody poetyckie są istotne dla początkujących;
- wyróżnienia powinny obejmować szersze spektrum produkcji literackiej, nie tylko prozę wysokoartystyczną;
- nagrody powodują wyłącznie niepotrzebne konflikty prestiżowe;
- brak zainteresowania problemem nagród (deklarowany przez dwie osoby).

6.8. Społeczeństwo i polityka (autonomia i zaangażowanie literatury)[19]

Ostatnia grupa zagadnień dotyczy żywo dyskutowanej w ostatniej dekadzie w Polsce kwestii społecznego i politycznego zaangażowania literatury. Wyniki tej części wywiadów prezentują się interesująco. Opinie o zaangażowaniu społecznym i politycznym produkcji twórczej są wśród pisarzy i pisarek – po-

19 Zagadnienia poruszone w przeprowadzonych wywiadach: istotność polityki i życia politycznego dla twórczości literackiej; upolitycznienie i apolityczność literatury; społeczne zaangażowanie sztuki; współczesne dyskusje na temat politycznego i społecznego zaangażowania literatury.

dobnie jak w przypadku innych zagadnień – dość zróżnicowane, nie można jednak stwierdzić, że odrzucenie tego, co polityczne i społeczne, jest postawą dominującą. Co natomiast pojawia się regularnie w wypowiedziach badanych, to niechęć do podporządkowania literatury jakiejkolwiek sprawie (nie tylko społecznej czy politycznej), przez co rozumiane jest pisanie tekstów zgodnych ze z góry i zewnętrznie założoną linią ideową. Rozmówcy formułują czasem tę obiekcję jako sprzeciw wobec publicystycznego charakteru twórczości literackiej. Opinia ta powraca w różnych momentach wywiadów i reprezentuje ją około 10–15% badanych. Oto przykładowe wypowiedzi w tym tonie:

> Kiedy bierzemy do ręki tekst literacki i wydaje ci się, że masz do czynienia ze zlaicyzowaną wersją, wiesz, pogadanki, pogadanki w jakimś klubie dyskusyjnym zorientowanym politycznie. Znaczy jest w Polsce parę osób, które piszą w ten sposób, ja tego totalnie nie kupuję, bo mi się to wydaje nieszczere. Literatura zbudowana właściwie z samej tylko polityki, będąca jakby ciągiem pouczających ilustracji do różnych tez, nie wydaje mi się ciekawa jako literatura.

> Jak się słucha poety, który wypowiada się na tematy polityczne, i on ma być konkurencją dla polityka, ale to jest sytuacja podejrzana. To tak jak Artysta x występuje często w tych swoich pracach artystycznych w imię jakichś mniejszości i próbuje załatwić sprawy, które powinny załatwić samorządy, prawda.

> Czytelnicy, którzy mają do czynienia z tym terminem, są ludzie, którzy obawiają się, że to będzie jakaś publicystyka, tania publicystyka, i już są niechętni temu, by po taką książkę sięgnąć, i myślą sobie: „Aha, czyli siedzi sobie po prostu dziewczyna, która ma jakąś tezę i będzie po prostu forsować swoją wizję świata, i to będzie taka propagandówa". Więc ja nie wiem, czy to jest dobre, tak… już przed publikacją czy w momencie gdy ta książka wychodzi, tak o niej mówić, bo wtedy wielu ludzi się zniechęca, i ja w ogóle myślę, że chyba takie terminy szkodzą źle książkom… Jednak. Tam zaangażowana, feministyczna, jakaś tak… Tak.

Na ogólnym poziomie dyskusji podobnej wielkości grupy (około jedna trzecia badanych po każdej ze stron) wypowiadają się afirmatywnie o zaangażowaniu literatury w problemy społeczno-polityczne lub zdecydowanie

dystansują się od tego typu postaw. Oto dwie przykładowe opinie z pierwszej grupy:

> Ja bym chciał, żeby literatura miała jakieś znaczenie dla ludzi, którzy ją czytają. I korzystała z ich języka, korzystała z ich życia i jakby dialogowała z nimi. A jak to będzie tylko i wyłącznie prywatna opowieść o moim świecie i moich traumach, radościach i uczuciach, to będzie to zawsze tylko i wyłącznie lektura dla jednostek, więc wydaje mi się, że to jest raczej bez sensu.

> Zawsze mnie kręciło odnoszenie się do rzeczywistości. Na przykład sztuka oderwana od rzeczywistości albo abstrakcyjna mnie nigdy nie jarała, mnie zawsze kręciło odniesienie do tego, co istnieje, a to, co istnieje, mogę sobie zawsze przekręcać, jak mi się podoba. Ale to musi istnieć. Im bardziej się robi wyłom w tej rzeczywistości, tym bardziej mi się podoba. I polityka jest jedną z takich rzeczy, które kreują tę rzeczywistość. Masz te media dwudziestoczterogodzinne, wszyscy w tym siedzimy, wszyscy w tym jesteśmy. Pod tym względem ma [to] duży wpływ na mnie.

Oto przykładowe argumenty drugiej grupy, negującej sens społeczno-politycznego zaangażowania literatury:

> Jest to bardzo nudne i ja w tej chwili totalnie zlewam politykę. Staram się nie oglądać telewizji, nie czytam, to znaczy czytam o tyle o ile, by się orientować, ale nie wchodzę w żadne dyskusje, tak, znaczy jak najmniej. Polityka jest rodzajem matriksu, w którym ludzie powinni najpierw pójść na terapię i pozałatwiać swoje lęki i wtedy mogli spokojnie dyskutować na tematy społeczno-obywatelskie, polityczne, bez prezentowania swoich braków, problemów psychologicznych.

> Wydaje mi się, że działa to [zainteresowanie kwestiami społeczno-politycznymi] raczej ze szkodą dla literatury. Im bardziej literatura jest polityczna, tym gorzej, nie? Co widać wyraźnie bardzo ładnie, jak się czyta właśnie takich bardzo mocno zaangażowanych prawicowo. Są tam ludzie, którzy piszą tam jakieś różne książki, i to jest po prostu okropne, tego się nie da czytać. Bo im ta polityka po prostu przesłania wszystko i przez to powstają takie potworki literackie, nie?

Ostatni problem poruszony w tej wypowiedzi, czyli temat literatury zaangażowanej prawicowo, ilustruje kolejną interesującą prawidłowość pojawiającą się w wynikach wywiadów. Chociaż postawa zaangażowania politycznego była w Polsce roztrząsana głównie przez krytyków kojarzonych z lewicową orientacją polityczną, grupa kilkunastu badanych (w różnych kontekstach oscyluje ona w granicach 10–15% ogółu) mówi w pierwszym rzędzie właśnie o zaangażowaniu prawicowym. Jest to najprawdopodobniej efekt nasilenia się tych postaw w środowisku literackim po katastrofie smoleńskiej. Czołowym przykładem przywoływanym przez respondentów i respondentki pozostaje Jarosław Marek Rymkiewicz, wspominany także bywa Rafał Ziemkiewicz.

Spośród wyrażanych opinii na uwagę zasługują jeszcze dwie, które reprezentowane są przez około 15–20% badanych. Chodzi mianowicie o twierdzenie, że sama dyskusja na temat zaangażowania literatury jest wartościowa i potrzebna (przeciwnie sądzi również około 15% rozmówców), oraz o przekonanie, że polityczność literatury stanowi dodatkowy, choć zawsze obecny, wymiar dzieła literackiego i może działać niezależnie od woli autora czy autorki. Oto przykładowe wypowiedzi osób z tej ostatniej grupy:

> Nie ma niepolitycznych książek, nie w tym sensie. Nawet książka, której autor stroni od polityki, to przez wizję, jaką on opowiada, ustawia go w jakiejś politycznej sytuacji w tym szerokim sensie. To znaczy pokazuje, czy jest raczej konserwatystą, czy jest raczej feministą. Bardzo wyraźnie widać to, jeżeli chodzi o seksizm i feminizm. Ustawia go jakoś na tych wszystkich wymiarach, które nazywamy tak szeroko politycznością. Czyli w tym sensie uważam, że nie ma książek niepolitycznych.

> Literatura zawsze i wszędzie i w każdym elemencie jest polityczna, czy sobie tego życzymy, czy też nie. To znaczy jeżeli ktoś mówi o tym, że wiersz był niepolityczny, powieść jest niepolityczna, sztuka jest niepolityczna czy muzyka jest niepolityczna, to jest to absolutna nieprawda, że sztuka mogłaby być sztuką dla sztuki.

W wywiadach pojawia się ponadto szereg sądów oraz opinii wypowiadanych sporadycznie, wygłaszanych przez kilkoro osób lub tylko przez jedną osobę. Są one następujące:

- literatura powinna funkcjonować jak religia – z dala od polityki;
- wszystko może być tematem dzieła literackiego, również polityka;

- każda dobra literatura jest z konieczności polityczna, ale nie w sensie propagandowym;
- literatura ma za mały zasięg oddziaływania społecznego, żeby być istotną politycznie;
- polityczność powinno się wyrażać przy urnie wyborczej, a nie w literaturze;
- tematy polityczne bardzo szybko się dezaktualizują;
- literatura i jej odbiór upolitycznia się niezależnie od postaw i dyskusji w środowisku;
- polityczność zależy od interpretacji;
- zainteresowanie polityki literaturą dowartościowuje pisarzy;
- liczy się jakość literacka, a polityczność nie ma tu nic do rzeczy – ani nie pomaga, ani nie przeszkadza;
- literaturze, którą w dyskusjach krytyków uznaje się za zaangażowaną, brak w rzeczywistości radykalizmu;
- sztuce zaangażowanej brak uniwersalizmu;
- zaangażowanie jest marzeniem naiwnych pięknoduchów;
- przesyt tematem zaangażowania;
- twórca powinien zajmować jakieś stanowisko nie tylko w swoich książkach, lecz także w codziennym życiu, jako człowiek i obywatel;
- człowiek powinien zajmować się rzeczami, na których się zna, czyli pisarz – pisaniem;
- zaangażowanie jest popularne, ale nie wśród pisarzy i pisarek konsekrowanych;
- zaangażowanie przestało być modne;
- twórca powinien być zaangażowany przede wszystkim w egzystencję i los człowieka;
- literatura powinna być różnorodna, więc jest w niej również miejsce na zaangażowanie;
- tematy zaangażowane są OK, ale inne, bardziej wewnętrzne, są ciekawsze dla literatury;
- deklarowane zaangażowanie pisarzy i pisarek nie jest szczere;
- dyskusja na temat zaangażowania literatury pozostaje oderwana od życia, rytualna, hermetyczna i mało istotna dla samej literatury;
- zaangażowanie to tylko chwilowa moda;
- manifestowanie zaangażowania jako instrument zdobywania władzy w polu;

- dyskusja na temat zaangażowania literatury słabo oddaje proces literackiej produkcji;
- brak zainteresowania kwestią społeczno-politycznego zaangażowania literatury.

Na koniec dodam jeszcze tylko, że pełne zrozumienie wyników badania habitusu literackiego możliwe jest, jak już sygnalizowałem, dopiero po zestawieniu ich z rezultatami badań pola przedstawionymi w osobnej części raportu.

+

WNIOSKI OGÓLNE

+

Grzegorz Jankowicz
Piotr Marecki
Alicja Palęcka
Jan Sowa
Tomasz Warczok

+

Przedstawione dalej wnioski są wynikiem naukowego badania uniwersum literatury polskiej po 1989 roku (zarówno struktury społecznej, jak i zachowań głównych aktorów) narzędziami socjologicznej teorii Pierre'a Bourdieu i dotyczą wykonanych operacji badawczych: analizy pozycji pola literackiego w odniesieniu do innych obszarów życia społecznego, analizy wewnętrznej struktury pola literackiego oraz genezy habitusów pisarzy i pisarek. Jak zasugerowano we wstępie, opierając się na zgromadzonych materiałach empirycznych oraz badaniu archiwów, zespół dokonał rewizji niektórych założeń metodologicznych francuskiego socjologa. Koncepcja pól społecznych Pierre'a Bourdieu zastosowana w polskim kontekście nadaje się jednak bardziej do analizy i opisu procesów, które odpowiadają za pozycjonowanie w obrębie danego obszaru dzieł oraz instytucji literackich, niż do badania samych producentów (przede wszystkim autorów i autorek) oraz warunków, w jakich tworzą oni literaturę. Tymczasem podwójne życie polskich pisarzy i pisarek (wielokrotnie przywoływana w raporcie dwuetatowość) ma fundamentalny wpływ na strukturę całego pola literackiego.

1. HETERONOMIZACJA POLA LITERACKIEGO

Badanie ujawnia postępującą heteronomizację pola literackiego, co wywołuje efekt „subwersji logiki pola". Płynność kryteriów właściwych polu produkcji kulturowej sprawia, że trudno mówić o spójnych literackich obiegach komunikacyjnych czy kanałach dystrybucji prestiżu. Świadomość wpływu czynników ekonomicznych na strukturę pola literackiego rozwija się powoli. Pierwsze dziesięciolecie po transformacji ustrojowej to czas, kiedy ekonomiczne impulsy heteronomizujące są nie tyle negowane, ile raczej ignorowane. Jeśli w przypadku podmiotów instytucjonalnych owa świadomość zaczyna wzrastać już w latach dziewięćdziesiątych xx wieku, to gdy mowa o indywidualnych aktorach społecznych wciąż jeszcze mamy do czynienia z intuicyjnym stosunkiem do ekonomii w uniwersum literackim. Analiza pola wydawniczego wykazała również, że wśród aktorów na stanowiskach kierowniczych i zarządzających dominują osoby z wykształceniem humanistycznym. Znaczące są – zacytowane w raporcie – wypowiedzi rozmówców, w których uwidacznia się, że aktorzy z pola wyraźnie bronią się przed osobami z innych obszarów, ekonomii czy marketingu, a jednocześnie wskazują na doszkalanie się w zakresie wiedzy ekonomicznej. W związku z krótkim

okresem istnienia pola osoby z tak zwanym twardym wykształceniem z dziedziny ekonomii nie miały dotychczas dostępu do zarządzania i sterowania najważniejszymi firmami wydawniczymi. Zatem obserwowany proces przesunięcia w kierunku heteronomicznym odbywa się bez otwarcia się podmiotów na ekonomię czy marketing; taka wiedza zachęca do stawiania tez o przejściu humanistów na stronę ekonomii.

Innym argumentem popierającym wniosek o przesunięciu ku heteronomii jest pojawienie się nowych aktorów w polu (agenci literaccy, specjaliści PR-u, redaktorzy prowadzący). Wszystkie funkcje określone tu jako nowe, czyli takie, które nie istniały w polu przed 1989 rokiem, to stanowiska balansujące na granicy między heteronomią i autonomią. Warto zaznaczyć, że nowi aktorzy w polu wypowiadają się w imieniu obszaru heteronomii (ingerencja w wizerunek pisarza lub pisarki, także dzieła).

Przesunięcie uniwersum wydawniczego w kierunku heteronomii wpływa na samookreślenie się aktorów pola. O ile w przypadku oficyn podział na podmioty zdominowane i dominujące pozostaje zasadny, o tyle przestaje on obowiązywać przy badaniu habitusu pisarzy i pisarek. Jeżeli w części dominującej pola wydawniczego habitus wydawców istnieje i jest dla nich wspólny, to gdy analizie poddana zostaje część heterodoksyjna, a więc ta, która – jak zostało udowodnione – napędza grę w polu, ujawnia się zjawisko dwuetatowości (charakteryzujące też sytuację autorów i autorek). Uwidacznia się tu kolejny fenomen – odróżniający wyniki przeprowadzonych badań od tych uzyskanych przy analizie pola o dłuższym stażu – niedoformowanie habitusu literackiego, które wynika z nacisku sił heteronomicznych pola literackiego na podmioty działające w jego obrębie, a nawet więcej: świadczy o tym, że siły heteronomiczne (rynek, media, władza polityczna) przeważają nad autonomicznymi. Owe spostrzeżenia dotyczą całego uniwersum, choć różnie ujawnia się to przy analizie zachowań poszczególnych graczy pola.

2. EKSPANSJA POLA MEDIÓW, GOSPODARKI I WŁADZY POLITYCZNEJ

Według Pierre'a Bourdieu autonomia pola literackiego jest możliwa wyłącznie w warunkach gospodarki wolnorynkowej. Niezbędne są bowiem czynniki heteronomizujące w postaci swobodnej cyrkulacji kapitału ekonomicznego, które aktorzy negują, wytwarzając efekt autonomii właściwego im obszaru społecznego. W przypadku polskiego pola produkcji kulturowej owe ekono-

miczne czynniki heteronomizujące pojawiły się po 1989 roku, stymulując szereg przemian (zmiana sposobów funkcjonowania wydawnictw, sposobów dystrybucji, pojawienie się nowych – polskich i zagranicznych – graczy na rynku, poszerzenie oferty wydawniczej, zmiana relacji między wydawcami a pisarzami i pisarkami). Wiąże się to z czterdziestokrotnym zwiększeniem liczby wydawnictw po 1989 roku, przy czym większość z nich nastawiona jest na szybki zysk, co sytuuje je w silnie zheteronomizowanym obszarze pola literackiego.

Jak wynika z analizy, w procesie heteronomizacji znaczącą rolę odgrywa ekspansja pola mediów, która zmienia status pisarza i pisarki w obiegu społecznym (w latach dziewięćdziesiątych minionego wieku twórcy występują w charakterze autorytetów intelektualnych, w późniejszym okresie – jako komentatorzy rzeczywistości w jej różnych wymiarach, od społeczno-politycznego po egzystencjalny). Co więcej, pole dziennikarskie przekształca także właściwą polu literackiemu hierarchię wyznaczającą miejsce jednostkom i instytucjom dominującym. Coraz częściej nośnikiem władzy staje się kapitał przynoszony z zewnątrz (z innych pól społecznych). Medialne środki konsekracji zaczynają ponadto przeważać nad narzędziami dystrybucji prestiżu właściwymi sferze literackiej. Literatura staje się jedną z wielu form pisania – zaczyna konkurować z tymi nieliterackimi gatunkami, które z racji prostoty przekazu cieszą się dużym zainteresowaniem sektora konsumenckiego. Walka o środki upowszechniania efektów pracy twórczej skłania aktorów pola produkcji kulturowej do bezkrytycznego przyjmowania charakterystycznej dla mediów logiki temporalnej (szybkość i krótkotrwałość przekazu). Pole mediów wzmaga również efekt allodoksji (określonym aktorom społecznym przypisuje się wartość, której w rzeczywistości nie mają, ale z racji częstej obecności w mediach zdają się odgrywać w polu rolę dominującą).

Jednym z elementów postępującej heteronomizacji w relacjach z władzą bywa także zjawisko mnożenia się festiwali literackich, które – jak zostało wykazane – nie zawsze świadczy o rosnącej sile i autonomii pola literackiego, lecz bywa również rezultatem wzmożenia się heterogenicznych wpływów, jakim to pole jest poddawane (niekiedy instytucje decydują się na urządzanie tego rodzaju imprez, by pozyskać dodatkowe środki finansowe na działalność własną). Festiwale w Polsce organizowane są przez różne instytucje (zarówno prywatne, jak i państwowe), zwykle też finansowane są ze środków publicznych (lokalnych i centralnych). Rzadkość stanowią inicjatywy urządzane za pieniądze pozyskane ze źródeł prywatnych. Przeważnie wymienianą przez organizatorów tych imprez motywacją jest promocja czytelnictwa w formie

przybliżania odbiorcom najważniejszych zjawisk współczesnej literatury polskiej i zagranicznej. Częsty zabieg w tej perspektywie stanowi umieszczanie literatury w kontekście innych sztuk: muzyki, filmu, teatru, sztuk wizualnych. Mimo otwartości na rozmaite zagraniczne projekty literackie w programach polskich festiwali dominują – z kilkoma wyjątkami – zjawiska lokalne (polscy aktorzy uniwersum literackiego). To ograniczenie naraża instytucje festiwalowe i organizatorów na działanie impulsów heteronomizujących. Jeszcze innym przykładem postępującego uzależnienia od pola władzy jest sposób pozyskiwania środków na aktywność wydawniczą przez małe oraz średnie oficyny (zwykle o strukturze fundacji lub stowarzyszenia, choć nie tylko). Zjawisko to ma wpływ na ich funkcjonowanie (heteronomizacja polityki literackiej) i uzależnia je często od instytucji władzy politycznej (lokalnej i centralnej). Niniejsza obserwacja jest o tyle istotna, o ile ta część pola wydawniczego, odpowiedzialna przecież za dynamikę w polu, pozostaje zależna od publicznych grantów.

3. PODDANIE AUTONOMII POLA

Badanie ujawnia również brak wykształcenia mechanizmów obronnych dotyczących autonomii pola. W zgromadzonym materiale empirycznym prawie wszyscy aktorzy wypowiadają się negatywnie o roli, jakości i pozycji krytyki literackiej. Nieufność wobec tego gracza, który mógłby wywierać istotny wpływ na autonomię pola, jest znacząca. W ślad za tymi rozpoznaniami podążają kolejne – analiza obecności nowej literatury w systemie edukacji wykazuje, że dzieła powstałe po 1989 roku są niedostatecznie prezentowane w publikacjach o charakterze podręcznikowym. Ich obecność w programach szkolnych została ograniczona do minimum (przedstawienia tej twórczości – o ile w ogóle się pojawiają – są wyabstrahowane z kontekstu historycznoliterackiego, w którym funkcjonują poszczególni autorzy i autorki). Specjalistyczne czasopisma (adresowane do pedagogów i pedagożek) próbują wypełnić tę lukę, niemniej ich rola ogranicza się do sugerowania tematów i metod, co ostatecznie nie prowadzi do nasycenia programów nauczania treściami związanymi z nowymi zjawiskami w polu literackim. Szkoła nie rozwija lekturowych nawyków, nie kształci przyszłych odbiorców literatury. Skoro młodzi ludzie nie dysponują odpowiednimi narzędziami poznawczymi, ich możliwości nawiązania „łączności" ze współczesnym uniwersum literatury pozostają ograniczone.

Rezultatem postępującej heteronomizacji, charakterystycznym dla pól o długim trwaniu, jest fuzja oficyn, która w badanym polu ciągle jeszcze stanowi rzadkość, co wiąże się z krótkim okresem jego istnienia. Fenomen ten zaczyna być widoczny dopiero w ostatnich latach (przykłady opisano w raporcie). Zjawisko fuzji wydawnictw dominujących wywołuje odpowiednią reakcję w obszarze ortodoksji: w odpowiedzi na heteronomizujące czynniki ekonomiczne małe i średnie oficyny podejmują współpracę, by razem walczyć o osiągnięcie strategicznych celów oraz zmianę legislacji. Innym efektem jest na przykład wyodrębnienie się kilku subpól (między innymi kryminału, fantastyki, reportażu, literatury cyfrowej czy poezji), które pozostają w relacjach z konkretną częścią rynku książki. Owe nisze czytelnicze rządzą się osobnymi regułami, tworzą w większości własne instytucje (nagrody, festiwale), a nawet ustalają swoje metody konsekracji. Jako najistotniejszą różnicę między polskim polem literackim a polami o dłuższej historii można wskazać pozycję kobiet, które w części dominującej odgrywają ważną rolę jako redaktorki naczelne bądź prezeski zarządu. Kolejnym zjawiskiem zaobserwowanym podczas analizy uniwersum wydawniczego jest fakt, że oficyny stają się częścią szeroko pojętych kreatywnych przemysłów kultury. Bardziej niż o książkach mówi się o kontencie, zamiast wydawania wspomina się raczej o komunikowaniu czy menedżerowaniu, zamiast krytyki mamy opowieść o książce, a zamiast pisarza osobę publiczną.

4. NIEDOFORMOWANIE HABITUSU LITERACKIEGO

Wspomniane wyłonienie się subpól i ich rozmieszczenie wobec rynku mogłoby sugerować, że ten wycinek pola, którym jest poezja, stanowi jedyny „rezerwuar autonomii". Jednak w kontekście przytoczonych obserwacji o przemianach w uniwersum poetyckim, odnoszących się do rozmaitych form odróżniania się graczy i strategii zajmowania pozycji – nacisk przeniesiono tu z programów estetycznych i etycznych na sposoby funkcjonowania wydawnictw (stosunek do dotacji, charakter umów z autorami i autorkami, rodzaj dystrybucji, formy istnienia w internecie i tak dalej) – postawić można tezę, iż subpole poetyckie nabrało tego charakteru pod wpływem presji pól zewnętrznych. Chodzi mianowicie o pola rynku, mediów oraz władzy politycznej, które poprzez swoich najważniejszych aktorów, w tym dystrybutorów, media czy instytucje dofinansowujące działalność kulturalną, wywierają

wpływ na aktorów pola literackiego, także w jego najbardziej autonomicznym sektorze. Nacisk ten odzwierciedla się w strategiach oficyn przyjmowanych nie tylko wobec pól zewnętrznych, lecz także wobec swoich bezpośrednich konkurentów. W tym sensie więc wewnętrzne pozycjonowanie w subpolu nie odbywa się według kryteriów autonomicznych, ale zapośredniczane jest przez strategie wobec niego zewnętrzne.

Zbadanie reguł wewnętrznych pola, jak również odniesienie go do innych obszarów społecznych pozostaje niepełne bez analizy habitusu pisarzy i pisarek. Uwagę zwraca dość duże, a czasami nawet bardzo duże rozproszenie postaw, opinii i sposobów zachowania się autorów i autorek wobec kwestii fundamentalnych dla ich społecznego funkcjonowania zarówno w ich własnym polu literackim, jak i poza nim. W większości przypadków trudno znaleźć twierdzenie, praktykę, wartość czy przekonanie, które byłoby podzielane przez więcej niż jedną trzecią badanych. I dotyczy to tak podstawowych zagadnień jak: relacje z mediami i z wydawnictwami, stosunek do grupowania się i zrzeszania czy zdanie na temat nagród oraz stypendiów literackich. Czasem wśród autorów i autorek, z którymi przeprowadzono wywiady, nie ma żadnej opinii, którą popierałoby więcej niż 10–20% rozmówców[1]. Oczywiście, różnorodność jest podstawowym faktem społecznym i sama w sobie nie dziwi. Zaskakuje raczej pojawianie się tego typu rozbieżności w odniesieniu do absolutnie zasadniczych kwestii determinujących funkcjonowanie pewnej grupy zawodowej. Być może jest to spowodowane szczególnym charakterem owej grupy. Różnorodność i odmienność są w środowisku artystycznym wartościami samymi w sobie, tak więc rozbież-

1 Warto tu dodać, że główna metoda wybrana do badania habitusu literackiego pisarzy i pisarek – a mianowicie wywiad – sama w sobie nie sprzyja ujawnianiu się koherencji grup i postaw. Pod tym względem tak zwana kafeteria, czyli zbiór pytań z zestawem gotowych odpowiedzi, z których trzeba wybrać jedną, daje o wiele spójniejsze wyniki. Błędem byłoby jednak stwierdzenie, że rozpoznane rozproszenie postaw i opinii w środowisku literackim stanowi rezultat podjętych decyzji metodologicznych. Można by nawet argumentować, że o wiele silniejsze artefakty powstałyby przy wykorzystaniu metody pytań zamkniętych (zwłaszcza ze względu na eksploracyjny w dużej mierze charakter analizy). Otwarta forma wywiadu nie wymusza koherencji w takim stopniu jak na przykład kafeteria, nie przeszkadza jednak również w jej ujawnieniu się, jeśli tylko istnieją ku temu obiektywne przesłanki. Dobrą metodą dalszego przetestowania otrzymanych wyników byłyby grupowe wywiady zogniskowane (tak zwane grupy fokusowe), podczas których można by zweryfikować słuszność najważniejszych wniosków z wcześniejszego etapu analizy. Niestety ze względów organizacyjnych wykonanie takich badań nie było możliwe i pozostaje tematem do podjęcia w innym projekcie badawczym.

ność stanowisk wśród pisarzy i pisarek nie powinna zaskakiwać. Niestety brak tu materiału porównawczego, ponieważ podobne badania nie zostały przeprowadzone w żadnym innym środowisku artystycznym. Niemniej na podstawie przedstawionych analiz z dużą pewnością można stwierdzić, że nie istnieje coś takiego jak wyraźnie wyodrębniony habitus literacki. Oznacza to, iż wybory i strategie życiowe badanych autorów i autorek determinuje przede wszystkim coś innego niż fakt zajmowania się literaturą. To niedoformowanie habitusu literackiego pośrednio świadczy również o dużym nacisku sił heteronomicznych wobec pola literackiego na podmioty działające w jego obrębie, a nawet więcej: wskazuje na to, że siły heteronomiczne (rynek, media, władza polityczna) przeważają nad autonomicznymi. W interesującej nas perspektywie wiąże się to głównie z podwójnym życiem twórców (posiadanie w przypadku prawie 100% rozmówców dodatkowego zawodu wynikające z niemożliwości utrzymania się z uprawiania literatury), czyli z ich zanurzeniem nie tylko w polu literackim, lecz także w innych polach. Jeśli taka hipoteza okazałaby się słuszna – a na jej korzyść przemawia również wiele faktów zdiagnozowanych na innych etapach całego projektu badawczego – oznaczałoby to, że można lepiej zrozumieć społeczne zachowania, wybory oraz postawy pisarzy i pisarek, jeżeli spojrzy się na nich nie jak na osoby przede wszystkim uprawiające literaturę, ale z jakiejś innej perspektywy, na przykład jak na dziennikarzy, nauczycieli, badaczy akademickich i tak dalej. Mówiąc inaczej: osoba tworząca literaturę i zatrudniająca się jednocześnie w agencji reklamowej będzie miała więcej wspólnego z pozostałymi pracownikami owej agencji niż z innymi pisarzami i pisarkami; analogiczne przykłady można by mnożyć. Jest to oczywiście teza, której weryfikacja wymaga przeprowadzenia osobnych, zakrojonych na szeroką skalę badań.

W wielu istotnych kwestiach poeci oraz prozaicy reprezentują zdecydowanie odmienne opinie, postawy oraz normy. Tradycja estetyczna nauczyła nas, że po pierwsze istnieje coś takiego jak literatura, po drugie że jest to pewne spójne pole działań, również tych o charakterze społecznym, i po trzecie że składa się na nią między innymi poezja oraz proza, a jednak z omówionych powyżej badań habitusu autorów i autorek wyłania się nieco odmienny obraz. W sensie socjologicznym nie ma czegoś takiego jak literatura. Są dwie różne praktyki, dwa różne sposoby istnienia w społeczeństwie dwóch różnych grup ludzi, z których wszyscy co prawda parają się artystycznym używaniem języka, ale poza tym dzieli ich właściwie wszystko, w tym na przykład stosunek do mediów, rynku książki, krytyki literackiej czy też sposób pracy.

Polscy pisarze i pisarki są bardzo kiepsko zorganizowani i nie dysponują właściwie żadnymi narzędziami do walki o materialną autonomię nie tyle nawet pola literackiego, ile przede wszystkim swoich własnych egzystencji. Słabość tej organizacji na poziomie praktycznym objawia się omówionym powyżej zasadniczo negatywnym stosunkiem do wszelkiego rodzaju grup czy stowarzyszeń literackich (tworzonych na podstawie kryteriów estetycznych bądź pragmatycznych). To znamienne, że na pytanie, jak powinna wyglądać idealna oficyna, tylko dwie osoby zaproponowały coś na kształt spółdzielni twórców, która redystrybuowałaby większą niż obecnie część dochodów z działalności wydawniczej pomiędzy autorów i autorki książek. Równie marnie przedstawia się przygotowanie mentalne pisarzy i pisarek do podjęcia jakiejkolwiek konfrontacji z siłami heteronomicznymi wobec pola literackiego. Niepochlebne zdanie na temat krytyki, mogącej stanowić silną siłę autonomizującą pole, to jeden z przejawów owej słabości. Objawia się ona również w niezbyt powszechnej znajomości reguł funkcjonowania rynku książki jako struktury gospodarczej (problem praw autorskich, regulacji zapisywanych w umowach z twórcami, sposobów podziału zysku ze sprzedaży książek między wydawców, dystrybutorów i księgarzy i tym podobne). Innym ograniczeniem o habitualnym charakterze jest stosunek pisarzy i pisarek do ich własnego środowiska, który oscyluje między obojętnym a skrajnie negatywnym[2]. Nie ma żadnej potrzeby dyskursywnego dyscyplinowania twórców z zewnątrz ich własnego – ponoć – pola (choć taka konieczność zachodzi na przykład w przypadku pielęgniarek, górników, nauczycieli czy przedstawicieli innych grup zawodowych). Twórcy skutecznie kontrolują się sami. Zachowanie to pozostaje bardzo trudne do wytłumaczenia z punktu widzenia Bourdieu'owskiej ortodoksji, bowiem częścią *illusio* jest w każdym polu gotowość do obrony istnienia tego pola, również poprzez żądania polepszenia materialnej kondycji jego głównych graczy. Literatura

2 Nie było to więc niczym zaskakującym, że gdy Kaja Malanowska zaprotestowała publicznie przeciwko niskim zarobkom twórców, pierwsze pacyfikujące ją głosy nie rozległy się wcale ze strony osób, które konkurują z autorami i autorkami o podział zysków ze sprzedaży książek (wydawców, drukarzy, hurtowników, księgarzy, korektorów czy redaktorów), tylko padły z ust jej kolegów po piórze – Jacka Dehnela, Jakuba Żulczyka oraz Krzysztofa Vargi (ten ostatni wykorzystał przy tym swoją uprzywilejowaną pozycję dziennikarza i redaktora „Gazety Wyborczej"). Mając w pamięci *Męską dominację* Pierre'a Bourdieu, trudno również nie zwrócić uwagi na genderowy aspekt całej sytuacji: oto trzech mężczyzn, prymusów neoliberalnego fundamentalizmu rynkowego, frenetycznie pacyfikuje jedną lewicową czarownicę.

okazuje się zatem tak słabym polem (o ile w ogóle nim jest), że nie potrafi zabezpieczyć nawet podstawowych kwestii decydujących o jej materialnym trwaniu.

ANEKS

1. Dyspozycje do wywiadów z wydawcami polskimi przeprowadzonych w ramach projektu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu*

I. Etos

1. Powstanie wydawnictwa; rozpoczęcie pracy w oficynie; przebieg kariery:
   – program, założenia i etos wydawnictwa;
   – projektowany czytelnik i czytelniczka;
   – polityka wydawnicza (jakie książki są wydawane? dlaczego właśnie takie? jakie nie są wydawane?);
   – pozytywne i negatywne punkty odniesienia wśród wydawnictw, zjawisk literackich i wydarzeń (co warto śledzić? w czym warto uczestniczyć, a w czym nie?).
2. Selekcja nazwisk: sposób wyszukiwania autorów i autorek; znaczenie znajomości w branży dla pozyskiwania twórców dla oficyny.

II. Proces wydawniczy

1. Sposób pozyskiwania autorów i autorek (proponowane umowy, udogodnienia, konkurencja z innymi wydawnictwami).
2. Współpraca z autorami i autorkami:
   – założenia dotyczące redakcji; szkolenia redaktorów i redaktorek;
   – korekta, oprawa graficzna i tak dalej (czy autorzy i autorki mają wgląd w proces wydawniczy i wpływ na decyzje? kto decyduje o poszczególnych etapach? czy istnieje spójna wizja książki, czy też ta wizja to wynik decyzji poszczególnych działów?);
   – określenie zawartości umowy z twórcą (zaliczka, wynagrodzenie, raportowanie o sprzedaży, promocja, dystrybucja, prawa autorskie).
3. Polityka praw autorskich; praktyka wobec autorów i autorek a idealne dla wydawnictwa rozwiązania dotyczące praw autorskich.

III. Nośniki i dystrybucja

1. Najważniejsze nośniki, przemiany i trendy w tej sferze (czy są obserwowane i od kiedy?); przewidywanie zmian w tej kwestii (na rynku i wewnątrz wydawnictwa):

- stosunek do e-booków (polityka wydawnicza dotycząca e-booków);
- stosunek do internetu, licencji *creative commons*, piractwa.

2. Relacje z dystrybutorami i ocena ich działania.
3. Własne kanały dystrybucji: opis i ocena.
4. Nietradycyjne kanały dystrybucji: trendy, zmiany, prognozy dotyczące przemian w wydawnictwie w tej sferze.

IV. Promocja

1. Główne strategie promocyjne; osoby odpowiadające za promocję; zróżnicowanie strategii.
2. Przebieg i realizacja założeń promocji:
   - udział autorów i autorek w akcjach promocyjnych;
   - sposób organizacji współpracy z pisarzami i pisarkami w zakresie promocji; stopień, w jakim twórcy samodzielnie podejmują tego typu działania;
   - wykorzystanie i kryteria doboru patronatów.
3. Udział w imprezach, targach, festiwalach – ocena istotności; udział autorów i autorek w tego rodzaju przedsięwzięciach.
4. Znaczenie nagród dla wydawnictwa, dla rynku książki i pola literackiego w ogóle (czy przekładają się na status pisarzy i pisarek, na sprzedaż, na zamówienia dystrybutorów?).

V. Media

1. Współpraca z mediami (które media są najważniejsze, strategiczne?):
   - najistotniejsze programy i tytuły w TV, radiu, prasie, internecie.
2. Stosunek do mediów: branżowych, popularnych, rozrywkowych, opiniotwórczych.
3. Własne media: czasopisma, strony www.
4. Obecność wydawnictwa w internecie.
5. Rola i istotność internetu dla literatury; wyławianie z internetu twórców i zjawisk.

VI. Krytyka

1. Istotność krytyki; śledzenie dyskusji krytycznych przez redakcję; wpływ krytyki na literaturę w Polsce.

2. Polityka wydawnictwa wobec krytyki.
3. Osobista znajomość z krytykami.

VII. *Illusio*

1. Wyznaczniki sukcesu książki.
2. Wyznaczniki sukcesu wydawnictwa.
3. Ustalenie hierarchii: sprzedaż, nagrody, obecność na festiwalach, obecność w mediach, uznanie krytyki, wizerunek (awangarda, klasyka).

VIII. Instytucje

1. Sposób finansowania działalności (własne środki czy granty?).
2. Częstotliwość korzystania z grantów od: miasta, państwa, Unii Europejskiej, z innych źródeł (jakich?).
3. Określenie roli państwa (ustawodawca? grantodawca? przeszkoda w działalności?).
4. Stosunek do ustaw (ewentualna ocena zmian w funkcjonowaniu wydawnictwa po wprowadzeniu nowych regulacji prawnych):
   – ustawy o książce; wprowadzenie VAT-u.
5. Stosunek do polityk miejskich; relacje z władzami lokalnymi.
6. Stosunek do instytucji reprezentujących graczy (Polska Izba Książki, Polskie Towarzystwo Wydawców Książek, Stowarzyszenie Księgarzy Polskich, Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich); istotność tych instytucji; ewentualny brak reprezentacji.
7. Określenie interesu graczy w polu.
8. Pożądane rozwiązania prawne, zmiany w otoczeniu instytucjonalnym.

IX. Struktura wewnętrzna wydawnictwa

1. Wielkość wydawnictwa, działy.
2. Zależność działów od siebie: hierarchia i decyzyjność działów.
3. Średnie nakłady i zyski wydawnictwa.
4. Zatrudnienie:
   – rodzaje umów z: redaktorami, korektorami, grafikami, recenzentami i tak dalej;
   – długość okresów zatrudnienia;
   – styl pracy, interakcje i znajomości pomiędzy pracownikami.

2. Dyspozycje do wywiadów z polskimi agentami literackimi przeprowadzonych w ramach projektu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu*

I. Przedstawienie zawodu

1. Przedstawienie agenta literackiego:
   – wykształcenie, przeszłość zawodowa;
   – związek agenta z polem biznesu, show-biznesu, mediami lub literaturą.
2. Wybór zawodu agenta literackiego:
   – przyczyny podjęcia pracy jako agent literacki;
   – przebieg kariery zawodowej.
3. Funkcjonowanie w środowisku literackim przed podjęciem pracy agenta (znajomy lub partner osoby z branży, doktorant polonistyki).
4. Znajomość rynku wydawniczego przed podjęciem pracy agenta.
5. Współpraca z aktualnymi klientami (jak doszło do współpracy? ilu osobom agent oferował współpracę? ile osób mu odmówiło? w jaki sposób motywowano odmowy?); stosunek różnych środowisk (pisarskiego, wydawniczego) do nowo powstałego zawodu agenta literackiego.
6. Związek zawodu agenta z biznesem i literaturą (do którego obszaru, biznesu czy literatury, agent zaliczyłby swój zawód?).
7. Znajomość rynku mediów i udział agenta literackiego w wydarzeniach medialnych.
8. Przyczyny zatrudniania agentów literackich przez autorów i autorki.
9. Opis obecnej pracy agenta, jej założeń i zmian w ostatnich latach.
10. Typ umowy i rodzaj pracy (zrzeszona agencja literacka, firma jednoosobowa).
11. System wynagrodzenia agenta literackiego (prowizja, stała pensja od autora lub od wydawnictwa).
12. Etos agenta literackiego.
13. Przyszłość zawodu agenta literackiego (jakie jest tempo rozwoju tego zawodu? jakie trudności wiążą się z jego rozwojem?).

II. Proces wydawniczy

1. Wpływ agenta literackiego na proces twórczy powstawania książki; zakres doradztwa agenta (czy i jaki ma wpływ na temat utworu, sty-

listykę, zmiany w utworze na poziomie fabuły?).
2. Relacja agenta z autorem lub autorką:
   – charakter relacji (luźne relacje towarzyskie? wspólne spędzanie czasu wolnego? kontakty wyłącznie biznesowe?);
   – sytuacje poróżniające agenta literackiego z autorem.

III. Współpraca z wydawnictwem

1. Polityka pozyskiwania wydawnictw:
   – kryteria wyboru wydawnictwa i osoba decydująca o wyborze konkretnej oficyny (agent? twórca?);
   – wydawnictwa preferowane lub odrzucane przez agenta.
2. Znaczenie znajomości dla pozyskania preferowanego wydawnictwa.
3. Współpraca agenta z wydawnictwem (na czym polega? czy agent uczestniczy w podpisywaniu umowy wydawcy z autorem, czy reprezentuje go?).
4. Warunki oraz rodzaje umów zawieranych między wydawnictwem a autorem; interwencja agenta w kwestiach rozliczenia sprzedaży książek.

IV. Nośniki i dystrybucja

1. Pośrednictwo agenta w dystrybucji książek (czy agent śledzi rozwój nowych kanałów dystrybucji? czy zna najnowsze trendy? czy przewiduje zmiany? czy doradza w sprawie dystrybucji autorowi lub autorce?).

V. Promocja

1. Rola agenta literackiego w promowaniu książki (stopień decyzyjności agenta o strategii promocji książki i udziale autora w: targach, spotkaniach autorskich, wywiadach, imprezach branżowych).
2. Organizacja spotkań autorskich.
3. Rola agenta literackiego w celebryckim życiu autora lub autorki (organizacja udziału w imprezach celebryckich czy występów w telewizyjnych programach plotkarskich; podejmowanie współpracy z brukowcami).

VI. Krytyka

1. Rola agenta w pozyskiwaniu recenzji krytyków literackich i wywiadów z autorem lub autorką w prasie lifestylowej, magazynach dedykowanych kobietom, mężczyznom czy w telewizyjnych programach śniadaniowych.

VII. *Illusio*

1. Miara sukcesu agenta literackiego.

3. Dyspozycje do wywiadów z pisarzami i pisarkami polskimi przeprowadzonych w ramach projektu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu*

I. Warsztat pracy

1. Rytm pracy (liczba godzin dziennie; regularność; praca w weekendy, dni wolne).
2. Miejsce pracy (biurko, pokój, box, pracownia, kawiarnia, domy twórcze).
3. Konsultacje wyników swojej pracy (prośba o lekturę).
4. Sprzęt wykorzystywany do pisania (komputer, komórka, programy).
5. Powody wyboru zawodu pisarza lub pisarki, motywacje do pisania.

II. Relacje z wydawnictwami

1. Powody decydujące o wyborze wydawnictwa; zamiar wydawania dalej w tej samej oficynie, a przy jego braku przyczyny skłaniające do zmiany; preferowane lub idealne wydawnictwo w Polsce (nazwa).
2. Podział na wydawnictwa niezależne i głównego nurtu; stosunek do tego podziału; inne istotne podziały, które można wyróżnić.
3. Doświadczenie z bieżącym wydawnictwem (spełnianie oczekiwań, wsparcie, uczciwość w rozliczeniach, warunki współpracy).
4. Stosunek do praw autorskich; sposoby rozwiązania tej kwestii z bieżącym wydawnictwem (typ umowy lub licencji, czas jej obowiązywania).
5. Opinia o e-dystrybucji; ocena ryzyka kradzieży przy tej formie dystrybucji.

6. Strategie promocji wydawnictwa (znajomość tych strategii przez pisarza lub pisarkę, możliwość wpływu na nie, możliwość sprzeciwu).
7. Doświadczenia współpracy z agentami; ocena tej funkcji; przy braku współpracy ewentualna gotowość do jej podjęcia; powody.
8. Doświadczenia współpracy z redaktorami (pomocność redaktorów; wpływ na zmiany treści książki, ocena tych zmian; skracanie książki pod wpływem wydawnictwa lub redaktora z powodów rynkowych; narzucanie tytułu przez redaktora).
9. Pisanie „spontaniczne" i na zamówienie wydawnictwa (gdy ma się kontrakt).

III. Kwestie materialne

1. Honoraria: zaliczki, ich wysokość; możliwość utrzymania się z honorariów.
2. Znajomość podziału zysków ze sprzedaży książki i opinia na ten temat.
3. Wpływ kwestii materialnych na decyzję o wyborze wydawnictwa.
4. Alternatywne źródła utrzymania i ich związek z literaturą (honoraria za wieczory autorskie, dyskusje i tym podobne); istotność tych źródeł.
5. Stypendia lub inne podobne źródła dochodu (nagrody, programy wsparcia twórców lub czytelnictwa); istotność tego typu źródeł dochodu.
6. Ocena swojej pozycji materialnej na tle innych grup zawodowych; znajomość terminu „prekariat", utożsamianie się z nim.

IV. Relacje z mediami i z krytyką

1. Stosunek do występów w telewizji i dochód z tego.
2. Przy braku występów zdanie o pisarzach i pisarkach pojawiających się w mediach; problem celebryctwa; pokazywanie się w telewizji i innych mediach (w tym również brukowcach) jako strategia promocji.
3. Przy braku występów wyrażanie chęci lub niechęci uczestnictwa w mediach.
4. Granice występów w mediach, których nie należy przekraczać (na przykład udział w sesjach zdjęciowych dla brukowców czy pism lifestylowych lub w programach typu „Nocne czytanie w wannie").
5. Problem występowania w nie swoich ubraniach, w stylizacji, specjalnym uczesaniu i tak dalej.

6. Pisanie do wysokonakładowej prasy (stosunek do tego zajęcia i dochód z niego).
7. Konsumpcja literackich mediów branżowych; tytuły, regularność czytania.
8. Dyskusje krytyków literackich (zainteresowanie nimi, ocena ich istotności dla literatury).
9. Zainteresowanie ogólną teorią kultury, ocena jej istotności dla literatury (na przykład dyskusje o postmodernizmie).
10. Opinia na temat nagród literackich (zaufanie do jury, ocena trafności wyborów laureatów).

v. Komunikacja i autoprezentacja

1. Świadome kształtowanie swojego wizerunku i stosowane w tym celu środki.
2. Istotność mediów dla wizerunku; istotność mediów i występowania w nich dla literatury w ogóle.
3. Nowe media (media społecznościowe, blogi i tym podobne) jako ważna przestrzeń aktywności literackiej; istotne zjawiska z tego zakresu.
4. Orientacyjna data pierwszego użycia internetu.
5. Korzystanie z serwisów internetowych w ramach swojego warsztatu pisarskiego do badania danego tematu, do poszerzania warsztatu, do wymiany opinii.
6. Znajomość terminów: „liternet", „hipertekst", „cyberpoezja", „remediacja".

vi. Instytucje, grupy, kręgi, zrzeszenia literackie

1. Opinia na temat istotności bycia w grupie lub zrzeszeniu i tym podobne.
2. Istotne podziały czy grupy w obrębie współczesnego życia literackiego; umieszczenie siebie na tej mapie.
3. Pojęcie awangardy jako pewnej grupy pisarzy – jego sensowność i znaczenie dla współczesnego życia literackiego; przykłady lub przedstawiciele awangardy dzisiaj.
4. Pojęcia artystów uznanych (konsekrowanych) oraz głównego nurtu jako pewnej grupy – ich sensowność i znaczenie dla współczesnego życia literackiego; przykłady pisarzy z głównego nurtu lub konsekrowanych.

5. Umieszczenie siebie w tym podziale.

VII. Społeczeństwo i polityka (zaangażowanie)

1. Istotność polityki i życia politycznego dla twórczości literackiej.
2. Upolitycznienie i apolityczność literatury.
3. Społeczne zaangażowanie sztuki – ocena skali tego zjawiska i jego istotności.
4. Współczesne dyskusje na temat politycznego i społecznego zaangażowania literatury – znajomość, opinia na ten temat.

VIII. Rekreacja, towarzyskość, rodzina a literatura

1. Odsetek pisarzy i pisarek wśród znajomych.
2. Odsetek osób ze świata literackiego (wydawcy, krytycy, teoretycy i tym podobne) wśród znajomych.
3. Rola kryteriów zawodowych w doborze znajomych i sposobie spędzania wolnego czasu; wola ograniczenia lub rozbudowania znajomości w świecie literackim.
4. Wpływ znajomości w świecie literackim na pisanie oraz na karierę pisarza lub pisarki.
5. Kręgi towarzyskie i ich wpływ na literaturę – istotność, ocena tego wpływu.
6. Życie rodzinne i jego istotność.
7. Wpływ życia rodzinnego na pisanie i karierę zawodową pisarza – ocena z uzasadnieniem.
8. Pisarze lub pisarki w rodzinie i ich znaczenie dla podjęcia decyzji o karierze literackiej.
9. Kontakty towarzyskie z czytelnikami i czytelniczkami – ich nasilenie i istotność.

4. Ankieta[1]

1. Skąd pochodzą pana(i) meble?

1 Jest to zaktualizowana wersja ankiety opracowanej i wykorzystywanej przez zespół Pierre'a Bourdieu. Oryginał: P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, tłum. P. Biłos, Warszawa 2005, s. 632–637.

a) nabyte w markowym sklepie (podać nazwę: .....)
b) nabyte u antykwariusza
c) nabyte w sklepie specjalistycznym (podać nazwę: .....)
d) nabyte u rzemieślnika
e) nabyte na pchlim targu
f) nabyte na aukcji
g) otrzymane w spadku
h) wynajęte
i) nabyte inaczej (sprecyzować jak: .....)

2. Jaki jest styl pana(i) mebli?
   a) nowoczesny
   b) stary
   c) wiejski
3. Jeśli miał(a)by pan(i) dokonać wyboru, wolał(a)by pan(i) kupić meble w stylu:
   a) nowoczesnym
   b) starym
   c) wiejskim
4. Które trzy przymiotniki określają najlepiej wnętrze, w którym chciał(a) by pan(i) zamieszkać?
   a) czyste, zadbane
   b) komfortowe
   c) skomplikowane
   d) umiarkowane, dyskretne
   e) ciepłe
   f) łatwe do utrzymania
   g) klasyczne
   h) harmonijne
   i) zadbane
   j) pełne fantazji
   k) praktyczne, funkcjonalne
   l) intymne
5. Do których trzech cech spośród dwunastu powyżej wymienionych przywiązuje pan(i) najmniejszą wagę?
   .....
6. Czy może pan(i) podać, które zajęcia spośród poniżej wymienionych wykonuje pan(i) najczęściej, które rzadko, a których nigdy?

	często	*rzadko*	*nigdy*
a) majsterkowanie			
b) uprawianie sportu			
c) camping			
d) sztuki plastyczne, malarstwo, rzeźbiarstwo			
e) gra na instrumencie muzycznym (jakim?)			
f) gry towarzyskie (jakie?)			
g) korzystanie z internetu (e-mail, strony www)			
h) korzystanie z internetu (serwisy społecznościowe)			
i) wyjścia do barów/klubów/kawiarni			

7. Których czterech piosenkarzy/zespołów/rodzajów muzyki spośród wymienionych niżej słucha pan(i) najchętniej?
   a) Krzysztof Krawczyk
   b) Marek Grechuta
   c) Rihanna
   d) Leonard Cohen
   e) Boys
   f) Kayah
   g) Amy Winehouse
   h) Anna Maria Jopek
   i) Maria Peszek
   j) eksperymentalna muzyka elektroniczna (click-hop, noise)
   k) elektroniczna muzyka taneczna (house, techno, electro, drum'n' bass)
   l) indie rock
   m) rock klasyczny (Rolling Stones, The Beatles)
   n) rock progresywny i eksperymentalny (Pink Floyd, King Crimson)
   o) hip-hop, rap
   p) jazz
8. Woli pan(i) ubiór:
   a) o kroju klasycznym i dobrej jakości
   b) inspirowany modą i odpowiadający pana(i) osobowości
   c) skromny i poprawny
   d) śmiały i wyszukany
   e) taki, w którym czuje się pan(i) swobodnie
   f) wytworny
   g) inny (opisać) .....

9. Jaka jest pana(i) odzież?
   a) uszyta na miarę u krawca
   b) nabyta w designerskim butiku odzieżowym (niezależna pracownia projektancka)
   c) nabyta w sklepie odzieżowym typu sieciowego (jaki?) .....
   d) nabyta w markecie/na bazarze
   e) nabyta w sklepie typu second-hand
10. Przyjmując gości, podaje pan(i) najchętniej posiłki:
   a) proste, lecz ładnie podane
   b) apetyczne i oszczędne
   c) delikatne i wykwintne
   d) organiczne/ekologiczne
   e) oryginalne i egzotyczne
   f) obfite i smaczne
   g) starannie przygotowane według narodowej tradycji
   h) domowe
   i) inne (opisać) .....
11. Proszę wyróżnić te przymiotniki spośród poniżej wymienionych, które określają najbardziej cenione przez pana(ią) cechy osobiste:
   a) *bon vivant*
   b) subtelny
   c) sumienny
   d) zrównoważony
   e) towarzyski
   f) zabawny
   g) artystyczna dusza
   h) pozytywny
   i) zgodny
   j) dynamiczny
   k) dobrze wychowany
   l) dystyngowany
12. Do których spośród powyżej wymienionych cech przywiązuje pan(i) najmniejszą wagę?

    .....
13. Proszę wybrać trzy ulubione gatunki literackie:
   a) kryminały
   b) powieści przygodowe
   c) poezja

d) powieści sentymentalne
e) książki polityczne
f) opowiadania podróżnicze lub o wyprawach
g) książki filozoficzne
h) opowiadania historyczne
i) dzieła klasyczne
j) książki naukowe
k) dzieła współczesne
l) biografie

14. Z poniższej listy wydawnictw proszę wybrać pięć, które pana(i) zdaniem wydają najbardziej wartościowe książki:
a) Wydawnictwo Literackie
b) Znak
c) W.A.B.
d) Czarne
e) Świat Książki
f) Otwarte
g) Karakter
h) Ha!art
i) Lampa
j) Czytelnik
k) Biuro Literackie
l) Ossolineum
m) Noir sur Blanc
n) Zielona Sowa

15. Proszę wybrać trzy ulubione gatunki filmowe:
a) megaprodukcje
b) horror/thriller
c) filmy *science-fiction*
d) komedie
e) kino akcji
f) dokument/reportaż
g) filmy historyczne
h) dramaty filmowe
i) kino eksperymentalne/offowe/autorskie

16. Które z wymienionych poniżej filmów pan(i) widział(a)? Czy potrafi pan(i) podać również nazwisko reżysera i głównych aktorów poszczególnych filmów?

	film widziany	*reżyser*	*aktorzy*
a) *Miłość*			
b) *Kochankowie z księżyca*			
c) *James Bond – Skyfall*			
d) *Mistrz*			
e) *Niemożliwe*			
f) *Django*			
g) *Podejrzani zakochani*			
h) *Nędznicy*			
i) *Bejbi blues*			
j) *Bez wstydu*			
k) *Hobbit*			
l) *Jack Reacher: Jednym strzałem*			
m) *Mój rower*			
n) *Operacja Argo*			
o) *Pokłosie*			
p) *Sesje*			
r) *Sęp*			
s) *Wyszłam za mąż, zaraz wracam*			
t) *Życie Pi*			

17. Czym kieruje się pan(i), wybierając film?
    a) aktorzy
    b) reżyser
    c) fabuła
18. Jakich audycji radiowych słucha pan(i) najchętniej?
    a) programy rozrywkowe
    b) programy kulturalne
    c) serwisy informacyjne
    d) muzyka klasyczna
    e) audycje na tematy aktualne
    f) inne (sprecyzować) .....
19. Jakie programy telewizyjne ogląda pan(i) najchętniej?
    a) sztuki teatralne
    b) programy informacyjne
    c) programy naukowe
    d) programy historyczne
    e) filmy

f) programy literackie
g) programy rozrywkowe
h) programy na tematy aktualne
i) inne (sprecyzować) .....

20. Z jakich stron/serwisów/usług internetowych regularnie pan(i) korzysta?
a) onet.pl, wp.pl
b) gazeta.pl/wyborcza.pl
c) BBC News/CNN/The New York Times
d) Pudelek
e) Facebook (lub inne serwisy społecznościowe)
f) Twitter (lub inne mikroblogi)
g) Techsty
h) Salon24
i) alternatywne serwisy polityczno-publicystyczne (Krytyka Polityczna, Res Publica Nowa i tym podobne)
j) prawica.net
k) portale literackie (Ha!art, Biuro Literackie i tym podobne)
l) Skype
m) Wired
n) blogi (wymienić: .....)
o) inne (wymienić: .....)

21. Który z wyrażonych poniżej sądów jest najbliższy pana(i) opinii?
a) muzyka poważna jest skomplikowana
b) muzyka poważna to nie dla mnie
c) lubię muzykę poważną, lecz jej nie znam
d) lubię muzykę poważną, na przykład walce Straussa
e) każda wartościowa muzyka mnie interesuje

22. Które z dzieł muzycznych wymienionych poniżej pan(i) zna? Czy potrafi pan(i) podać nazwiska ich kompozytorów?

	dzieło znane	*kompozytor*
a) *Błękitna rapsodia*		
b) *Traviata*		
c) *Koncert na lewą rękę*		
d) *Eine kleine Nachtmusik*		
e) *Arlezjanka*		
f) *Taniec z szablami*		

	dzieło znane	*kompozytor*
g) *Ognisty ptak*		
h) *Szeherezada*		
i) *Sztuka fugi*		
j) *Węgierska rapsodia*		
k) *Dziecko i czary*		
l) *Nad pięknym modrym Dunajem*		
m) *Zmierzch bogów*		
n) *Cztery pory roku*		
o) *Das wohltemperierte Klavier*		
p) *Kołatka bez mistrza*		

23. Proszę wskazać spośród powyżej wymienionych utworów trzy ulubione przez pana(ią):
    .....
24. Który z wyrażonych poniżej sądów jest najbliższy pana(i) opinii?
    a) malarstwo mnie nie interesuje
    b) muzeum to nie jest moja mocna strona; nie potrafię go docenić
    c) malarstwo to dobra rzecz, ale trudna; aby o nim rozmawiać, trzeba się na nim znać
    d) bardzo lubię impresjonistów
    e) malarstwo abstrakcyjne interesuje mnie tak samo jak malarstwo szkół klasycznych
25. Proszę wskazać trzech ulubionych przez pana(ią) malarzy z poniższego spisu:
    a) da Vinci
    b) Renoir
    c) Sasnal
    d) Dwurnik
    e) Kandinsky
    f) Rafael
    g) Hopper
    h) Matejko
    i) Bacon
    j) Dali
    k) Picasso
    l) Rodziński
    m) Podkowiński

n) Kossak

26. Czy zwiedzał(a) pan(i) następujące muzea (podać, jeśli to możliwe, przy jakiej okazji, ze szkołą, z rodzicami, z przyjaciółmi, sam, oraz kiedy to było)?
    a) Luwr/National Gallery
    b) Galeria BWA w miejscu zamieszkania
    c) Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie
    d) Narodowa Galeria Sztuki Zachęta
    e) oddział Muzeum Narodowego w miejscu zamieszkania
    f) Tate Modern/Pompidou
    g) MOMA New York/Guggenheim Bilbao
27. Proszę podać swoje zdanie o każdej z następujących opinii:
    a) nowoczesne malarstwo to byle jakie malowanie, dziecko mogłoby tak namalować
    b) nie muszę wiedzieć, kto malował i jak
    c) nie mogę oceniać malarstwa, gdyż nie znam się na tym
28. Czy wykorzystując następujące tematy, fotograf może wykonać zdjęcie (można wybrać dowolną liczbę odpowiedzi):

	ładne	*interesujące*	*bez wyrazu*	*brzydkie*
krajobraz				
wypadek samochodowy				
dziewczynka igrająca z kotem				
kobieta ciężarna				
martwa natura				
kobieta karmiąca niemowlę				
konstrukcja stalowa				
kłótnia bezdomnych				
kapusta				
zachód słońca nad morzem				
tkacz przy swoim krośnie				
taniec ludowy				
lina				
stragan rzeźniczy				
kora drzewna				
słynny zabytek				
złomowisko				
pierwsza komunia				

	ładne	*interesujące*	*bez wyrazu*	*brzydkie*
ranny człowiek				
wąż				
obraz mistrza				

Metryczka

1. Płeć:
2. Rok urodzenia:
3. Stan cywilny:
   a) kawaler/panna
   b) w nieformalnym związku
   c) żonaty/zamężna
   d) wdowiec/wdowa
   e) rozwiedziony/rozwiedziona
4. Liczba i wiek dzieci:
5. Miejsce zamieszkania:
6. Czas zamieszkania w aktualnym miejscu:
   a) mniej niż 5 lat
   b) od 5 do 10 lat
   c) 10 lat i powyżej
7. Poprzednie miejsce zamieszkania:
8. Mieszkanie/dom:
   a) wynajmowane samodzielnie
   b) wynajmowane na spółkę z kimś
   c) posiadane na własność
   d) własność rodziny wykorzystywana za darmo
9. Najwyższy otrzymany dyplom lub świadectwo: .....
10. Zawód wyuczony i wykonywany (możliwie najściślej): .....
11. Dodatkowe zajęcia podejmowane w celu zarobkowym (wymienić): .....
12. Najwyższy dyplom lub świadectwo i zawód pana(i) ojca i matki oraz dziadka po linii ojca (ewentualnie podać ostatni wykonywany zawód):

	wykształcenie	*zawód*
ojciec		
matka		
dziadek		

13. Przeciętny poziom dochodów miesięcznych na osobę w pana(i) gospodarstwie domowym:
    a) poniżej 500 złotych
    b) między 500 a 1000 złotych
    c) między 1000 a 1500 złotych
    d) między 1500 a 2000 złotych
    e) powyżej 2000 złotych
14. Ile metrów kwadratowych na osobę wypada w pana(i) domu/mieszkaniu:
    a) poniżej 10 metrów kwadratowych
    b) między 10 a 20 metrów kwadratowych
    c) między 20 a 30 metrów kwadratowych
    d) między 30 a 40 metrów kwadratowych
    e) między 40 a 50 metrów kwadratowych
    f) powyżej 50 metrów kwadratowych
15. Czy posiada pan/i:
    a) komputer z dostępem do internetu
    b) smartfona
    c) tablet
    d) samochód (wiek: ....., marka: .....)
    e) telewizor typu panel (LCD i tym podobne)
    f) kamerę cyfrową
    g) zmywarkę do naczyń

BIBLIOGRAFIA

[brak autora], *Empik kupił w.a.b.* [*online*], <http://wyborcza.pl/1,75475,10174000,Empik_kupil_W_A_B_.html#ixzz2yDefQaYb> [dostęp: 15 czerwca 2014].
[brak autora], *Manifest Rozdzielczości Chleba*, „Rozdzielczość Chleba" 2011, nr 1 [*online*], <http://issuu.com/rozdzielczosc-chleba/docs/rozdzielczosc_chleba_01/4> [dostęp: 15 czerwca 2014].
Aron Paul, *Sur le concept d'autonomie*, „Discours social/Social Discourse" 1995, nr 3–4.
Biedrzycki Krzysztof, *Co się dzieje w młodej poezji polskiej?*, „Polonistyka" 1995, nr 6.
Bonowicz Wojciech, *Podobno*, [w:] tegoż, *Echa*, Wrocław 2013.
Bourdieu Pierre, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, tłum. Piotr Biłos, Warszawa 2005.
Bourdieu Pierre, *Manet. Une révolution symbolique. Cours au collège de France 1998–2000*, Paris 2013.
Bourdieu Pierre, *Medytacje pascaliańskie*, tłum. Krzysztof Wakar, Warszawa 2006.
Bourdieu Pierre, *Męska dominacja*, tłum. Lucyna Kopciewicz, Warszawa 2004.
Bourdieu Pierre, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. Karolina Sztandar-Sztanderska, Anna Ziółkowska, red. nauk. i przedm. Małgorzata Jacyno, Warszawa 2009.
Bourdieu Pierre, *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, tłum. Andrzej Zawadzki, Kraków 2001.
Bourdieu Pierre, *Sociology in Question*, tłum. Richard Nice, London 1993.
Bourdieu Pierre, *The Social Structures of the Economy*, tłum. Chris Turner, Cambridge 2005.
Bourdieu Pierre, *Une révolution conservatrice dans l'édition*, „Actes de la Recherche en Sciences Sociales" 1999, nr 126–127.
Bourdieu Pierre, Passeron Jean-Claude, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, tłum. Elżbieta Neyman, wstęp i red. nauk. Antonina Kłoskowska, Warszawa 2006.
Casanova Pascale, *The World Republic of Letters*, tłum. Malcolm B. DeBevoise, Cambridge 2004.
Champagne Patrick, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris 1990.
Dwudziestolecie wolnego rynku książki w Polsce (1989–2009), red. Piotr Dobrołęcki, Warszawa 2010.
Fraser Nancy, *Rethinking the Public Sphere. A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, „Social Text" 1990, nr 26.
Giorgi Liana, *A Celebration of the Word and a Stage for Political Debate. Literature Festivals in Europe Today*, [w:] *European Arts Festivals. Strengthening Cultural Diversity* [raport Komisji Europejskiej], Brussels 2011.
Giorgi Liana, *Between Tradition, Vision and Imagination. The Public Sphere of Literature Festivals*, [w:] *Festivals and the Cultural Public Sphere*, red. Liana Giorgi, Monica Sassatelli, Gerard Delanty, London–New York 2011.
Giorgi Liana, *Literature Festivals and the Sociology of Literature*, „The International Journal of the Arts in Society" 2009, nr 4.
Gołębiewski Łukasz, Waszczyk Paweł, *Rynek książki w Polsce 2013. Wydawnictwa*, Warszawa 2013.
Habermas and the Public Sphere, red. Craig Calhoun, Cambridge–London 1992.
Habermas Jürgen, *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, tłum. Wanda Lipnik, Małgorzata Łukasiewicz, wprow., red. nauk. i weryfikacja przekładu Marek Czyżewski, Warszawa 2007.
Hesmondhalgh David, *Bourdieu, the media and cultural production*, „Media Culture & Society" 2006, nr 2.

Jacyno Małgorzata, *Przedmowa do polskiego wydania*, [w:] P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. Karolina Sztandar-Sztanderska, Anna Ziółkowska, red. nauk. i przedm. Małgorzata Jacyno, Warszawa 2009.

Johnson Randall, *Pierre Bourdieu on Art, Literature and Culture*, [w:] P. Bourdieu, *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*, red. i wstęp Randall Johnson, New York 1993.

Jurt Joseph, *Autonomy and Commitment in the French Literary Field. Applying Pierre Bourdieu's Approach*, tłum. Ashraf Noor, „International Journal of Contemporary Sociology" 2001, nr 1.

Klejnocki Jarosław, *Czas zastoju i nudy*, „Polonistyka" 2000, nr 9.

Klukowski Bogdan, Tobera Marek, *W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku książki (1989–1995)*, Warszawa 2013.

Kulczycka-Saloni Janina, *Literatura i jej nauczanie*, „Polonistyka" 1989, nr 1.

Lahire Bernard, *The Double Life of Writers*, tłum. Gwendolyn Wells, „New Literary History" 2010, nr 2.

Lam Andrzej, *Literatura współczesna w IV klasie liceum*, „Polonistyka" 1989, nr 4.

Malanowska Kaja, *Co wolno wojewodzie, to nie pisarzowi* [*online*], <http://www.krytykapolityczna.pl/felietony/20140302/co-wolno-wojewodzie-nie-pisarzowi> [dostęp: 15 czerwca 2014].

Malanowska Kaja, *Kaja Malanowska: „6800 zł za 16 miesięcy ciężkiej pracy. Mam ochotę strzelić sobie w łeb". Awantura o zarobki pisarzy*, rozm. przepr. Michał Fal [*online*], <http://natemat.pl/94491,kaja-malanowska-6800-zl-za-16-miesiecy-mojej-ciezkiej-pracy-mam-ochote-strzelic-sobie-w-leb-awantura-o-zarobki-pisarzy> [dostęp: 15 czerwca 2014].

McGuigan Jim, *Rethinking Cultural Policy*, Maidenhead 2004.

McGuigan Jim, *The Cultural Public Sphere – A Critical Measure of Public Culture?*, [w:] *Festivals and the Cultural Public Sphere*, red. Liana Giorgi, Monica Sassatelli, Gerard Delanty, London–New York 2011.

Nash Roy, *Bourdieu on Education and Social and Cultural Reproduction*, „British Journal of Sociology of Education" 1990, nr 4.

Passeron Jean-Claude, Bourdieu Pierre, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, tłum. Elżbieta Neyman, wstęp i red. nauk. Antonina Kłoskowska, Warszawa 2006.

Piotr Marecki, Ewelina Sasin, *„Ciężkie książki" versus „lekka i tania informacja" – od „ruchu wydawniczego" do „rynku książki". Informatyzacja w literackim polu produkcji kulturowej* [maszynopis], Kraków 2014.

Raport Instytutu Książki o przyznaniu dotacji na wydanie i promocję wartościowej literatury [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/images/wyd.art.4_wydaw_poz.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014].

Raport Instytutu Książki o rynku książki w Polsce w 2013 roku [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/upload/Files/RYNEK_KSIKI_W_POLSCE_2013.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014].

Raport Instytutu Książki o rynku wydawniczym w Polsce [*online*], <http://www.instytutksiazki.pl/upload/Files/RYNEK_KSIKI_W_POLSCE_2013.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014].

Rozmowy o rynku książki, rozm. przepr. Łukasz Gołębiewski i in., t. 1–12, Warszawa 2002–2012.

Sasin Ewelina, Marecki Piotr, *„Ciężkie książki" versus „lekka i tania informacja" – od „ruchu wydawniczego" do „rynku książki". Informatyzacja w literackim polu produkcji kulturowej* [maszynopis], Kraków 2014.

Sowa Jan, *Prekariat – globalny proletariat w epoce pracy niematerialnej*, [w:] *Robotnicy opuszczają miejsca pracy*, red. J. Sokołowska, Łódź 2010.

Speller John R.W., *Bourdieu and Literature*, Cambridge 2011.
Stala Marian, *Coś się skończyło, nic się nie chce zacząć*, „Tygodnik Powszechny" 2000, nr 2.
Standing Guy, *Prekariat. Nowa niebezpieczna klasa* [*online*], rozdz. 1, red. Maciej Szlinder, tłum. Paweł Kaczmarski, Mateusz Karolak, <http://www.praktykateoretyczna.pl/prekariat/01_Prekariat_Rozdz.1.pdf> [dostęp: 15 czerwca 2014].
Standing Guy, *The Precariat. The New Dangerous Class*, London 2011.
Stetkiewicz Lucyna, *Szkice z „ziemi niczyjej", czyli z socjologii literatury*, Toruń 2009.
Style życia i porządek klasowy w Polsce, red. Maciej Gdula, Przemysław Sadura, Warszawa 2012.
Świetlicki Marcin, *Wiersz dla Zbigniewa Herberta (dedykowany Wisławie Szymborskiej)*, [w:] tegoż, *Wiersze*, Kraków 2011.
Tabaczyński Michał, *O polskiej literaturze, wydawnictwach, czasopismach kulturalnych*, [w:] *Kultura niezależna w Polsce 1989–2009*, red. Piotr Marecki, Kraków 2010.
Tobera Marek, Klukowski Bogdan, *W tym niezwykłym czasie. Początki transformacji polskiego rynku książki (1989–1995)*, Warszawa 2013.
Urbanowski Maciej, *Nowy Filon, czyli bohater młodej poezji polskiej*, „Polonistyka" 1995, nr 6.
Villette Michel, Vuillermot Catherine, *From Predators to Icons. Exposing the Myth of the Business Hero*, tłum. George Holoch, Ithaca 2009.
Vuillermot Catherine, Villette Michel, *From Predators to Icons. Exposing the Myth of the Business Hero*, tłum. George Holoch, Ithaca 2009.
Waszczyk Paweł, Gołębiewski Łukasz, *Rynek książki w Polsce 2013. Wydawnictwa*, Warszawa 2013.
Wróblewski Maciej, *Wokół historii literatury*, „Polonistyka" 2004, nr 9.
Zdrojewski Bogdan, *Wielki remanent*, rozm. przepr. Grzegorz Jankowicz, „Tygodnik Powszechny" 2009, nr 33.

+

BIOGRAMY

+

Grzegorz Jankowicz – filozof literatury, krytyk i tłumacz. Pracownik Centre for Advanced Studies in the Humanities Uniwersytetu Jagiellońskiego. Wiceprezes Fundacji Korporacja Ha!art, redaktor jej dwóch serii wydawniczych: Linia Krytyczna i Proza Obca. Redaktor działu kultury „Tygodnika Powszechnego". Juror Wrocławskiej Nagrody Poetyckiej Silesius. Dyrektor wykonawczy Festiwalu Conrada, Festiwalu Copernicus oraz Festiwalu Anamneses. Ostatnio opublikował tomy *Po co jest sztuka? Rozmowy z pisarzami* (2013) oraz *Cmono. Rozmowy z pisarzami* (2013). W 2014 roku w wydawnictwie Teatru Polskiego we Wrocławiu ukaże się jego książka *Gombrowicz – Loading. Esej o formie życia*.

Piotr Marecki – kulturoznawca, adiunkt w Katedrze Kultury Współczesnej Instytutu Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie oraz wykładowca w Państwowej Wyższej Szkole Teatralnej, Telewizyjnej i Filmowej im. Leona Schillera w Łodzi. W obszarze jego zainteresowań znajdują się: literatura polska po 1989 roku, kultura niezależna, literatura cyfrowa. Jako kierownik i wykonawca pracował przy wielu projektach badawczych, poświęconych między innymi kulturze niezależnej w Polsce po 1989 roku (2010), kulturze produkcji filmowej (2012), literaturze konceptualnej (2014). Ostatnio zredagował książki *Hiperteksty literackie. Literatura i nowe media* (2011, red. wspólnie z Mariuszem Pisarskim) oraz *„Nam wieczna w polszczyźnie rozróba!". Marian Pankowski mówi* (2011). Publikuje w wielu czasopismach naukowych, w tym w „Tekstach Drugich", „Kwartalniku Filmowym", „Zarządzaniu w Kulturze", „Przestrzeniach Teorii". Stypendysta Fulbrighta w Massachusetts Institute of Technology (2013–2014). W projekcie *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu* pełni funkcję kierownika.

Alicja Palęcka – doktorantka w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, zajmuje się alienacją pracy kreatywnej oraz jej systemowymi uwarunkowaniami. Jej dotychczasowa praca naukowa dotyczyła także antropologii wizualnej.

Jan Sowa – materialistyczno-dialektyczny teoretyk kultury, doktor socjologii, habilitował się z kulturoznawstwa. Studiował filologię polską, filozofię i psychologię na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie oraz na Uniwersytecie Paris 8 w Saint-Denis. Pracownik naukowy Katedry Antropologii Literatury i Badań Kulturowych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Współtwórca Fundacji Korporacja Ha!art. Współzałożyciel Spółdzielni Goldex Poldex. Członek Rady Narodowego Programu Rozwoju Humanistyki. Od 2009 roku aktywnie związany z Wolnym Uniwersytetem Warszawy. Opublikował około stu tekstów w kraju i za granicą. Wydał między innymi zbiór esejów *Sezon w teatrze lalek* (2003) oraz monografie *Ciesz się, późny wnuku! Kolonializm, globalizacja i demokracja radykalna* (2008) i *Fantomowe ciało króla. Peryferyjne zmagania z nowoczesną formą* (2011). Redaktor i współredaktor wielu książek z zakresu teorii i krytyki społecznej.

Tomasz Warczok – doktor socjologii, adiunkt w Instytucie Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zajmuje się socjologią kultury, współczesną teorią socjologiczną oraz analizą dyskursu. Współautor monografii *Miłośnicy, znawcy, koneserzy czy przechodnie? Recepcja sztuki współczesnej na przykładzie galerii Górnego Śląska* (2011) oraz *Granice symboliczne. Studium praktyk kulturowych na przykładzie działań zawodowych pracowników socjalnych* (2013). Publikował między innymi w „Current Sociology", „Studiach Socjologicznych", „Przeglądzie Filozoficznym" i „Przeglądzie Socjologii Jakościowej".

Grzegorz Jankowicz | Piotr Marecki | Alicja Palęcka | Jan Sowa | Tomasz Warczok

Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Raport z badań

Niniejszy raport z badań powstał w ramach projektu *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu* finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki. Nadrzędnym celem projektu był naukowy opis dwudziestu pięciu lat rozwoju pola literackiego w Polsce (1989–2014) i zachowań jego głównych aktorów (pisarzy i pisarek, wydawców, agentów literackich i tak dalej) za pomocą teoretycznych narzędzi zaproponowanych przez francuskiego socjologa Pierre'a Bourdieu. Intencją zespołu badawczego była także pionierska na taką skalę aplikacja narzędzi socjologicznych do refleksji literaturoznawczej w Polsce po 1989 roku. Badania przeprowadzone przez socjologów, kulturoznawców i literaturoznawców składały się z trzech części: analizy pozycji pola literackiego w odniesieniu do innych obszarów życia społecznego (władzy, ekonomii, edukacji, mediów) oraz jej rozwoju w czasie, analizy wewnętrznej struktury pola literackiego oraz analizy genezy habitusów pisarzy i pisarek.

ISBN 978-83-64057-39-7
39 zło [cena zawiera 5% VAT]

korporacja ha!art