

Rynek, głupcze!

Stanisław Krawczyk

Roztrząsania i rozbiory

Rynek, głupcze!

Stanisław Krawczyk

Najnowsza książka Marcina Rychlewskiego składa się z sześciu rozdziałów. Jak informuje końcowa nota wydawnicza, cztery z nich były wcześniej publikowane „we fragmentach lub zmienionych wersjach” (s. 193). Zgodnie z deklaracją we wstępie praca jest „próbą przepracowania języka tradycyjnej socjologii literatury i sprawdzenia jego przydatności do opisu mechanizmów współczesnego rynku książki” (s. 7). Kolejne części publikacji opisują potrzebę uprawiania socjologii literatury, obiegi wydawnicze w obecnej Polsce, estetyczne oczekiwania czytelników, miejsce interpretacji w realiach rynkowych oraz materialny aspekt książek, a ostatni fragment zawiera uogólnioną refleksję nad historią, teraźniejszością i przyszłością omawianego medium. Całość dotyczy nie tylko literatury – choć tę omawia najobficiej – lecz także tekstów nieliterackich publikowanych w formie książkowej.

„[S]ocjologia literatury od wielu lat nie jest w modzie”, pisze Rychlewski na początku pierwszego rozdziału. Od

Stanisław Krawczyk

– doktorant w Instytucie Socjologii UW (Zakład Socjologii Kultury). Interesuje się socjologią literatury, szczególnie prozy fantastycznej; bada również gry komputerowe i gry fabularne. Asystent redaktora naczelnego w czasopiśmie „Homo Ludens”, współautor raportu *Fantastyczni 2012. Badanie czytelnictwa fantastyki* (2013). Kontakt: krawczykstanislaw@gmail.com.

1 Recenzja książki: M. Rychlewski *Książka jako towar. Książka jako znak. Studia z socjologii literatury*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2013.

razu trzeba powiedzieć, że przynajmniej w przypadku zagranicznych badań jest to pogląd nadmiernie pesymistyczny. W 2010 roku ukazało się specjalne wydanie czasopisma „New Literary History” zatytułowane *New Sociologies of Literature* (Nowe socjologie literatury). Jak zauważył gościnny redaktor tego numeru, amerykański literaturoznawca James F. English, od lat 70. XX wieku samo sformułowanie „socjologia literatury” faktycznie straciło na znaczeniu, ale zainteresowanie społecznymi aspektami twórczości literackiej bynajmniej nie osłabło. Stanowi ono ważny wymiar takich nurtów czy perspektyw badawczych, jak historia książki i nowe badania bibliologiczne (*new bibliography studies*), nowe medioznawstwo (*new media studies*), refleksyjna socjologia literatury, krytyka kanonu literackiego, socjologia czytelnictwa bądź socjologia literatury światowej². Tezę, że socjologia literatury jest niemożna, z pewnością łatwiej byłoby obronić w odniesieniu do Polski – chociaż i tutaj przed 2013 rokiem wydano kilka nieuwzględnionych przez Rychlewskiego publikacji, to część z nich w okresie powstawania książki mogła być jeszcze niedostępna³.

Trudno mieć autorowi za złe, że w niespełna dwustustronicowej pracy poświęconej krajowemu rynkowi wydawniczemu nie odniósł się szczegółowo do obszernego stanu badań prowadzonych za granicą. Tym trudniej, iż deklarowanym przedmiotem zainteresowania jest „język tradycyjnej socjologii literatury” (s. 7). Można jednak wyrazić żal, że pomimo postulatu interdyscyplinarności socjologii literatury i rozumienia jej „raczej w kategoriach socjologii kultury niż wąsko pojmowanego literaturoznawstwa” (s. 7; zob. też s. 71)⁴ zasób odniesień bibliograficznych nie odbiega zanedo od kanonu prac znanych rodzimym polonistom: Barthes, Baudrillard, Black, Brodzka,

2 J. English *Everywhere and Nowhere: The Sociology of Literature After „the Sociology of Literature”*, „New Literary History” 2010 no. 2, s. v-xxiii.

3 P. Ćwikła *Socjologia w literaturze. Casus „Wojny końca świata” Mario Vargasa Llosy*, „Studia Socjologiczne” 2012 nr 2, s. 47-80; K. Łęcki *Inny zapis. „Sekretny dziennik” pisarza jako przedmiot badań socjologicznych. Na przykładzie „Dzienników” Stefana Kisielewskiego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012; L. Stetkiewicz *Kulturowi wszystkożercy sięgają po książkę. Czytelnictwo ludyczne jako forma uczestnictwa w kulturze literackiej*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2011.

4 Osobnym problemem jest to, że na stronie 42 padają słowa o uznawaniu socjologii literatury za „jedną z gałęzi kulturoznawstwa”, a kulturoznawstwo to wszak nie to samo, co socjologia kultury (albo jak proponują m.in. Jeffrey C. Alexander i Philip Smith: socjologia kulturowa). Nie do końca klarowna zdaje się też poczyniona w tym samym miejscu uwaga o „raczej «miękkiej» i prowizorycznej metodologii” socjologii literatury.

Burzyńska, Czaplinski, Debord, Eagleton, Eco, Escarpit, Głowiński, Jauss, La-
lewicz, Markowski, Martuszevska, McLuhan, Sartre, Sławiński, Wysłouch,
Żółkiewski... Spośród nazwisk będących pewną nowością spora część należy
do autorów, którzy interesują się głównie rynkiem wydawniczym i zacho-
waniami konsumenckimi, a co najwyżej wtórnie socjologicznym obliczem
literatury (Gołębiowski, Jenkins, Rifkin, Światała, Zaltman).

Sprawa jest o tyle istotna, że wielu anglojęzycznych badaczy, w tym nie-
mało socjologów, pisało wprost o zagadnieniach ważnych dla recenzowanej
publikacji⁵. W szerszym zaś sensie w książce Rychlewskiego można widzieć
przejaw rozłamu między literaturoznawstwem a współczesnymi badaniami
społecznymi i teorią społeczną. Przywołana już postać Jamesa F. Englisha
wydaje się dobrą ilustracją tego, że nad tą przepaścią można przechodzić,
i to z pożytkiem zarówno dla literaturoznawstwa, jak i dla socjologii.

Miejsce, w którym *Książka jako towar...* mimo wszystko stawia krok na
owej drodze, jest jednym z ciekawszych fragmentów pracy. Otóż w pierw-
szym rozdziale, charakteryzując krajowy obieg książkowy, autor dostosowuje
do swoich potrzeb teorię pola Pierre'a Bourdieu. Zaznacza różnicę między
polem rynku wydawniczego (inwestycji, produkcji, dystrybucji hurtowej
i detalicznej, reklamy, sprzedaży, zysku) a polem instytucji konsekrujących
(krytyków, uniwersytetów, Ministerstwa Edukacji Narodowej, szkolnictwa
publicznego z listą lektur obowiązkowych). W pierwszym z tych obszarów
toczy się gra o dominację finansową, w drugim natomiast – o prestiż, który
nadają osoby oraz instytucje obdarzone kulturowym autorytetem. W polu
pierwszym powstają bestsellery, w drugim – arcydzieła. Oba obszary są
powiązane i oddziałują na siebie nawzajem; Rychlewski zwięźle i zgrabnie
pokazuje złożoność tych relacji. Oprócz tego początkowy rozdział uwypukla
towarowy aspekt dzisiejszych książek, z konieczności konkurujących z innymi
mediami (także elektronicznymi), oraz podkreśla wagę dystrybucji i wyborów
konsumenckich. Następnie autor analizuje przykłady publikacji mniej i bar-
dziej udanych z komercyjnego punktu widzenia, stosując autorskie kategorie

5 R. Darnton *What is the History of Books?*, „Daedalus” 1982 no. 3, s. 65-83; R. Darnton „*What is the History of Books? Revisited*”, „*Modern Intellectual History*” 2007 no. 3, s. 495-508; J. English *Winning the culture game: prizes, awards, and the rules of art*, „*New Literary History*” 2002 no. 1, s. 109-135; W. Griswold, T. McDonnell, N. Wright *Reading and the Reading Class in the Twenty-First Century*, „*Annual Review of Sociology*” 2005, s. 127-141; J. Thompson *Merchants of culture: the publishing business in the twenty-first century*, wyd. 2, Plume, New York 2012 (pierwsze wydanie ukazało się w 2010 roku w Cambridge nakładem Polity Press); T. Striphas *The late age of print: everyday book culture from consumerism to control*, Columbia University Press, New York 2009.

pasma przenoszenia i pasma estetycznego. Kategorie te należą do najważniejszych pojęć w książce, a poświęcony im jest przede wszystkim trzeci jej rozdział. Przypatrzmy się mu zatem, pomijając tymczasowo rozdział drugi (i powracając miejscami do odpowiednich partii rozdziału pierwszego).

Trzecia część pracy rozpoczyna się od pytania o motywacje lektury książek, ono zaś prowadzi do zagadnienia uwarunkowań percepcji oraz recepcji utworu literackiego. Rychlewski polemizuje tutaj z Hansem Robertem Jaussem, któremu zarzuca bagatelizowanie roli czytelnika i niemożność zdania sprawy ze zróżnicowanych reakcji rozmaitych osób na ten sam tekst. Chociaż więc termin „pasma estetyczne” nasuwa skojarzenia z horyzontem oczekiwań, to jednak ma odmienne znaczenie. Odnosi się mianowicie do „społecznie i historycznie uwarunkowanego zespołu oczekiwań estetycznych [...] reprezentowanego przez większość odbiorców” (s. 30), przy czym oczekiwania te są kształtowane i jednocześnie zaspokajane przez określone teksty i konwencje (s. 79). W skład omawianego pasma wchodzi nadzieje i przeświadczenia dotyczące „wszystkich elementów tekstu/książki, począwszy od składni, tematu, gatunku, a skończywszy na okładce, ilustracjach (lub ich braku), charakterze czcionki czy jakości papieru” (s. 80). Z kolei pasmo przenoszenia jest układem kanałów mediatyzujących i warunkujących proces komunikacji literackiej, niezbędnych do tego, aby utwór trafił do odbiorców (s. 18-19). Obejmuje ono „całą sieć zjawisk, takich jak sprawna dystrybucja, cena książki, reklama, rozgłos medialny” (s. 30). Obydwa pasma zależą od „sytuacji gospodarczej, zasobności obywateli, podatków, prawa autorskiego, struktury kanałów dystrybucyjnych oraz licznych koniunktur ideologicznych czy artystycznych” (s. 31).

W dalszej części trzeciego rozdziału Rychlewski uzasadnia tezę, że „jakkolwiek recepcja tekstu literackiego lub innego poprzedzona jest percepcją”, stwierdzając zarazem niewystarczalność „niemal całej tradycji recepcjonistycznej z Romanem Ingardenem, Wolfgangiem Iserem i Jaussem na czele” (s. 87). Można widzieć tutaj zapowiedź późniejszych – będzie to już rozdział piąty – rozważań nad materialnością książek, która stanowi ważny i rzeczywiście niedoceniony składnik pasma estetycznego. Wartościowa jest też obserwacja, że sposób, w jaki układa się to pasmo, zależy nie tylko od tekstów literackich bądź nawet pozaliterackich, ale też od wpływu filmów i popularnych programów telewizyjnych (autor podaje tu przykłady wznowień zekranizowanych powieści oraz poradników towarzyszących znanym programom), a ponadto od dynamiki rozwoju audiobooków (chciałoby się tu od razu dodać e-booki). Oddzielny krótki fragment ukazuje pasmo estetyczne

jako narzędzie ideologii, zwracając uwagę na traktowanie tekstów fikcyjnych jako nośników wiedzy o rzeczywistości oraz na problematyczny sposób funkcjonowania popularnych tekstów naukowych. Rozdział kończy się – znów wbrew Jaussowi – postulatem badania pasma estetycznego z jednoczesnym uwzględnieniem teorii recepcji i socjologii czytelnictwa.

Metafora pasm jest w istocie użyteczna, gdyż pozwala dowartościować zarówno dystrybucyjne, jak i materialne aspekty książek, a jednocześnie nie pomija specyfiki książek literackich (skądinąd można by ją odnosić nie tylko do literatury). Co prawda zamiennie stosowanie terminów „pasma estetyczne” i „większościowe pasmo estetyczne” może z początku budzić wątpliwości co do umiejscowienia mniejszościowych gustów czytelniczych (czy i one wchodzi w skład pasma?), lecz autor szybko wyjaśnia sprawę, omawiając problemy i szanse związane z przyjętym przezeń rozumieniem pasma estetycznego jako kategorii obejmującej wyłącznie najbardziej typowe oczekiwania. Z pewnością natomiast zbyt uproszczeniem jest fragment mówiący o „zasadniczej logice tworzenia literatury dla publiczności, która powinna być możliwie jak największa. Wszak każdemu pisarzowi zależy na tym, by jego książka była czytana, a każdy wydawca, inwestując w nią, myśli o finansowym zysku” (s. 92). Pogląd taki może być adekwatny w odniesieniu do pewnej części rodzimego świata literatury – prawdopodobnie nawet części dominującej – ale nie odpowiada praktykom osób, które do sukcesu ekonomiczno-ilościowego podchodzą podejrzliwie, przedkładając nań prestiż środowiskowy⁶.

Komentarz ten sygnalizuje szerszą prawidłowość: Rychlewskiego interesują w omawianej pracy głównie książki komercyjne (co nie znaczy, że koniecznie liche z perspektywy krytyki polonistycznej), a na przykład o poezji przeczytamy niewiele. O ile jednak można doszukiwać się miejsc, w których – tak jak powyżej – autor w nieuprawniony sposób rozszerza zasięg obowiązywania reguł literatury popularnej, o tyle w uogólnieniu przyjęty rozkład akcentów wydaje się bardzo pożyteczny. Pozwala on bowiem postawić ważne pytanie o część wypracowanych w Polsce pojęć socjologiczno-literackich. Sam

6 Bourdieu pisał tutaj o „świecie ekonomii na opak” oraz o „dążeniu pola literackiego do autonomii”, tj. do ustalenia „hierarchii gatunków (oraz autorów) opartej na kryteriach specyficznych, czyli ocenie przez tych, którzy posiadają niezbędne kompetencje”. Ta charakterystyczna struktura prestiżu stanowi „prawie dokładnie odwrotność hierarchii utworzonej na podstawie sukcesu komercyjnego” (P. Bourdieu *Reguły sztuki*, wyd. 2, przeł. A. Zawadzki, Universitas, Kraków 2007, s. 128–130 i 179–181). Dziś w polskim polu literackim wartości heteronomiczne (zysk i popularność) zapewne przeważają nad autonomicznymi, ale te ostatnie zgoła nie zanikły.

Rychlewski wypowiada się tutaj dosyć ostrożnie, lecz my spróbujmy pójść nieco dalej: czy nie jest tak, że przywiązanie do dawnych kategorii uniemożliwia trafną konceptualizację literatury popularno-komercyjnej, usuwając tę dziedzinę twórczości z badawczego pola widzenia lub sprzyjając takiemu zniekształceniu jej obrazu, aby odpowiadał on raczej dawnym nawykom polonistycznym niż faktycznemu stanowi dzisiejszego rynku książki?⁷

Pytanie takie może towarzyszyć lekturze rozdziału drugiego, który ukazuje współczesne obiegi wydawnicze. Jest to zdecydowanie najlepsza część pracy – znajdziemy tutaj i wyjaśnienie nieadekwatności starszych pojęć, i krytykę usztywnionych opozycji aksjologicznych (np. podziału na obieg artystyczny i masowy), i analizę różnych sposobów wyróżniania obiegu (Rychlewski porzuca klucze estetyki oraz potrzeb czytelniczych, a wybiera kryterium dystrybucji). Wszystko to służy uporządkowanemu, syntetycznemu opisowi obiegu głównego oraz trzech „obiegów sprofilowanych”: naukowego, religijnego, literackiego. Autorowi można tylko przyklasnąć, gdy proponuje zastąpienie pionowych metafor poziomymi, odwołując się do przenośni autostrady i dróg lokalnych (przy okazji pada odniesienie do neologizmu Przemysława Czaplińskiego, „książkostrada”). Trafna zdaje się również sugestia porzucenia terminu „obieg literacki” na rzecz „obiegów wydawniczych” przy badaniu obecnego rynku książki, a dodatkowo w konkluzjach pojawia się efektowny paradoks: dystrybucyjne centrum jest dziś domeną wydawniczej różnorodności, podczas gdy peryferie cechuje jednolitość (Rychlewski zestawia tutaj przykład Empiku z księgarniami katolickimi lub naukowymi).

Jedyną słabość tego rozdziału stanowią niedopatrzona korektorskie. Na stronie 48 mamy wyraz „runku”, parę wierszy niżej brakuje przecinka, na stronie 54 znajdujemy z kolei przecinek zbędny (tak samo jak na stronie 58), a na stronie 61 mamy słowo „jej” zamiast „ich”. Na szczęście nie jest to w książce normą. Nieco irytujące mogą być również powtórzenia treściowe, które

7 Jako szczególnie dobitny przykład jawi się pojęcie obiegu wysokoartystycznego. Wprowadzone przez Stefana Żółkiewskiego, stało się częścią kanonicznego instrumentarium polskich literaturoznawców, a nawet przeniknęło do polszczyzny ogólnej; równocześnie przestano rozpoznawać Żółkiewskiego jako twórcę tego pojęcia. Zaszedł więc proces, który Robert K. Merton określał mianem unicestwienia przez wcielenie (*obliteration by incorporation*), tj. „wymazania źródła idei, metod lub odkryć przez ich włączenie do przyjmowanej obecnie wiedzy”. R. Merton *Foreword*, w: E. Garfield *Citation indexing – its theory and application in science, technology, and humanities*, Wiley, New York 1979, s. vii, <http://www.garfield.library.upenn.edu/cifwd.html> (18.07.2014)]. Można przypuszczać, że kariera wspomnianego pojęcia (również w wersji „literatury wysokoartystycznej”) wiąże się z ideologicznym zapotrzebowaniem polskiego literaturoznawstwa na broń do walki z umasowionym rynkiem wydawniczym Trzeciej Rzeczypospolitej.

uwypatniają fakt, że cztery z rozdziałów tej pracy były wcześniej odrębnymi całościami. Na przykład postawiona na stronie 18 teza o tym, że obecnie „wszystkie książki: literatura piękna, naukowa, biografie i wywiady, poradniki seksualne czy książki kucharskie [...] na równych prawach rywalizują o czytelnika”, wraca potem parokrotnie, i to w taki sposób, jak gdyby za każdym razem była wypowiedziana po raz pierwszy (s. 45, 67 i 88).

Powyższe uwagi korektorsko-redakcyjne byłyby niemal nieistotne, gdyby nie to, że wiodą nas ku wnioskowi o niepełnej spójności pracy Rychlewskiego. Słowo „studia” w podtytule jedynie w pewnej mierze zabezpiecza książkę przed tym rodzajem krytyki – wszak lektura wprowadzenia sugeruje koherentną całość, a tymczasem poszczególne rozdziały mogłyby funkcjonować samodzielnie, czemu sprzyja wspomniana wyżej redundancja. Wystarczyłoby usunąć dość rzadkie nawiązania wewnątrzksiążkowe, których przykładem jest następujący urywek:

obecnie literatura piękna [...] musi dzielić miejsce w większościowym paśmie estetycznym z książkami reprezentującymi gatunki nieliterackie [...]. Jeżeli zatem zależy nam na rekonstrukcji rzeczywistego „stylu” czytelnictwa [...], to musi ona uwzględnić wielość produkcji, s z c z e g ó l - nie tej, która pojawia się w dystrybucyjnym głównym nurcie (s. 88).

Część wyróżniona przeze mnie rozstrzelonym drukiem jest odwołaniem do rozdziału prezentującego obiegi wydawnicze i bez niego nie byłyby w pełni zrozumiała, ale też sama mogłaby zniknąć bez szkody dla czytelności całego fragmentu.

Ogólniej mówiąc, wszystkie rozdziały dotyczą tego samego przedmiotu (książek polskich z ostatnich kilku lat, zwłaszcza książek literackich) i przyjmują zbliżoną perspektywę (akcentując stronę dystrybucyjną i materialną, a mniej uwagi poświęcając zagadnieniom stylistycznym, kompozycyjnym i tematycznym), ale poza tym związki między nimi – na przykład w warstwie konceptualnej – są raczej oszczędne.

Pozostało przybliżyć drugą połowę opracowania. Głównym przedmiotem rozdziału czwartego, rozpoczynającego się od kilkustronicowych rozważań nad pojęciami interpretacji i recepcji, jest rola opisów handlowych i okładek we wstępnym kształtowaniu czytelniczego odbioru książek. Analiza paru przykładów literackich poprzedza refleksję nad odbiorcą (traktowanym tu jako empiryczny konsument, a nie projekcja tekstu) oraz kolejny zestaw

przenośni – tym razem kulinarnych, przygotowanych z myślą o przedstawieniu związków między różnymi rolami społecznymi świata literackiego. Rozdział kończy refleksja na temat utowarowienia interpretacji. Z kolei piąta część pracy Rychlewskiego jest stosunkowo rozbudowaną analizą książkowej materii: ponownie okładek (ich kształtów, kolorów, wartości znakowej) i opisów handlowych, następnie ilustracji oraz czcionek. Wymieniane są także: rodzaj papieru, typ oprawy (miękką lub twardą), format i objętość, które wspólnie wyznaczają krańcowo różne typy książki kieszonkowej i luksusowej. Podobnie jak w poprzednim rozdziale, opracowane wcześniej pojęcia obie-gów i pasm właściwie już tu nie występują.

Część piątą i szóstą łączy to, że nie kontynuują one zapowiadanej we wprowadzeniu „próby przepracowania języka tradycyjnej socjologii literatury”, lecz skupiają się już wyłącznie na samym zjawisku książek. Niemniej ostatni rozdział pracy powraca do pojęcia obie-gów, używając go do pokazania rozwoju polskiego obiegu książkowego od międzywojnia do czasów obecnych. Autor wskazuje na znaczenie audiobooków i e-booków we „współczesnej rewolucji medialnej” i charakteryzuje „zasadę multimedialnego przenoszenia”. Polega ona z jednej strony na krążeniu rozmaitych mediów w identycznym paśmie przenoszenia, z drugiej zaś strony – na przenoszeniu tych samych tekstów przez różne media (trochę to dziwne, że nie ma tu nic o paśmie estetycznym). Odnosząc się zaraz potem do Jenkinsowskiego konceptu kultury konwergencji, Rychlewski stawia tezę o powstaniu nowego rodzaju odbiorcy literackiego (jego najważniejszą nową twarzą ma być rola nieformalnego internetowego recenzenta) i związanym z tym zwiększonym wpływem czytelników na książkową produkcję i dystrybucję. Na koniec pozostaje polemika z tezą McLuhana o końcu epoki słowa drukowanego, a także kilka prognoz na temat rodzimego rynku książki.

Niedomiar odniesień do nowszej socjologii literatury oraz niepełna spójność to zasadnicze słabości tej pozycji. Zawiera ona jednak cenne polemiki z pojęciami kanonicznymi dla polskiego literaturoznawstwa, uwydatniające ich ograniczoną przydatność do badań socjologiczno-literackich dotyczących dzisiejszego rynku książki. I choć Rychlewski nie mówi tego wprost, to można zaryzykować tezę, że te niedostatki konceptualne są jednym z głównych powodów niewielkiego zainteresowania materialnym wymiarem książek oraz ich dystrybucją. Teoretyczne i empiryczne dociekania autora mogą przyczynić się do wypełnienia tej luki zarówno w kształceniu polonistycznym, jak w działalności badawczej. Dlatego w ostatecznym rachunku *Książka jako towar...* zasługuje na polecenie i uznanie.

Abstract

Stanisław Krawczyk

UNIVERSITY OF WARSAW

The Market, Stupid!

Review: M. Rychlewski *Książka jako towar. Książka jako znak. Studia z socjologii literatury* [The Book as a Commodity, The Book as a Sign: Studies in the Sociology of Literature], Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2013.

Keywords

bandwidth, interpretation, publishing circuits, aesthetic band, reception, book market, sociology of literature