

## Maciej MARYL

Kim jest pisarz (w internecie)?<sup>1</sup>

Norwid 2.0?

Trudno jednoznacznie określić, od czego zaczął się ten osobliwy spór dwóch pisarzy XXI wieku; spór, w którym dość dobrze odbijają się przemiany, jakie zaszły w życiu literackim pod wpływem mediów elektronicznych. Nie mamy pełnego wglądu w motywacje głównych osób dramatu: Jacka Dehnela, pisarza uznanego, i Tomasza Sobieraja, pisarza mniej znanego. Trudno wręcz orzec, czy mamy tu do czynienia z polemiką, czy też z równoległymi solilokwiami. Zaczniemy więc od dwóch tekstów, które z całą pewnością łączą związek przyczynowo-skutkowy.

Tekst pierwszy. We wrześniu 2009 ukazał się w portalu książki.wp.pl felieton Jacka Dehnela skromnie zatytułowany *Po prostu: Sobieraj*<sup>2</sup>. Pisarz rozpoczyna swój tekst od diagnozy życia literackiego w sieci, zwracając uwagę na zaburzenie ugruntowanych hierarchii:

Internet tylko z pozoru tworzy odbicie świata; jest raczej krzywym zwierciadłem, które jedne hierarchie odwraca, inne tworzy od zera. Tablice z tagami, gdzie hasła częściej występujące są większe, a rzadziej – mniejsze, są zapewne jedynym miejscem, gdzie Piotr Czerski jest większy od Faulknera, Tomasz Piątek – równy Gombrowiczowi, a Sławomir Shuty przerasta Hrabala.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Artykuł powstał w ramach projektu *Blog jako nowa forma piśmiennictwa multimedialnego*, sfinansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/03/N/HS2/06232.

<sup>2</sup> J. Dehnel *Po prostu: Sobieraj*, Wirtualna Polska, <http://ksiazki.wp.pl/tytul,Po-prostu-Sobieraj,wid,14569,felieton.html?icaid=1d1c9> [dostęp 09.02.2011].

<sup>3</sup> Tamże, s. 1.

## Szkice

Autor rozwija tezę o przenicowaniu hierarchii na przykładzie strony internetowej Tomasza Sobieraja, o którym „mimo imponującej, renesansowej iście rozpiętości zainteresowań” – mogliśmy nic nie wiedzieć, „ale ze strony się dowiemy, bo Sobieraj na swój temat pisze obszernie, nie uciekając się do fałszywej skromności”<sup>4</sup>. Dla poparcia tych sądów, pisarz przytacza fragment autoprezentacji z rzeczzonej strony:

Moją twórczość literacką znawcy określają jako wyrafinowaną, wielowarstwową i symboliczną, wymagającą od czytelnika dojrzałości, wiedzy, smaku, braku uprzedzeń, nierzadko filozoficznego przygotowania.<sup>5</sup>

Dehnel ostrym piórem wyszydza różne zabiegi promocyjne Sobieraja, wytykając mu brak skromności (stawianie się w roli wielkiego, hermetycznego artysty) oraz krytykując go za przytaczanie sążnistych pochwał bliżej nieznanym krytyków: „Lord Byron naszych czasów”, autor „kultowego zbioru”, „literatura najwyższych lotów, jakiej od czasów Herberta w Polsce nie było” „mistrz wielości znaczeń”<sup>6</sup>. Na zakończenie swego felietonu, Dehnel definiuje strategię Sobieraja w kategoriach historycznoliterackich:

Jeśli sądziliście Państwo, że zniknął już ostatni młodopolski artysta-samozwańczy geniusz, niezrozumiany przez głupich i podłych filistrów, tępe masy, durnych krytykantów, idący pod prąd, ba, pod wszelkie prądy, nierozpoznany za życia, ale wielki jak duchowy galeon, unoszący się na falach czasu, to on trwa, on istnieje. Nazywa się Sobieraj. Tomasz Sobieraj. I ma swoją stronę w necie.<sup>7</sup>

Tekst drugi. Trzy miesiące później, w małym portalu Krytyka Literacka pojawia się artykuł krytykowanego artysty: *Listy: Sobieraj odpowiada Dehnelowi*<sup>8</sup>. Sam tytuł wskazuje na polemiczny charakter tekstu. Sobieraj zbywa obserwacje adwersarza autoironicznymi uwagami („Pański felieton [...] sprawił mi ogromną przyjemność, przynosząc ze sobą tak konieczne dla megalomana mojego pokroju *katharsis*”) i zarzuca mu manipulację, gdyż Dehnel nie zadał sobie trudu „przeczytania moich książek i skonfrontowania ich treści z – przyznaję – entuzjastycznymi recenzjami”. Ponadto, ucieka się do argumentów *ad personam*, uznając, iż Dehnel kierował się niskimi pobudkami, sprowokowany krytycznymi uwagami pod swoim adresem, jakie Sobieraj wygłosił w niegdyś w opublikowanej rozmowie z Janem Siwmirem:

A Pan postanowił dać upust swoim frustracjom urażony moim stwierdzeniem, że nie jest Pan przystojny i męski, ale za to umie Pan pisać, tylko nie ma o czym, i że Pańska słynna pelisa jest po dziadku. Przyznaję, nie są to argumenty merytoryczne [...], ale i rozmowa [...] była dosyć swobodna, wielowątkowa, kpiarska i ironiczna [...].<sup>9</sup>

4 Tamże.

5 Tamże.

6 Tamże.

7 Tamże, s. 2.

8 T. Sobieraj *Listy: Sobieraj odpowiada Dehnelowi*, Krytyka Literacka, grudzień, [http://krytykaliteracka.blogspot.com/2009\\_12\\_01\\_archive.html](http://krytykaliteracka.blogspot.com/2009_12_01_archive.html) [dostęp 09.02.2011].

9 Tamże.

## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

O co tu chodzi? Choć w swym felietonie Dehnel nie odnosi się do żadnej wypowiedzi Sobieraja na swój temat, możemy odnaleźć wspomnianą rozmowę na stronie internetowej Jana Siwmira (pseudonim artystyczny małżeństwa twórców literatury popularnej). Jest to zapis dyskusji dość swobodnej, stylizowanej na ironiczną, w której znajdziemy uwagi o Dehnelu, „który nie jest przystojny i męski, ale za to ma pelisę po dziadku, przeczytał Balzaka i umie pisać, tylko nie ma o czym” (uwaga, której odległe echo pobrzmiewa w felietonie Dehnela: „lord Byron naszych czasów [...] przyodziany jedynie w skórzane sandały i dżinsy oraz apolloński tors”<sup>10</sup>). Wymiana uwag na temat męskości adwersarza nie wydaje się szczególnie płodna poznawczo czy interesująca z punktu widzenia badań życia literackiego. Pojawia się w tych tekstach jednakże zupełnie inny problem dotyczący relacji między pisarzami uznanymi a ich mniej znanymi kolegami po piórze. W felietonie Dehnela znaleźliśmy uwagi o przenicowaniu hierarchii, Sobieraj zaś – zarówno w swej polemice jak i w rozmowie z Siwmirem – odwołuje się do argumentów „norwidowskich”:

Pańska zawołowana teza, że pisarz (szerzej: artysta) nieznany za życia jest niejako *a priori* mierny, wydaje mi się pozbawiona podstaw, czego dowodzi historia, pełna nazwisk twórców swego czasu nieznanych.<sup>11</sup>

Sobieraj kreuje się w swym tekście na rzecznika rzeszy sfrustrowanych autorów, wykluczonych z oficjalnego obiegu, zmuszonych do akcentowania swojej obecności w internecie, z braku innych środków dotarcia do czytelnika:

Panie Dehnel, dał się Pan nabrać na moją pozorną w istocie megalomanię, spowodowaną tym, co dzieje się w dzisiejszej polskiej krytyce i literaturze – moja bufonada to tylko kopia z dystansem tego, co wyprawiają inni, ci znani i lubiani autorzy i ich apostołowie. [...] Rozumiem, że Pan i Towarzystwo uważacie, że tacy jak my powinniśmy jedynie płacić na Was podatki i siedzieć cicho, rozdziawiając gęby w niemym zachwycie, bo tacy jesteście wielcy – przecież mówią o Was w mediach, wydają Wam książki. Otóż te czasy, Panie Dehnel, się skończyły. To, kto jest naprawdę wielki, oceni historia, może co lepiej wykształceni czytelnicy, a nie Komitet Centralny, Radiokomitet czy inni koledzy.<sup>12</sup>

Podobne tony pobrzmiewają w przywoływanej już rozmowie z Siwmirem, stanowiącej swoistą apologię literatury popularnej, połączoną z utyskiwaniem na elity, które promują postaci nieciekawe literacko. Trudno uznać tę rozmowę za wyrafinowaną – rażą liczne epitety, emocjonalne sądy, niespójność logiczna (np. naród ma rację, bo chce czytać literaturę popularną; elity narzucają mu literaturę słabą i ogłupiają naród; naród jest głupi, bo wybiera złe elity) i obiegowe opinie w stylu: „wybrane do rządzenia chamy zapominają o obietnicach, państwie i narodzie i zaczynają kręcić swoje własne lody” (Sobieraj i Siwmir 2009). Mimo wszystko jest to

<sup>10</sup> J. Dehnel *Po prostu: Sobieraj*.

<sup>11</sup> Tamże.

<sup>12</sup> T. Sobieraj *Listy: Sobieraj odpowiada Dehnelowi*.

## Szkice

jednak interesujące świadectwo pewnej postawy społecznej – poczucia wykluczenia i odrzucenia przez świat wielkich hierarchii, który uosabia (i którego broni w swym artykule) Dehnel.

Rysują się tu zatem dwa obozy: pisarze uznani i pisarze o uznanie zabiegający. Abstrahuję od meritum sporu, czyli od oceny wartości tej literatury, skupiając się na samym problemie. Sprawa dotyczy bowiem nie tylko Sobieraja i Siwmira, lecz także licznych pisarzy i krytyków, pojawiających się w sieci. Przyjrzyjmy się innej sytuacji: w kolejnej rozmowie na łamach portalu Krytyka literacka Sobieraj z Siwmiem komentują przyznanie nagrody Nike Eugeniuszowi Tkaczyszynowi-Dyckiemu. Stanowisko rozmówców i typ argumentów można sobie wyobrazić... Dość wspomnieć, iż po opublikowaniu tego tekstu krytyk Marek Ławrynowicz wystosował do redakcji portalu ostry list, w którym określa rzeczony tekst mianem „gówniarstwa”<sup>13</sup>. Ciekawa jest jednak odpowiedź Witolda Egertha, redaktora portalu, który – w podobny sposób jak wcześniej Sobieraj – stwierdza:

zaliczenie do grona gówniarzy w takim kontekście jest najwyższym zaszczytem. Bo czy nie jest honorem znaleźć się pośród innych „gówniarzy”, takich jak: Słowacki, Witkacy, Gombrowicz, Herbert a nawet Miłosz, którzy niezależnym swym głosem, odwagą, wiedzą, logiczną i merytoryczną argumentacją, postawą niezłomną wobec działości i przeciwności dali niezbite świadectwo, że właściwe gówniarstwo to w istocie niedouczeni, trwający w myślowej obstrukcji ludzie o mentalności dworskich pacholców, z którymi przyszło im walczyć i, ostatecznie, wygrać?<sup>14</sup>

Pobrzmiwa tu ta sama niechęć do „centrali”, do uznanych hierarchii, w których nie ma miejsca dla odrzuconych twórców. Twórcy odrzuceni mają jednak pewne narzędzia, by zaakcentować swoją obecność. O tym jednak za chwilę – powróćmy jeszcze do głównego sporu.

Po odpowiedzi Sobieraja zapadła cisza – Dehnel nie skomentował polemiki. Jednakże kilka miesięcy później, w wywiadzie dla portalu niedoczytania.pl, pisarz powrócił do tego sporu. Pytany przez Macieja Topolskiego, czy próbował Sobieraja wykić, Dehnel zdecydowanie zaprzecza i określa swoją postawę „zainteresowaniem obrzeżami literatury”. „Tu nie chodzi tylko o witz, to głębsza sprawa” – tłumaczy, ale myśli tej nie rozwija. Sobieraj jest według niego „zabytkiem mentalnym”, „skamieniałą młodopolskością”:

artysta otoczony nimbem magii, niedostępności, geniuszu, i durni filistrzy; artysta oczywiście nierozpoznany, żyjący w odrzuceniu, choć tworzy dzieła wiekopomne, które zostaną zrozumiane dopiero przez przyszłe pokolenia.<sup>15</sup>

13 M. Ławrynowicz *Listy: Ławrynowicz do Sobieraja*, Krytyka Literacka, <http://krytykaliteracka.blogspot.com/2010/11/listy-awrynowicz-do-sobieraja.html> [dostęp 04.04.2011].

14 W. Eghert *Komentarz redakcji do listu*, Krytyka Literacka, <http://krytykaliteracka.blogspot.com/2010/11/komentarz-redakcji-do-listu.html> [dostęp 04.04.2011].

15 M. Topolski *Wywiad z Jackiem Dehnelem*, Niedoczytania, <http://niedoczytania.pl/z-jackiem-dehnelem-rozmawia-maciej-topolski/> [dostęp 04.04.2011].

## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

Pisarz niejako pochyła się empatycznie nad Sobierajem: „można to z łatwością wykpić, ale dla mnie jest w tej postawie również jakiś głęboki, przejmujący smutek, niedopasowanie”<sup>16</sup>. I choć takie uwagi niewiele wnoszą do meritum sporu, to zastanawia sama forma wypowiedzi – czy to jest w ogóle dyskusja? Dehnel nie odpowiada Sobierajowi wprost, nie traktuje go jako partnera do rozmowy, tylko jako synekdochę pewnego zjawiska historycznoliterackiego. Zwróćmy uwagę, że nie odwołuje się do twórczości kolegi po piórze, tylko do kryteriów instytucjonalnych: Sobieraj jest „nierozpoznany”, czyli nie mieści się w ramach wyznaczanych przez hierarchę, której broni Dehnel, a zatem nie jest podmiotem, ale przedmiotem sporu, ciekawym okazem w literackim muzeum osobliwości.

Chociaż sieć rzeczywiście dostarcza narzędzi do przebudowy hierarchii, wcale ich jednak nie wywraca. Posłużmy się kryterium obecności w internecie, na którą powoływał się Dehnel w swym felietonie, mierzoną ilością stron indeksowanych przez Google<sup>17</sup>. Hasło „Jacek Dehnel” daje nam około 130 000 wyników, zaś „Tomasz Sobieraj” przeszło siedmiokrotnie mniej (17 700). Co więcej, Piotr Czerski (52 100), wcale nie jest większy od Faulknera (5 390 000), Tomasz Piątek (98 300) nie jest równy Gombrowiczowi (703 000), a Sławomir Shuty (35 900) raczej nie przerasta Hrabala (855 000). Internet nie przenicowuje hierarchii, tylko decentralizuje sieć opinii, dopuszczając do głosu postaci spoza obiegu instytucjonalnego, które mogą ferować dowolne sądy, choćby i o wyższości Czerskiego nad Faulknerem. Są to jednak dwie różne sprawy.

Podobnie jest z miejscem publikacji tekstów w sieci. Witryna książki.wp.pl to część portalu Wirtualna Polska, który ma dość wysoką notę w rankingu Google (6), a według rankingu Alexa, jest to 252 strona pod względem popularności w całym internecie! Dla porównania, portal Krytyka Literacka, w którym publikował swą odpowiedź Sobieraj cieszy się niższą notą Google (3), a w Alexa plasuje się dopiero na 13 213 801 pozycji<sup>18</sup>. Żeby dorównać „sile rażenia” felietonu Dehnela, Sobieraj przedrukowuje swą odpowiedź w różnych zakątkach internetu: w „Krytycznym Magazynie Internetowym Verte”<sup>19</sup>, w „Aperionmagazine”<sup>20</sup>, w „Plezanotropia Megazyn”<sup>21</sup> i na własnej stronie internetowej.

A zatem napięcie między dwoma obozami (uznanym i walczącym o uznanie) jest po części wytyczone kryterium infrastrukturalnym – dostępem do popularnych mediów czy wielkich portali internetowych. Na pierwszy rzut oka wydawałoby się, że można do tej sytuacji zastosować pojęcie obiegów literackich – mamy

---

<sup>16</sup> Tamże.

<sup>17</sup> Dostęp 21.08.2012.

<sup>18</sup> Analiza ze strony [www.goingup.com](http://www.goingup.com) [dostęp: 20.04.2011].

<sup>19</sup> <http://verte.art.pl/mysl/sobierajodpowiada/> [dostęp 09.02.2011].

<sup>20</sup> <http://www.apeironmag.pl/rozmowy/sobieraj-odpowiada-dehnelowi/> [dostęp 09.02.2011].

<sup>21</sup> <http://www.plezanotropia.fora.pl/b-rozwazania-o-literaturze-i-sztuce-b,101/sobieraj-odpowiada-dehnelowi,7610.html> [dostęp 09.02.2011].

## Szkice

obieg oficjalny (wysokoartystyczny, masowy, „mainstream”) oraz obieg niszowy (nieoficjalny, „drugi obieg”). Sprawa skomplikuje się jednak, jeśli wziąć pod uwagę istotę prezentowanego tu sporu – autorzy „odrzućeni” tworzą niejako własny obieg (pisarze, instytucje), ale przyświeca im cel przebicia się do owego obiegu oficjalnego. Mamy tu zatem do czynienia nie tyle ze współlistniejącymi wycinkami życia literackiego, ile z walką o dostęp do sieci opinii i – w konsekwencji – do odbiorcy. Zamiast myśleć o pisarzach w kategorii obiegów, skupię się raczej na zależnościach sieciowych, zastanawiając się nad formami obecności pisarzy w sieci, nad strategiami i motywacjami. Za materiał do rozważań posłużą strony domowe polskich pisarzy, zaś analiza tych stron pozwoli pokazać motywacje pisarzy oraz ich strategie komunikacyjne.

Nie uważam wcale, że sieć wprowadziła na tym polu rewolucyjne zmiany w sensie deterministycznym. Historia literatury pełna jest napięć między pisarzami uznanymi a niszowymi, „starymi” i „młodymi”, „wielkimi” i do wielkości aspirującymi. Przemiany technologiczne dostarczają jednak nowych narzędzi kanalizujących pewne procesy życia literackiego, z którymi mieliśmy do czynienia od dawna, takie jak dehierarchizacja, pluralizacja czy personalizacja obiegów. Pisarze zyskują bowiem nowe środki do bezpośredniej komunikacji z dużą ilością odbiorców. Rodzi to nowe problemy metodologiczne: czym jest tekst? kim jest pisarz? jaka jest rola instytucji literackich?

Internet nie tworzy jednakże „drugiego obiegu” czy „obiegu internetowego”. W sieci spotykają się zarówno pisarze publikujący książki nakładem własnym, jak i ci, których twórczość wydają małe oficyny i wielkie koncerny. Obecność w internecie nie jest zatem wyłącznie substytutem działań marketingowych prowadzonych w innych środkach przekazu (prasa, telewizja), ale staje się powoli obowiązkiem pisarza współczesnego, stanowiąc kanał dostępu do odbiorcy. Na współczesnej scenie komunikacyjnej internet jest podstawowym źródłem informacji o świecie, a zatem także informacji o pisarzach. Posiadanie własnej strony internetowej lub choćby kilku wzmianek o własnej osobie w sieci stało się nieodzowne, bo to właśnie w sieci pisarz ma największe szanse spotkać się z odbiorcą, który samodzielnie podejmuje decyzje czytelnicze.

Co zrozumiałe, pisarze mniej znani bardziej inwestują w swą internetową obecność niż ich znani koledzy, którzy często nie mają nawet własnych stron internetowych lub nie prowadzą ich osobiście. Wydaje się, że wzmożoną obecność tych pierwszych można potraktować jako autopromocję i przeciwwagę dla innych mediów, które pozostają poza ich zasięgiem. Pisarze uznani są wszak obecni w innych środkach przekazu. Nie jest to jednak reguła. Weźmy przykład Margaret Atwood, która nie tylko ma własną stronę internetową (na której – należy przyznać – niewiele się dzieje), ale także prowadzi blog i jest aktywna w serwisie mikroblogerskim Twitter. Internet, w którym uznane instytucje opinii kultury druku ulegają dewaluacji, bezpośrednia forma kontaktu staje się sposobem na dotarcie do odbiorców i pozyskanie nowych czytelników. Współczesne pojęcie nadawcy w szerokim sensie ulega zatem jednoczesnemu poszerzeniu o całą infrastrukturę sieciową – por-

## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

tale społecznościowe, służące do komunikacji, czy wreszcie programowanie strony internetowej (samodzielne lub zlecone informatykom).

Traktowanie obecności pisarza w sieci wyłącznie jako zabieg marketingowy czy autopromocyjny jest nieporozumieniem – prostą kategoryzacją, która nie pozwala nam dostrzec wielu interesujących procesów komunikacyjnych. Jeśli spojrzymy na zjawisko sieciowości jako na pewien spontaniczny projekt społeczny, ujrzymy świat spersonalizowany, w którym obecność w wąskich sieciach powoli wypiera udział w obiegu oficjalnym. Na metodologiczne implikacje tego zjawiska zwraca uwagę Steve Jones w książce *Doing Internet Research*, traktując internet jako spersonalizowane mass medium, rzucające wyzwanie porządkowi instytucjonalnemu<sup>22</sup>. Warto zatem pomyśleć o obecności pisarzy w sieci jako o elemencie większej przemiany życia literackiego. Literatura bierze bowiem udział w tych samych przekształceniach, co inne kulturowe formy komunikacji i nadzwyczaj dobrze odnajduje się w owym środowisku „spersonalizowanych” mass mediów, które nastawione są na inny typ wspólnotowości niż klasyczna, hierarchicznie pojmowana komunikacja kulturowa. Stąd też osobiste strony pisarzy, jako odpowiedź na wymagania nowoczesnej komunikacji, stanowią ciekawy materiał badawczy.

Za sprawą internetu pojawia się nowy model twórcy konkurującego z autorami uznanymi – twórcy niszowego, ale cieszącego się grupą wiernych odbiorców. Taką postać znajdziemy w filmie *Tiny Furniture* (2010), w którym Jed (Alex Karpovsky), jeden z głównych bohaterów, jest ukazany jako współczesny Woody Allen – ma swój własny kanał w serwisie YouTube, gdzie prezentuje skecze, bujając się na sprężynowym koniku i wykrzykując hasła filozoficzne. Jed pozostaje szerzej nieznanym, ale dla wąskiego środowiska młodzieży jest postacią kultową. Czy też, wedle słów głównej bohaterki, „jest znany na sposób internetowy” (*He’s famous in the Internet kind of way*) – a zatem w pewnym określonym kręgu, daleko od mainstreamu. Nie znaczy to jednak, że jest zagubionym, młodopolskim artystą przeświadczonym o swojej (nieodkrytej jeszcze) wielkości – funkcjonuje po prostu w innym kręgu odbiorców, w innej sytuacji komunikacyjnej.

### Kim jest pisarz? Podstawowe pojęcia

Żeby mówić o roli pisarza we współczesnym procesie komunikacyjnym, należy uprzednio to pojęcie zoperacjonalizować. Świadomie piszę o „operacjonalizacji”, a nie „definiowaniu”, ponieważ pojęcie pisarza, jako jedna ze społecznych ról, wymyka się definicjom i trzeba przyjąć pewne założenia, by w ogóle coś o tym pisarzu powiedzieć.

Zacznijmy od podstawowych rozróżnień. Roland Barthes powiada w swym słynnym eseju: „narodziny czytelnika trzeba przypłacić śmiercią Autora”<sup>23</sup>. Nie cho-

<sup>22</sup> S. Jones *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, Sage Publications, Thousand Oaks 1999, s. 18.

<sup>23</sup> R. Barthes *Śmierć autora*, przeł. M.P. Markowski *Teorie literatury XX wieku. Antologia*, red. A. Burzyńska, M.P. Markowski, Znak, Kraków 2006, s. 359.

dzi tu naturalnie o hekatombę empirycznych autorów, ani, jak chcieliby niektórzy, o przepowiednię nadejścia Sieci, w której komunikacja rozgrywa się między czytelnikiem a nieskończoną wielością Tekstu. Owszem, Barthes postuluje odrzucenie dominacji autora, który „nadal króluje w podręcznikach historycznoliterackich, biografiach pisarzy, gazetowych wywiadach, a nawet w świadomości literatów, troszczących się, najczęściej za pomocą dziennika intymnego, o połączenie dzieła z własną osobą”<sup>24</sup>, ale chodzi mu tu z grubsza o postępowanie w praktyce interpretacyjnej, czyli o rozróżnienie odmiennych poziomów komunikacji literackiej. Ową problematykę, bez krwawej metaforyki, ale bardzo systematycznie, wyklada Aleksandra Okopień-Sławińska w swym artykule *Relacje osobowe w literackiej komunikacji*<sup>25</sup>, w którym przypisuje właściwe instancje nadawcze i odbiorcze różnym poziomom komunikacji: wewnątrztekstowemu (świat tekstu) i zewnątrztekstowemu (świat ról społecznych). Barthes próbuje zatem odciąć utwór od nadawcy zewnątrztekstowego („nadawcy utworu” czy „autora” empirycznego w terminologii Okopień-Sławińskiej) i skupić się na wielości znaczeń tekstu.

Jest to oczywiście cięcie pozorne, ponieważ, jak uczy Michel Foucault, mamy do czynienia z poważnymi związkami między tymi dwoma poziomami komunikacji. Po pierwsze, autor zewnętrzny służy jako kategoria porządkująca dla tekstów:

nazwisko autora nie jest zwykłym elementem wypowiedzi (którym może być na przykład podmiot lub dopełnienie, zastąpione przez zaimek), lecz spełnia wobec niej określoną rolę, jaką jest zapewnienie klasyfikacji; dane nazwisko pozwala zgrupować pewną ilość tekstów i oddzielić je od innych.<sup>26</sup>

A zatem możemy przypisać funkcję autora dziełu, budując „pewną racjonalną całość zwaną autorem”<sup>27</sup>. Po drugie, Foucault zwraca uwagę na obecność w tekście „pewnej ilości znaków odsyłających do autora”<sup>28</sup> jak choćby styl, często pozwalający przypisać autorstwo tekstu anonimowego.

Mówiąc o pisarzu, bierzemy zatem pod uwagę zewnątrztekstowy poziom komunikacji literackiej. Na tym poziomie, wśród instancji nadawczych, Okopień-Sławińska odróżnia „podmiot czynności twórczych” od samego „autora”. Pierwsza z tych instancji, to niejako „autor idealny”, tzn. byt oderwany od autora empirycznego, wywiedziony na podstawie informacji zawartych w dziele:

Przynależy doń cała zaszyfrowana w dziele świadomość metajęzykowa, bynajmniej nie tożsama z rzeczywistą świadomością autora, który jak każdy użytkownik języka mówi

<sup>24</sup> Tamże, s. 356.

<sup>25</sup> A. Okopień-Sławińska *Relacje osobowe w literackiej komunikacji*, w: *Problemy socjologii literatury*, red. J. Sławiński, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1971.

<sup>26</sup> M. Foucault *Kim jest autor?*, przeł. M.P. Markowski, w: *Powiedziane, napisane. Szaleństwo i literatura*, oprac. T. Komendant, Fundacja Aletheia, Warszawa 1999, s. 206.

<sup>27</sup> Tamże, s. 209.

<sup>28</sup> Tamże, s. 211.



## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

niezależnie od tego, czy potrafi sformułować prawidła gramatyczne, zaktualizowane w swojej własnej mowie.<sup>29</sup>

Autorka przyznaje przy tym prymat nadawcy nad autorem w decydowaniu o sensach dzieła: „Rozstrzygające racje należą zawsze do informacji implikowanych, a nie do stematyzowanych, do poetyki immanentnej, a nie do sformułowanej, do nadawcy utworu, a nie do jego autora”<sup>30</sup>. W pewnym sensie empiryczni autor i odbiorca funkcjonują w tej koncepcji jako przykład czegoś, czym analiza relacji komunikacyjnych się nie zajmuje. Jest to spojrzenie literaturoznawcze. W perspektywie socjologicznej, na plan pierwszy wysuwa się właśnie ów ostatni poziom komunikacji. Tę różnicę dobrze obrazuje postulowane przez Stefana Żółkiewskiego podejście do „literackiego przedmiotu semiotycznego” (dzieła), które można ujmować zarówno od strony tekstowej (jak w koncepcji Okopień-Sławińskiej), jak i przedmiotowej (w uproszczeniu: jako książkę). Nie są to jednak poziomy niezależne – funkcja przedmiotowa może wpływać na funkcję tekstową. Według Żółkiewskiego na literacki proces komunikacyjny składają się zatem:

nadawca w szerokim i wąskim tego słowa znaczeniu, literacki przedmiot semiotyczny od strony przedmiotowej i od strony tekstowej, a więc w funkcjach rzeczowej i semiotycznej, z kolei sytuacja komunikacyjna i wreszcie odbiorca jako członek określonej zbiorowości znakowej.<sup>31</sup>

Badacz rozbija pojęcie autora na dwie, różne zakresowo instancje nadawcze. Nadawcą w szerokim sensie Żółkiewski nazywa ogół zewnątrztekstowych instytucji biorących udział w procesie nadawczym na prawach wytwarzania (twórca tekstu), dystrybucji i upowszechniania (wydawnictwa, księgarnie, biblioteki) czy kontroli i modyfikacji (redaktor, cenzor)<sup>32</sup>. Zwróćmy uwagę, że badacz nie dokonuje rozróżnienia na nadawcę i pośredników, traktując ich jako jedną instancję<sup>33</sup>.

Nadawcą w węższym sensie (wreszcie docieramy na szczyt drabiny instancji nadawczych) jest za to pisarz, istniejący poza tekstem, którego poznajemy po tym, iż posiada swoją „publiczność czytającą”<sup>34</sup>. Tak zdefiniowany pisarz „[j]ako członek określonej zawodowej grupy społecznej jest przedmiotem opisu socjologicznego i wiedzy socjologicznej, jeśli chodzi o jego związki społeczne”<sup>35</sup>.

---

<sup>29</sup> A. Okopień-Sławińska *Relacje osobowe w literackiej komunikacji*, s. 121.

<sup>30</sup> Tamże, s. 122.

<sup>31</sup> S. Żółkiewski *Wiedza o kulturze literackiej*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1980, s. 104.

<sup>32</sup> Tamże, s. 138, 104.

<sup>33</sup> Por. tamże, s. 145.

<sup>34</sup> Tamże, s. 127, 130.

<sup>35</sup> Tamże, s. 130.

## Szkice

Zajmując się pisarzem jako podmiotem życia literackiego, mamy zatem na myśli nadawcę w szerszym i węższym sensie. Pojawienie się mediów elektronicznych komplikuje jednak tę dychotomię: maleje i zmienia się rola pośredników, a nadawca w szerokim sensie w wielu przypadkach staje się tożsamy z osobą pisarza, który samodzielnie wykonuje różne czynności zarezerwowane dotąd dla różnorodnych instytucji. Sieć stanowi alternatywę dla tradycyjnych kanałów życia literackiego, a takie zjawiska jak dehierarchizacja sieci opinii (o której była mowa w przypadku sporu Dehnela z Sobierajem) czy personalizacja kanałów komunikacyjnych zmieniają instytucjonalną pozycję pisarza. Sam wręcz stosunek do tradycyjnych instytucji (uznawanych dotąd za naturalne) staje się często ważnym elementem wizerunku pisarza.

Kim więc jest pisarz w internecie? Zarysowane dotąd problemy związane z postacią nadawcy w nowym środowisku zmuszają do uważnego namysłu nad stosowaniem tego pojęcia. Jeżeli bowiem pisarza charakteryzuje posiadanie publiczności czytającej, to w sieci o pisarzy nietrudno. Z drugiej strony, publiczność internetowa stanowi tylko część szeroko pojętej publiczności literackiej, korzystającej nadal głównie z utworów drukowanych.

Na użytek tych rozważań zoperacjonalizowałem pojęcie „pisarza” w dość szeroki sposób, określając tym mianem osoby, które ogłosiły utwór literacki drukiem lub w formie e-książki. Umyślnie też pomijam tu blogerów czy twórców literatury elektronicznej, gdyż są to zjawiska wymagające innego języka opisu. Oczywiście taka operacjonalizacja jest dyskusyjna zakresowo, ale pozwala pokazać przecięcie literatury tradycyjnej z nowymi mediami, przy jednoczesnym otwarciu na wielość i różnorodność zjawisk. Nie sugeruję się więc rankingami czy listami bestsellerów, ustawiając sito badawcze możliwie jak najszerszej. Warto także podkreślić, że jest to definicja na tyle obszerna, że obejmuje także autorów ogłaszających swoje utwory własnym nakładem. Pozwala nam ona przyjrzeć się różnorodnym formom ekspresji – stronom domowym czy blogom – które dostarczają informacji o motywacjach i sposobie funkcjonowania pisarzy *sensu largo* w środowisku internetowym. Taki będzie kierunek dalszych rozważań – formy obecności pisarzy w sieci od strony autoprezentacji („strony domowe”), w kontekście nowych możliwości, jakie otwierają się przed pisarzem, który w dobie internetu może stać się autorem 2.0.

### Autor 2.0 a nadawca w szerokim znaczeniu

Udział w życiu literackim obiegu drukowanego wiąże się nierozzerwalnie z obecnością w zinstytucjonalizowanym systemie wydawniczym, czyli na rynku książki lub w „ruchu wydawniczym”. W obydwu przypadkach mamy do czynienia z pewnym w miarę scentralizowanym systemem, który decyduje o rozpowszechnianiu danych pozycji książkowych. Ruchem wydawniczym nazywano scentralizowaną produkcję wydawniczą w PRL, skrajnie uzależnioną od struktur państwowych za pomocą takich mechanizmów kontroli jak cenzura, plany wydawnicze (wydawnictwa wykonywały określone „zadania”) czy przydział papieru i monopol na

## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

maszyny drukarskie<sup>36</sup>. Tak jak ruch wydawniczy działa w myśl kategorii ideologicznych, narzucanych przez instytucje państwowe, tak rynek książki kieruje się głównie przesłankami ekonomicznymi, jako sieć produkcji i rozpowszechniania powiązanych ze sobą podmiotów gospodarczych (księgarnie, wydawnictwa, kolporterzy). Różne diagnozy dotyczące współczesnego rynku książki w Polsce wskazują na daleko posunięte zgrupowanie, nazywane przez Czaplińskiego „powrotem do centrali”<sup>37</sup>. Czapliński opisuje następujące przejawy tego zjawiska:

zastępowanie dyskusji o literaturze informacją o książkach, redukcja obecności literatury w wysokonakładowych gazetach [...], dominacja niewielkiej grupy wydawnictw promujących literaturę konwencjonalną, uniformizacja oferty książkowej w księgarniach (eliminowanie książek niskonakładowych), umacnianie przez środki masowego przekazu standardowych gustów literackich, utrudnione warunki debiutu, porzucenie kultury przez państwowego mecenasa, wreszcie – co wydaje się jednym z kluczowych zjawisk – rozbudzanie monoideowej mentalności przez politykę i media.<sup>38</sup>

A zatem, w świetle tych diagnoz, rynek książki, choć wolny od represyjnych mechanizmów aparatu państwowego, funkcjonuje w sposób podobny do ruchu wydawniczego, przy czym ideologia zostaje tu zastąpiona przez komercję czy też dyktat gustów powszechnych.

Media elektroniczne wprowadzają nowe sposoby dystrybucji materiałów kulturowych, w tym także tekstów literackich. Nową sytuację trafnie oddaje reguła „długiego ogona” (*long tail*) sformułowana przez Andersona, redaktora magazynu *Wired*<sup>39</sup>. Anderson pokazuje, jak sprzedaż internetowa rewolucjonizuje dostęp do dóbr kultury, czyniąc dochodowymi pozycje niszowe i mniej popularne. Za przykład służyć mu tacy dostawcy treści jak Amazon, iTunes czy Netflix, oferujący różne materiały kulturowe (muzykę, książki, filmy) na skalę dotąd niespotykaną. Anderson, odwołując się do znanej z ekonomii zasady Pareto, pokazuje, że w systemie masowym 20% produktów generowało 80% zysków (jako hity kasowe, bestsellery etc.), a pozostałych pozycji często nie opłacało się nawet wprowadzać do dystrybucji, ponieważ zyski ze sprzedaży nie pokrywałyby kosztów magazynowania czy ekspozycji. Sytuacja ulega diametralnej zmianie w środowisku internetowym – wspomniani wyżej dostawcy, dzięki technologii cyfrowej, mogą udostępnić odbiorcom wszystko (lub prawie wszystko) przy znikomych kosztach dystrybucji

<sup>36</sup> Zob. M. Maryl *Ruch wydawniczy w PRL*, „Panorama literatury polskiej”, <http://www.panoramaliteratury.pl/index.php?action=entry&what=129> [dostęp 28.09.2011].

<sup>37</sup> Por. P. Czapliński *Powrót centrali: literatura w nowej rzeczywistości*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2007; M. Rychlewski *Obiegi wydawnicze a współczesny rynek książki w Polsce*, „Teksty Drugie” 2009 nr 1-2.

<sup>38</sup> P. Czapliński *Powrót centrali*, s. 182-183.

<sup>39</sup> Ch. Anderson *Długi ogon. Ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, przeł. B. Ludwiczak, Media Rodzina, Poznań 2008.

## Szkice

(bez kosztów magazynowania, dostarczania czy umieszczania materiałów na nośnikach fizycznych), a zatem nawet odbiorcy utworów niszowych mogą odnaleźć interesujące ich pozycje. Idea „długiego ogona” polega zatem na zarabianiu na sprzedaży 80% „niehitowych” produktów. Istotną rolę odgrywa tu oczywiście cena (np. elektroniczne wydania książek w Amazon są tańsze od papierowych i dostarczane bezpłatnie przez łącze internetowe).

Te same mechanizmy wprowadzają na scenę życia literackiego tzw. autora 2.0, który tym różni się od autora wydającego dzieła własnym nakładem, iż przejmuje więcej prerogatyw nadawcy w szerszym znaczeniu, tzn. zajmuje się także redakcją, promocją i dystrybucją własnych utworów nowymi kanałami. Mateusz Felczak proponuje, by nazwać takiego twórcę e-dytorem, ponieważ odpowiada jednocześnie za treść i kształt utworu w formie cyfrowej<sup>40</sup>. Różnicę między autorem 1.0 (tradycyjnym) a autorem 2.0 dobrze opisuje Joanna Penn, samopublikująca autorka powieści popularnych i poradników dla samodzielnych pisarzy. Los pisarza obieg drukowanego Penn maluje w czarnych barwach:

czasami publikowali, lecz czekali 18 miesięcy, by ujrzeć swą książkę na półce. Podpisywali swe książki osobiście i widzieli, jak marnie się sprzedają w lokalnych księgarniach. [...] Autor 1.0 rozsyłał egzemplarze recenzyjne i miał nadzieję, że przyciągnie trochę uwagi mediów.<sup>41</sup>

Obecnie sytuacja się zmienia – autorzy 2.0. sami tworzą swoje książki w sieci, zlecając redakcję, korektę czy projekt okładki niezależnym wykonawcom; publikują swoje książki cyfrowo lub w firmach oferujących druk na żądanie; wirtualne spotkania autorskie (np. na stronach internetowych popularnych blogerów) umożliwiają zdobycie nowej publiczności; dystrybucja za pośrednictwem księgarni internetowych (np. Amazon) czy bezpośrednio, dzięki serwisom realizującym płatności w internecie (np. PayPal) pozwala im dotrzeć do odbiorców na całym świecie. Jedyną granicą zdaje się być język, co w przypadku autorów anglosaskich – których w dużym zakresie dotyczy to zjawisko – wydaje się i tak drobnym problemem.

Autorzy 2.0 korzystają z dehierarchizacji sieci opinii oraz idącej z nią w parze personalizacji przekazu (czyli docierania do osób bezpośrednio zainteresowanych daną tematyką czy gatunkiem twórczości). Na internetowych stronach pisarzy amerykańskich znajdziemy nie tylko linki do księgarni internetowych oferujących ich utwory (na stronach polskich także spotykamy odnośniki do księgarni Merlin czy Empik), lecz także rozwiązania umożliwiające bezpośredni zakup książki. Na przykład, popularny autor *science fiction* Paolo Bacigalupi rozsyła książki z autografem czytelnikom, którzy uiszczą stosowną opłatę za pośrednictwem ser-

<sup>40</sup> M. Felczak *Twórca, odbiorca, tworzywo. Edytor w literacie*, w: *Remiks. Teorie i praktyki*, red. M. Gulik, P. Kaucz, L. Onak, Hub Wydawniczy Rozdzielczość Chleba, Kraków 2011, s. 142-144.

<sup>41</sup> J. Penn *The Blueprint For Your Online Author Platform*, 2009, <http://www.thecreativepenn.com/blueprint/> (dostęp 21.02.2011).

## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

wisu PayPal<sup>42</sup>. Holly Lisle, autorka książek z gatunku fantasty i *science fiction* oraz poradników pisarskich, stworzyła nawet własny program partnerski: uczestnicy, którzy umieszczą na swoich stronach internetowych linki do jej twórczości, otrzymują połowę marży pod warunkiem, że internauta trafi tą drogą na stronę Lisle i dokona zakupu<sup>43</sup>. Lisle jest też ciekawym przykładem łączenia kariery pisarskiej z poradami z zakresu pisania literatury i publikowania jej w sieci. Autorka prowadzi blog o pisaniu i moderuje wspólnotę początkujących pisarzy. W podobny sposób działa strona Joanny Penn<sup>44</sup>, na której autorka promuje nie tylko swoją twórczość literacką, lecz także liczne poradniki i nowinki ze świata autorów 2.0. W Polsce podobną rolę odgrywa Piotr Kowalczyk (znany pod pseudonimami Niżej Podpisany i Password Incorrect), który publikuje bieżące informacje ze świata technologii literatury oraz samopublikacji, udostępniając jednocześnie swoje utwory w księgarni Amazon i bezpłatnym serwisie Feedbooks (do czego zachęca innych polskich autorów)<sup>45</sup>. Podobne porady znajdziemy też na blogu Aleksandra Sowy<sup>46</sup>, autora poradników o „maluchu” i powieściopisarza, który radzi, jak autor 2.0 może funkcjonować w realiach polskich.

Autor 2.0 musi umiejętnie korzystać z różnych kanałów i możliwości dystrybucji, jakich dostarcza handel internetowy. Steve Weber, autor poradnika dla pisarzy w sieci *Plug Your Book!*<sup>47</sup>, zwraca uwagę, iż „sprzedaż książek to samo-spełniająca się przepowiednia, zwłaszcza w Amazonie. Im więcej ludzi kupi twoją książkę, tym łatwiej będzie ją odkryć kolejnemu odbiorcy”<sup>48</sup>. A wszystko to za sprawą spersonalizowanego systemu polecania książek („Klienci, którzy kupili ten produkt, kupili także...”), doboru odpowiednich kategorii i słów kluczowych przy tagowaniu książki w księgarni internetowej oraz recenzji pisanych przez innych internautów. „Samozwańczy” krytycy recenzują książki, a ich własna reputacja zależy od ocen, jakie później wystawiają recenzjom użytkownicy. Opis relacji autorów z popularnymi recenzentami w Amazonie przypomina nieco tradycyjny system publikacji – pisarze sami wysyłają egzemplarze recenzyjne internetowym krytykom z prośbą o wzmiankę, poddając się osądowi z nadzieją na sukces<sup>49</sup>. Autor 2.0 tym się zatem różni od pisarza ery druku (a zwłaszcza druku masowego), że

---

<sup>42</sup> <http://windupstories.com/> [dostęp 15.02.2011].

<sup>43</sup> <http://hollylisle.com/> [dostęp 15.02.2011].

<sup>44</sup> <http://www.thecreativepenn.com> [dostęp 14.02.2010].

<sup>45</sup> <http://www.passwordincorrect.com/> [dostęp 15.02.2011].

<sup>46</sup> <http://wydawca.blogspot.com/> [dostęp 26.01.2011].

<sup>47</sup> S. Weber *Plug Your Book! Online Book Marketing for Authors*, Book Publicity through Social Networking, Weber Books, 2007, źródło: [http://www.manybooks.net/titles/webersother09plug\\_your\\_book.html](http://www.manybooks.net/titles/webersother09plug_your_book.html) (wersja pdf)

<sup>48</sup> Tamże, s. 15.

<sup>49</sup> Por. tamże, s. 30.

## Szkice

nie kieruje swojej twórczości do szerokiej, anonimowej rzeszy odbiorców, tylko do wąsko zakreślonej grupy ludzi zainteresowanych danymi zagadnieniami czy tematyką. Zwróćmy też uwagę, że definicja popularności pisarza jest tu nierozdzielnie związana z sukcesem komercyjnym, a zabiegi autorów 2.0 przypominają strategię wprowadzania produktów na rynek.

Drugim, istotnym elementem działań autora 2.0 jest poszukiwanie publiczności, pojmowanej – przynajmniej na kartach podręczników „zrób to sam” – dość instrumentalnie. Przypomnijmy, że w myśl spostrzeżeń Żółkiewskiego, pisarza poznajemy po tym, że ma publiczność czytającą, a sieć wydaje się dziś najlepszym miejscem, by taką publiczność zdobyć. Weber zachęca w swym poradniku, by pisarze umieszczali w sieci materiały dla prasy, fragmenty twórczości, multimedia itp.

Nikt nie odwiedzi strony, która jest tylko reklamą twojej książki. Może się tam znaleźć cykl artykułów, fragmenty książek a nawet komentarze czytelników; okładka książki, opis, fragmenty. Twoja biografia. Linki umożliwiające zakup książki na twojej stronie lub w sklepach internetowych jak Amazon czy Barnes & Noble. Im więcej opcji wyboru, tym lepiej.<sup>50</sup>

Jednakże kluczem do zdobycia czytelników jest prowadzenie własnego blogu, który daje możliwość bezpośredniego kontaktu z odbiorcami i tworzenia wspólnoty. Kultura druku zapewnia pisarzowi dość ograniczony kontakt z odbiorcą, którego najbardziej bezpośrednią formą są spotkania autorskie, umożliwiające pisarzowi nawiązanie dialogu z publicznością. Jest to jednak publiczność zmienna, przypadkowa, a sam kontakt – incydentalny, służący raczej nawiązaniu (lub podtrzymaniu) więzi, która realizować się będzie w lekturze. Internet pozwala zaś pisarzowi zbudować wspólnotę trwalszą, bezpośrednią, opartą na bardziej symetrycznych formach komunikacji.

Z postacią autora 2.0, jak i ze wszystkimi metodami publikacji poza obiegiem głównym czy oficjalnym, wiąże się etos niezależności. Taki pisarz odrzuca całą aparat literatury i komunikuje się z odbiorcą bezpośrednio. Jedynym chyba jak dotąd przykładem osoby, która stosuje tę strategię skutecznie, jest Cory Doctorow, poczytny autor *science fiction*, który udostępnia swoje książki bezpłatnie w różnych formatach. Odbiorcy mogą je sami wydrukować, czytać na ekranach komputerów, czytników czy komórek. Cory Doctorow jest jednak przykładem specyficznym, ponieważ – jako sieciowy aktywista – nie próbuje osiągnąć sukcesu komercyjnego, a większość poradników dla autorów 2.0 koncentruje się na tym, jak na książce zarobić lub przynajmniej nie stracić. Oprócz etosu mamy tu więc także elementy profesjonalizacji warsztatu: pisarz przejmuje zadania innych instytucji i musi włożyć sporo wysiłku w to, by produkt końcowy – gotowa książka – spełniał wysokie standardy wydawnicze, czyli nie nosił żadnych cech amatorszczyzny.

## **Maryl** Kim jest pisarz (w internecie)?

### Witamy na oficjalnej stronie pisarza! Obecność i autoprezentacja w sieci

Autor 2.0 to przykład typu idealnego pisarza w sieci – dobrze władającego nowymi narzędziami i korzystającego z przeróżnych form komunikacji elektronicznej z odbiorcą. W tym kontekście podstawową formą kontaktu i obecności w sieci jest własna strona internetowa. Naturalnie, pojawia się tu kolejny problem metodologiczny: pisarz może mieć własną stronę internetową, blog w ogólnodostępnym serwisie, własną podstronę w serwisie wydawnictwa czy w portalu literackim... W niniejszym badaniu koncentruję się wyłącznie na stronach indywidualnych (tworzonych samodzielnie lub w serwisach blogerskich), żeby uzyskać jak najpełniejszy obraz strategii i możliwości wykorzystania tego medium przez literatów. Podstrony w portalach czy wydawnictwach są z reguły bardziej standardowe, tworzone wedle szablonu obowiązującego w danym serwisie. Przemiany obecności pisarzy w sieci dotyczą zatem dwóch zagadnień: po pierwsze, nowej formy pozaliterackiego (tj. „nie-poprzez-dzieła”) kontaktu z czytelnikami; po drugie, nowych narzędzi dystrybucji tekstów poza tradycyjnymi instytucjami.

Skupiam się tu na „osobistych stronach domowych”, które, w myśl szerokiej definicji Josepha R. Dominicka, „z reguły są prowadzone przez jedną osobę lub rodzinę i zawierają [...] wszelkiego rodzaju informacje, które autor chce zamieścić”<sup>51</sup>. Dominick przytacza różne metafory z literatury przedmiotu, które przybliżają nas do istoty tego gatunku: „otwarty dom, w którym nigdy nie ma właściciela”, „nieformalne CV, które zawiera także informacje osobiste”, „autoreklama”, „wizytówka XXI wieku”, „elektroniczne drzwi lodówki”<sup>52</sup>. Powyższe opisy sugerują, że podstawowym wyróżnikiem tej formy wypowiedzi jest chęć autoprezentacji, pokazania się w sieci.

Należy także odróżnić strony pisarzy od stron pisarzom poświęconym, prowadzonym przez różnorodnych autorów. Łatwo oddzielić strony o pisarzach historycznych i zmarłych, ale ustalenie autorstwa strony internetowej pisarzy współczesnych jest, wbrew pozorom, dość skomplikowane. Przeważnie dość łatwo odróżnić stronę własną od stron „fanowskich”, ponieważ w tym pierwszym wypadku często mamy do czynienia z metainformacjami typu „oficjalna strona pisarza”. Czasem trudno jednakże ustalić, czy strona „oficjalna” jest dziełem samego pisarza, czy choćby działu marketingowego wydawnictwa, który zajmuje się witrą za zgodą autora. Na przykład, na stronie internetowej Eustachego Ryłskiego znajdziemy co prawda powitanie z podpisem pisarza, lecz pozostałe materiały na stronie są już dziełem wydawcy<sup>53</sup>. Podobnie w przypadku stron Julii Hartwig<sup>54</sup>,

<sup>51</sup> J.R. Dominick *Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the world wide web*, „Journalism Quarterly” 1999 no 76(4), s. 646.

<sup>52</sup> Tamże.

<sup>53</sup> <http://www.rylski.pl> [dostęp 12.01.2011].

<sup>54</sup> <http://juliahartwig.blogspot.com> [dostęp 27.01.2011].



## Szkice

czy Wojciecha Tochmana<sup>55</sup>, którymi zarządzają redaktorzy. W redagowaniu stron Ernesta Brylla<sup>56</sup>, Marka Krajewskiego<sup>57</sup> czy Ryszarda Nowakowskiego<sup>58</sup> biorą także udział członkowie rodziny. Niektóre strony prowadzone są także przez dzieci pisarzy, lepiej obeznane z techniką internetową (strony Tatiany Kamińskiej<sup>59</sup>, Andrzeja Rodana<sup>60</sup>, Bohdana Wrocławskiego<sup>61</sup>). Czasem redakcja składa się z kilku osób, jak w Stronicach Jacka Dukaja<sup>62</sup>, lub wręcz z użytkowników całego portalu, jak na oficjalnej stronie Andrzeja Pilipiuka<sup>63</sup>, która stanowi integralną część poświęconego fantastyce portalu Valikira.net. Dobrze obrazuje to wątpliwości dotyczące granic między stroną pisarza a stroną o pisarzu. Należy jednak dodać, że nawet na bardzo zindywidualizowanym blogu Jarosława Klejnockiego<sup>64</sup> też czasem znajdziemy wpisy administratora, który zamieszcza na przykład informacje o publikacjach prasowych pisarza.

Strony internetowe należy zatem traktować jako strony nadawców w szerokim sensie, ponieważ przeważnie stanowią efekt współpracy kilku osób: pisarza, przedstawicieli wydawnictwa, agenta czy programisty. Za stronę internetową pisarza uznaje zatem witrynę pisarza żyjącego, który w jakiś sposób współodpowiada za zamieszczane tam treści (o czym świadczy choćby podtytuł „strona oficjalna”). Kwestia autorstwa treści na stronie, czyli struktury relacji między nadawcą w wąskim znaczeniu (pisarzem) a nadawcą pojmowanym szerzej (autorami strony) pozostaje przedmiotem analizy. Zobaczmy zatem, jak może wyglądać autoprezentacja na stronie pisarza:

Andrzej Rodan znany był dotąd jako autor bestsellerowych, kontrowersyjnych powieści wydawanych w milionowych nakładach. Od kilku lat mile zaskoczył [*sic!*] swoich czytelników książkami historycznymi, takimi jak: „Historia erotyki”, „Życie erotyczne papieży”, „Dzieci Hitlera”, „Dzieci Stalina”, „Mordercy w habitach” (Krwawa historia chrześcijańskich zakonów rycerskich), „Ewangelia Judasza”, „Papież Joanna – historia kobiety, która została papieżem”, „Opowieści biblijne” (tom pierwszy i drugi), „Największe zbrodnie Kościoła”, czy też trytomowy wybór felietonów „Świat według Rodana”.<sup>65</sup>

---

55 <http://www.tochman.eu/> [dostęp 27.01.2011].

56 <http://www.bryll.pl> [dostęp 19.01.2011].

57 <http://www.marek-krajewski.pl/> [dostęp 26.01.2011].

58 <http://www.liberatorium.com/> [dostęp 14.02.2010].

59 <http://www.tatianakaminska.com/> [dostęp 26.01.2011].

60 <http://www.andrzejrodan.pl/> [dostęp 09.02.2011].

61 <http://www.pisarz.eu/> [dostęp 10.02.2011].

62 <http://www.dukaj.pl/> [dostęp 11.02.2011].

63 <http://valkiria.net/> [dostęp 27.01.2011].

64 <http://klejnocki.wydawnictwoliterackie.pl> [dostęp 29.12.2010].

65 <http://www.andrzejrodan.pl/>



## **Maryl** Kim jest pisarz (w internecie)?

W ten sposób Andrzej Rodan, autor powieści brukowych, wita czytelników na swojej stronie. „Kim więc jest ten popularny pisarz?” – czytamy dalej i otrzymujemy odpowiedź: „pisarz, publicysta, filozof, historyk kultury. Nakłady jego czterdziestu dziewięciu, dotąd wydanych książek, przekroczyły 3 miliony egzemplarzy”<sup>66</sup>.

Metoda autoprezentacji budzi tu wątpliwości podobne do tych, którymi dzielił się Jacek Dehnel po lekturze witryny Tomasza Sobieraja – sztuczne promowanie własnej osoby, cytowanie pokątnych peanów itd. Znajdziemy tu także retorykę „odrzućenia” przez literacki establishment. Informacje na stronie, pochodzące z różnych źródeł, czynią z pisarza centralną postać polskiego życia literackiego. Na stronie głównej zamieszczono wypowiedź Bohdana Gadomskiego („publicysty tygodnika ANGORA”), który w taki sposób nakreślił sylwetkę pisarza:

Andrzej Rodan nie jest klientem opiniotwórczych czasopism nadmuchujących anemiczne „sławy” literackie. Rodan ma autentyczne cechy wielkiego pisarza, jest jednym z największych prozaików naszych ostatnich pokoleń i najciekawszych współczesnych zjawisk literackich.<sup>67</sup>

Z tą opinią zgadza się Kazimierz Drobik („poeta, publicysta, członek ZLP”), dodając, że najnowsze powieści Rodana „to jedne z najbardziej niezwykłych książek w całej polskiej literaturze”, a pisarz pozostaje niedoceniony, ponieważ już dawno przyprawiono mu gębę „pisarza rozpustnego”. Dodatkowo, na stronie znajdziemy przedruki wywiadów, jakich pisarz udzielił czasopismom „Angora” oraz „Fakty i Mity”.

Internet zapewnia jednostkom niespotykane dotąd możliwości manipulowania własnym wizerunkiem. Pluralizacja dostępu do globalnego środka przekazu, jakim jest sieć, pozwala każdemu komunikować się z potencjalnie nieskończonym obszarem odbiorców, a także prowadzić eksperymenty z własną, sieciową tożsamością. Słynny już rysunek Paula Steinera opublikowany w 1993 w „New Yorkerze” świetnie oddaje ten moment w historii: pies siedzący przy komputerze mówi do drugiego: „W internecie nikt nie wie, że jesteś psem”. A zatem narzędzia internetowe pozwalają stworzyć wirtualną tożsamość, odbiegającą od tożsamości realnej.

Z drugiej strony, nie powinniśmy oceniać stron pisarzy wyłącznie na podstawie przypadków skrajnych i prowadzić rozważań wyłącznie w kategoriach marketingu i manipulacji. Na przykład, wielu pisarzy korzysta z referencji od innych krytyków, doceniających ich prozę. Dariusz Muszer<sup>68</sup> zamieszcza na swojej stronie artykuł Adama Wiedemanna (przedruk z „Gazety Wyborczej”), w którym krytyk pisze z uznaniem o jego utworach. Andrzej Kalinin<sup>69</sup> wymienia wszystkie na-

---

<sup>66</sup> Tamże.

<sup>67</sup> Tamże.

<sup>68</sup> <http://www.dariusz-muszer.de> [dostęp 26.01.2011].

<sup>69</sup> <http://andrzej-kalinin.cze.pl/> [dostęp 26.01.2011].

grody i odznaczenia, jakie mu przyznano, zaś na stronie głównej Agaty Tuszyńskiej znajdziemy pochwalne wypowiedzi Czesława Miłosza („Agacie Tuszyńskiej należą się gratulacje. Pisze z maksymalnym obiektywizmem, wnioski pozostawiając czytelnikom”) i Ryszarda Kapuścińskiego („Znakomite! Agata Tuszyńska obdarzona jest niezwykłym słuchem na głosy swoich rozmówców”)70 (A26). Możemy traktować takie posunięcia jako zabiegi autopromocyjne, choć dużo ciekawsze poznawczo byłoby ujęcie ich w kategoriach zabiegów urealnających – łączących pisarzy ze światem zewnętrznym, z uznanymi instytucjami, które zaświadczały o ich wartości w zdehierarchizowanym świecie internetu.

Obecność pisarza w sieci nie jest jedynie dodatkiem do innych form aktywności, stając się obecnie integralną częścią życia literackiego. Warto podkreślić, że niektórzy pisarze byli obecni w sieci zanim opublikowali swoje pierwsze utwory (np. Janusz Wiśniewski), a w niektórych przypadkach (np. Piotr Czerski, Jakub Żulczyk) rozpoczęcie kariery pisarskiej szło w parze z założeniem własnej strony. Niektórzy pisarze, obecni w sieci od lat, wypracowali swoją własną formułę prowadzenia strony i kontaktu z odbiorcą (Ernest Bryll, Jacek Dukaj, Andrzej Pilipiuk). Internet jest bowiem najtańszym i najpewniejszym środkiem dotarcia do odbiorców, a także istotnym narzędziem kontroli własnego wizerunku. Przypomnijmy reakcję Sobieraja na felieton Dehnela – swoją odpowiedź zamieścił w różnych miejscach sieci, by niejako zrównoważyć siłę rażenia krytycznego artykułu. Pisarz obecny w sieci może prezentować swoje racje za pośrednictwem różnych kanałów. Mamy tu zatem do czynienia z dwoma zagadnieniami: autoprezentacją (w jaki sposób autor przedstawia własną osobę w sieci) i motywacją (jakie funkcje ma pełnić strona internetowa).

Autor 1.0, czyli pisarz w kulturze druku, miał dostęp do silnie zinstytucjonalizowanych form autoprezentacji w formie biuletynów lub katalogów wydawniczych, recenzji, występów w mediach lub na spotkaniach autorskich. Każda z tych form interakcji jest odpowiednio sformalizowana – nawet spotkania autorskie, mimo aury bezpośredniego kontaktu z czytelnikiem, stanowią skomplikowany rytuał składający się z wypowiedzi pisarza, cytowania fragmentów tekstu, rozmowy z prowadzącym i odpowiedzi na pytania publiczności. Pisarze występują tu zatem w oficjalnej roli społecznej jako autorzy swoich książek, czasem tylko dzieląc się bardziej prywatnymi informacjami.

Środowisko sieciowe stawia na bardziej bezpośredni kontakt. Badania internetu pokazują, że uczestnicy komunikacji internetowej z reguły ujawniają więcej niż w przypadku spotkań twarzą w twarz. Zadają też bardziej intymne pytania71. W przypadku stron internetowych pisarzy mamy do czynienia z przemieszaniem się ról społecznych, z negocjowaniem tożsamości między rolami „pisarza”, zwykłego człowieka, artysty, hobbysty itp. Pisarz obecny w środowisku wirtualnym

70 <http://tuszynska.wydawnictwoliterackie.pl/> [dostęp 26.01.2011].

71 Por. M.T. Whitty, A.N. Joinson *Truth, Lies and Trust on the Internet*, Routledge, London 2009, s. 11.

## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

nabiera paradoksalnie bardziej realnych cech, stając się przy tym postacią w „bezpośrednim zasięgu” odbiorcy, który może nawiązać z nim kontakt.

Podstawowym celem strony internetowej jest właśnie autoprezentacja – budowa wizerunku i rozpowszechnianie pożądaných informacji. Jak zauważa Dominick, „osobistą stronę internetową można ujmować jako starannie dopracowaną autoprezentację”, czyli próbę kontrolowania sposobu, w jaki inni widzą autora<sup>72</sup>. Niektórzy twórcy, zwłaszcza mniej znani, traktują swoje strony internetowe jako narzędzie do budowy reputacji, zaprezentowania własnej twórczości i osoby. Jedni za ich pomocą próbują nawiązać kontakt z publicznością, inni traktują je jak przedsięwzięcie pisarskie. Na następnych stronach przyjrzymy się tym strategiom i motywacjom, pokazując, do czego sieć służy pisarzom.

Większość internetowych stron pisarzy zawiera fragmenty biograficzne w formie zakładki „o pisarzu”, „biografia” itp. Twórcy przeważnie występują w nich w roli społecznej pisarza – królują dość suche biogramy według wzoru: urodził(a) się..., publikował(a)..., brał(a) udział w konkursach..., otrzymał(a) nagrody..., należy do organizacji... ostatnio wydał(a)... Czasem biogramy przypominają notki encyklopedyczne, zwłaszcza gdy autorzy piszą o sobie w trzeciej osobie, jak Grzegorz Kwiatkowski („Mieszka w Gdańsku. Poeta, muzyk. Wydał trzy tomy wierszy [...]”<sup>73</sup>), Robert Król („Rocznik 1981. Debiutował w 2003 roku *Gatunkami śniegu*. Publikacja została wydana przez Wydawnictwo Ha!art i stanowiła główną nagrodę II edycji konkursu na książkę poetycką im. Stanisława Czyczka”<sup>74</sup>) czy Antoni Hukałowicz („urodził się 20.06.1949 r. w Wasilkowie. Obecnie mieszka i tworzy w Choroszczy”<sup>75</sup>). Czasem, jak na stronie Wojciecha Wencła, znajdziemy odwołania do biogramu w Wikipedii<sup>76</sup>.

Rzadziej biogramy przyjmują formę swobodną czy znarratywizowaną. Niektórzy pisarze grają z konwencją i podchodzą do autoprezentacji ironicznie. Na przykład Marcin Wroński tak pisze o początkach swojej kariery: „W połowie lat 80. odkrył fantastykę i sam postanowił zostać pisarzem. Na szczęście jego ówczesne opowiadania sf ukazały się w nakładzie 3 egz. (tylko tyle dało się wystukać przez kalkę na maszynie do pisania)”<sup>77</sup>. Biogram Mariusza Sieniewicza jest dość formalny, ale okraszony dowcipnymi przypisami stanowiącymi komentarze do opisywanych wydarzeń (na przykład do informacji o stypendium pisarskim dodaje komentarz o imprezach w Krakowie)<sup>78</sup>. Podobnie autoironiczny jest Jakub Żul-

---

<sup>72</sup> J.R. Dominick *Who do you think you are?*, s. 647.

<sup>73</sup> <http://grzegorzkwiatkowski.com> [dostęp 12.01.2011].

<sup>74</sup> <http://www.robertkrol.art.pl> [dostęp 30.12.2010].

<sup>75</sup> <http://www.antonihukalowicz.blogspot.com/> [dostęp 28.12.2010].

<sup>76</sup> <http://wojciechwencel.blogspot.com/> [dostęp 28.12.2010].

<sup>77</sup> <http://wronski.wordpress.com/> [dostęp 30.12.2010].

<sup>78</sup> „O autorze”, <http://www.sieniewicz.art.pl/?n=1> [dostęp 18.1.2011].

## Szkice

czyk: „Niezależny publicysta, recenzent, felietonista, bloger. Konsument śmieci. Wzorowy odbiorca kultury masowej”<sup>79</sup>. Tomasz Majeran prezentuje zaś ironiczną minibiografię: „Urodził się, publikował, rozmawiał, szkicował, etc.”<sup>80</sup>. Najciekawszy literacko jest życiorys czy raczej pięć różnych życiorysów Tomasza Piątka. Kolejne autobiografie układają się w wielowątkową prezentację osobowości autora, krążącą wokół tematów, które uznaje za najważniejsze w swojej biografii (praca, uzależnienie, miłość, wiara, jedzenie)<sup>81</sup>.

Notki autobiograficzne pełnią podobne funkcje jak linki do różnych instytucji – budują tożsamość społeczną pisarza. Odwołania do instytucji niejako „urealnijają” postać nadawcy i status pisarza. Bardziej osobiste wypowiedzi znajdziemy wyłącznie u autorów, którzy decydują się samodzielnie prowadzić swoją stronę, najczęściej w formie blogu. Są to przeważnie wypowiedzi odślaniające prywatne oblicze pisarzy (np. opowieści o spotkaniach promocyjnych z perspektywy autora<sup>82</sup>), lecz także prezentujące twórców jako zwykłych ludzi (np. Inga Iwasiów pisze o trudnych wydarzeniach w swoim życiu, jak wizyta u dentysty czy śmierć babci<sup>83</sup>).

Jeśli chodzi o motywacje pisarzy, możemy wyróżnić tu z jednej strony samą chęć zaistnienia w sieci (jako realizacja pewnego obowiązku) oraz – z drugiej strony – próbę nawiązania kontaktu z odbiorcą. A zatem, funkcja informacyjna ściera się tu z komunikacyjną.

Własna strona internetowa stanowi przede wszystkim sposób na pokazanie się w sieci, powiązanie pisarza z uznanymi instytucjami, dostarczenie pożądanых informacji i umożliwienie kontaktu z twórcą (lub agentem). W nauce każdego języka programowania jednym z pierwszych i podstawowych zadań jest napisanie programu, który pozwoli wyświetlić na ekranie słowa „Hello World!”. Tak samo można ująć cel powstania wielu stron internetowych pisarzy – zaznaczenie swojej obecności w internecie. Czasem podstawową motywacją jest uzupełnienie braku obecności twórcy w mediach masowych, jak w omawianym wcześniej przypadku Tomasza Sobieraja czy Tamary Bołdak-Janowskiej, która korzysta z internetu, ponieważ uznaje, że klasyczne instytucje literackie poświęcają jej zbyt mało uwagi:

---

79 „All work and no play makes Jack a dull boy”, <http://jakubzulczyk.ownlog.com/all-work-and-no-play-makes-jack-a-dull-boy-,880051,komentarze.html> [dostęp 11.1.2011].

80 „Tomasz Majeran”, <http://majeran.free.art.pl/index.php> [dostęp: 10.1.2011].

81 <http://www.tomaszpiatek.pl/> [dostęp 12.01.2011].

82 <http://tamarabejot.blox.pl> [dostęp 12.01.2011]. Blog Marka Krajewskiego, wersja archiwalna: „Muzyka i adrenalina”, [http://web.archive.org/web/20080313054946/www.marekkrajewski.pl/blog.php?subaction=showfull&id=1194542258&archive=&start\\_from=&ucat=1&](http://web.archive.org/web/20080313054946/www.marekkrajewski.pl/blog.php?subaction=showfull&id=1194542258&archive=&start_from=&ucat=1&) [dostęp 28.12.2010].

83 „Żałoba”, <http://www.ingaiwasiow.pl/blog/zaloba> [dostęp 27.1.2011].

## Maryl Kim jest pisarz (w internecie)?

Postępuję tak, ponieważ informacje, recenzje i audycje dotyczące moich książek, szczególnie tych cieszących się uznaniem czytelników, są blokowane przez redaktorów gazet, pism i telewizji, szczególnie w roku 2009-2010, a fakt ten zrywa moje relacje z czytelnikami i narusza nasz obopólny interes – czytelnik nie jest dobrze poinformowany o moich książkach, a ja tracę przez to infrastrukturę, konieczną dla mego funkcjonowania pisarskiego.<sup>84</sup>

Internet staje się więc w dla pisarzy uzupełnieniem obecności w innych kanałach komunikacji lub alternatywą dla nich. To samo dotyczy nie tylko instytucji opinii, lecz także samego rynku wydawniczego, część pisarzy (np. Miłosz Biedrzycki, Urszula Benka, Grzegorz Kwiatkowski, Tomasz Majeran) rozpowszechnia własne utwory za pośrednictwem sieci, by dotrzeć do szerszej grupy odbiorców.

W części przypadków własna strona internetowa stanowi jednakże świadome przedsięwzięcie literackie. Autorzy próbują nawiązać kontakt z publicznością, dzielą się własnymi zainteresowaniami, przemyśleniami. Wielu pisarzy ma również świadomość wymagań, jakie stawia nowa forma komunikacji. Jacek Bocheński, nestor polskiego życia literackiego w internecie, w ten sposób opisuje to nowe zadanie pisarskie:

W pisaniu blogu (ustaliłem z osobą kompetentną w gramatyce, że mówimy blogu, nie bloga) dopiero się ćwiczę, wciąż jeszcze nie opanowałem tego nowego gatunku literackiego. Pociesza mnie jedno. W blogu nie ma reguł! Mam być spontaniczny. Dobrze, to na dziś kończę. A wcale nie powiedziałem tego, co chciałem. [...] Na pewno wrócę do tematu. Ale teraz tu spontanicznie kończę. Publikuję wpis.<sup>85</sup>

Ernest Bryll traktuje swoją stronę jako miejsce do komunikacji z czytelnikami: „Od czasu do czasu napiszę do Was list. Ale Wy też do mnie piszcie. Może w ten sposób uda nam się spotkać”. A zatem strony internetowe są także płaszczyzną spotkań, nowym narzędziem do komunikowania się z odbiorcą lub usprawnienia tego kontaktu. Część pisarzy, publikuje bowiem także FAQ („frequently asked questions”) – odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania odbiorców (np. Marta Fox<sup>86</sup>).

Pisarze próbują się zatem w sieci pokazać, indywidualnie podchodząc do formy swojej obecności. Jedni szukają kontaktu z odbiorcą, inni poprzestają na prostych informacjach. Na tę potrzebę, czy wręcz konieczność, sieciowej obecności, więcej światła rzuca postać Autora 2.0, który za pomocą nowoczesnych narzędzi rzuca wyzwania zastanym instytucjom literackim.

<sup>84</sup> „Reguły/Rules”, <http://tamarabejot.blox.pl/html/1310721,262146,21.html?626290> [dostęp 18.1.2011].

<sup>85</sup> „[Tak mi się jakoś napisało kilka dni temu słowo...”, <http://jacekbochenski.blox.pl/2009/11/Tak-mi-sie-jakos-napisalo-kilka-dni-temu-slowo.html> [dostęp 20.1.2011], wpis z 14.12.2009.

<sup>86</sup> Marta Fox, <http://marta-fox.blog.onet.pl/> [dostęp: 20.01.2011].

## Zakończenie

Pisarze promują swą twórczość, korzystając z narzędzi rynkowych w świecie, w którym, by przywołać Dehnela, Czernski jest większy od Faulknera. Porównanie to, choć bardzo mocne retorycznie, wydaje się raczej nietrafione w świetle argumentów etosu autora 2.0, lub – mocniej – wobec też Czaplińskiego o powrocie centrali. Jeżeli to wielkie koncerty dyktują politykę kulturalną i centrala decyduje o pozycji na rynku książki, to może właśnie wykorzystywanie takich narzędzi przez pisarzy nieznaną należy uznać za pożyteczne. Oczywiście jest to obecnie zjawisko niszowe, ale możemy zakładać, że wraz z upowszechnianiem się sieci i rozwojem sieciowych instytucji literackich w Polsce, zyska ono na znaczeniu.

Dzięki internetowi pisarze (przynajmniej potencjalnie) zyskują publiczność globalną. Nie chodzi tu jednak o „globalność” jako powszechność w danej wspólnocie społecznej<sup>87</sup> czy „centralizację” jako popularność na rynku książki<sup>88</sup>, tylko o tworzenie „elementarnych wspólnot komunikacyjnych” – jak to ujął Janusz Sławiński – diagnozując na początku lat 90. odwrót od centrali. Chodziło mu wówczas o

wielość mikroświatów – społecznych i duchowych – w których poeci i czytelnicy wzajemnie się odnajdują. W każdym występują lokalne gusta, lokalne miary ocen, lokalne obiegi tekstów, lokalne przywiązania, autorytety i hierarchie, lokalne zrozumiałości i niezrozumiałości.<sup>89</sup>

Owe różnorodne mikroświaty miały stanowić wyraz odwrotu od centrali (pojmowanej jako „Całość” czy główny nurt literatury, punkt odniesienia dla całej kultury literackiej). Przeszło dekadę później Czapliński stawia tezę, iż współczesna kultura książki owe mikroświaty niszczy, forsując wydawniczą centralę. Zdaje się jednak, że jest trochę inaczej – owe mikroświaty przeniosły się do sieci, stając się globalnymi w tym sensie, że potencjalnie obejmują wszystkich zainteresowanych odbiorców, niezależnie od różnic geograficznych czy społecznych; powstają mikroświaty-sieci, których centrum stanowi autor.

Życie literackie w internecie to nie tyle zagrożenie lub destrukcja tradycyjnych („drukowanych”) hierarchii, ile ich uzupełnienie. Idea hierarchii bowiem, jak trafnie zdiagnozował ją Sławiński w swym krótkim eseju o końcu centrali, przypomina trochę ideę kanonu – zbiór dzieł ważnych dla danej społeczności (w tym wypadku narodowej) ze względu na przekazywane wartości, myśli i wysoką jakość wykonania. Książki uznane, to książki w pewien sposób ważne, wpływające na twórczość powstającą w ramach grupy. Można też patrzeć na hierarchię z pozycji Czaplińskiego, jako na listę bestsellerów, promowanych dodatkowo przez kręgi

<sup>87</sup> Por. S. Żółkiewski *Wiedza o kulturze literackiej*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1980, s. 152.

<sup>88</sup> Por. P. Czapliński *Powrót centrali: literatura w nowej rzeczywistości*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2007.

<sup>89</sup> J. Sławiński *Zanik centrali*, „Kresy” 1994 nr 18, s. 16.

## **Maryl** Kim jest pisarz (w internecie)?

opiniotwórcze. Życie literackie w internecie nie wywraca tak pojętych hierarchii, ale trochę je rozmywa i decentralizuje. Przypomnijmy jednak, że dla wielu pisarzy obecność w internecie stanowi szansę nie tyle na odwrócenie hierarchii, ile na przedarcie się do obiegu oficjalnego, zdobycie uznania. Budując swój wizerunek w sieci, przyciągając czytelników, autorzy zbierają kapitał, który może okazać się pomocny w obiegu oficjalnym.

Choć Autor 2.0 przedstawiany jest przez entuzjastów (Weber, Penn, Kowalczyk) niemal jako elektroniczny Robin Hood walczący z zastanym systemem literatury, to sam etos samopublikującego autora w sieci daje wiele do myślenia, ukazując nowe kanały i wymogi komunikacyjne, przed jakimi stają współcześni pisarze w erze cyfrowej, jakże różnej od ery druku.

Szkice

## Abstract

**Maciej MARYL**

**The Institute of Literary Research of the Polish Academy of Sciences  
(Warszawa)**

### **What is a writer (on the Internet)?**

The article is dedicated to the presence of writers in the Internet. The case study of 85 websites, allows the discussion of their motivations, strategies and ways of communication with the reader. Technological transformations provide new tools which simply give a new shape to existing processes of the literary life such as the reversal of the hierarchies, diversification or personalisation of the reading matter. Internet is no threat for traditional ("printed") hierarchies, rather serving as their supplement. Web is but a passage for authors aspiring to the mainstream. The Internet introduces a new model of a writer to literary scene – one that uses web tools to compete with established authors (Author 2.0.).