

**Łukasz  
Gołębiewski**



**Gdzie  
jest  
czytelnik**

**Gdzie  
jest  
czytelnik**





# **Gdzie jest czytelnik?**

**Łukasz Gołębiowski**

**Biblioteka Analiz**  
Warszawa 2012

© Łukasz Gołębiewski, 2012, licencja CC-NC

© Copyright for paper edition Biblioteka Analiz Sp. z o.o., 2012



Wolno kopiować, rozprowadzać, przedstawiać i wykonywać objęty prawem autorskim utwór oraz opracowane na jego podstawie utwory zależne jedynie dla celów niekomercyjnych.

Wykorzystane w książce fotografie w większości pochodzą z repozytorium Wikimedia Commons.

Dofinansowano ze środków  
Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego



Redakcja i korekta: Hanna Kukwa

Zdjęcie autora: © Fisty, 2012

Łamanie: Tatsu  tatsu@tatsu.pl

ISBN 978-83-62948-68-0

**[www.nofuturebook.pl](http://www.nofuturebook.pl)**

**[www.rynek-ksiazki.pl](http://www.rynek-ksiazki.pl)**

Wydanie I

Warszawa 2012



**Biblioteka Analiz**

Biblioteka Analiz Sp. z o.o.

00-048 Warszawa

ul. Mazowiecka 6/8 pok. 416

tel./fax 22 828 36 31

Firma jest członkiem Polskiej Izby Książki

*W świecie bogatym w informacje ich nadmiar oznacza niedomiar  
czegoś innego, czyli deficyt tego, czym żywi się informacja.  
A czym się żywi? To raczej oczywiste — zainteresowaniem odbiorców.  
A więc wysoka podaż informacji musi za sobą pociągać  
niedobór uwagi.*

Herbert Simon



## Rozdział 1

# Co się dzieje z czytelnictwem?

*Ja, co nigdy nie czytam lub przynajmniej mało, wiem, że tak jest najlepiej, jak przedtem bywało* — mówi starosta Gadulski, bohater naszych czasów, postać z nieczytanej dziś — jak sądzę — komedii Juliana Ursyna Niemcewicza „Powrót pośła”.

Polacy nigdy nie czytali wiele, taka jest smutna prawda. W Rzeczypospolitej szlacheckiej książka nie decydowała o randze gospodarza, na dworze rzadko gromadzono podręczne księgozbiory. Tak jak dziś z Google czy z Facebooka, tak wówczas wiedzę czerpano z kalendarza, czyli z krótkich, wyrwanych z kontekstu cytatów, wypisów, historycznych rocznic i wspomnień, porad etc. Lata PRL były krótkim okresem, kiedy w społeczeństwie wyrobił się snobizm na kupowanie i kolekcjonowanie książek, najchętniej tych „spod księgarskiej lady”, trudno dostępnych, wcale niekoniecznie czytanych, ale ustawianych na półkach, subskrybowanych, wystawianych na pokaz. W latach PRL książka była jednak nie tyle synonimem inteligentnego domu, lecz swego rodzaju snobizmem na inteligencność, stanowiącą opozycję wobec robotniczo-chłopskiej władzy. Paradoksalnie wraz ze zniesieniem cenzury i limitów na papier, wraz z upadkiem partyjnego państwa, moda na książki szybko zaczęła zanikać. Jeszcze początek lat 90. przyniósł swego rodzaju zachłyśnięcie się wolnością, rekordowe nakłady „Gazety Wyborczej” i tłumaczonych na przędcę, byle jak, amerykańskich bestsellerów, dzieła Ludluma i Forsytha sprzedawane na ulicznych straganach w setkach tysięcy egzemplarzy, ale to był moment, epizod, a tan-



detnie wydane, choć z tłoczonymi złotą czcionką tytułami, woluminy szybko wylądowały na składach makulatury. *Memento Mori* tamtego okresu była upadłość uginającej się pod tonami niesprzedanych książek Składnicy Księgarskiej

1. 22 marca 1990 roku Sejm uchwalił ustawę o likwidacji RSW, w tym czasie samoczynnie zaczęły też rozpadać się struktury Domu Książki — poprzez prywatyzację poszczególnych księgarń następował rozpad sieci, ogłoszenie upadłości Składnicy Księgarskiej miało miejsce w grudniu 1992 roku, ostatecznie firma przetrwała jako marginalny gracz na rynku książki, wyprzedając znaczną część majątku.



2. Max Weber (1864-1920) — niemiecki socjolog, historyk, ekonomista, prawnik, religioznawca i teoretyk polityki. Najważniejsze dzieła Webera to „Etyka protestancka a duch kapitalizmu” oraz „Gospodarka i społeczeństwo”.



3. Max Weber „Etyka protestancka a duch kapitalizmu”, tłum. Jan Miziński, Test, Lublin 1994.



4. Napoleon Hill (1883-1970) — amerykański pisarz, prekursor nowoczesnego rodzaju pisarstwa znanego jako literatura osobistego sukcesu. Jego najslawniejsze dzieło „Myśl i bogactwo” jest jednym z bestsellerów wszech czasów. Prace Hilla poświęcone były badaniu mocy własnych przekonań i ich roli

w odniesieniu sukcesu w życiu. Jego słynne motto brzmi: „Co umysł ludzki potrafi wymyślić i w co uwierzy, tego potrafi także dokonać”. Hill koncentrował się na ukazywaniu jak powstają osiągnięcia i jaka jest formuła na to, aby sukces był w zasięgu przeciętnego człowieka.

— państwowego monopolisty z lat PRL w sprzedaży hurtowej publikacji, a równoległe całkowity rozkład struktur również państwowego detalisty, Domu Książki, a także concernu RSW „Prasa-Książka-Ruch”[1]. Na gruzach dawnych państwowych struktur tworzył się wolny rynek, bardziej przypominający wolną Amerykanke niż rzeczywisty rynek budowany w krajach Europy zachodniej w duchu etyki protestanckiej. Opisany przez Maxa Webera [2] „duch kapitalizmu” był nam zupełnie obcy. Webber obserwował, że w kapitalistycznym świecie *Człowiek „z natury” nie chce zarabiać więcej pieniędzy, lecz chce po prostu żyć tak, jak przyzwyczaił się żyć i zarabiać tyle, ile jest do tego konieczne*[3]. Wówczas wydawało nam się to niepojęte, jak można z natury nie chcieć więcej, cóż to za natura, chyba socjalistyczna? Hasłem dnia stała się „filozofia sukcesu”, sformułowana w latach 30. XX wieku przez Napoleona Hilla: „Myśl i bogactwo”[4]. Dopiero dziś, po ponad dwudziestu latach wolnego rynku możemy docenić i w pełni zrozumieć etykę Webbera i gotowi jesteśmy przyznać

rację, że chcemy po prostu żyć tak, jak się przyzwyczailiśmy. Chcemy żyć stabilnie i bezpiecznie. Problem w tym, że kiedy my uczyliśmy się, że bogactwo jest złudne, a żądza zysku za wszelką cenę wiedzie donikąd (lub do większej biedy), świat kapitalistyczny przeżywał gwałtowną technologiczną rewolucję. Sprawy przyspieszyły, ludzie zaczęli przemieszczać się częściej, mobilność skutecznie zaczęła wypierać dawne wartości, ludzie na Zachodzie zaczęli tracić dawne punkty odniesienia, stracili na wartości dawne fortuny, fundusze ubezpieczeniowe okazały się być niepewne, banki straciły wiarygodność równie szybko jak prawnicy i księgowi, fundamenty kapitalistycznej etyki legły w gruzach wraz z internetem, telefonią komórkową i błyskawicznym dostępem do informacji. Nie możemy już dziś nie chcieć więcej, bo więcej wciska się do nas zewsząd, nie tylko z reklam — jak to było przez dziesięciolecia kapitalistycznego rynku — dostajemy więcej i taniej lub prawie za darmo. Bilety lotnicze prawie za darmo, telefony komórkowe prawie za darmo, rozmowy i połączenia internetowe prawie za darmo, a reszta za pół ceny w hipermarketach, na wyprzedażach, w ofertach grupowych zakupów itd. I jak nie dać się skusić? A zresztą, w wielu przypadkach nie można. Bo nowe oprogramowanie, bo nowe funkcjonalności, bo rzeczy po roku się psują i nie opłaca się ich naprawiać, taniej kupić nowe, bo nowe wciskają za darmo lub za 10 proc. wartości itd. Zatraciliśmy sens samej „potrzeby”, otaczając się dziesiątkami rzeczy do niedawna jeszcze zbytecznych, a dziś nieodzownych. Czy jesteśmy dzięki temu bardziej szczęśliwi? Wątpię. Bardziej mobilni, tak. Czy bardziej wolni? Wątpię. Raczej uzależnieni od gadżetów i urządzeń do transmisji informacji. Czy lepiej wyedukowani? Skądże. Pomimo łatwego, niemal bezpłatnego dostępu do Biblioteki Babel, do nieskończonej ilości informacji, wcale nie wiemy więcej niż w czasach gazet i książek. Być może wiemy

szybciej, ale czy aby szybkość jest istotą natury człowieka? Wiemy fragmentarycznie, w kawałeczkach, w wyimkach na Twitterze, w hasłach na Facebooku, w linkach z Google. Nie sposób myśleć o współczesnym czytelniku w oderwaniu od współczesnego człowieka, bo przecież jeden jest elementem drugiego. A współczesny człowiek w coraz większym stopniu staje się niewolnikiem mobilnych technologii, żyjemy w opętaniu szybkością, niemal natychmiastowością, w ciągłym stresie i niedoczasy, w ciągłej potrzebie bycia on-line. Życie online nie pozostawia przestrzeni na skupienie, na samotność, na przemyślenia, na prawdziwe rozkoszowanie się pięknem, na smakowanie poetyki, na docenienie sztuki składni, na delectowanie się fabułą, na rozszyfrowywanie zawłości intrygi. W świecie on-line nie ma na to wszystko czasu, są linki, są komunikaty, przekaz jest pokawałkowany, podany na tacy, nachalnie podsunięty pod nos tak samo jak promocja telefonu za złotówkę w zamian za wyższy abonament.

W eseju pt. „Śmierć książki | No Future book” [5] pisałem, że rewolucja technologiczna zmienia nasz świat szybciej niż wynalazek Gutenberga. Bo i świat jest dzisiaj w zasięgu ręki — dzięki satelitom, tanim biletom lotniczym i trylionom wysyłanych kilobajtów informacji. O ile wynalazek Gutenberga stworzył „człowieka liter”, to współcześnie jesteśmy świadkami narodzin „człowieka cyfr” [6], gdyż większość informacji rozposzechnianych jest obecnie w zapisie binarnym, a nie analogowym.

Czy ten świat mnie oburza? Tak. Czy chcę z nim walczyć? Nie. Bo to walka z wiatrakami, walka idealistyczna, romantyczna, skazana na porażkę.



5. Łukasz Gołębiowski „Śmierć książki | No Future Book”, Biblioteka Analiz, Warszawa 2008.

6. Określenia „człowiek cyfr” używam w analogii do terminu „człowiek liter”, użytego przez Marshalla McLuhana w związku z za-

początkowaną przez Gutenberga epoką druku. Jeżeli druk zapoczątkował rozwój masowej produkcji, demokrację i narodziny powieści, to Internet zwiastuje erę personalizacji, digitalizacji, interakcji oraz hipertekstu. „Człowiek cyfr” swobodnie porusza się w nowej rzeczywistości, instynktownie korzysta z dorobku cyfrowej rewolucji.

Czytelnictwo w tradycyjnym rozumieniu staje się reliktem przeszłości. Nie przystaje do natychmiastowości. Tradycyjne czytelnictwo jest błyskawicznie wypierane przez czytelnictwo on-line i nic nie jesteśmy w stanie na to poradzić, bo przeciwdziałanie nikomu już się nie opłaca. Albo wsiadasz do pociągu z napisem „digitalizacja”, albo on jedzie bez ciebie, a ty zostajesz z ręką w nocniku, jesteś wykluczony z Sieci — jak miliony emerytów, którzy nie załapali się na technologiczną rewolucję, boją się jej, nie rozumieją, zrozumieć już nie chcą. Czy aby czasem im nie zazdrościmy tej błogiej ignorancji, w fotelu bujanym, z kotem i książką na kolanach?

Jak wygląda nowa kultura on-line? Doskonale zdefiniował ją w swoich licznych książkach Manuel Castells[7]. *Jest to kultura pieniędzy i pracoholizmu, kultura zbytecznej konsumpcji dążącej do chwilowej satysfakcji oraz odrzucenie społecznego i obywatelskiego zaangażowania na rzecz indywidualnych osiągnięć i instrumentalnych relacji*[8]. Jak widzimy, z ducha kapitalizmu z czasów Maxa Webbera nic już nie pozostało.

Nic dziwnego, że w tej sytuacji w całej Europie badacze kultury biją na alarm — czytelnictwo, w jego tradycyjnym rozumieniu, wciąż spada, książki i gazety mają coraz mniejsze nakłady, reklamodawcy wycofują się z mediów papierowych, inwestorzy tracą zainteresowanie branżą wydawniczą, której wyceny są coraz niższe. Być może bardziej niż wszystkie te statystyki do wyobraźni przemawia przykład tygodnika „Newsweek”, który latem 2010 roku został sprzedany przez koncern Washington Post za 1 dolara (wraz z długami), choć jego nakład wynosił

7. Manuel Castells to hiszpański socjolog, obecnie jeden z czołowych teoretyków społecznych re-perkusji sieciowej komunikacji, jego „Galaktyka Internetu” jest rozwinięciem słynnej „Galaktyki Gutenberga” McLuhana. Autor ponad 20 książek, obecnie wykładowca Uniwersytetu Kalifornijskiego w Berkeley.

8. Za: Darin Barney „Społeczeństwo Sieci”, tłum. Marcin Fronia, Sic!, Warszawa 2008.



1,5 mln egz. tygodniowo. A kto kupił ten szanowany na całym świecie tytuł? Sidney Harman [9], miliarder, który miał 91 lat (zmarł rok później, w kwietniu 2011 roku). Fundusze inwestycyjne dawno przestały interesować się rynkiem prasowym, uznając, że nie rokuje on perspektyw, skoro ludzie czytają coraz mniej. Kevin Maney[10] w głośnej książce „Coś za coś” cytuje eksperta w dziedzinie rynku medialnego, Marka Andreessena[11], który uważa, że wydawcy mediów papierowych powinni jak najszybciej wycofać się z druku i całkowicie przejść na treści dostępne on-line: *Rynki finansowe już jakiś czas temu postawiły krzyżyk na tradycyjnych gazetach, przewidując ich rychłe bankructwo. (...) Pokolenie właścicie-*



9. Sidney Harman (1918-2011) — amerykański multimilioner pochodzenia żydowskiego. W 1953 roku wraz z Bernardem Kardonom założył firmę audiofilską harman/kardon (część koncernu Harman International). Od sierpnia 2010 roku był właścicielem „Newsweeka”.

10. Kevin Maney to dziennikarz i publicysta, a także muzyk, przez dwie dekady dziennikarz „USA Today”, autor pięciu książek.



11. Marc Andreessen to amerykański przedsiębiorca, współtwórca przeglądark Mosaic i Netscape Navigator.

12. Kavin Maney „Coś za coś”, tłum. Magdalena Czech, Znak, Kraków 2011.



13. Bernard Poulet to dziennikarz, historyk, socjolog. Był redaktorem naczelnym m.in. „L'Evenement du Judei”, „Courrier International”, „L'Expansion”, autor kilku

książek, był dziennikarz Agence France Presse, The Associated Press, „Nouvelles Litteraires”.

*li i menadżerów gazet, któremu przypadła rola zakończenia pięćsetletniej tradycji prasy drukowanej, ma przed sobą niewątpliwie trudne zadanie*[12]. O ile w ogóle wykonalne, bo zmiana modelu biznesowego — jak przyznaje sam Andreessen i jest to niewątpliwie prawda — oznacza utratę 90 proc. dotychczasowych dochodów. Nic dziwnego, że każdy raczej myśli jak odwlec moment, w którym padną słowa „Sztandar wyprowadzić”.

Młody człowiek korzysta z treści w sposób wrywkowy, szuka cytatów, nie całości. *Czytanie w Sieci nie ma właściwie nic wspólnego z procesem, często długim i mozolnym, jakim jest czytanie od początku do końca utworu wydrukowanego na papierze* — zauważa Bernard Poulet[13] w znakomitej książce „Śmierć gazet i przy-

szłość informacji”[14]. I dalej: *W nieodległym czasie nie będziemy może otwierali książki, ale ściągali potrzebną nam stronę, akapit albo konkretne zdanie*[15].

Próbując odpowiedzieć na postawione w tytule eseju pytanie „Gdzie jest czytelnik?”, możemy skonstatować, że w pożądanym przez nas rozumieniu już go nie ma (nie licząc wykluczonych z Sieci, czy to z racji wieku — w większości emeryci, czy z racji wyboru — ci nieliczni, którzy świadomie zrezygnowali z wątpliwej przyjemności bycia non stop online). Czytelnik książek i prasy to gatunek wymierający. Pozostało jeszcze kilku nobliwych seniorów, tak jak w biznesie pozostało kilku matuzalemów starych branż (samochodowa, hutnictwo, górnictwo etc.), którzy wyznają etykę „ducha kapitalizmu”, ale nowe szybko rozwijające się start-upy związane z cyfryzacją rządzą się zupełnie innymi prawami — i to do nich należy przyszłość. Kto się boi, niech wyskoczy, podzieli los wielu firm, takich jak np. Kodak, który zamknął dwanaście fabryk, zwolnił 90 proc. załogi, a i tak tonie w długach, bo za późno przestawił się na technologię cyfrową, wierząc, że jeszcze przez wiele lat będzie zbyt na aparaty analogowe i klisze filmowe, czyli na produkty z segmentu, w którym zajmował wiodącą pozycję. Kodak to synonim fotografii, firma powstała w 1892 roku, a wypuszczony w 1900 roku aparat za 1 dolara był pierwszym masowo używanym urządzeniem do robienia zdjęć. Wydawcy prasy i książek, podobnie jak szefowie Kodaka, wciąż wierzą, że zbyt na ich produkty będzie jeszcze przez wiele lat, że doczekają emerytury, zanim znikną księgarnie i drukarnie. Tymczasem tego czasu jest bardzo mało, a branżę wydawniczą czeka los Kodaka, jest podobnie konserwatywna, podobnie naiwna wobec nieuchronnych zmian. Miejsce aparatów Kodaka za 1 dolara

14. Bernard Poulet „Śmierć gazet i przyszłość informacji”, tłum. Oskar Hademann, Czarne, Wołowiec 2011.

15. Ibid.



zajął inne aparaty, w tej samej cenie, takich firm jak: Nokia, Sony Ericsson, Samsung, Apple etc. Miejsce książek zajmą treści dostarczane przez Amazon, Apple, Google, Yahoo!... Stary świat się kończy. Dziś jedyną wartością Kodaka jest 1100 patentów, może ktoś je odkupi. Jutro jedyną wartością wydawców będą prawa autorskie, może je też ktoś odkupi. Ludzie dalej robią zdjęcia, więcej niż kiedykolwiek, dalej będą czytać, może też więcej, ale świat już nie będzie taki sam, a i czytanie nie będzie takie jakie było. Natychmiastowość nie pozostawia przestrzeni dla *procesu długiego i mozolnego*. Nie można jednocześnie czytać książki, odpowiadać na e-maila, wpisywać postu na Facebooka i czatować, ale z powodzeniem można jednocześnie oglądać transmisję sportową on-line, słuchać muzyki z MP3, wysyłać komunikaty na Twittera i śledzić nagłówki wydarzeń politycznych na ulubionym portalu, bo każda z tych czynności wymaga tylko ułamkowej uwagi, jest niemal bezmyślna. Czy to oznacza, że społeczeństwo bez książek i prasy będzie bezmyślne? Tego nie wiem i chyba nie chcę wiedzieć, niech każdy sam — jeśli ma taką wolę — rozważy odpowiedź na to pytanie.

W każdym razie same statystyki dotyczące spadku czytelnictwa, zmniejszające się nakłady książek i gazet, mniejsze wpływy branży, nie są dziś wystarczająco silnym sygnałem cywilizacyjnych zmian związanych z uczestnictwem w kulturze. Badania zawsze wskazywały, że czytamy za mało, że kupujemy za mało itd. Badania nie stawiają pytania, ile to jest za mało, a ile dostatecznie dużo, podlegają ocenie, diagnozie stawianej przez intelektualistów, przez czytającą mniejszość zatrwożoną wynikami rankingów.

W Polsce w 2010 roku 32 proc. badanych osób przyznało się do sporadycznego kontaktu z książką, czyli lekturą od jednej do sześciu pozycji w roku, natomiast jedynie 12 proc. utrzymuje kontakt intensywny (siedem i więcej).