

LITERATURA A MEDIA – WSPÓLNE ODDZIAŁYWANIE I ZALEŻNOŚCI W ŚWIETLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH OPINII SPOŁECZNEJ

ANNA KARPIŃSKA

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
Wydział Humanistyczny

ABSTRACT

Literature and media – influences and interdependency in the empirical research of public opinion

The purpose of this article is to present the most important changes that in the last years have occurred in the branch of literature. These phenomena are discussed in the context of the influence of media on the literary form and content presented in literature. For this, some of the causes and effects of hybridization of media and literary genres were presented. Also, created in the last years at the intersection of literature and journalism, new genres and examples of non-conventional literature were characterized. This article is a part of a doctoral dissertation entitled “Literature and media. The idea of ‘interaction of discourses’”. The research was based on surveys conducted from September to December 2014. Both materials available on internet as well as in scientific journals and books dedicated to media and literature were used. The results of this study allowed to draw important conclusions concerning the issue. On this basis, the reading preferences of respondents as well as their approach to the changes in the literature were determined.

Key words: literature, reader, receiver, media

Przestrzeń medialna stanowi platformę działań dla wielu sfer życia społecznego, takich jak m.in. polityka, ekonomia, ale również literatura, sztuka czy muzyka. Wpływ mediów na obecny stan wyżej wymienionych dziedzin jest więc oczywisty, a dyskusja o skutkach ich przeobrażeń pozostaje wciąż aktualna. Celem niniejszego artykułu jest omówienie najważniejszych, związanych z rozwojem mediów zmian, jakie na przestrzeni ostatnich lat zaszły w dziedzinie literatury pięknej. Interesować mnie będzie zwłaszcza oddziaływanie mediów na formę i treść dzieł literackich – zaprezentuję niektóre przyczyny i efekty hybrydyzacji gatunków medialnych i literackich, zwłaszcza nowe gatunki i przykłady literatury niekonwencjonalnej powstałe w ostatnich latach na styku literatury i dziennikarstwa.

Od dłuższego czasu badacze kultury odnotowują postępującą szeroko pojętą „popkulturyzację” sztuki (Kwaśniak, Rottenberg, Wąs 2012; Kaliszewski 2012). Oczywisty wpływ na ów stan rzeczy mają zmiany technologiczne i socjologiczne, wyraźnie widoczne od przełomu XX i XXI wieku, zaś obecnie, znaczna część społeczeństwa czytającego regularnie prasę i korzystająca z jej elektronicznej wersji (witryn internetowych) tak bardzo przywykła do kultury obrazów (wypełniających znaczącą część powierzchni strony drukowanej lub ekranu monitora), że niemal niemożliwe jest – a przynajmniej tak się uważa (Ruta 2009; Wolny-Zmorzyński 2007) – skupienie się na tekście dłuższym niż jedna lub dwie zadrukowane strony czystego pisma. Tym samym ikonografia stopniowo osłabia zdolność człowieka do abstrakcyjnego myślenia.

Pojawienie się i istnienie od wielu lat takich zjawisk, jak liberatura, wykorzystywanie ikonografii w tekście, formowanie książki na wzór konkretnego przedmiotu (np. butelki), kolaże, każe zastanowić się nad tym, czy takie wykorzystywanie tekstu jest jeszcze literaturą. Same definicje książki i literatury widniejące w słownikach zarówno języka polskiego, jak i terminów literackich, nie wykluczają z kręgu literatury tekstów ignorujących tradycyjne kanony konstrukcji¹. Natomiast z ust wielu czytelników „ludycznych”² usłyszeć można jednak stwierdzenie, że istotą definicji książki i literatury artystycznej jest spójność fabularna, więc większość z nich, niezainteresowana eksperymentami literackimi, nie potraktuje skomplikowanych dzieł literackich jako literatury w tradycyjnym rozumieniu. Np. „Ulisses” Joyce’a może nie być dla nich literaturą, ponieważ nie ma znaczącej fabuły, nie ukazuje historii.

Podobna jest sytuacja innych eksperymentatorów literackich, jak np. pisarzy skupionych wokół ugrupowania OuLiPo³. Tego rodzaju literaturę potrafi doce-

¹ Internetowy Słownik Języka Polskiego (PWN 1997–2014) treść słowa *książka* definiuje jako: 1. złożone i oprawione arkusze papieru, zadrukowane tekstem literackim, naukowym lub użytkowym; też: tekst wydrukowany na tych arkuszach; 2. pewna liczba arkuszy papieru złożonych i oprawionych, przeznaczonych do jakichś zapisów. natomiast *literatura* to 1. powieści, dramaty, wiersze itp. mające wartość artystyczną; 2. książki i artykuły z zakresu jakiejś nauki, specjalności.

² Twórca terminu *czytelnictwo ludyczne* rozumiał pod nim zwyczaj czytelnika potocznego, niewykwalifikowanego (Stetkiewicz 2011).

³ Ouvroir de Littérature Potentielle (OuLiPo lub Oulipo), pol. Warsztat Literatury Potencjalnej, grupa literacka, założona w 1960 roku we Francji z inicjatywy Raymonda Queneau. Jej założenia

nić stosunkowo niewielka grupa czytelników, szanująca trud pisarza kreującego skomplikowane treści i pragnąca uczestniczyć w procesie tworzenia literackich sensów, jak uważał Roland Barthes (1999). Oczywiście jest, że określony rodzaj literatury wymaga odpowiedniego odbiorcy. Ta prawda odnosi się i do tematu, i do formy dzieła.

* * *

Pierwsze zauważalne zmiany, jakie w świecie literackim dokonały się pod wpływem dynamicznego rozwoju techniki w połowie lat 80. XX wieku, wiązały się z popularyzacją techniki komputerowej oraz wykorzystywaniem jej potencjału do celów artystycznych. Rezultatem tej rewolucji było m.in. powstanie zjawiska, które od lat niezmiennie fascynuje badaczy – hipertekstu. Ten system prezentacji treści, dający czytelnikowi m.in. możliwość współkształtowania tekstu za pomocą modyfikacji lub edycji zapisu, otworzył drzwi nowym tendencjom, zakładającym czynne uczestnictwo biernego dotychczas odbiorcy (Pisarski 2001–2010). Tak więc ograniczenie się jedynie do czytania książki i pominięcie aktu współtworzenia, charakterystycznego dla idei hipertekstu uznaje się za bierność.

Małgorzata Janusiewicz wskazuje 1981 rok jako datę inicjującą powstanie tego zjawiska na gruncie literatury – w tym roku bowiem ukazała się publikacja Teda Nelsona „Literary Machines”, w której autor zaprezentował swoją koncepcję Xanadu, tj. wielkich rozmiarów, interaktywnego i multimedialnego systemu odniesień, pozwalającego na naprzemienne „przełączanie się” użytkownika między danymi wizualnymi, tekstowymi, dźwiękowymi itd. (Janusiewicz 2013).

To rewolucyjne pod względem technologicznym podejście do tekstu przyczyniło się do znaczącej zmiany w traktowaniu samej literatury, a także w kreowaniu wypowiedzi artystycznej. Otworzyło nowe możliwości i utorowało drogę takim zjawiskom, dziś już dobrze znanym, jak poezja elektroniczna, cyfrowa poezja konkretna czy e-komiks. W obrębie samej tylko literatury elektronicznej Katherine N. Hayles wymienia takie liczne gatunki, jak powieść hipertekstową (i jej mutacje), powieść sieciową, interaktywną fikcję, interaktywny dramat, sztukę generatywną, narracje lokacyjne, dzieła kodowe (*codeworki*) oraz poezję flaszową (Hayles 2001–2010). Przy czym należy podkreślić, że te gatunki nie są jedynymi, powstałymi w sferze internetowej modyfikacjami literatury, a kolejne ich hybrydy wciąż powstają.

Naturalną konsekwencją postępu technologicznego było, poza wykorzystaniem koncepcji literackich w ramach wirtualnego świata, zaadaptowanie samej literatury do funkcjonowania na nośnikach audio i elektronicznych. Na polskim rynku wydawniczym książka w wersji elektronicznej (*e-book*) zagościła stosunkowo późno, bo w 2000 roku – na świecie już w latach 90. XX wieku funk-

były związane z wykorzystywaniem ścisłych reguł matematycznych i logicznych w konstruowaniu tekstów literackich. *Literatura na Świecie*, nr 11–12/1995, s. 318–320 (Bellos 1993).

cjonowały biblioteki internetowe, rozwijał się rynek *e-booków* oraz *e-czytników* (Zygierewicz 2013).

W przypadku audiobooków, czyli książek mówionych, sytuacja jest inna. Ich istnienie odnotowano w Polsce już w latach 30., nagrywano wtedy bajki dla dzieci i powieści dla niewidomych („Książka mówiona”). Nie jest to więc nowe zjawisko. W przeszłości w ten sposób dystrybuowano literaturę dziecięcą – opowiadania, baśnie i bajki w formie słuchowisk nagrywano wówczas na kasyety. Jednak z biegiem lat ten sposób rozpowszechniania książek ewoluował i współcześnie odbywa się na o wiele większą skalę; obejmuje też w dużej mierze literaturę piękną.

Obecnie audiobooki nie są zarezerwowane dla wąskiego grona odbiorców, lecz stanowią potężną gałąź rynku wydawniczego, są w księgarniach i stanowią stały repertuar targów książki. W ostatnich latach wydawnictwa wypuściły na rynek liczne klasyczne powieści w wersji audio, autorstwa takich pisarzy, jak Charles Bukowski, Elfriede Jelinek czy John Grisham. Można zatem mówić o nowym typie kanalizowania obiegu literatury – z wykorzystywaniem innych mediów niż tradycyjny druk.

Wobec opisanych przemian przeciętny człowiek w dużym stopniu przeprogramował swoje umiejętności poznawcze, dostosowując je do zmieniającego się modelu edukacji i nowych form przyswajania wiedzy (Desmurget 2012). Te zmiany różnie się ocenia, w zależności od środowiska, z którego wywodzi się oceniający. Konserwatyści mówią o degradacji intelektu i zejściu elit do podziemia z powodu działań podejmowanych przez liberalnych zwolenników „szerokiego dostępu” do edukacji, popieranym przez polityczny i kulturalny establishment (Furedi 2008). Jak podkreśla Maryla Hopfinger:

Kiedy obserwuje się praktyki literackie związane z nowymi nośnikami literatury, kiedy rozpoznaje się jej nowe obszary i mówi o nowych czytelnikach, wtedy wraz z diagnozą demokratyzacji kultury notorycznie pojawia się sprawa jej umasowienia sprzęgnięta z degradacją. Problem jest trudny, zwłaszcza jeśli procesów demokratyzacyjnych nie chce się oceniać negatywnie (Hopfinger 2010, s. 44).

Autorka uważa, że „nowi uczestnicy kultury nie przejmują wyborów podzielnym przez dotychczasowych liderów kultury”, a „salon literacki nie multiplikuje się, powstają raczej galerie i markety, a usytuowanie wpływa [...] na zmianę znaczenia” (Hopfinger 2010, s. 44). Trudno odpierać zarzuty tego rodzaju, zwłaszcza że poziom debaty publicznej o literaturze i sztuce (a one są wyznacznikiem intelektualnego stanu społeczeństwa) jest zatrważająco niski. Oczywiście przyczyn tego stanu rzeczy nie należy się doszukiwać tylko w obniżeniu standardów czytelnictwa, ale ten czynnik niewątpliwie odgrywa istotną rolę. Ma on bezpośredni związek ze sposobami przyswajania wiedzy i poziomem rozwoju umysłowego, a także z rozwojem predyspozycji do konstruowania wyobrażeń i abstrakcyjnego myślenia oraz przekładania ich na konkretne działania.

Głośne w ostatnich latach dyskusje medialne prezentują wątpliwości i podnoszą zgubne skutki nadmiernej ingerencji elektroniki (laptopów, tabletów i innego rodzaju czytników), głównie w życie dzieci. Kiedy w sieci opublikowano film

prezentujący roczne dziecko próbujące posłużyć się tradycyjną papierową gazetą w taki sam sposób, jak tabletem (Wittenberg), wywołał on z jednej strony oburzenie, z drugiej konsternację, a z jeszcze innej – rozbawienie. Jest to przykład dobitny, lecz doskonale obrazujący przemiany, które zapoczątkowane zostały przez rewolucję technologiczną, a które obecnie stanowią już stały element procesu obcowania ze słowem pisanym.

Jak już wspomniano, innym zwiastunem zmierzchu tradycyjnego obiegu tekstów jest wzrost popularności literatury odtwarzanej na nośnikach elektronicznych – mającej formę e-booków i audiobooków. Coraz częstsze odchodzenie od literatury prezentowanej w tradycyjnej, papierowej postaci ma zapewne związek z upodobaniem współczesnych odbiorców do elektroniki, ale również z dużą wagą, jaką przywiązują oni do wizualnej strony dzieła. Naprzeciw tym potrzebom wychodzą autorzy nowych powieści elektronicznych, które łączą wizualizację z tekstem – dla tych pisarzy (np. Jacka Dukaja, który opublikował w ostatnim czasie powieść „Starość Aksolotla”, wydaną jedynie w formie e-booka) ruchomy obraz jest integralną częścią utworu. Nie należy również zapominać o dwóch pozostałych, równie istotnych aspektach, decydujących o popularności e-booków – wygodzie oraz ekonomii. Oba realizują się poprzez szybką i łatwą dostępność do wybranych tytułów, co w obecnych czasach zdecydowanie przekłada się na popularność książki. Wymogowi łatwego dostępu starają się zatem także sprostać wydawnictwa, oferujące tradycyjny dodruk poszukiwanego przez czytelnika tytułu przy złożeniu zamówienia w sklepie internetowym. Książki papierowe są bowiem nadal pożądane, jednak zaobserwować można zjawisko zmiany funkcji literatury w formie tradycyjnej; jest ona współcześnie bardziej przedmiotem prestiżowym niż użytkowym.

Wydaje się także, że zwiększona częstotliwość posługiwania się skrótami myślowymi jest konsekwencją odchodzenia od praktyki czytania rozbudowanych tekstów (Ong 1992, 2009; Desmurget 2012). To z kolei ma skutki dla pisanego języka, jakim posługuje się w sieci czytelnik – przypomina on po części nowoczesne pismo obrazkowe, złożone ze znaków interpunkcyjnych opisujących stany emocjonalne i nastroje (tzw. emotikonów).

W ten sposób powraca się do tradycji poezji wizualnej, konkretnej, która ma długą i bogatą tradycję (by wspomnieć w tym miejscu chociażby zabiegi artystyczne futurystów i dadaistów). Obecnie, wobec takiej obrazkowej rzeczywistości i popkulturowego klimatu specjaliści od marketingu, reklamy i sprzedaży nadają literaturze dodatkową atrakcyjność poprzez wiązanie słowa pisanego z obrazem – czy to poprzez szokujące okładki czasopism, przedstawiających literatów jako atrakcyjnych i ekscentrycznych, czy poprzez wizualnie wyszukane projekty okładek. Tendencja do wizualizacji tekstu w literaturze skierowanej do masowego odbiorcy (przejawiająca się m.in. w zamieszczaniu ilustracji w powieściach przygodowych, fantasy, horrorach czy dreszczowcach), co prawda stara, ale ostatnio bardzo się nasilająca i zyskująca nowe funkcje, ma również wpływ na wyspecjalizowane gatunki, adresowane do bardziej wyrafinowanego odbiorcy.

Za przykład może tu posłużyć książka autorstwa jednego z najbardziej uznanych pisarzy współczesnych, będącego także przedstawicielem świata nauki, Umberto Eco. Pisarz w swojej powieści „Tajemniczy płomień królowej Loany” (Eco 2005) zamieścił dziesiątki ilustracji pozwalających czytelnikowi na przyjrzenie się tym obrazom, które odtwarzał w swojej pamięci główny bohater. Ten zabieg miał na celu z jednej strony dopuszczenie odbiorcy do świata tegoż bohatera, ponadto do dzieciństwa i młodości samego pisarza (część ilustracji i zdjęć pochodzi z jego prywatnego archiwum), a także ułatwienie odbioru, co podkreśla polski wydawca w opisie zamieszczonym na rewersie okładki: „To z pewnością najłatwiejsza w odbiorze powieść Umberto Eco, pełna zagadek, prawie sensacyjna, a w dodatku bogato ilustrowana, głównie pamiątkami z minionych lat” (Eco 2005).

Przenoszenie elementów graficznych do literatury i łączenie słowa oraz obrazu w jeden twór nie jest, rzecz jasna, rezultatem działań ostatnich lat, jako że od kilku dekad artyści sukcesywnie przekraczają granicę tego, co można by określić mianem literatury konwencjonalnej, lawirując między różnymi gatunkami sztuki i łącząc obraz z tekstem (Chłosta-Zielonka 2012). Jako przykład można tu przywołać twórczość Stéphane’a Mallarmégo (1842–1898), czołowego przedstawiciela awangardy francuskiej Guillaume’a Apollinaire’a (1880–1918), poezję futurystów i dadaistów, a w kolejnych latach takich artystów, jak Stanisław Czycz (1929–1996), czy Raymond Queneau (1903–1976).

Wydaje się, że problem „pozapisemnego” oddziaływania na czytelnika pasjonuje pisarzy od wielu lat. Zamieszczanie elementów graficznych i ilustracji w sąsiedztwie tekstu jest bodaj tak stare jak sama książka, natomiast obecnie grafika funkcjonuje w książce na takich samych zasadach i pełni taką funkcję jak słowo; nie jest jedynie jego uzupełnieniem. W rezultacie powstają utwory przypominające komiks, które określa się mianem powieści graficznej (przykładem której jest np. „Martwy sezon” Jakuba Woynarowskiego). Wspomniana już Małgorzata Janusiewicz jako źródło takiego stanu rzeczy podaje potrzebę angażowania czytelnika i prowokowania jego aktywnego uczestnictwa w procesie wpływania na formę opowieści:

niektórzy z autorów poszli dalej – chcieli bezpośrednio zaangażować czytelnika w proces ostatecznego kształtowania tekstu. Takie utwory miały narzucić odbiorcy większą niż zazwyczaj aktywność. Wpisywano w tekst różne, wariantowe strategie utworu, które zakładały wyraźną współpracę czytelnika z twórcą, czyli coś, co nazywamy interaktywnością. Jednocześnie także w tym celu rozszerzano oddziaływanie tekstu za pomocą środków graficznych i malarskich, i nie chodzi tu o proste ilustracje, lecz o tworzenie znaczeń, które bez tych elementów nie zostaną właściwie odebrane (czyli jeśli taki tekst jest czytany na głos – słuchacz nie jest w stanie odczytać wszystkich sensów z powodu pominięcia elementów plastycznych) (Janusiewicz 2013, s. 162).

Autorka ta nie bez racji łączy wtrącenia graficzne w dziele literackim z innowacjami tekstu. Rozbudowana warstwa graficzna dzieła, a także konstruowanie historii jako sieci powiązań znaczeniowych – angażuje odbiorcę. Aby czytelnik pojął

intencje autora, a także sens danej wypowiedzi artystycznej, musi śledzić kolejne znaki, interpretować je i powiązać ze wskazówkami w tekście. Analiza tak rozbudowanego znaczeniowo dzieła literackiego wymaga wprawnej odbiorcy, znającego rozmaite odniesienia literackie i rozpoznającego zawarte w tekście aluzje.

Świadczą o tym sztandarowe intertekstualne dzieła literackie: „Ulisses” Jamesa Joyce’a, „Rzut kośćmi nigdy nie zniesie przypadku” Stéphane’a Mallarmégo, „Życie. Instrukcja obsługi” Georges’a Pereca czy „Sto tysięcy miliardów wierszy” Raymonda Queneau. Wszystkie stanowią umyślowe wyzwanie dla odbiorcy (za sprawą zarówno środków językowych, jak i wykorzystania w kreowaniu fabuły niestandardowych zasad).

Queneau dosłownie czyni czytelnika twórcą. Eksperymentalny tom poetycki francuskiego pisarza składa się bowiem z serii wersów pociętych na fragmenty, z których czytelnik może dowolnie komponować własne sonety⁴. Współcześnie podobny pomysł wykorzystał Paweł Dunajko, który w 2010 roku wydał książkę bez tytułu. Jak czytamy na stronie WWW wydawcy:

Książkowy debiut Pawła Dunajko to pozbawiony stałego tytułu poemat prozą – myśl rozpięta między milczeniem a ciszą. Utwór składa się z 34 kart umieszczonych w kopercie z wyciętymi okienkami – w zależności od ułożenia kart, powstaje zmienny, ruchomy tytuł. Dodatkowo sam autor opisuje ten zabieg słowami: „Chodzi o wyciszenie głosu, żeby usłyszeć pismo”⁵.

Obserwując zmiany zachodzące obecnie w środowisku literackim, można uznać, że rozwój literatury przebiega dwutorowo, realizując dwie opcje:

– Pierwsza wyrasta bezpośrednio z awangardy literackiej i jest jej swoistą kontynuacją. W tym kontekście możemy umieścić wszystkie dzieła, związane z tekstami wizualnymi, poezją cybernetyczną, hipertekstami, liberaturą itp.

– Druga jest silnie związana z popkulturą, jest osadzona na operowaniu schematami i docieraniu do mas. Do tego zjawiska można zaliczyć wykorzystywanie motywów literackich w konkretnych dziełach lub też wplatanie treści literackich w medialne.

Tego rodzaju podział nie jest niczym niezwykłym – w związku z niejednołitymi upodobaniami społeczeństwa i ogromną przepaścią między znaczeniami swoistymi dla treści prezentowanych przez publiczne i prywatne media (notabene w Polsce „przepaść” ta jest wyjątkowo płytka), stopniowej polaryzacji ulega coraz więcej dziedzin życia artystycznego, takich jak sztuki plastyczne, muzyczne czy film. Paradoksalnie – wraz z utrzymywaniem się kategorycznego podziału sztuk i z jasno sprecyzowanymi grupami ich docelowych odbiorców, profesjonalizacją sztuk, podporządkowaniem ich i ukierunkowaniem na konkretny typ publiczności – jednocześnie zaobserwować można powstawanie gatunków hybryd, stanowiących pomost między tymi dwiema sferami.

⁴ Można to zobaczyć na stronie: <http://www.printcontrol.pl/?p=896>; 14.11.2014.

⁵ Całość opisu dostępna jest na stronie internetowej wydawcy: <http://www.ha.art.pl/felietony/1231-mariusz-pisarski-diabelskie-roki-pawla-dunajko.html>; 14.11.2014.

Gdzieś na marginesie tych procesów i zabiegów ulokowana jest tzw. popularna literatura tradycyjna, przedstawiająca konwencjonalną i linearną fabułę, której celem jest dostarczanie rozrywki „zwykłemu czytelnikowi”. Ten rodzaj sztuki piśmienniczej nie stawia przed sobą i przed odbiorcą zadań odkrywanych stopniowo w procesie lektury. Nie należy zapominać, że dla znaczącej grupy czytelników, których zainteresowanie literaturą nie wykracza poza standardowe obcowanie z książką, to właśnie taka jej postać jest jedyną, która funkcjonuje w ogóle. W związku z tym nie wiążą oni wiedzy o zmianach formy książki z tym, jak jej wizerunek obecnie funkcjonuje np. w mediach, a bazują na skojarzeniach z danymi dziełami literackimi. Są jednak czytelnicy, którzy wychodzą poza te skojarzenia i wobec tego uznać należy, że procesy opisane powyżej wpływają na obecną sytuację literatury, a były to: wykorzystywanie elementów graficznych i łączenie ich z warstwą fabularną, różnorodne, starsze i nowsze eksperymenty literackie, adaptowanie literatury do działania w ramach nowoczesnych rozwiązań medialnych i popkulturowych. W tym miejscu należy także wymienić zjawiska: *fanfiction*; pisanie książek, których fabuła oparta jest na treści tak obecnie popularnych seriali i gier komputerowych; konstruowania akcji książki na wzór tych ostatnich. Obecny wygląd eksperymentalnej literatury jest logicznym następstwem wszystkich tych procesów.

Przy założeniu, że już wczesne (w praktyce: modernistyczne, lub pomoder-nistyczne, sprzed około stu lat) eksperymenty formalne miały na celu częściowe angażowanie odbiorcy, a obecny obieg literatury jest swoistą kontynuacją tych zabiegów, przeanalizowania wymaga aktualny stan świadomości czytelnika i jego poglądy na temat zachodzących w literaturze modyfikacji. Zważywszy znaczącą rolę, jaką w procesie odbioru dzieł przypisuje się współcześnie czytelnikowi, określenie jego zainteresowania tematyką literacką stanowić powinno punkt wyjścia w dyskusji o współczesnej sytuacji literatury.

* * *

Szczególnie interesujące w tym kontekście jest podejście do nowo powstałych zjawisk literackich, swoiste dla wywodzących się z rozmaitych środowisk czytelników w różnym wieku i o zróżnicowanym poziomie wykształcenia. Ukazuje ono bowiem najbardziej wiarygodną ocenę tych modyfikacji w oczach odbiorców i – być może – pozwala prognozować na temat dalszego rozwoju zmian. W związku z powyższym, w okresie od września do grudnia 2014 roku przeprowadziłam ankietę na próbie 120 osób, pochodzących z różnych środowisk (miej-skich i wiejskich) oraz prezentujących różnorodny poziom wykształcenia, wiek, płeć, wykonywany zawód. Przebrałam łącznie 60 osób uczących się (20 gimnazjalistów, 20 licealistów oraz 20 studentów) oraz 60 osób dorosłych, wykonujących pracę zarobkową w różnych branżach (20 ankietowanych wykonuje pracę fizyczną, 20 – pracuje w oświacie oraz 20 w usługach). W badanej grupie były 84 kobiety oraz 36 mężczyźni.

Pytania przedstawiłam badanym w formie ankiet, które zostały przekazane do wypełnienia do wybranych placówek oświatowych, uczelni, fabryk oraz biur. Ankietowani każdorazowo stanowili grupę losowo wybranych osób: 32 osoby w wieku od 14 do 17 lat; 26 osób od 18 do 25 lat; 24 osoby od 26 do 30 lat; 15 osób (najmniej ankietowanych) miało od 31 do 40 lat; 23 osoby w wieku 41 lat i więcej,

Najliczniejszą grupę stanowiły osoby posiadające wykształcenie wyższe (55 osób), mniejszą – podstawowe (40 osób), jeszcze mniejszą – średnie (25 osób).

Większość ankietowanych zamieszkiwała w miastach wielkości od 2,5 tys. do 5 tys. mieszkańców (25 osób). Inni: we wsiach (21 osób); w miastach od 20 tys. do 40 tys. mieszkańców (20 osób); – w miastach od 10 tys. do 20 tys. mieszkańców (17 osób); – od 100 tys. do 200 tys. mieszkańców (20 osób); – powyżej 200 tys. mieszkańców (11 osób). Najmniejsza liczba badanych (6 osób) zamieszkuje w miastach od 5 tys. do 10 tys. mieszkańców.

Ankietowani odpowiedzieli na czternaście pytań związanych z czytelnictwem:

1. Jak często czyta Pan/Pani prasę?
2. Jakiego rodzaju gazety czyta Pan/Pani najczęściej?
3. Z jakiego źródła czerpie Pan/Pani wiedzę o książkach (np. nowościach wydawniczych)?
4. Ile książek czyta Pan/Pani rocznie?
5. Gdzie najczęściej spotyka się Pan/Pani z odniesieniami do literatury (czyli z wszelkiego rodzaju motywami literackimi istniejącymi w wypowiedziach poza samą książką)?
6. Czy spotkał się Pan/Pani z odniesieniami do literatury w którymś z poniższych elementów kultury popularnej (film, muzyka, teledyski, przedmioty codziennego użytku, odzież, inne)?
7. Jaki rodzaj literatury czyta Pan/Pani najczęściej i najchętniej?
8. Czy zauważył Pan/Pani w ostatnich latach w najbliższym otoczeniu wzrost częstotliwości przekazywania informacji o literaturze, np. w mediach, wśród znajomych, rodziny?
9. Czy zwraca Pan/Pani uwagę na rodzaj i pochodzenie informacji powiązanych z literaturą?
10. Jakie rodzaje informacji dotyczące literatury są dla Pana/Pani najbardziej atrakcyjne?
11. Jak ocenia Pan/Pani zjawisko popularyzacji literatury w mediach masowych poprzez podejmowanie działań marketingowych i upowszechnianie elementów literackich np. na przedmiotach codziennego użytku?
12. Czy po zetknięciu się z informacjami na temat literatury w mediach lub w innych źródłach sięga Pan/Pani po daną książkę?
13. Czy osoby z Pana/Pani najbliższego otoczenia (rodzina, przyjaciele, znajomi z pracy, szkoły itp.) używają w codziennych sytuacjach odniesień do literatury?
14. Co Pana/Pani zdaniem ma wpływ na powyższy stan rzeczy (wykształcenie, rodzina, przeczytane książki, media)?

Odpowiadając na 1. pytanie, przeważająca większość ankietowanych zadeklarowała, że czyta prasę raz w tygodniu (50 osób). Następną grupę stanowiły osoby sięgające po wydawnictwa prasowe codziennie (30 osób), dalej – kilka razy w miesiącu/raz na miesiąc (26 osób). Najmniej licznie jest reprezentowana grupa ankietowanych czytających prasę rzadziej niż w/w badani (20 osób).

Zdecydowana większość ankietowanych jako lekturę wybierała (pytanie 2.) tygodniki (60 osób), następne w kolejności są osoby sięgające po dzienniki (38 osób), miesięczniki (22 osoby) oraz dwutygodniki (15 osób).

Na pytanie o źródła czerpania informacji o książkach (pytanie 3.) aż 87 osób wskazało na media; jedynie 39 ankietowanych – na najbliższe otoczenie (rodzinę, znajomych, przyjaciół). Piętnastu badanych nie zastanawiało się nad tym, a jedynie ośmiu wiedzę o nowościach wydawniczych czerpało z biuletynów, reklam lub źródeł popularnonaukowych.

Kwestia czytelnictwa (pytanie 4.) wśród ankietowanych wypada następująco: zdecydowana większość badanych (45 osób) czytało od 1 do 5 książek rocznie. Po książki w liczbie od 6 do 12 rocznie sięgały 42 osoby. 20 badanych czytało od 13 do 24 książek rocznie, natomiast najmniej liczną grupę stanowią osoby czytające rocznie 25 książek lub więcej – 17 ankietowanych.

Odpowiedzi na kolejne pytanie (5.), dotyczące odniesień literackich, przyniosły wiele ciekawych wniosków. Jako odniesienie do literatury autorka rozumie tu wszelkie motywy literackie spotykane poza samą drukowaną książką. Jako źródło informacji o tego rodzaju zjawiskach większość ankietowanych (54 osoby) wskazała prasę, a zwłaszcza wywiady oraz recenzje, a także reklamy prasowe. 36 ankietowanych odpowiedziało, że z odniesieniami literackimi spotyka się, sięgając po audiobooki, e-booki. 35 badanych nie potrafiło określić miejsc, w których stykają się z odniesieniami literackimi (nie zastanawiali się nad tym). Warto zauważyć, że 28 pytanym odniesienia literackie dostrzegło na przedmiotach codziennego użytku (np. w formie sentencji, cytatów, wizerunków pisarzy na odzieży itp.).

Następne pytanie (6.) miało na celu dokładniejsze poznanie stopnia świadomości ankietowanych dotyczącej konkretnych odniesień literackich, z jakimi ewentualnie spotykają się na co dzień. Aż 52 badanych potwierdziło, że spotkało się z odniesieniami literackimi w filmie, przy czym w każdej z tych odpowiedzi ankietowani podali ekranizacje powieści, lektur szkolnych lub kanonu literatury światowej czy powieści współczesnych, których motywy są silnie związane z popkulturą. 27 ankietowanych wskazało na odniesienia literackie w muzyce, przy czym większość badanych na wiersze wykorzystywane jako słowa piosenek (poezja śpiewana); badani w tym miejscu wymieniali również utwory, które w swych tekstach korespondowały z twórczością klasyków literatury, jak np. Ernesta Hemingwaya. 39 ankietowanych odpowiedziało, że nie spotkali się z odniesieniami do literatury w żadnym z powyższych przykładów. 18 ankietowanych spotkało się z odniesieniami literackimi w formie nadruków na odzieży, a także wizerunków samych pisarzy lub bohaterów książek, stanowiących

obecnie przedmiot kampanii marketingowych, np. takie kultowe już pozycje, jak „Gra o tron” czy saga „Zmierzch”.

Warto zwrócić w tym miejscu uwagę na fakt, że pytani nie wymieniali raczej wizerunków pisarzy znanych przede wszystkim z dzieł drukowanych, fragmentów ich twórczości czy cytatów z niej, lecz podawali przykłady utworów, które zostały zekranizowane i tym samym stały się istotnym elementem popkultury. 12 ankietowanych wskazało na przedmioty codziennego użytku, co było ściśle związane z wyżej opisanym zjawiskiem popularyzacji gadżetów związanych z akcją marketingową wokół ekranizowanych powieści. 11 ankietowanych przywołało inne elementy kultury popularnej, najczęściej – wypowiedzi bohaterów literackich sparafrazowane w reklamach.

Na pytanie (7.) dotyczące preferencji czytelniczych 57 ankietowanych wskazało na biografie jako ten rodzaj literatury, po który sięgają najczęściej. 45 ankietowanych sięgało po beletrystykę, 32 – po literaturę faktu, 23 osoby – po poradniki, natomiast po poezję – jedynie 14 osób.

Znacząca liczba ankietowanych (47) nie zauważyła w ostatnim czasie (pytanie 8.) wzrostu częstotliwości przekazywania informacji o literaturze np. w mediach, wśród znajomych czy rodziny. Z kolei niewiele mniej, bo aż 33 osoby dostrzegły w ostatnich latach zwiększenie liczby takich informacji związanych z literaturą w swoim najbliższym otoczeniu. 26 ankietowanych uznało, że wzrost nastąpił lub nie – zależnie od źródeł tych informacji; a 14 badanych nie miało zdania na ten temat.

Na pytanie 9.: „Czy zwraca Pan/Pani uwagę na rodzaj i pochodzenie informacji powiązanych z literaturą?” 45 ankietowanych odpowiedziało twierdząco (wspominając jednocześnie o motywach literackich wykorzystywanych na przedmiotach codziennego użytku). 40 badanych nie zwraca na to uwagi, natomiast 36 pytanym uzależnia swoje zainteresowanie od rodzaju informacji: – jeżeli jest ona humorystyczna lub niekonwencjonalna, zwracają uwagę, a jeżeli nie – to nie zwracają.

Na pytanie 10., dotyczące najbardziej atrakcyjnych dla ankietowanego informacji na temat literatury, aż 57 wymieniło recenzje i opisy nowości książkowych czerpane z prasy, programów telewizyjnych itp. Na drugim pod względem atrakcyjności miejscu uplasowały się sentencje, fragmenty o formie humorystycznej, gry słów itp., a także wizerunki samych pisarzy na przedmiotach codziennego użytku – takiej odpowiedzi udzieliło aż 41 osób. 32 respondentów szczególnie cenilo anegdoty i ciekawostki z życia pisarzy i ich pracy nad książkami, natomiast 19 osób – fragmenty powieści prezentowane na antenie radia oraz w prasie. Jedynie trzech badanych nie wskazało na żadne źródło informacji, ponieważ nie interesują się literaturą.

Popularyzacja literatury w mediach masowych poprzez podejmowanie działań marketingowych, a także upowszechnianie elementów literackich np. na przedmiotach codziennego użytku (pytanie 11.) były pozytywnie wartościowane przez większość ankietowanych. Aż 71 badanych oceniło je przychylnie, uznając, że

oswajają one ludzi z literaturą i wspomagają wzrost czytelnictwa. Jedynie 15 badanych oceniało je negatywnie, twierdząc, że obniżają wartość literatury, zrównując ją z innymi elementami popkultury, co nie przyczynia się do zwiększenia poziomu czytelnictwa. 33 badanych nie ma zdania na ten temat.

A w jaki sposób przekłada się obcowanie z informacjami na temat literatury na faktyczne zainteresowanie lekturą (pytanie 12.)? 71 badanych uzależniało chęć sięgnięcia po daną książkę od sposobu przekazu tych informacji i od gatunku książki. 21 badanych po zetknięciu się z informacjami na temat literatury w mediach lub w innych źródłach sięga po daną książkę, natomiast 19 ankietowanych – wprost przeciwnie: negatywnie odpowiedziało na to pytanie. 10 uczestników badania nie potrafiło określić swojego stanowiska w tej kwestii.

Na pytanie o zauważone zwyczaje językowo-obyczajowe czytelników (13. „Czy osoby z Pana/Pani najbliższego otoczenia (rodzina, przyjaciele, znajomi z pracy, szkoły itp.) używają w codziennych sytuacjach odniesień do literatury?”) 37 badanych odpowiedziało twierdząco, utrzymując, że osoby z ich najbliższego otoczenia posługują się cytatami z literatury, wypowiedziami samych pisarzy itp. 21 badanych odpowiedziało negatywnie, twierdząc że ich rodzina i przyjaciele nie posługują się odniesieniami literackimi. Zdecydowana większość, bo aż 46 pytanym wskazało, że tak, ma to miejsce – jednak zdarza się bardzo rzadko i są to utarte sformułowania, które na stałe weszły do języka codziennego. 13 osób nigdy się nad tym nie zastanawiało, natomiast 4 respondentów odpowiedziało, że zdecydowanie nie.

Według 37 badanych (pytanie 14.) na fakt używania w codziennych sytuacjach odniesień do literatury ma wpływ najbliższe otoczenie konkretnych osób. Media wymieniły 24 osoby, natomiast przeczytane książki – 26 osób. Zdaniem 24 badanych wpływ na fakt posługiwania się literackimi odniesieniami ma wykształcenie, natomiast 21 respondentów wskazało wszystkie proponowane odpowiedzi. Jedynie 2 respondentów nie potrafiło ustosunkować się do powyższego pytania (odpowiedź: „nie wiem”).

* * *

Z przeprowadzonych badań można wysnuć kilka zasadniczych wniosków.

Po pierwsze ten, że literatura w formie tradycyjnej nie zawsze jest głównym czynnikiem inicjującym zainteresowanie czytelnictwem. Ogromną popularnością cieszą się filmowe i serialowe ekranizacje losów bohaterów literackich. Coraz częściej to właśnie obejrzone filmy, moda na dany serial czy też duża ilość miejsca poświęcona w mediach na omawianie filmowych adaptacji literackich pierwowzorów budzi zainteresowanie lekturą. Tym samym pozostaje ona często końcowym elementem w procesie obcowania z daną tematyką.

Po drugie, fakt popularyzacji tematów związanych z literaturą w środkach masowego przekazu jest przez czytelników pożądanym i pochwalanym. Zdecydowana większość badanych wskazała, że ten rodzaj osvajania odbiorców z motywami literackimi wpływa korzystnie na wzrost poziomu czytelnictwa. W tym miejscu

wypada również podkreślić, że duży procent badanych wskazał właśnie media jako źródło, z którego czerpią oni wiedzę o książkach. Prowadzi to do kolejnego wniosku, a mianowicie: media odgrywają coraz większą rolę w procesie kształtowania świadomości literackiej u nowych i coraz młodszych czytelników. Oczywiście przedmiotem badania nie było wartościowanie popularnej wiedzy o literaturze i ocena jej jakości (zwłaszcza w porównaniu z tradycją czytelniczą), ale każe się to wszystko zastanowić nad profilem czytelnika XXI wieku, urodzonego po roku 2000 oraz wychowanego w coraz większym uzależnieniu od nowoczesnych technologii.

Innym wnioskiem płynącym z przeprowadzonych badań jest skonstatowanie faktu współcześnie zachodzącej i bardzo silnie postępującej tendencji do utylitarne go traktowania książek, ich bohaterów i historii. Świadczy o tym różnicowanie się ze względu na wiek respondentów skojarzeń związanych z „pozaksiążkowym życiem literatury”. Osoby powyżej 35. roku życia biorące udział w badaniu jako główne pole napotykania odniesień literackich (poza samą książką) wskazywały z reguły filmy i ekranizacje głośnych powieści, klasyków literatury, a także utwory poetyckie wykorzystywane w piosenkach przez artystów muzyków. Z kolei osoby w młodszym wieku w odpowiedziach na to samo pytanie wymieniały już zupełnie inne elementy kultury popularnej, jak np. przedmioty codziennego użytku, odzież lub również utwory muzyczne, ale nie poezję śpiewaną, lecz popularny wśród młodych ludzi hip-hop. Zwraca również uwagę stosunkowo duża liczba odpowiedzi, świadczących o wychwyceniu powiązań bohaterów popularnych sag literackich, takich jak „Zmierzch” lub „Gra o tron”, z całymi seriami produktów promocyjnych zalewających rynek po premierach nowych sezonów telewizyjnych seriali lub kolejnych *sequeli* kinowych filmów.

Powoduje to konieczność wypracowania nowego języka dialogu między wydawcą a czytelnikiem; języka, w którym większy nacisk położony jest na przekaz wizualny, a nie słowny. Wydaje się, że to właśnie ten czynnik jest kluczowy w dyskusji na temat rozwoju i dalszej drogi literatury; tego, jakie kształty będzie ona przyjmowała lub w co może się przeistoczyć za kilkadziesiąt lat – w produkt, dodatek do gazet, spisana, oprawiona i zawinięta w obwolutę fabułę filmu z gwiazdorską obsadą na okładce, czy może jedynie kliszę, zabytek, o którym będą wspominać przyszli antropolodzy kultury w dyskusjach na temat wartości lat minionych.

Wciąż jednak najczęściej obecne są językowe wytwory literatury, mimo oczywistego odejścia prozy od dotychczasowych kanonów. Co prawda ankietowani zaznaczyli, że najbliższe otoczenie posługuje się utartymi sformułowaniami, które na stałe weszły do języka codziennego; jednak sam fakt ciągłego „używania” tych form w języku, pomimo drastycznie spadającej liczby czytelników książek, każe przypuszczać, że pewne tropy wciąż pozostają aktualne.

Szczególność uwagę zwraca również ujawniona w wynikach ankiety silna zależność między mediami a literaturą. Biorąc pod uwagę liczbę odpowiedzi typujących właśnie media jako główny przekazywacz i główne źródło informacji na te-

mat literatury, nie można lekceważyć tego sygnału. Z przeprowadzonego badania wynika, że w większości czytane są tygodniki, generalnie badani po prasę sięgają przeważnie raz w tygodniu, a uwagę najbardziej przykuwają wywiady i recenzje.

Znaczące jest także miejsce, jakie w zainteresowaniach czytelniczych zajmują książki faktograficzne – literatura faktu, biografie i wspomnienia. Te gatunki niezmiennie od lat cieszą się popularnością. Tendencja utrzymuje się nie tylko wśród badanych powyżej 35. roku życia, lecz również w środowisku gimnazjalnym i licealnym, co wskazuje na ciągłe zainteresowanie prawdziwymi historiami oraz biografiami opisującymi prywatne życie osobistości, znanych przeważnie ze szklanego ekranu. To biografie właśnie są szczególnie pożądane – widać je coraz częściej na wystawach księgarń.

Przy tej okazji warto się zastanowić, w jakim stopniu wpływ na to zjawisko ma charakter współczesnych przekazów medialnych. Oczywiście gatunek biografii ma bogatą historię, jednak ostatnimi czasy swoje życie opisują nie tylko osoby zasłużone i faktycznie prowadzące ciekawe życie, lecz również drugorzędni aktorzy, trzecioliigowi dziennikarze lub prezenterzy, krótko mówiąc – wszystkie osoby mniej lub bardziej związane z mediami. W związku z tym zdaje się, że to media właśnie wyznaczają nie tylko tematy opowieści, aktualnie najbardziej interesujących i modnych, lecz również kreują przyszłych bohaterów książek. Media napędzają więc koniunkturę czytelniczą na wiele różnych sposobów i wyrastają na monopolistę masowej wyobraźni. Rynek literacki nie może być odporny na skutki z tym związane.

Bibliografia

- Barthes R. (1999). Śmierć autora. Przeł. M.P. Markowski. *Teksty Drugie*, s. 247–252.
- Bellos D. (1993). Georges Perec. Życie w słowach. Przeł. J. Kozioł. *Literatura na Świecie*, nr 11–12/1995, s. 318–320.
- Chłosta-Zielonka J. (2011). Od literatury do liberatury. Liberatura jako sztuka totalna. *Polonistyka*, nr 14, s. 79–94.
- Desmurget M. (2012). Teleoglupianie. O zgubnych skutkach oglądania telewizji (nie tylko przez dzieci). Przeł. E. Kaniowska. Warszawa.
- Eco U. (2005). Tajemniczy płomień królowej Loany. Przeł. K. Żaboklicki. Warszawa.
- Furedi F. (2008). Gdzie się podziiali wszyscy intelektualści? Przeł. K. Makaruk.
- Hayles K.N. (2001–2010). Literatura elektroniczna: czym jest? Cz. 1. Przeł. S. Fizek, M. Piarsarski. *Techsty. Literatura i Nowe Media* [http://www.techsty.art.pl/magazyn/magazyn7/literatura_elektroniczna_czym_jest_1.html; 16.11.2014].
- Hopfinger M. (2010). Literatura i media po 1989 roku. Warszawa.
- Janusiewicz M. (2013). Literatura doby Internetu. Interaktywność i multimedialność tekstu. Kraków.
- Kaliszewski A. (2012). Główne nurty w kulturze XX i XXI wieku. Warszawa.
- Książka mówiona. Wikipedia. Wolna encyklopedia [http://pl.wikipedia.org/wiki/Ksi%C4%85%C5%BCka_m%C3%B3wiona; 16.11.2014].

- Kwaśniak J., Rottenberg A., Wąs K. (2012). „Ja nie znam się na popkulturze” – o relacji popkultury i sztuki z Anią Rottenberg rozmawiają Julita Kwaśniak i Katarzyna Wąs, *Mocak Forum*, 1[3] [<https://mocak.pl/ja-nie-znam-sie-na-popkulturze>; 19.10.2015].
- Ong W.J. (1992). Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii. Przeł. J. Japola. Warszawa.
- Ong W.J. (2009). Osoba – świadomość – komunikacja. Przeł. J. Japola. Warszawa.
- Pisarski M. (2001–2010). Hipertekst – definicje. W: tegoż. Hipertekst – punkt węzłowy. *Techsty. Literatura i Nowe Media* [<http://www.techsty.art.pl/hipertekst/definicje.htm>; 16.11.2014].
- Pisarski M. (2010). Diabelskie różki Pawła Dunajko. *Korporacja Ha!art* [<http://www.ha.art.pl/felietony/1231-mariusz-pisarski-diabelskie-roki-pawla-dunajko.html>; 14.11.2014].
- PWN (1997–2014). Słownik Języka Polskiego PWN [<http://sjp.pwn.pl>; 8.12.2014].
- Ruta P. (2009). Fotografia prasowa. Wybrane aspekty praktyczne. *Rocznik Prasoznawczy*, s. 139–147.
- Stetkiewicz L. (2011). Kulturowi wszystkożercy sięgają po książkę. Toruń.
- Wittenberg A. (2012). „Magazyn to tablet, który nie działa”. Dzieci niebawem zapomną, jak obsługiwać gazety. *Natemat. Pl* [<http://natemat.pl/22205,magazyn-to-tablet-ktory-nie-dziala-dzieci-niebawem-zapomna-jak-obslugiwac-gazety>; 14.11.2014].
- Wolny-Zmorzyński K. (2007). Fotograficzne gatunki dziennikarskie. Warszawa.
- Zygierewicz A. (2013). E-book. Produkt, technologia, rynek. *Analizy BAS*, 8(98) 7 czerwca [[http://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/D7A0CA3753C8E631C1257B83003B39FB/\\$file/Analiza_BAS_2013_98.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/D7A0CA3753C8E631C1257B83003B39FB/$file/Analiza_BAS_2013_98.pdf); 14.11.2014].

STRESZCZENIE

Literatura a media – wspólne oddziaływanie i zależności w świetle badań empirycznych opinii społecznej

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie pewnych zjawisk literackich, które zaszły w ostatnich latach wskutek oddziaływania mediów na formę i treść dzieł literackich. Pokazano hybrydyzację gatunków medialnych i literackich, scharakteryzowane zostały niektóre powstałe w ostatnich latach żanry literatury niekonwencjonalnej. W pracy wykorzystano materiały dostępne w internecie, czasopismach poświęconych tematyce medialnej i literaturoznawczej. Przeprowadzono badania ankietowe, na podstawie których ustalono preferencje czytelnicze badanych, ich podejście do zmian.

Słowa kluczowe: literatura, czytelnik, odbiorca, media