

Czwarty numer „Sztuki Edycji” jest tematyczną kontynuacją numerów wcześniejszych w tym sensie, że dotyczy również wieku XIX. Prezentowane artykuły mają charakter zazwyczaj analityczny, rzadziej zaś syntetyczny. Pomieszczone w numerze teksty ukazują przybliżony – choć z konieczności fragmentaryczny – obraz zjawisk współtworzących ówczesny rynek wydawniczy, są częścią projektu badań nad szeroko rozumianym edytorstwem XIX wieku. Referatowe wersje tych wypowiedzi były prezentowane podczas ogólnopolskiej konferencji naukowej *Dziewiętnastowieczne edycje – dziewiętnastowieczni edytorzy*.

Pierwszy krąg podejmowanych w artykułach zagadnień dotyczy głównie działalności wydawców i księgarzy. Warto przypomnieć, że w czasach, kiedy jeszcze nie funkcjonowały lub dopiero rozpoczynały swoją działalność firmy specjalizujące się w wąskich zakresach rynku wydawniczego (redakcja, druk, promocja, reklama, sprzedaż detaliczna, sprzedaż hurtowa), role i zadania wydawców oraz księgarzy były ze sobą ściśle sprzężone. Nierzadko księgarze stawali się wydawcami, wydawcy z kolei – pragnąc dotrzeć do szerokiego grona odbiorców – bardzo chętnie współpracowali z księgarzami. Artykuł Kazimierza Ossowskiego *Strategie wydawców warszawskich na przełomie XVIII i XIX wieku* ilustruje rozmaite zabiegi pozyskiwania czytelników (klientów). Mowa tu m.in. o zapowiedziach, subskrypcjach, prenumeratach, premiach, a nawet... tzw. wydaniach korsarskich. Reklamom jest poświęcony osobny tekst Izabeli Poniatowskiej (*Reklamy w wydaniach polskich powieści popularnych o tematyce współczesnej drugiej połowy XIX wieku*). Analiza treściowa i edytorska wyraźnie dowodzi, że anonse reklamowe w ówczesnych powieściach popularnych świadczą o istotnych przemianach w strukturze społeczności czytającej. Jak mówi badaczka: w drugiej połowie XIX stulecia „książka wyraźnie się demokratyzuje, jednocześnie stając się produktem, który może reklamować inny produkt”.

Do tej samej grupy tematycznej można zaliczyć również artykuły Marii Konopki, Adama Ruty i Alicji Boruc. Z badań zaprezentowanych przez Konopkę w tekście *Lwowscy nakładcy poezji młodopolskiej (1889–1918)* wypływają wnioski dotyczące ówczesnych wydawców. Okazuje się bowiem, że w finansowaniu wydań poezji młodopolskiej zdecydowanie największy udział mieli księgarze (sto dziesięć pozycji) oraz towarzystwa wydawnicze (ogółem dwadzieścia siedem pozycji). Badaczka przyznaje jednak, że nie mamy pewności, czy wymienione w adresie firmy księgarskie bez wyraźnego podkreślenia roli nakładcy nie skrywały funkcji pośrednika w realizacji nakładu własnego autora. „Wiadomo – mówi Konopka – że tomiki poezji nie mogły liczyć na łatwy zbyt, stąd trudniej było poetom, zwłaszcza debiutantom, znaleźć nakładcę. Decyzję o wydaniu swego dzieła własnym kosztem autor nie zawsze chciał ujawniać”. Artykuł Adama Ruty *Od wypożyczalni książek do księgarni wydawniczej. Firma Stanisława Andrzej-*

ja Krzyżanowskiego w Krakowie w latach 1870–1900 koncentruje się na jednej tylko firmie, której działalność można potraktować jako egzemplifikację reprezentatywną dla dziewiętnastowiecznych księgarzy. Oprócz sprzedaży komisowej księgarnia Krzyżanowskiego prowadziła działalność hurtową. Promocję i dystrybucję publikacji wspierały liczne katalogi sortymentowe, nakładowe, komisowe, antykwaryczne oraz specjalne: książek religijnych, filozoficznych, rolniczych, ludowych, literatury dla dzieci i młodzieży, publikacji w języku francuskim. Rozterki natury nie tylko ekonomicznej, ale i etycznej przybliża tekst Alicji Boruc *Michał Arct. Dylematy warszawskiego księgarza-wydawcy schyłku XIX wieku*. Patrząc przez pryzmat aktywności jednej osoby, poznajemy najważniejsze problemy ówczesnych sprzedawców-edytorów. Jak zapewnić publiczności literackiej szeroki wybór dzieł i jednocześnie nie narazić się na ingerencje władz? Czy skoncentrować się na wydawaniu książek na niższym poziomie edytorskim, a tym samym tańszych, czy wydawać lepsze, ale droższe? O tym m.in. traktuje przywołany artykuł.

Drugi krąg publikacji prezentowanego numeru „Sztuki Edycji” kieruje uwagę na problemy rozmaitych edycji, współtworzących rynek wydawniczy XIX wieku. Nie ulega wątpliwości, że określone wybory edytorskie wydawców oraz podejmowane przez nich działania dystrybucyjne w znacznej mierze były podyktowane cenzurą władz zaborców. Małgorzata Rowicka w artykule *Spreparowane edycje utworów Adama Mickiewicza, czyli potyczki wydawców zakordonowych z cenzurą carską w okresie zaborów* dokonuje przeglądu zniekształconych wydań dzieł autora *Pana Tadeusza*, odsłaniając zarazem kulisy ich powstawania. Badaczka odpowiada również na pytanie o zasadność publikowania tego typu edycji. Tekst Rowickiej zapewne zainteresuje nie tylko bibliologów, ale i, a może przede wszystkim, historyków literatury zajmujących się dziewiętnastowieczną recepcją utworów Mickiewicza.

W polskim rynku wydawniczym XIX stulecia niemały udział miały książki dla dzieci. Wybrane edycje tego piśmiennictwa oraz ich nakładców przybliża w swoim artykule Jadwiga Konieczna (*Rynek wydawniczy książki dziecięcej w zaborze rosyjskim w XIX i w początkach XX wieku*). Autorka zwraca uwagę przede wszystkim na znaczącą ewolucję tej dziedziny rynku – od książek wydawanych nakładem autorów, odbijanych w nielicznych wówczas drukarniach, po konsekwentnie realizowane programy wydawnicze dużych oficyn. Badaczka ukazuje też różnorodne czynniki, które wpływały na przemiany rynku książki dziecięcej.

Oferta ówczesnych wydawców była niezwykle zróżnicowana. Przypominają o tym kolejne artykuły zgromadzone w czwartym numerze „Sztuki Edycji”. Wojciech Tomaszewski z perspektywy historyka edytorstwa muzycznego analizuje edycje utworów wokalnych i wokально-instrumentalnych (*Literatura do śpiewania. Nuty z tekstem w ofercie wydawców na ziemiach polskich w latach 1801–1875*), omawiając ich specyfikę: wygląd druku muzycznego, cechy wydawnicze i stosowane przy produkcji normy techniczne. Na jeszcze inny aspekt rynku wydawniczego zwraca uwagę Katarzyna Wodniak w artykule *Cechy i funkcje przekazów literackich na łamach dziewiętnastowiecznej prasy kobiecej*. Autorka rekonstruuje preferencje literackie wybranych periodyków: wskazuje obecność literatury w działach społeczno-kulturalnych oraz jej gazetowe edycje (pierwodruki, przedruki, adaptacje utworów polsko- i obcojęzycznych). Listę zagadnień poruszonych w bieżącym numerze „Sztuki Edycji” zamykają rozważania Ewy Andrysiak *Edycje „Pamiętności Książki Kaliskiej Gubernii” jako przykład rosyjskiej produkcji wydawniczej w dawnym Królestwie Polskim*. Autorka przekonuje o konieczności prowadzenia badań nad cennymi źródłami wiedzy na temat ówczesnego rynku, jakimi są księgi pamiątkowe (wydawnictwa informacyjne) guberni i obwodów Imperium Rosyjskiego.

Zgromadzone tu artykuły dowodzą, że dziewiętnastowieczny – tak jak każdy inny – rynek wydawniczy jest problemem badawczym wykraczającym poza ścisłe ramy sztuki edytorskiej. Dotyka również zagadnień reklamy, handlu oraz recepcji utworów. Zjawiska te tworzą jednak pewną całość, która stanowi interesujący i wciąż niezagospodarowany obszar badawczy dla bibliologów, polonistów, historyków, socjologów czy antropologów kultury.

Badania rynku wydawniczego nie ograniczają się tylko do prezentacji statystycznego obrazu produkcji, tendencji wydawniczych i roli księgarzy-wydawców. Odsłaniają ukryte mechanizmy kierujące tego typu handlem oraz kulisy współpracy autorów z wydawcami, a także ukazują społeczne, polityczne i kulturowe uwarunkowania podejmowanych inicjatyw. Są w istocie podstawą do namysłu nad życiem książki zarówno dawnej, jak i współczesnej.

Opublikowane artykuły uzupełniają dotychczasową wiedzę o rynku książek i czasopism XIX stulecia, dając zarazem wyraźny asumpt do dalszych rozważań. Prezentowany numer „Sztuki Edycji” stanowi w pewnym sensie formę upomnienia się o niesłusznie marginalizowany w naukowej refleksji przedmiot badań, jakim jest rynek wydawniczy (nie tylko XIX wieku).

*Marcin Lutomiński*