

S

elf-publishing – zarys najważniejszych problemów

Self-publishing jest zjawiskiem, które wywołuje sporo problemów na polskim rynku wydawniczym. Po pierwsze, brakuje danych mówiących o jego skali. Choć największe portale, takie jak Wydaje.pl¹ i Virtualo, deklarują ponad tysiąc e-booków w swojej ofercie², trudno nawet przybliżyć liczbę tytułów wydanych w ten sposób. E-booki i książki papierowe często pojawiają się w księgarniach różnych portali self-publishingowych – żaden serwis nie ma monopolu na dany tytuł. Znaczna część autorów niezależnych dystrybuje swoje publikacje w internecie i księgarniach stacjonarnych nieinformujących o ich self-publishingowym rodowodzie, co dodatkowo utrudnia określenie wielkości zjawiska. Należy również pamiętać o coraz popularniejszej praktyce wydawniczej, czyli *vanity publishing*, gdzie autorzy płacą za wydanie swojej książki, chociaż tytuł jest teoretycznie wypuszczony na rynek przez wydawnictwo. Drugim znaczącym problemem jest definicja self-publishingu. Najprościej ujmując, jest to sposób wydawania książek, gdzie wydawnictwo zostaje wykluczone z procesu wydawniczego, a jego rolę przejmuje autor. Pisarz samodzielnie opłaca redakcję, korektę, druk, opracowanie graficzne, zajmuje się dystrybucją i reklamą, w zamian zarabiając do 100% zysku z książki. Autor staje się wydawcą, ale z pomocą czasem przychodzą mu portale self-publishingowe, oferujące płatne usługi wydawnicze, wystawienie książki w swojej księgarni i objaśniające zawiloci

rynku. W zamian pobierają niewielki procent od sprzedaży książki. Można zapytać, gdzie więc są wspomniane problemy? Z pozoru wszystko jest przejrzyste, ale w praktyce self-publishing, znajdując się w opozycji do tradycyjnych wydawnictw, stawia nowe pytania, z którymi musi zmierzyć się autor-wydawca, jak i środowisko wydawnicze. Ponadto mimo rosnącej popularności zjawiska na Zachodzie i w Polsce wciąż brakuje tekstów, których celem byłaby synteza zjawiska, przedstawienie kluczowych zagadnień i wpływu samopublikowania na literaturę. W *Literaturze w dobie internetu*, nowości na rynku wydawniczym, która ma na celu podsumowanie obecności literatury w sieci oraz zjawisk wydawniczych, pojawia się zaledwie wzmianka na temat self-publishingu z pominięciem polskiej recepcji tego zjawiska³. W prezentowanym tekście będę chciała chociaż częściowo wypełnić tę lukę, koncentrując się na przedstawieniu idei, czynnikach ekonomicznych i kulturowych, które wpłynęły na jej popularność, oraz skupić się na edytorskiej stronie wydawanych w ten sposób tekstów.

Know-how, czyli historia i definicje

Self-publishing w odmianie internetowej, gdzie autor publikuje swoją książkę w formie e-booka w sieci, korzystając ze specjalnych portali, jest nowym zjawiskiem w Polsce. Pierwszy portal self-publishingowy – Wydaje.pl – powstał w styczniu 2011 roku. Z czasem zaczęły pojawiać się kolejne strony (jak Virtualo.pl, RW2010)⁴, a wraz z upływem czasu coraz większa liczba autorów zaczęła przekonywać się do samopublikowania, umieszczając książki na swoich stronach, blogach, w księgarniach i specjalnych portalach. Należy pamiętać, że idea takiego self-publishingu przywędrowała do Polski z Zachodu, wraz z sukcesem amerykańskich portali self-publishingowych (Lulu, Smashwords, Kobo, Amazon KDP), które zaczęły zyskiwać swoją popularność z początkiem XXI wieku⁵. Historia samopublikowania sięga jednak głębiej, aż do początków książki. Za pierwszych self-publisherów można uznać wszystkich, którzy samodzielnie opłacali druk swoich książek – w tym Marka Twaina, Edgara Allana Poe⁶, Hermana Melville’a⁷ lub Antoniego Malczewskiego⁸.

Każde nowe zjawisko potrzebuje jednak definicji, zwłaszcza gdy „self-publishing” można rozumieć zarówno jako samodzielne opłacanie druku (jak w wypadku Malczewskiego), jak i wydawanie książek w formie e-booków, za pomocą specjalnych portali. Tradycyjnie wyróżnia się kilka rodzajów samopublikowania: *vanity publishing*, publikowanie subsydiowane, *partnership self-publishing*⁹, pełne samopublikowanie

i self-publishing właściwy. I odpowiednio – *vanity self-publishing* – oznacza sytuację, gdzie drukarze oferują skład techniczny, projekt graficzny książki, druk, nadanie numeru ISBN wraz z wysyłką egzemplarzy obowiązkowych do Biblioteki Narodowej i pozostałych, upoważnionych bibliotek. Autor pokrywa w tym układzie wszystkie koszty, w przeciwieństwie do publikowania subsydiowanego, gdzie przez twórcę opłacana jest tylko część kosztów związanych z wydaniem książki. Publikowaniem subsydiowanym zajmują się często wydawnictwa tradycyjne, które wymagają przekazania pełni praw majątkowych w zamian za wypuszczenie tytułu¹⁰. Taki proceder jest często praktykowany w wypadku debiutantów lub książek, które mają małe szanse na przyniesie zysku wydawcom. *Partnership self-publishing* oznacza układ, gdzie autor (tak samo jak w publikowaniu subsydiowanym) pokrywa koszty przygotowania książki, wydawnictwo rozlicza się z nim jednak z przychodów – w takim układzie pisarz jest w stanie zarobić wyższy procent od sprzedaży niż w tradycyjnym wydawnictwie. Gdy zdecyduje się sam pokryć koszty wydania książki oraz dodatkowo zająć się promocją i dystrybucją, nie korzystając z pomocy wydawnictw ani innych pośredników – możemy mówić o pełnym samopublikowaniu¹¹, które różni się od self-publishingu właściwego tylko tym, że w ostatnim układzie autor korzysta z portali self-publishingowych. Tego typu portale mają kilka wspólnych cech: pozwalają bezpłatnie wydać książkę, która automatycznie trafia do internetowej księgarni. Treść nie jest weryfikowana, a za promocję, marketing oraz dalszą dystrybucję wciąż odpowiada autor. Portale mają w ofercie szereg płatnych i bezpłatnych narzędzi, z których może skorzystać pisarz, by lepiej wydać i wypromować swoją publikację. Wśród nich można znaleźć m.in.: korektę, redakcję, skład DTP, przygotowanie graficzne, druk, recenzję. Za możliwość opublikowania swojej książki w księgarni serwisu portale pobierają opłaty od sprzedaży każdego egzemplarza (40–10%), jednak większa część zarobku trafia do autora. Pełne samopublikowanie i self-publishing zmusza autora nie tylko do odgrywania roli pisarza, ale i agenta literackiego, marketingowca, PR-owca, redaktora i dystrybutora.

Z powyższego podsumowania wyłania się układ literacko-ekonomiczny, gdzie autor opłaca wydanie książki, w zamian otrzymując wysokie zarobki i wolność wydawniczą. W poniższym tekście będzie mnie interesować przede wszystkim pełne samopublikowanie oraz self-publishing właściwy, gdzie autorzy korzystają z serwisów wydawniczych przy publikowaniu swojej książki. Mam wrażenie, że to najdynamiczniejszy trend w USA, kiedy autorzy rezygnują z subsydiowanego publikowania i *vanity publishing* na rzecz idei samopubliko-

wania. Self-publishing staje się modny, a pisarze, którzy dzięki niemu osiągnęli sukces, zamieniają się w gorących orędowników takiego modelu wydawniczego¹². Warto uściślić i tym samym zdefiniować rozumienie pojęcia „self-publishing” jako zjawiska z pogranicza ekonomii i literatury, polegające na samodzielnym wydaniu książki przez autora, co wiąże się z opłacaniem procesu wydawniczego, organizacją i pokryciem kosztów usług marketingowych, promocyjnych i dystrybucji. W tak rozumianym self-publishingu autor zachowuje pełnię praw majątkowych do dzieła i może dystrybuować książki w wielu miejscach – od księgarni e-bookowych, po stacjonarne.

Wady, zalety, sukcesy

Idea jest wywrotowa – z jednej strony zakłada pełną demokrację i unieważnia pracę redaktorów (każda książka nadaje się do wydania), z drugiej przenosi pełną odpowiedzialność na autora, zaś z trzeciej całkowicie polega na prawie wolnego rynku, gdzie czytelnicy oceniają, czy książka jest warta kupienia, czy zachęca do sięgnięcia po kolejne pozycje autora. Często treści są udostępniane bezpłatnie – w ramach promocji pozostałych tekstów lub jako wyraz niechęci autora do pomysłu zarobkowania na literaturze. Takie odwrócenie zasad publikowania budzi często entuzjazm autorów, ale i niechęć wydawców. Szczególnie dla tych ostatnich self-publishing ma wiele wspólnego z Apokalipsą, a na pewno wiąże się z upadkiem dobrych praktyk wydawniczych. Znacząca jest wypowiedź w wydawniczym podsumowaniu 2013 roku *Rynek książki w Polsce 2013. Wydawnictwa*, autorstwa Łukasza Gołębiowskiego i Pawła Właszczyka:

Analizując statystyki rynku wydawniczego, warto chwilę uwagi poświęcić autorom-wydawcom. To coraz większa grupa, której działalność wymyka się na ogół badaczom rynku... gdyż dla rynku ich znaczenie jest znikome. Dziś każdy może być wydawcą. Śpiewać podobno też każdy może, ale bynajmniej nie w operze. Self-publishing niczym się nie różni od pisania do szuflady czy, pozostając przy metaforach wokalnych – od śpiewania przy goleniu. XXI wiek przyniósł ogromną liczbę wydanych, opatrzonych numerem ISBN i trafiających do narodowych statystyk tytułów, które w normalnie funkcjonujących wydawnictwach nie miałyby żadnych szans, zostałyby natychmiast odrzucone przez redaktorów. W efekcie rosnąca część obecnych statystyk wydawniczych to amatorska

grafomania, utwory pisane sobie a muzom. Warto o tym pamiętać, zanim zaczniemy wyciągać wnioski z rosnącej statystyki wydawanych tytułów. Choć spełniają wszelkie formalne wymagania, nie są to pozycje w handlowym rozumieniu książki – zwyczajnie z tego powodu, że nikt ich nie chce sprzedawać¹³.

Publikacja została wydana przez „Bibliotekę Analiz” i stanowi jedno z najbardziej wiarygodnych opracowań dotyczących polskiego rynku wydawniczego. Taką uwagę można więc uznać za nieoficjalne stanowisko polskich wydawców i księgarzy zaniepokojonych nowym zjawiskiem. I gdy część uwag jest merytoryczna (niechęć księgarzy do sprzedawania książek self-publisherów, brak analizy zjawiska i jego skali przez badaczy rynku, łatwość w wydawaniu książek i nadawaniu numeru ISBN), zastanawia jednak lekceważący i nieobiektywny ton tej wypowiedzi, na który autorzy nie mogli sobie pozwolić, omawiając np. rozwój Grupy Wydawniczej PWN. Lekceważący stosunek autorów szanowanej publikacji może świadczyć o pewnym zaniepokojeniu środowiska wydawniczego nowym procesem. Samopublikujący autorzy, szczególnie w wypadku bestsellerów, pozbawiają wydawców potencjalnej części zysków, ale i przede wszystkim pracy. Zwraca na to uwagę Beata Stasińska, wiceprezes zarządu Grupy Wydawniczej Foksal:

Wydawnictwo to ludzie o pewnych kompetencjach. Self-publishing nie zakłada żadnych norm edytorskich. Ale bywają świadomi autorzy, którzy sami opłacają redaktorów i korektorów. Stąd pytanie, które musi sobie zadawać wydawca, lub aroganckie życzenie niektórych autorów: po co jest wydawca? Może to pytanie dotyczy jutra. Niemniej nie łudźmy się – przed nami naprawdę trudne czasy i duże wyzwania. Coraz więcej autorów pisze swoje książki od razu w języku angielskim, bo twierdzą, że ta lingua franca zapewni im ekspansję na rynek globalny. Wydawcy przepatrują listy bestsellerów self-publishingu. Do tego księgarnie zamieniają się w miejsce ekspozycji książki, a nie sprzedaży¹⁴.

Wydawcy dostrzegają zmianę i pewne zagrożenie, które niesie samopublikowanie – gdy niezależni autorzy zaczną świadomie wydawać swoje książki, kopiując profesjonalny proces wydawniczy, dystrybucyjny i promocyjny, sztab agentów literackich, redaktorów, a wreszcie całe wydawnictwa mogą okazać się zbędne, co zmusi ich do zredefiniowania swojej roli. Nic dziwnego, że self-publishing może wywoływać niepokój śro-

dowiska wydawniczego. Stosunek tradycyjnych czytelników i wydawców podsumowuje Andrea Sachs: „[...] mówienie, że jesteś samopublikującym autorem, było jak ogłaszanie, że jesteś neurochirurgiem-samoukiem”¹⁵. Samopublikowanie jest konotowane z grafomaństwem (skoro żadne wydawnictwo nie chciało wydać książki, musi być kiepska), jednak takie postrzeganie zjawiska zaczyna się (szczególnie na Zachodzie) zmieniać wraz z rosnącą popularnością self-publishingu i sukcesami kolejnych pisarzy. W Kanadzie niezależni pisarze mogą zostać pełnoprawnymi członkami związku pisarzy¹⁶, w Wielkiej Brytanii na The University of Central Lancashire można podjąć studia z self-publishingu¹⁷, a wydawcy zachęcają księgarzy stacjonarnych do dystrybuowania książek samopublikujących autorów¹⁸.

Pozytywne strony zjawiska zdają się oczywiste dla debiutantów i pisarzy, których teksty zostały odrzucone przez tradycyjne wydawnictwa – ich książka może pojawić się na (wirtualnej lub tradycyjnej) półce w księgarni, autorzy mogą zaś skonfrontować swoją pracę z czytelnikami i krytykami. Dodatkowo, w wypadku autorów pewnych sukcesów swoich książek i potrafiących zarządzać swoją karierą pisarską, samopublikowanie jest doskonałym sposobem maksymalizacji zysków z książki.

Self-publishing jest raczej alternatywą dla pisarzy niż próbą zastąpienia tradycyjnych wydawnictw. Nowym sposobem wydawania książek zainteresowali się doświadczeni pisarze, np. Stephen King, który w 2013 roku opublikował nowelę *Guns*¹⁹, sprzedawaną tylko za pośrednictwem Amazona²⁰. Bezpłatne e-booki często zamieszczają w sieci autorzy z pewnym dorobkiem literackim, publikując po prostu opowiadania, które zalegały im w szufladzie, jak np. w wypadku Dawida Juraszka, autora *Xiao Long. Białego Tygrysa*²¹, który w portalu Wydaje.pl zdecydował się opublikować dziewięć bezpłatnych opowiadań, w tym *Skalę, która sprowadza cień*²², która miała swój pierwodruk w antologii *Bez bohatera*²³. W wypadku pisarzy z dorobkiem self-publishing nie jest najczęściej jedyną drogą publikowania swoich książek, a raczej eksperymentem, który ma wywołać szum wokół nowej publikacji, lub po prostu sposobem na upublicznienie tekstów, z których trudno byłoby złożyć jednolitą antologię. Wyjątkowy jest przykład Hugh'a Howeya, jednego z popularniejszych pisarzy science fiction w USA, który w Stanach Zjednoczonych sprzedaje swoje książki wyłącznie przez platformy self-publishingowe, ale tłumaczenia i ich dystrybucje powierza zagranicznym wydawnictwom²⁴. Symbolami sukcesu w self-publishingu na Zachodzie są: Amanda Hocking, Barbara Freethy, John Locke²⁵, Linda Pressman²⁶. Szczególnie

spektakularny jest przypadek Amandy Hocking, która wydała siedemnaście książek, prawa do części serii książkowych sprzedała wydawnictwu St. Martin²⁷, a w styczniu 2012 roku sprzedała łącznie półtora miliona egzemplarzy²⁸.

Polski rynek wciąż czeka na pierwsze rekordy niezależnych autorów. Za jednego z popularniejszych autorów uznaje się Władysława Zdanowicza, który sprzedał ponad osiem tysięcy egzemplarzy swoich książek²⁹. O sukcesie można mówić w wypadku Tomka Tomczyka, blogera publikującego swoje teksty na blogach kominek.in i kominek.es. W 2012 roku Tomczyk wydał swoją pierwszą książkę – poradnik dla blogerów – *Bloger*³⁰. Książka ukazała się w wersji papierowej i elektronicznej, w przedsprzedaży zakupiono zaś niecały tysiąc egzemplarzy. Self-publishing jest częstą praktyką wśród blogerów, vlogerów i osób związanych z branżą internetową, by wymienić chociaż *Webshows. Sekrety wideo w internecie* Krzysztofa Gonciarza³¹, *Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności* Karola Króla³² lub *14 tekstów o startupach internetowych* Tomasza Smykowskiego³³.

Drugi obieg i długi ogon

Jeśli przeanalizujemy zmiany w ciągu wydawniczym: autora, który samodzielnie wydaje teksty, który decyduje o redakcji i korekcie (a często z tego rezygnuje), samodzielnie zajmuje się drukiem (zlecając go) i dystrybucją swojej książki, bo jego książka nie może zostać wydana w oficjalnych wydawnictwach (ponieważ nie spełnia pewnych norm), to można zauważyć, że self-publishing ma wiele wspólnego z drugim obiegiem, jaki istniał w Polsce w latach 1977–1989. Oczywiście w tym porównaniu pomijam aspekt polityczny drugiego obiegu. Gdyby nie cenzura i represje, jakim ulegali niepokorni pisarze, narodziny drugiego obiegu nie miałyby miejsca³⁴. Jednak proces wydawania książek w samizdacie jest podobny do tego, który praktykują niezależni pisarze. Samizdaty i serwisy self-publishingowe przeciwstawiają się cenzurze. W pierwszym wypadku – politycznej. W drugim rolę cenzora przyjmują redaktorzy decydujący o wydaniu książki. Rzecz jasna ich decyzje są słuszne, gdy mówimy o książkach kiepskich, źle napisanych, ale w dyskusji o cenzorskiej roli wydawnictw należy pamiętać o sytuacjach, gdy wydawnictwa nie decydują się na dany tytuł (mimo jego potencjału), ponieważ uznają go za nieopłacalny – może nie zwrócić kosztów wydania bądź zarobek będzie po prostu za niski. Ważnym kontekstem jest książka Przemysława Czaplińskiego – *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*³⁵ – gdzie autor zwraca uwagę

na „nieruchome centrum”, czyli grupę dominujących na rynku wydawnictw, promujących konwencjonalną i komercyjną literaturę. Autor tekstu innego niż romans, kryminał i fantastyka, skierowanego do węższego grona odbiorców, bez nagród literackich, z nieznanym nazwiskiem, debiutant – w zasadzie nie jest w stanie przebić się do centrum i opublikować swojej książki w dużym wydawnictwie. Taki autor, wierzący w swój tekst, wraca do samizdatu, a osiągnięty przez niego sukces komercyjny podkopuje system od wewnątrz, udowadniając jego słabość.

Rezygnacja z głównego obiegu w jednym i drugim wypadku łączy się z wolnością wydawniczą i potrzebą realizacji celów artystycznych uniemożliwionych przez zastany układ. Jak charakteryzował sytuację Andrzej Kijowski: „[...] kto raz przekonał się, że książkę może sobie sam wydrukować w domu i w walizce roznieść czytelnikom, ten już nigdy nie stanie w kolejce do wielkiej poligrafii i wielkiej cyrkulacji, zwłaszcza gdy taka kolejka będzie długa”³⁶. Drugi obieg z niezależnym wydawaniem książek łączy jeszcze wielość ról, jakie przyjmuje autor. Jak pisze Paweł Sowiński: „[...] sami [autorzy] byli przecież jednocześnie pisarzami, redaktorami, kolporterami”³⁷. Można więc założyć, że tradycje polskiego self-publishingu sięgają głębiej, a rewolucja wydawnicza zaszła w samizdatach i pierwszych niezależnych wydawnictwach, które powstawały, by wydać konkretną książkę³⁸. Dzisiaj sytuacja różni się tym, że nie trzeba tworzyć nowego wydawnictwa ani drukować na powielaczu. Wydanie książki nie wymaga nawet zakładania działalności gospodarczej – wystarczy tylko serwis self-publishingowy, przez który można regulować kwestie księgowo i finansowe. Można tym samym mówić o komercjalizacji drugiego obiegu. Idea samodzielnego wydawania książek i walki z cenzurą polityczną zmieniła się w zarabianie na utworzonych przez siebie treściach oraz ich dystrybucję i promocję według wymyślonego przez siebie planu marketingowego – sytuacja nie do pomyślenia w latach siedemdziesiątych ubiegłego stulecia.

Takie przeformułowanie i komercjalizacja samizdatu wiąże się z kilkoma czynnikami: teorią długiego ogona, zmianami w udostępnianiu treści przez internet i nadwyżką kognitywną. Teorię długiego ogona opisał Chris Anderson³⁹, który zauważył, że w księgarniach, sklepach muzycznych i innych miejscach sprzedających wytwory kultury w obrocie znajduje się wyłącznie 20% towarów z oferty, które zarazem stanowią najpopularniejsze z nich. Tak więc księgarnie stacjonarne nie mają w sprzedaży wszystkich książek, do jakich mają dostęp u dystrybutora, ale skupiają się na tych przynoszących największy zysk. Sytuacja zaczęła się zmieniać wraz z po-

wstającymi sklepami internetowymi, których nie ograniczała przestrzeń sklepowa i koszty magazynowania – mogą one wystawić dowolną liczbę towarów, chociaż największe zyski wciąż przynosi im 20% produktów. Jednak Anderson zwrócił uwagę, że pozostałe 80% też przynosi mały, ale stabilny dochód, w wysokości ok. 20% całego obrotu⁴⁰. Te 80% tytułów odzwierciedla zasadę długiego ogona, gdzie każda publikacja może liczyć na swoje grono odbiorców. Rynek sprzedaży internetowej wydaje się nieskończenie wielki i tu leżą źródła popularności self-publishingu. Książka, która nie sprzedalaby się w nakładzie tysiąca egzemplarzy (przez co jest nieatrakcyjna dla wydawnictwa), może być źródłem przychodu dla niezależnego autora i szansą na znalezienie swoich odbiorców.

Generacja upload i bezpłatne e-booki

Popularność samopublikowania i rozwój takiego sposobu wydawania książek ma związek jeszcze z kolejnymi zmianami, jakich jesteśmy świadkami. Internet traktujemy zwykle jako źródło wiedzy i rozrywki, a zarazem miejsce, gdzie swoją obecność zaznaczają otwarci na nowe technologie profesjonaliści (tworzący serwisy, strony i biznesy internetowe), jednak koniecznie trzeba zwrócić uwagę na to, że sieć powstała głównie dzięki amatorom udostępniających tam non-profit informacje, zdjęcia, filmy. Bez amatorów nie mogłyby powstać takie bazy wiedzy, jak Wikipedia, portale typu YouTube lub blogi. Clay Shirki próbuje wytłumaczyć to zjawisko, pisząc o nadwyżce kognitywnej. Gdy powstało pojęcie czasu wolnego jako następstwo skrócenia dnia pracy do ośmiu godzin, ludzie zaczęli zagospodarowywać go na różne sposoby. Jednym z nich było bierne odbieranie uprzednio przygotowanych treści (telewizja, książki), jednak wraz z rozwojem nowych technologii popularne stało się aktywne uczestnictwo. Nadwyżka poznawcza może być wykorzystywana do samodzielnego tworzenia treści w sieci⁴¹. O podobnym zjawisku pisze Jeff Gomez, który wyróżnił dwie generacje użytkowników sieci – download i upload. Starsza generacja, download, jest nastawiona na pobieranie treści z internetu i bierny ich odbiór, zaś młodsza, upload, zarówno pobiera treści, jak i je tworzy w postaci blogów, filmików, baz wiedzy⁴².

Self-publishing wpisuje się w zjawisko nadwyżki kognitywnej i generacji upload. W zasadzie nie ma dużej różnicy w motywacji autora, który zamieszcza teksty na blogu lub udostępnia je w formie e-booka – w jednym i drugim wypadku chodzi po prostu o podzielenie się stworzoną w wolnym czasie treścią z odbiorcami. Uczestnictwo jest dość naturalne

dla generacji upload, która często nie cenzuruje udostępnianych treści. Stąd zarzut grafomanii traci siłę, gdy zrówna się amatorskie e-booki z np. blogami. W obydwóch wypadkach wartości stylistyczne, opracowanie graficzne nie są tak ważne, jak łatwe przekazywanie treści dalej. Wystarczy przejrzeć dowolną księgarnię na platformie self-publishingowej, by oprócz książek przygotowanych według norm edytorskich, zaprojektowanych tak, aby konkurowały z tytułami sprzedawanymi w księgarniach, znaleźć publikacje powstałe dla radości twórczenia i udostępniania własnych treści. Przykładem mogą być: *Odrzucone zasady* Michała Węgrzyńskiego⁴³, które w swojej formie raczej przypominają rozwinięte notki z blogu osobistego, lub *Pocztówki, czyli opis włości po Wyspach Kanaryjskich i innych cudach* Ewy Kaznowskiej-Ponczek, składające się z opisu włości po Teneryfie⁴⁴. Ten e-book jest dodatkowo bezpłatny, a jego treść mogłaby funkcjonować na blogach podróżniczych. Dla generacji upload zarabianie na treści nie jest tak ważne, jak potrzeba jej udostępniania. Wikipedia, blogi i filmy na YouTube – wszystko jest bezpłatne, tak jak znaczna część e-booków na portalach self-publishingowych. Potrzeba udostępniania i rozpowszechniania treści w wygodniejszej dla odbioru literatury formie e-booka prawdopodobnie skłoniła również redaktorów *Zombiefilii*⁴⁵ do przygotowania bezpłatnej antologii opowiadań o zombie. Redaktorzy włożyli duży trud – pozyskali patronaty wielu portali poświęconych grozie i horrorowi, zainwestowali w projekt okładki i skład (również do ePUB i MOBI), poddali teksty korekcie i redakcji. Opowiadania zostały zebrane w ramach konkursu, a wszyscy uczestnicy projektu podjęli działania non-profit, chociaż *Zombiefilia* mogłaby odnieść komercyjny sukces, zważając na modną tematykę, dobrą redakcję i przygotowanie tekstu. Redaktorzy zdecydowali się jednak udostępnić e-booka za darmo, ponieważ ważniejsze było tworzenie treści i przekazanie jej dalej, co byłoby zgodne z teorią nadwyżki poznawczej. Self-publishing jest więc wykorzystywany przez osoby, które chciałyby udostępnić treści w wygodniejszej do czytania formie e-booka. W tym wypadku kwestie rynkowe i wydawnicze nie są tak ważne, jak łatwość w sposobie udostępniania tekstu i jego forma. Cała otoczka wydawnicza, relacja pisarz–czytelnik, traci na znaczeniu w porównaniu z nowymi zasadami udostępniania treści w internecie.

Inny jest przykład Psa Łańcuchowego – quasi-wydawnictwa, które pod tym szyldem publikuje z założenia darmowe, ale artystycznie dopieszczone e-booki. Mówią o sobie:

**Autor staje się wydawcą,
ale z pomocą czasem
przychodzą mu portale
self-publishingowe**

Wydawnictwo, które zerwało się z łańcucha. Pies-koneser wolnej kultury. Grupa autorów biorących sprawy w swoje ręce, a książki oddających innym za darmo. Jeszcze raz: ZA DARMO, bo inaczej się już teraz nie da. Ale jeśli będziecie upierać się, że pisarz też pies i jeść musi, podamy wam numery odpowiednich rachunków bankowych. By cyberkapitał płynął do właściwych kieszeni⁴⁶.

Książki zwracają na siebie uwagę przemyślaną oprawą graficzną, dobrą redakcją i artystycznymi dążeniami autorów, co widać po dwóch wydanych publikacjach *Miesiącu w blachowni* Łukasza Błaszczyka⁴⁷ i *Gwelfie i gibelinie* Pawła Sajewicza⁴⁸. Dodatkowo, wydawnictwo podkreśla darmowe uczestnictwo w kulturze. Autorzy mogą zarobić na publikacjach (gdy tak postanowi czytelnik), o czym przypomina numer konta w stopkach redakcyjnych książek. Pomysł nie jest rewolucyjny, ale zwraca uwagę świadomością wydawców, którzy publi-

kując darmowe e-booki i zamieszczając informację o dowolności opłaty, dekonstruuja zasady rynku wydawniczego. To czytelnik swoją opłatą decyduje, czy książka była godna przeczytania. Autorzy zainwestowali wcześniej w proces wydawniczy, po-

dejdując ryzyko, że projekt będzie nieopłacalny, odwracając tym samym proces decyzyjny zapadający w wydawnictwach. Ponadto akceptują sytuację, gdzie kultura jest bezpłatna, bo kiedy każdy może opublikować i stworzyć swoją książkę, to czemu inni mieliby za nią płacić? Jest to myślenie charakterystyczne dla pokolenia upload.

W *Books unboud* Andrea Sachs pisze o literaturze na wolności – obecności literatury w sieci, która różni się od jej tradycyjnej formy. Mowa tam o amatorskich powieściach, których przeznaczeniem jest czytanie na telefonach, fanfiction dostępnych online, blogach i self-publishingu⁴⁹.

Self-publishing byłby naturalną kontynuującą tych działań – kiedy literatura w internecie wyzwoliła się spod normatywnego procesu wydawniczego i może przyjmować dowolne formy, okazało się, że jej ważnym aspektem jest niekoniecznie komercyjne udostępnianie treści szerokiemu gronu odbiorców.

Edytorstwo elektroniczne, czyli normy self-publishingu

Wspomniana *Zombiefilia* i książki Psa Łańcuchowego są przykładem, że bezpłatne e-booki, wydane w dodatku przez self-publisherów, mogą być dobrze opracowane. Pozostawiam krytyczną ocenę tekstów, skupiając się na warstwie edytorskiej. Należy zwrócić uwagę, że redaktorzy i wydawcy omawianych tytułów starali się, by e-booki zostały wydane równie profesjonalnie, jak by zrobiło to wydawnictwo. Co rozumiem przez profesjonalne wydanie? Redaktorzy zadbali we wszystkich wypadkach o redakcję, korektę, numery ISBN oraz zgłoszenie tychże tekstów do repozytorium Biblioteki Narodowej i pozostałych, obowiązkowych bibliotek. Książki występują w trzech formatach: ePUB, MOBI i PDF, co umożliwia czytanie zarówno na komputerze, jak i na czytnikach, telefonach oraz tabletach. Nie zapominano przy tym o tekstach pobocznych: stronie tytułowej, stopce redakcyjnej, spisie treści, numeracji (*Zombiefilia* w formacie PDF ma dodatkowo żywą paginę, zaś książki Psa Łańcuchowego wakaty w miejscach wymaganych przez normę edytorską).

Co prawda zdarzają się „bękarty i wdowy”, czasem zbędne „światło” w formatach PDF, jednak widać, że redaktorzy trzymali się norm edytorskich, przez co teksty nie odbiegają od e-booków złożonych przez wydawnictwa. Dlaczego o tym piszę? Ponieważ jeśli chodzi o warstwę edyorską w self-publishingu, najlepszy podsumowaniem zdaje się zwrot „wolna amerykanka”.

Najczęstszym zarzutem wobec samodzielnie wydawanych książek jest ich niechlujne wydanie. I jest to zarzut jak najbardziej uzasadniony – wystarczy przejrzeć e-booki i książki papierowe dostępne w serwisach self-publishingowych czy w księgarniach⁵⁰. Znaczna część pozbawiona jest korekty, redakcji lub opracowania graficznego, co wywołuje często negatywne komentarze ze strony czytelników⁵¹. Podobnie jest z okładką, która czasem przypomina rysunek przygotowany na szybko w podstawowym programie graficznym, np. Paintcie. Brak wstępnej weryfikacji i redakcji oraz zasada, że każdy może opublikować swoją książkę, doprowadza do sytuacji, że są publikowane teksty niedopracowane lub słabej jakości⁵². Andrea Sachs podsumowuje self-publishing następująco:

[...] put these pieces together, and the picture begins to resolve itself: more books, written and read by more

people, often for little or no money, circulating in a wild diversity of forms, both physical and electronic, far outside the charmed circle of New York City's entrenched publishing culture. Old Publishing is stately, quality-controlled and relatively expensive. New Publishing is cheap, promiscuous and unconstrained by paper, money or institutional taste. If Old Publishing is, say, a tidy, well-maintained orchard, New Publishing is a riotous jungle: vast and trackless and chaotic, full of exquisite orchids and undiscovered treasures and a hell of a lot of noxious weeds⁵³.

Egzotycznymi kwiatami są wspomniane edycje Psa Łańcuchowego i *Zombiefilia*, ale i też inne publikacje, gdzie autorzy zadbali o wysoki poziom zarówno treści, jak i strony edytorskiej. Przykładem są książki Aleksandra Sowy, niezależnego pisarza publikującego swoje e-booki w kilku serwisach i na stronie autorskiej⁵⁴, na której wstawia dobrze opracowany tekst. Jednak większość publikacji budzi niechęć czytelników przez brak korekty, liczne błędy w składzie, nieposzanowanie norm edytorskich. Zresztą ta niechęć jest przenoszona na ideę samopubliko-

wania – self-publishing jest wyłącznie konotowany z ozą grafomaństwa, co jest krzywdzące dla niezależnych autorów, dbających o poziom publikowanych książek. Jednak nowatorstwo self-publishingu rodzi jak najbardziej praktyczne problemy – zaczynając od dystrybucji (nie każda księgarnia chce sprzedawać książki niewydane w wydawnictwie), przez brak zainteresowania krytyków takimi tekstami (a więc ich nieobecność w branżowych i literaturoznawczych czasopiśmie), po ich katalogowanie przez Bibliotekę Narodową i inne, uprawnione podmioty, w momencie nadania ISBN⁵⁵. W ostatnim wypadku trudność pojawia się w momencie określenia wydawcy oraz zaniechania przez pisarzy obowiązku zgłaszania egzemplarzy do bibliotek i niepobierania kolejnego numeru ISBN-u, przez co książkę trudno odnaleźć w katalogach, a status kolejnych wydań jest niejasny. Mimo otwartości bibliotek i księgarzy na takie publikacje autorzy muszą spełnić podstawowe wymogi edytorskie (tytuł, autor, data i miejsce wydania, oznaczenie siebie jako wydawcę, redakcja tekstu i odpowiednie formaty), aby książka mogła zostać umieszczona w katalogach bibliotek i księgarń.

Z jednej strony autorzy mają całkowitą wolność wydawniczą, ale z drugiej muszą dostosować się do obowiązujących norm. Co prawda nikt nie narzuca treści książki (każdy

Publikowaniem
subsidiowanym zajmują
się często wydawnictwa
tradycyjne

tekst z nadanym numerem ISBN musi znaleźć się w repozytorium Biblioteki Narodowej i Biblioteki Uniwersytetu Jagiellońskiego), jednak jeśli książka ma znaleźć swoje miejsce na rynku księgarskim, musi „upodobnić się” do tytułów drukowanych przez wydawnictwa. Zaczynając od formatu pliku (w wypadku e-booka niemożliwa jest sprzedaż książki np. w formacie DOC, TXT lub hipertekstu przez strony księgarń), przez teksty poboczne (okładka, tytuł, strona redakcyjna, spis treści), po opracowanie graficzne (rozumiane jako graficzne oznaczenie rozdziałów, numerów stron itd.) i redakcję – większość księgarzy nie będzie chciała dystrybuować książki z oczywistymi błędami językowymi. Dlatego niezależni autorzy są niejako zmuszeni do odwzorowania tradycyjnego procesu wydawniczego, tak aby ich tekst nie odstawał od innych książek. Świadczy to o znaczeniu norm edytorskich w rynkowej rzeczywistości, ale i przyzwyczajeniu czytelnika do nich. Gdy bibliotekarze i księgarze mogą po prostu cenić tradycje wydawnicze i dlatego żądać odpowiedniego przystosowania tekstu, to czytelnicy kierują się wyłącznie wygodą (poprawny tekst, format odpowiedni do konkretnych urządzeń) i przyzwyczajeniem wpływającym ze wcześniejszej praktyki czytelniczej (jak okładka dla e-booka).

I tu, wbrew założeniom o całkowitej wolności twórczej, funkcję normatywną przyjmują portale self-publishingowe. Funkcja przyjmuje różne oblicza – po pierwsze, można opublikować tylko e-book spełniający podstawowe normy wydawnicze (treść w PDF, okładka, tytuł). Po drugie, portale zachęcają swoich użytkowników do zamawiania redakcji, korekty, składu technicznego, czyli narzucają standardy z tradycyjnych wydawnictw, zaś po trzecie – często przy portalach self-publishingowych prowadzone są blogi⁵⁶, szkolenia lub inne kanały upowszechniania wiedzy o procesie wydawniczym. Zadania edukacji autorów, często nieorientujących się w branży wydawniczej, realizują nierzadko pracownicy takich portali, mający kontakt z klientem. Nie ma tu mowy o narzucaniu decyzji – wciąż podejmuje je wyłącznie autor – jednak przez takie szkolenia jest on w pewnym stopniu socjalizowany do norm wydawniczych. Chociaż na większości portali self-publishingowych można opublikować każdą książkę, część z nich zastrzega sobie prawo⁵⁷ do usunięcia publikacji, która łamie prawa autorskie osób trzecich, regulamin (gdzie zabronione są np. szerzenie rasizmu, mowa nienawiści i pornografia) lub granice dobrego smaku. Można mówić o pewnych działaniach cenzorskich administratorów, jednak mają one większy związek z etykietą niż zadaniami redaktorskimi.

Znaczna część autorów niezależnych dystrybuuje swoje publikacje w internecie

Futuryzm i powrót autora

Korzeni self-publishingu szukałam zarówno w historii książki, jak i zmianach ekonomiczno-kulturowych. Drugi obieg, samopublikowanie pisarzy dziewiętnastowiecznych, teoria długiego ogona i nowe udostępnianie treści w internecie niejako wyjaśniają popularność zjawiska. Jednak wydaje mi się, że można doszukać się również związków między samopublikowaniem a futuryzmem, mając w pamięci główne postulaty futurystów: śmierć muzeów, bunt przeciwko zastanym zasadom sztuki, nowatorstwo oraz pewną demokratyzację w tworzeniu⁵⁸. Zbigniew Jarosiński pisze o futurystach: „[...] dzieło artystyczne przestało być rewelacją jakichkolwiek wartości absolutnych. Autorytet artysty uznano za uzurpację. Zostały zakwestionowane kryteria piękna, logiki, sensowności i dobrego smaku”⁵⁹. Futuryści wykonali pierwszy krok, burzący autorytet instytucji i artyści. Self-publishing wiąże się z otwarciem na nowe technologie i wiarą w rewolucję wydawniczą, gdzie każdy będzie mógł opublikować swoją książkę, a najlepsi zostaną wybrani dzięki rzetelnym ocenom czytelników. To nie wydawnictwo wskazuje, kto zasługuje na miano pisarza, ale robi to twórca. Wskazywanie na futurystyczne korzenie takiego myślenia jest uzasadnione.

Z drugiej strony self-publishing jest królestwem autora – nie pisarza, ale właśnie autora lub self-publishera. Zarówno na polskich, jak i zachodnich portalach self-publishingowych rzadko pada zwrot „pisarz”. Wydaje się, że to rzeczownik zarezerwowany dla innego, tradycyjnego porządku, niosący ze sobą wiele znaczeń, nieprzystających do innowatorskiego self-publishingu. Zresztą autorzy raczej unikają porównań do zawodowych pisarzy, nie przypisując sobie wzniosłości i poważania z nim związanego. Z drugiej strony wraz z self-publishingiem następuje pewna reinkarnacja Barthes’owego⁶⁰ i Foucaultowskiego⁶¹ „autora”. Łączą się tutaj jednak dwie tendencje – futurystyczne upowszechnianie sztuki i niechęć do wydawniczych autorytetów wraz z magiczną otoczką tworzącą się dookoła rzeczownika „autor”. Może nim zostać każdy, jednak autor w self-publishingu zostaje wywyższony niemalże do roli demiurga – nie dość, że decyduje o losach bohaterów i już gotowej książki, to dodatkowo wchodzi w interakcje z czytelnikami, czasem narzucając im swoją interpretację. Wbrew Foucaultowi self-publisher podkreśla swoją indywidualność przez pisanie i wydawanie swoich książek. Pozostałe instytucje są odrzucone, pozostaje tylko osoba pisząca, która ma jak do tej pory

największą władzę nad książką. Efekt jak do tej pory nie jest może tak spektakularny, jak można by się spodziewać. Self-publisherzy skupiają się raczej na działalności mimetycznej (odwzorowywaniu form narzuconych przez historię książki i literatury oraz tradycję wydawniczą) niż na realnej, literackiej rewolucji. Z drugiej strony trzeba zwrócić uwagę na inną tendencję – w momencie, gdy autor jest wywyższany i osiąga całkowitą władzę, jego funkcja przestaje być elitarna. Dzięki self-publishingowi autorem może stać się każdy, a powszechny dostęp do tej funkcji odziera ją z wyjątkowości. Kontekstem dla tych rozważań może być tekst Waltera Benjamin *Dzieło sztuki w dobie możliwości jego reprodukcji technicznej*⁶², piszący o łatwości przemiany z czytelnika w autora wraz z rozwojem dziennikarstwa – pisarzem nie była wyłącznie osoba poświęcająca się pracy literackiej, ale i reportażysta. Czytelnik mógł opublikować swój list w prasie, co już zbliżało go do przyjęcia pisarskiej roli. „Autor” stawał się więc funkcją, którą można było przyjąć w wymagającej tego sytuacji. Skoro taka teza została postawiona w latach trzydziestych ubiegłego stulecia, to co dzieje się z autorem w momencie, gdy publikacja tekstu wymaga tylko kilku kliknięć myszką? Walczą ze sobą dwie tendencje – kult autora w wykonaniu self-publisherów i portali poświęconych samopublikowaniu oraz rozproszenie tej funkcji w społecznej świadomości. Walka o wyjątkowość i blichtr związany z pisarstwem, z komercjalizacją pojęcia oraz jego sztuczną reanimacją doprowadza do sytuacji, w której każdy może pisać i stać się wyjątkowy. Takie upowszechnienie sztuki znów odsyła do futurizmu, ale jestem pewna, że nie o wyzwolenie sztuki tu chodzi. Zresztą po dwudziestu latach kapitalizmu mało który czytelnik (i self-publisher) da się nabrać na hasło „każdy może się stać wyjątkowym autorem”. Tę natarczywą obecność autora można wytłumaczyć jeszcze prościej. Skoro (myśląc za Benjaminem) tak naprawdę każdy zainteresowany może wydać książkę (czy samodzielnie, czy w wydawnictwie) i podjąć funkcję autora, to i we wszystkich tkwi pisarski potencjał. Ten nimb geniusza i tytuł wybrańca muz jest i tak zarezerwowany dla „narodowych wieszczów” – Czesława Miłosza, Henryka Sienkiewicza i Wisławy Szymborskiej. Pojawia się jednak problem – jak nazwać publikujących swoje teksty? „Pisarz” to wciąż zbyt duże słowo, z pomocą więc przyszedł „autor”, pojęcie pojawiające się nie tylko w tekstach historycznoliterackich, ale i w interencje na oznaczenie osoby wrzucającej swoje teksty na blog, filmy na YouTube i posty na forum. Prześledzenie historii tego pojęcia w polskim internecie jest trudne, jednak self-publisherowy „autor” ma więcej wspólnego z generacją

upload niż z Foucaultem, chociaż na pewno wartością są pozytywne skojarzenia z „pisarzem”.

Self-publishing jest rewolucją wydawniczą, ale nie literacką. Wystarczy porównać bestsellery z Wydaje.pl⁶³ z TOP 10 Empiku⁶⁴ (pomijając w drugim wypadku wiarygodność rankingu). W obydwóch wypadkach królują poradniki i literatura popularna. Trudno znaleźć w zakamarkach self-publishingu książki, które miałyby ambicje artystyczne. Za to księgarnie serwisów self-publishingowych obfitują w poradniki, paranormalne romanse, kryminały i fantasy – jednak książki są coraz staranniej wydawane. Self-publishing na poziomie literackim odzwierciedla tendencje rynku wydawniczego, większość autorów publikuje teksty na fali popularności danego gatunku, oczekując zapewne sukcesu i wysokich zarobków. Taka taktyka się sprawdza, skoro najlepiej sprzedają się poradniki niezależnych pisarzy. Co jednak z literaturą o artystycznych pretensjach? Wydaje mi się, że na tę rewolucję musimy jeszcze poczekać.

Samopublikowanie jest nowym zjawiskiem na rynku wydawniczym. Na razie jedyna różnica polega na nowym sposobie dystrybucji treści – rezygnacji z roli wydawnictwa w tym procesie i przeniesienie całej uwagi i decyzyjności na osobę autora. Self-publisherom zarzuca się często grafomanię, więc najczęstszym sposobem zrównania takiego sposobu wydawania książek jest odwzorowywanie procesu wydawniczego i treści publikacji – mając przed sobą niczym nieograniczone możliwości, autorzy miotają się między grafomanią a kopiowaniem zasad rządzących rynkiem książkowym. Rezultatem jest wzrost popularności zjawiska i tym samym powstawanie coraz większej liczby wartościowych książek – ostatecznie okazuje się, że dla czytelnika nie jest aż tak ważny sposób wydania książki, ale jej treść.

Key Words: self-publishing, internet platforms, free access to publication, e-books, publishing standards

Abstract: The aim of the following article is to understand popularity of self-publishing phenomena in Poland. At the very beginning author is explaining what is self-publishing, taking as an example three most popular self-publishing portals in Poland (Wydaje.pl, Virtualo and RW2010) and comparing them to the foreign self-publishing portals. Author is writing about different types of self-publishing: vanity publishing, subsidized publishing, partnership self-publishing, whole self-publishing and self-publishing at the Internet platforms. Next part of the article is entitled discussions about advantages and disadvantages of selfpublishing and reception of this phenomena. Author writes about first self-publishing success (novels by Stephen King) and major, american stars of self-

-publishing in the effort of seeking polish self publishing success stories. It turns out, that polish self-publishing market is lacking bestsellers and independent authors. Subsequently changes in publishing circuit are analyzed. Author compares self-publishing to second publishing circuit in Poland (1971–1989). Selfpublishing is described as samizdat without political context, in commercialized version. Theory of long tail (by Chris Anderson) “generation upload” theory (Jeff Gomez), cognitive surplus (Clay Shirky) and economical context of self-publishing (free access to publication) are recalled to understand popularity of independent self-publishing. Next author is analyzing an editor side of self-published e-books trying to compare it with traditional published book. It turned out, that independent authors not always follow editorial standards, but they are trying to follow them. They resign from the editorial freedom in order to use one developed by publishing standards – the aim is being understood by readers. In the last part author is referring to the status of an author in self-publishing, pointing changes (and refer to Roland Barthes, Michael Foucault, Walter Benjamin) – author is becoming the most important part of the communication chain in self-publishing by making decisions and staying in touch with a reader.

¹ W tym artykule będę w większości odwoływać się do tekstów zamieszczonych na portalu Wydaje.pl (ze względu na dostęp do bazy e-booków), jednak moim celem nie jest promocja tego portalu. Wszystkie stawiane tezy mają zastosowanie do publikacji pojawiających się w konkurencyjnych portalach, jak np. Virtualo lub RW2010.

² Zob. strona Virtualo (dostęp: 04.04.2014), <http://virtualo.eu>; opis Wydaje.pl, na stronie konkursu Ebook Roku 2013 (dostęp: 04.04.2014), <http://ebookroku.pl/ebook-roku>.

³ M. Janusiewicz, *Literatura w dobie internetu. Interaktywność i multimedialność tekstu*, Kraków 2013.

⁴ Zob. opis działalności RW2010 na ich stronie internetowej (17.02.2014), <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H12/o-nas.html>.

⁵ Jeden z pierwszych portali self-publishingowych, Lulu.com, rozpoczął swoją działalność w 2000 roku (dostęp: 16.02.2014), http://lulupresscenter.com/uploads/assets/Press_Kit_908.pdf, kolejny, Smashwords – w 2008 roku (dostęp: 16.02.2014), <https://www.smashwords.com/about>, a początki self-publishingu pod logiem Amazona sięgają 2005 roku (16.02.2014), <http://en.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>.

⁶ P. Winkler, *Famous Writers Who Self-Published: Busting a Self-Publishing Myth*, dokument elektroniczny (dostęp: 15.02.2014), http://www.huffingtonpost.com/peter-winkler/famous-writers-who-selfpub_b_4303994.html.

⁷ R. Nash, *What Is the Business of Literature*, „Virginia Quarterly Review” 2013, No. 89, s. 14–27.

⁸ Nakładem autora została opublikowana *Maria. Powieść ukraińska*; A. Malczewski, *Maria. Powieść ukraińska*, oprac. R. Przybylski, Wrocław–Kraków 1978, s. XXII.

⁹ M. Rooney, *The Types of Self-Publishing – Peeling Away the Layer of Confusion*, dokument elektroniczny (dostęp: 15.02.2014), <http://www.selfpublishingreview.com/2009/02/the-types-of-self-publishing-peeling-away-the-layers-of-confusion>.

¹⁰ M. Allen, *Subsidy Publishing vs. Self-Publishing: What's the Difference?*, dokument elektroniczny (dostęp: 15.02.2014), <http://www.writing-world.com/publish/subsidy.shtml>.

¹¹ M. Rooney, op. cit.

¹² H. Howey, *Hugh Howey o byciu skutecznym artystą we współczesnym świecie*, rozmowę przeprowadził A. Tucholski (dostęp: 16.02.2014), <http://jestkultura.pl/2014/hugh-howey/>.

¹³ Ł. Gołębiowski, P. Waszczyk, *Rynek książki w Polsce 2013. Wydawnictwa*, Warszawa 2013, s. 32–33.

¹⁴ Rozmowa z B. Stasińską, „Notes Wydawniczy” 2013, nr 5; cyt. za: ibidem.

¹⁵ „[...] saying you were a self-published author used to be like saying you were a self-taught brain surgeon”; A. Sachs, *Books Unbound*, „Time” 2009, No. 173, s. 71–74.

¹⁶ *Samopublikujący pisarze zostaną uznani w Kanadzie pełnoprawnymi literatami?*, dokument elektroniczny, (dostęp: 16.02.2014), <http://booklips.pl/newsy/samopublikujacy-pisarze-zostana-uznani-w-kanadzie-pelnoprawnymi-literatami/>.

¹⁷ A. Flood, *First Self-Publishing MA Offers DIY Education*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), <http://www.theguardian.com/books/2014/feb/05/first-self-publishing-ma-university-of-central-lancashire>.

¹⁸ T. Tunja, *Why Don't More Bookstores Stock Self-published Titles?*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), <http://publishingperspectives.com/2014/01/why-dont-more-bookstores-stock-self-published-titles/>.

¹⁹ S. King, *Guns*, Philtrum Press 2013.

²⁰ S. P. Aune, *Stephen King Guns Essay Published as a Kindle Single on Amazon*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), <http://www.technobuffalo.com/2013/01/25/stephen-king-guns-essay-on-kindle-amazon/>.

²¹ D. Juraszek, *Xiao Long. Biały Tygrys*, Warszawa 2009.

²² Idem, *Skala, która sprowadza cię*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), <http://wydaje.pl/e/skala-ktora-sprowadza-cien>.

²³ *Bez bohatera. Antologia polskich opowiadań fantastycznych*, Warszawa 2005.

²⁴ H. Howey, op. cit.

²⁵ *John Locke – samopublikujący pisarz sprzedał milion ebooków*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), <http://booklips.pl/newsy/john-locke-samopublikujacy-pisarz-sprzedal-milion-ebookow/>.

²⁶ S. Hurtes, *6 Self-Publishing Success Stories*, „Writer” 2012, No. 125, s. 28–31.

²⁷ J. Bosman, *Self-Publishing Star Amanda Hocking Sells Next Series to St. Martin's*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), http://www.nytimes.com/2013/06/20/business/media/self-publishing-star-amanda-hocking-sells-next-series-to-st-martins.html?_r=0.

²⁸ E. Pilkington, *Amanda Hocking, the Writer Who Made Millions by Self-Publishing Online Martin's*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), <http://www.theguardian.com/books/2012/jan/12/amanda-hocking-self-publishing>.

²⁹ *Władysław Zdanowicz najpopularniejszym samopublikującym autorem w Polsce?*, dokument elektroniczny (dostęp: 16.02.2014), <http://booklips.pl/newsy/wladyslaw-zdanowicz-najpopularniejszym-samopublikujacym-autorem-w-polsce/>.

³⁰ T. Tomczyk, *Bloger*, Katowice 2012.

³¹ K. Gonciarz, *Webshows. Sekrety wideo w internecie*, s.l., 2012.

³² K. Król, *Crowdfunding. Od pomysłu do biznesu, dzięki społeczności*, Katowice 2013.

³³ T. Smykowski, *14 tekstów o startupach internetowych*, s.l., 2010.

³⁴ P. Sowiński, *Zakazana książka. Uczestnicy drugiego obiegu 1977–1989*, Warszawa 2011, passim.

³⁵ P. Czaplirski, *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*, Kraków 2007.

³⁶ A. Kijowski, *Literatura i kryzys, w: Kongres Kultury Polskiej, 11–13 grudnia 1981*, Warszawa 2000, s. 27–31.

³⁷ Ibidem, s. 151.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ch. Anderson, *Długi ogon*, Poznań 2008.

⁴⁰ Idem, *Długi ogon, w: Ekonomia kultury. Przewodnik Krytyki Politycznej*, Warszawa 2010, s. 294–303.

⁴¹ C. Shirky, *Dziń, telewizja i nadwyżka kognitywna, w: Ekonomia kultury*, s. 260–287.

⁴² J. Gomez, *Generation Upload, w: Print is Dead. Books in Our Digital Age*, New York 2008.

⁴³ M. Węgrzyński, *Odrzucone zasady*, dokument elektroniczny (dostęp: 04.04.2014), <http://wydaje.pl/e/odrzuczone-zasady2>.

⁴⁴ E. Kazanowska-Poncdek, *Pocztówki, czyli opis włości po Wyspach Kanaryjskich i innych cudach*, dokument elektroniczny (dostęp: 04.04.2014), <http://wydaje.pl/e/pocztowki-czyli-opis-wloczugi-po-wyspach-kanaryjskich-i-innych-cudach>.

⁴⁵ *Zombifilia*, red. zbiorowa, dokument elektroniczny (dostęp: 04.04.2014), <http://wydaje.pl/e/zombifilia>.

⁴⁶ Zob. opis wydawnictwa Pies Łańcuchowy na stronie Wydaje.pl (dostęp: 22.02.2014), <http://wydaje.pl/u/pies-lancuchowy>.

⁴⁷ Ł. Błaszczak, *Miesiąc miodowy w Blachowni*, Warszawa 2013, dokument elektroniczny (dostęp: 04.04.2014), <http://wydaje.pl/e/miesiac-miodowy-w-blachowni2>.

⁴⁸ P. Sajewicz, *Gwelfów i gibelinów*, Warszawa 2013, dokument elektroniczny (dostęp: 04.04.2014), <http://wydaje.pl/e/gwelfow-i-gibelinow2>.

⁴⁹ A. Sachs, op. cit.

⁵⁰ W tej pracy tezy dotyczące self-publishingu stawiam na podstawie wymienionych w przypisach publikacji oraz darmowych fragmentów e-booków dostępnych na portalach self-publishingowych: wydaje.pl (<http://wydaje.pl/market/all>), virtualo.pl (<http://virtualo.pl/ebook/c2/>), RW2010.pl (<http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H23/ostatnio-dodane.html>) i beezar.pl (<http://beezar.pl/ksiazki/najnowsze>).

⁵¹ Zob. komentarze pod książką Michała Dąbrowskiego *Papierowa pięść* zarzucające brak korekty, która utrudnia czytanie: <http://wydaje.pl/e/papierowa-piesc4> (dostęp: 16.02.2014).

⁵² Z drugiej strony podobny zarzut stawiano już na początku historii książki, zaraz po wynalezieniu maszyny drukarskiej z ruchomą czcionką przez Johanna Gutenberga. Jak możemy przeczytać w liście Niccolò Perotti do Francesca Guarnerio (napisanego w 1471 roku): „[...] because now that anyone is free to print whatever they wish, they often disregard that which is best and instead write, merely for the sake of entertainment, what would best be forgotten, or, better still be erased from all books. And even when they write something worthwhile they twist it and corrupt it to the point where it would be much better to do without such books, rather than having a thousand copies spreading falsehoods over the whole world”; cyt. za: R. Darnton, *Case for Books. Past, Present and the Future*, New York 2009.

⁵³ „Złóż kawałki układanki do siebie, aż powstanie obraz całości – coraz więcej książek, pisanych i czytanych przez coraz większą liczbę osób, często posiadających małą sumę pieniędzy (lub wcale), coraz więcej książek o różnych formach fizycznych i elektronicznych, wydawanych poza zakłętym kręgiem kultury wydawniczej Nowego Jorku. Stare publikowanie jest stateczne, pod stałą kontrolą jakości i dość drogie. Nowe publikowanie jest tanie, poza kontrolą i nieskrępowane przez papier, pieniądze lub gusta instytucji. Jeśli stare publikowanie przypomina, powiedzmy, czysty, zadbane sad, to nowe publikowanie jest bujną dzunglą – ogromną, chaotyczną i bez dróg, pełną przepięknych orchidei i nieodkrytych skarbów, gdzie rośnie cholernie dużo szkodliwych chwastów”; A. Sachs, op. cit., s. 73 (tłum. – K. K.).

⁵⁴ Zob. strona autorska Aleksandra Sowy (dostęp: 04.04.2014), <http://www.wydawca.net/>.

⁵⁵ J. Haro, *What is the Problem of Self-Publishing Source*, „Library Journal” 2013, No. 138, s. 34.

⁵⁶ Zob. blog Virtualo (dostęp: 04.04.2014), <http://virtualo.tumblr.com/>, blog Wydaje.pl (dostęp: 04.04.2014), <http://bookjob.pl/>.

⁵⁷ Zob. regulamin RW2010 (dostęp: 04.04.2014), <http://www.rw2010.pl/go.live.php/PL-H5/regulamin.html>; regulamin Wydaje.pl (dostęp: 04.04.2014), <http://wydaje.pl/users/signup>.

⁵⁸ *Antologia polskiego futuryzmu i nowej sztuki*, wstęp i komentarz oprac. Z. Jarosiński, Wrocław 1978, s. III–XV.

⁵⁹ Ibidem, s. VIII.

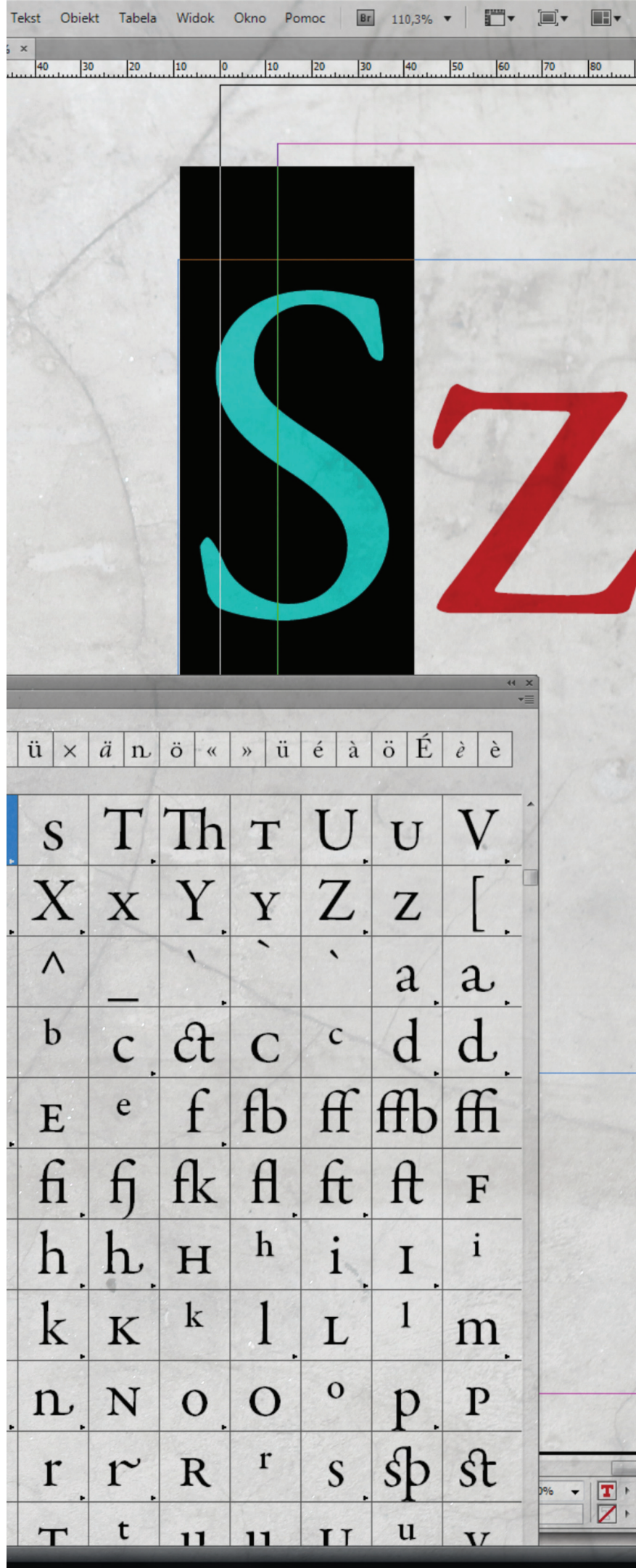
⁶⁰ R. Barthes, *Śmierć autora*, przeł. M. P. Markowski, „Teksty Drugie” 1999, nr 1–2.

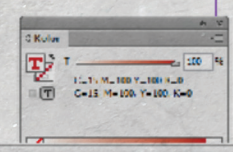
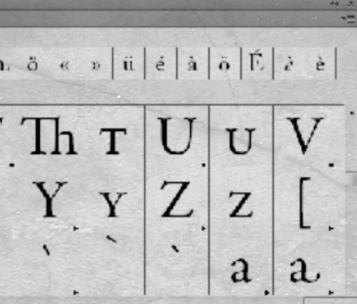
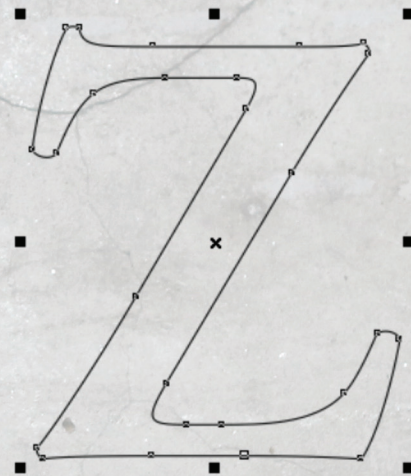
⁶¹ M. Foucault, *Kim jest autor?*, w: idem, *Powiedziane, napisane. Szalerstwo i literatura*, przeł. T. Komendant, Warszawa 1999, s. 199–219.

⁶² W. Benjamin, *Dzieło sztuki w dobie możliwości jego reprodukcji technicznej*, w: J. Bockeńska, A. Kisielska, M. Pęczak, *Wiedza o kulturze. Część IV. Audiowizualność w kulturze. Zagadnienia i wybór tekstów*, Warszawa 1993, s. 273–284.

⁶³ Zob. bestsellery na Wydaje.pl (dostęp: 04.04.2014), <http://wydaje.pl/market/bestsellers>.

⁶⁴ Zob. bestsellery na Empik.com (dostęp: 04.04.2014), <http://www.empik.com/bestsellery/ksiazki>.





Wstaw znak

Znak

- Arial
- Adobe Garamond Pro
- Arial
- Garamond
- OCR-B 10 BT
- OliveaC EFN Nigra
- Arial
- Arial Black**
- Arial Narrow
- Arial Rounded MT Bold
- Arial Unicode MS
- Arno Pro
- Arno Pro Caption
- Arno Pro Display
- Arno Pro Light Display
- Arno Pro Smbd
- Arno Pro Smbd Caption
- Arno Pro Smbd Display
- Arno Pro Smbd SmText
- Arno Pro Smbd Subhead
- Arno Pro SmText
- Arno Pro Subhead
- ArrusEU
- Australian Sunrise
- AvantGarde Bk BT
- AvantGarde Md BT
- BarnesReczyny
- Baskerville Win95BT
- Batang
- BatangChe
- BatikRegular
- Bell Gothic Std Black
- Bell Gothic Std Light
- BerlingTOT
- BodoniAntSctPro Regular
- BodoniAntSctPro Standard
- lithid
- Blackadder JTC
- Blackoak Std**
- Bodoni Bd BT
- Bodoni Bk BT
- Bodoni MT
- Bodoni MT Black**
- Bodoni MT Condensed
- BODONIANTCOMBIBEMDOL
- BODONIANTCOMBIBEM
- BODONIANTSCOTLIG
- BODONIANTSCOTRIG