

Pasmo estetyczne, teoria recepcji i socjologia czytelnictwa

ABSTRACT. Rychlewski Marcin, „*Pasmo estetyczne*”, *teoria recepcji i socjologia czytelnictwa* [Aesthetic Band, Reception Theory and Sociology of Reading]. „Przestrzenie Teorii” 13. Poznań 2010, Adam Mickiewicz University Press, pp. 191-205. ISBN 978-83-232-2176-0. ISSN 1644-6763.

The aesthetic band – in contrast to the bandwidth, i.e. the distribution channel – is a socially and historically conditioned cluster of aesthetic expectations presented by readers-buyers, represented by their majority, which in the egalitarian, post-modern, and free market society, determines the shape of the publishing market and the circuits it consists of. The author believes that the aesthetic band should be analyzed in the context of both individual and collective expectations of the reading audience in relation to the book content and its subject-matter, as well as in relation to the literary and non-literary production. In the last part of the paper, the author puts forward a proposition that the aesthetic band might be considered as a tool of ideology.

Postawmy na początek trochę naiwne pytanie: dlaczego w ogóle czytamy książki? Biorąc pod uwagę to, że od lat sześćdziesiątych ubiegłego stulecia żyjemy w dość hedonistycznej masowej kulturze konsumpcji, chciałoby się powtórzyć za Rolandem Barthes'em¹, że czytamy dla przyjemności, dla „rozkoszy” obcowania z tekstem. Zasadna wydawałaby się przynajmniej trywialna sugestia czytania dla rozrywki lub z czystej ciekawości. Przepuszczenie takie nabiera prawdopodobieństwa chociażby w kontekście rozważań Michała Głowińskiego, który „estetyzujący styl odbioru” wiązał właśnie z kulturą masową i jej wytworami².

Problem staje się jednak bardziej skomplikowany, kiedy dysponujemy danymi na temat rynku książki w Polsce i zamierzamy je jakoś spożytkować. Wynika z nich, że przychody ze sprzedaży książek naukowych i podręczników wyniosły w latach 2001–2006 średnio 53,6 proc., natomiast sprzedaż literatury pięknej wahała się średnio na poziomie 18,9 proc. w skali całego rynku³. Pozostałe 27,5 proc. stanowiła literatura dziecięca, religijna, książki ilustrowane i lektury szkolne, które w staty-

¹ R. Barthes, *Przyjemność tekstu*, przeł. A. Lewańska, Warszawa 1997.

² M. Głowiński, *Dzieło wobec odbiorcy. Szkice z komunikacji literackiej*, Kraków 1998, s. 148-149.

³ Wyliczenia na podstawie raportu Łukasza Gołębińskiego: *Rynek książki w Polsce 2007*, t. 1: *Wydawnictwa*, Warszawa 2007, s. 88.

stykach na przykład Łukasza Gołębińskiego zostały wyodrębnione jako swoisty podzbiór literatury pięknej⁴.

Gdyby zatem lekturę tej ostatniej chciało się wiązać z motywacją „przyjemnościową” tudzież „rozrywkową” (a są przecież jeszcze bardziej subtelne, o których wspomina chociażby Robert Escarpit⁵), to tak czy inaczej nie sposób zignorować faktu, że czytamy również z obowiązku: głównie z konieczności kształcenia i podnoszenia kwalifikacji zawodowych. Czytelnicтво, wynikające ze społecznego przymusu, nie jest zresztą domeną li tylko podręczników czy książek naukowych. Odnosi się także do literatury pięknej, na co zwracał uwagę chociażby Barthes w skandalizującej *Przyjemności tekstu*, zauważając, że „co drugi Francuz nie czyta” i pisząc o „wykluczeniu przyjemności (i, co więcej, rozkoszy) ze społeczeństwa, w którym obowiązują dwie moralności: większościowa moralność pospolitości i elitarna moralność obowiązku (politycznego i/lub naukowego)”⁶.

Nawet jeżeli diagnoza Barthes’a wydaje się nazbyt uwikłana w dyskurs polityczny, to francuski semiolog wskazuje na dwie zasadnicze motywacje czytelnicze: pierwszą, nazwijmy ją „przyjemnościową” oraz tę, wynikającą z „obowiązku”. Idźmy dalej tym tropem, nie tracąc jednak z oczu innych uwarunkowań, takich na przykład, jak pobudki snobistyczne czy potrzeby poznawcze.

Motywacja przyjemnościowa i rozrywkowa (traktuję je tutaj łącznie, zdając sobie sprawę z tego, że u Barthes’a nie są one tożsame) mają charakter dość relatywny, chociażby ze względu na trudności z obiektywnym zlokalizowaniem tych właściwości przedmiotu, które miałyby ową przyjemność wywoływać i zaspokajać. Można jednakże powiedzieć przynajmniej tyle, że motywacja ta jest związana z czasem wolnym od pracy, ma charakter indywidualny, estetyczny, względnie psychologiczny. Z kolei druga, której domenę stanowią przede wszystkim lektury szkolne, podręczniki i książki naukowe, jest częścią kształcenia oraz/albo życia zawodowego. Ma zatem wyraźny wymiar praktyczny i socjologiczny, dlatego że jest wymuszona przez mechanizmy społeczne.

⁴ Tamże.

⁵ Robert Escarpit stwierdza, że „edytorstwo literackie usiłuje pozyskać czytelnika literatury drogą motywacji nieliterackich, takich jak nawyki, snobizm, ostentacyjna konsumpcja, poczucie winy kulturowej albo subtelne wykorzystanie wspomnianej strefy pozajęzykowej, marginalnej strefy struktur ukrytych, w której działają między innymi przymusy społeczne, wytwarzające u czytelnika potrzebę uśmierzenia na pół świadomych obsesji, statystycznie uchwytnych zagrożeń, jak choroba, niepewność zatrudnienia, problemy współżycia z partnerem, lęk przed wojną itd.” (Zob. R. Escarpit, *Literatura a społeczeństwo*, przeł. J. Lalewicz, [w:] *W kręgu socjologii literatury*, red. A. Menewel, t. 1, Warszawa 1980, s. 242).

⁶ R. Barthes, *Przyjemność tekstu*, dz. cyt., s. 65-66.

Obie motywacje, jakkolwiek z pozoru wydają się przeciwstawne, nie są całkowicie rozłączne, chociażby z tego powodu, że indywidualne wybory czytelnicze również mogą być pochodną stymulacji społecznych, tyle że subtelniejszych niż instytucjonalne naciski. W grę wchodzi tutaj chociażby recenzje prasowe, opinie znajomych czy pobudki snobistyczne, będące w istocie czymś w rodzaju wysublimowanego kulturowego przymusu. Poza tym książka, którą czytamy ze społecznego obowiązku, może nam dostarczyć przyjemności i na odwrót, lektura tekstu, po który sięgamy, suponując, że dostarczy nam rozrywki, może okazać się katogą nie do wytrzymania.

Tak czy inaczej, kiedy wchodzimy na obszar teorii recepcji, a zbliżamy się doń nieuchronnie, wkraczamy na grząski teren. Nawet jeśli założymy, jak czyni to chociażby Hans Robert Jauss, że recepcja sterowana jest przez tekst⁷, to, pomijawszy indywidualne reakcje psychiczne, które trudno badać, pojawia się pytanie o społeczne „style odbioru”⁸, podlegające obecnie nieustannym przewartościowaniom nie tylko ze względu na samą literaturę, ale również z powodu środków masowego przekazu⁹. Wszak Michał Głowiński słusznie zauważał przed laty, że konkretyzacja, będąca częścią procesu recepcji, „należy do układu synchronicznego, twórczonego przez tę kulturę literacką, w której obrębie znajduje się czytelnik. Proces odbioru to w jakiejś mierze sprowadzanie dzieł, należących do różnych epok historycznych, do tej wielkiej synchronii, w której dokonywana jest konkretyzacja”¹⁰. Idąc dalej tym tropem, można by zatem zapytać, czy akt percepcji i recepcji dzieła literackiego „sterowany” jest wyłącznie przez tekst, czy może stanowi produkt kultury, w której zanurzony jest czytelnik, a którą obecnie zasadnie byłoby nazwać audiowizualną kulturą masową?

Kiedy mowa o problematyce recepcji, to siłą rzeczy narzuca się kategoria publiczności będącej sumą nie tyle abstrakcyjnych „wirtualnych odbiorców”¹¹ czy „czytelników modelowych”¹², ile indywidualnych wyborów lekturowych i nabywczych, które szczególnie dziś decydują o uczestnictwie danej książki w dominującym obiegu popularno-komercyjnym. Janusz Lalewicz stwierdzał:

⁷ H.R. Jauss, *Historia literatury jako prowokacja*, przeł. M. Łukasiewicz, Warszawa 1999, s. 146.

⁸ Termin Michała Głowińskiego, por. tegoż, *Dzieło wobec odbiorcy...*, dz. cyt., s. 136-153.

⁹ Por. koncepcje Marshalla McLuhana (zob. np. tegoż, *Wybór tekstów*, przeł. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań 2001).

¹⁰ M. Głowiński, *Dzieło wobec odbiorcy...*, dz. cyt., s. 101.

¹¹ Por. tamże, s. 63-90.

¹² Zob. U. Eco, *Lector in fabula*, przeł. P. Salwa, Warszawa 1994, s. 72-96.

Czytelnik może być rozpatrywany jako odbiorca pewnego utworu literackiego, ale kiedy mówi się o recepcji literatury w ogólności, jako odbiorcę trzeba rozpatrywać publiczność. Pojęcie literatury nie miałoby sensu, gdyby jako adresat produkcji literackiej i partner „aparatu literatury” nie występowała zbiorowość. Literaturę odbiera się czytając, czytanie zaś ma nieredukowalnie indywidualny charakter, ale jeśli chcemy rzetelnie zanalizować czytanie i czytelnika, musimy rozpatrywać go jako uczestnika procesu wyższego rzędu: recepcji zbiorowej¹³.

I dodawał, uzasadniając konieczność badania publiczności jako zintegrowanego zbioru indywidualnych recepcji:

Otóż przyjmując, że publiczność jest tylko zbiorem czytelników, a funkcjonowanie publiczności sumą, średnią czy wypadkową zachowań indywidualnych – i dających się wyjaśnić jako indywidualne – tych czytelników, niepodobna zrozumieć, jak i dlaczego jakaś książka zaczyna w pewnym momencie cieszyć się powszechnym (w danej zbiorowości) zainteresowaniem, staje się przedmiotem ożywionych dyskusji zarówno w publicystyce i w życiu naukowym, jak i w życiu towarzyskim – staje się książką modną albo wręcz bestsellerem – by po pewnym czasie wypaść z obiegu, podczas gdy równie powszechne zainteresowanie przenosi się na inne książki¹⁴.

Zachowania te jednak, wbrew temu, co twierdził Lalewicz, wymykają się tradycyjnym strukturalistycznym konstrukcjom myślowym zakładającym dychotomię indywidualne – zbiorowe czy spontaniczne – zorganizowane. Są one być może uwarunkowane przez skomplikowane sploty zachodzące na linii produkcja – dystrybucja – konsumpcja pomiędzy dwoma pasmami: *pasmem przenoszenia* i *pasmem estetycznym*.

Pasmo przenoszenia jest stosunkowo proste do zdefiniowania, dlatego że wiąże się ono z kanałami dystrybucyjnymi, ceną książki, reklamą, udziałem środków masowego przekazu, rolą recenzji prasowych tudzież nagród w procesie rozpowszechniania i sukcesu rynkowego.

Pasmo estetyczne ma charakter mniej uchwytny, dlatego że pod tą nazwą kryje się społecznie i historycznie uwarunkowany zespół estetycznych oczekiwań czytelników nabywców, reprezentowany przez większość, która w dzisiejszym egalitarnym, ponowoczesnym społeczeństwie wolnorynkowym decyduje o kształcie rynku wydawniczego i składających się nań obiegów. Oczekiwania te są zarówno kształtowane przez konkretne teksty i konwencje gatunkowe (bo *pasmo* powstaje na podstawie wcześniejszych doświadczeń czytelniczych oraz tych, związanych z innymi mediami, takimi jak telewizja czy film), jak i przez nie zaspokajane (dlatego, że tekst adresowany do masowego odbiorcy powinien

¹³ J. Lalewicz, *Socjologia komunikacji literackiej. Problemy rozpowszechniania i odbioru literatury*, Wrocław 1985, s. 118.

¹⁴ Tamże, s. 127.

uwzględniać jego potrzeby oraz zakres przyswajalności percepcyjno-recepcyjnej). *Pasmo estetyczne* ma więc aspekt po pierwsze socjologiczny, dlatego że stanowi społeczny zbiór konwencji i nawyków odbiorczych, poza tym jest tworzony przez coś na kształt nieformalnej wspólnoty gustów i upodobań. Po drugie ma wymiar tekstowy, a nawet czysto materialny (kiedy mowa o książce), ponieważ jest zbiorem cech, które musi wyróżniać każdy tekst (książka), aby stanowić skuteczną „odповідź” na bieżące zapotrzebowanie. Ów zespół cech, o których mowa, obejmuje wszystkie elementy tekstu/książki, począwszy od składni, tematu, gatunku, a skończywszy na okładce, ilustracjach (lub ich braku), charakterze czcionki czy jakości papieru.

Pasmo estetyczne jako kategoria teoretyczna siłą rzeczy musi nasuwać skojarzenia z pojęciem „horyzontu oczekiwań”, sformułowanym przez Jaussa. Rzecz jednak w tym, że u niemieckiego badacza kategoria ta ma charakter przede wszystkim wewnątrztekstowy:

Dzieło literackie, nawet gdy wydaje się nowe, nie przedstawia się jako absolutna nowość w informacyjnej próżni, ale przez zapowiedzi, jawne i ukryte sygnały, cechy swojskie albo *implicite* zawarte wskazówki przygotowuje publiczność do ściśle określonego sposobu recepcji. Wywołuje wspomnienia rzeczy już czytanych, wprawia czytelnika w określony stan emocjonalny i już swym początkiem wzbudza oczekiwania co do „środka i zakończenia”, oczekiwania, które w miarę lektury, zgodnie z określonymi regułami gatunku albo rodzaju tekstu mogą być podtrzymane, zmienione, inaczej ukierunkowane albo też ironicznie rozbite. To, co zachodzi w psychice przy odbiorze tekstu, nie jest w pierwotnym horyzoncie estetycznego doświadczenia bynajmniej tylko dowolnym ciągiem wyłącznie subiektywnych wrażeń, ale realizacją określonych instrukcji, procesem sterowanej percepcji: można uchwycić – a także opisać w kategoriach lingwistyki tekstu – konstytuujące go motywacje i sygnały wywoławcze¹⁵.

Powyższa definicja, przyznać trzeba dość abstrakcyjna, zawiera oczywistą sprzeczność. Z jednej strony „horyzont oczekiwań” jawi się jako zjawisko obiektywne, którego reguły są wyznaczane przez teksty i ich większe zbiory, czyli gatunki. Z drugiej jednakże strony rekonstrukcja owego „horyzontu”, będąca w istocie zadaniem dla filologa, sama w sobie jest pewnego rodzaju interpretacją tekstu, zdeterminowaną przez perspektywę badawczą i przyjęte supozycje.

Problem, jak się wydaje, polega na tym, że Jauss bagatelizuje rolę czytelnika, sprowadzając go do roli biernego konsumenta „sterowanego” przez tekst. Badacz stwierdza wprawdzie, że utwór „wprawia czytelnika w określony stan emocjonalny”, w kolejnym zdaniu zaznacza jednak, że reakcje psychiczne odbiorcy nie są jego prywatnymi reakcjami, ale dają

¹⁵ H.R. Jauss, *Historia literatury jako prowokacja*, dz. cyt., s. 145-146.

się zobiektywizować poprzez tekst. Można by zatem odwrócić problem i zadać pytanie, dlaczego w takim razie ten sam tekst jest w stanie wywołać u odbiorców tak różne reakcje: od przyswojenia, lekturowego spełnienia, po niezrozumienie lub nawet obrzydzenie? Gdyby, upraszczając, sprowadzić lekturę wyłącznie do kryterium przyjemności, to należałoby zauważyć, że owszem, każda „przyjemność” ma swoje „źródło”, jednakże doświadczenie „przyjemności” jest związane z odbiorcą-podmiotem, nie zaś ze „źródłem”. Dlatego jedni uwielbiają krewetki, a inni ich nie znoszą.

W warunkach wolnorynkowych, w których literatura podlega tym samym prawom podaży i popytu co książki nieliterackie, taka „tekstualizacja” odbiorcy ma sens wyłącznie wówczas, kiedy zostanie dopełniona o empirycznego czytelnika nabywcę, decydującego o być albo nie być danego tytułu w różnych obiegach. Wbrew slangowemu powiedzeniu wydawców, że „książka się sprzedaje”, książka wcale się „nie sprzedaje”, ale „jest kupowana” przez konsumentów. Co więcej, owi konsumenci stanowią sumę indywidualnych każdorazowych decyzji.

Indywidualne – zbiorowe

Jeśli zatem spojrzeć na *pasmu estetyczne*, odnosząc je do powyższych ustaleń, to trzeba by stwierdzić, że ma ono charakter zarówno indywidualny, jak i zbiorowy. Indywidualne *pasmu* stanowiłoby tutaj zbiór jednostkowych gustów czytelniczych, ukształtowanych w dużej mierze przez to, co Pierre Bayard nazywa „wewnętrzną biblioteką”¹⁶. W wymiarze zbiorowym *pasmu* byłoby zarówno sumą indywidualnych upodobań, jak i – w wymiarze społecznym – konsekwencją edukacji, mód czytelniczych, kulturowego statusu książki jako przedmiotu, wreszcie skutkiem nawyków percepcyjnych, związanych z mediami elektronicznymi. Rozróżnienie to jest istotne, chociażby dlatego, że jakkolwiek czytelnicy, proszeni o sporządzenie rankingu ulubionych utworów, wskazują na różne tytuły, to są oni produktem podobnego kanonu lektur, co więcej uczestniczą na co dzień w tej samej kulturze MP3, telewizji i internetu.

Badanie indywidualnych *pasm estetycznych* z empirycznego punktu widzenia jest obecnie dużo bardziej realne niż w czasach, kiedy Jausz formułował swoją koncepcję „horyzontu oczekiwań”. Internet jako medium w zasadzie nieograniczonej swobody wypowiedzi pozwala na śledzenie recenzji pisanych z perspektywy „zwykłego”, empirycznego czy-

¹⁶ P. Bayard, *Jak rozmawiać o książkach, których się nie czytało?*, przeł. M. Kowalska, Warszawa 2008, s. 70.

telnika. Opinie internautów o książkach, składające się na coś, co można by nazwać „propagandą szeptaną”, mają nie mniejszą siłę społecznego oddziaływania niż fachowe werdykty krytyków, zamieszczane w wyso-konakładowych czasopismach.

Kiedy pytamy o empiryczną publiczność i jej estetyczne oczekiwania, to interesującym materiałem badawczym stają się listy *bestsellerów*, które ogłaszają wielkie sieci detaliczne, tworzące główny obieg. Wiarygodność wyników sprzedaży bierze się z faktu, że konsument nie wykłada pieniędzy za towar, co do którego podejrzewa, że go rozczaruje. Możemy więc zakładać *a priori* istnienie u potencjalnego nabywcy czegoś, co można by nazwać suponowaną recepcją pozytywną (związaną chociażby z komunikacyjną przyswajalnością tekstu), której rzeczywistą wartość trzeba by oczywiście weryfikować poprzez indywidualne, internetowe opinie.

Poza tym listy *bestsellerów* stanowią impuls dla dwóch niezwykle ważnych kierunków badawczych: po pierwsze, w myśl koncepcji Jaussa, można by prześledzić i pogrupować najczęściej kupowane książki pod kątem ich tekstowych reguł, szczególnie gatunkowo „sterowanej recepcji”. Konfrontacja wyników sprzedaży z lingwistycznymi cechami utworów, które się na owe wyniki składają, zapewne stworzyłaby jakiś obraz współczesnego czytelnictwa i jego profilu na poziomie czysto tekstowym, chociaż jest to niewątpliwie zadanie dla całego sztabu badaczy. Po wtóre, kiedy mowa o nabywcach, biorących książkę pierwszy raz do ręki z przekonaniem o zakupie produktu „wysokiej jakości”, pojawia się pytanie o zupełnie inną kategorię teoretyczną, czyli o pre-recepcję, poprzedzającą lekturę. Jej mechanizmy, jak wolno przypuszczać, nie wiążą się bezpośrednio z tekstem właściwym (bo nie był on przecież jeszcze przeczytany), ale są zapośredniczone przez opisy handlowe, opinie i recenzje.

Materia i znaczenie

Kiedy traktujemy książkę jako pewną całość, to od razu powinniśmy założyć, że *pasma estetyczne* odnosi się nie tylko do wyizolowanego tekstu-komunikatu, ale również do innych, czysto materialnych elementów. Wynika to nie tyle z konkretnych, atrakcyjnych wydań książki, ile z jej ontologii. Robert Escarpit słusznie zauważył, że

literatura jest sztuką nieczystą. W rzeczy samej, która stanowi jej specyficzny środek wypowiedzi i od której pochodzi jej nazwa, jest jednocześnie przedmiotem i znakiem. Jako przedmiot posiada ona określony kształt, który postrzegamy, interpretujemy i oceniamy wedle przyjętego systemu walorów plastycznych. Jako znak posiada pewną treść, którą postrzegamy, interpretujemy i oceniamy

wedle przyjętego systemu walorów semantycznych, który bynajmniej nie jest identyczny z systemem walorów plastycznych¹⁷.

Janusz Lalewicz natomiast dodawał:

Lektura, w której dokonuje się komunikowanie, to interpretacja tekstu, ale kupuje się, przechowuje i czyta książkę, tj. przedmiot, który ten tekst zawiera. (...) Kupując książkę, nie kupuję tekstu, lecz cały ten przedmiot (...) wraz ze wszystkimi jego aspektami. Nie kupuję tekstu ani nawet jedynego zapisu tekstu, jest on bowiem powielony, lecz jedynie dostęp do tekstu, możliwość lektury. Jednocześnie dany mi jest przedmiot, który tę potencjalną lekturę zawiera, który jest niejako jej opakowaniem¹⁸.

I Escarpit, i Lalewicz zgodnie kładą nacisk na dwoisty charakter książki, co nasuwa przypuszczenie, że w przypadku zbiorowego systemu oczekiwań i sposobów jego zaspokojenia mamy do czynienia z kilkoma aspektami: wewnętrznym i zewnętrznym, semantycznym i materialnym. Na pierwszą z tych par zwracał już uwagę Janusz Lalewicz w odniesieniu do książki jako takiej¹⁹. Wewnętrzny aspekt doświadczenia estetycznego czytelnika wiązałyby się zatem z tekstem głównym oraz (fakultatywnie) ilustracjami, wstępem tudzież posłowiem. Aspekt zewnętrzny dotyczyłby natomiast takich elementów, jak okładka i to, co się na niej znajduje, czyli, mówiąc krótko, z „opakowaniem”, które stanowi pierwszy namacalny kontakt z tekstem. Kiedy mowa z kolei o następnej parze semantyczne – materialne, pierwszy człon odnosiłby się do tego, co jest komunikatem, drugi natomiast, do tego, co w owym komunikacie materialno-przedmiotowe.

I tutaj dochodzimy do ciekawego problemu: jakkolwiek odbiór książki wyznaczany jest przez opozycje, które sugerują Escarpit i Lalewicz, to poszczególne elementy wyszczególnionych par wchodzić mogą ze sobą w rozmaite kombinacje. Jeśli bowiem czynimy rozróżnienie na aspekt semantyczny i materialny, to musimy zauważyć po pierwsze, że sam tekst wyposażony jest w *signifiant* i *signifié*, czyli kształt czcionki i znaczenie, poza tym tekst może pojawiać się w wariacie zarówno wewnętrznym (jako tekst główny, czyli „utwór” lub zbiór „utworów”²⁰) i ze-

¹⁷ R. Escarpit, *Rewolucja książki*, przeł. J. Pański, Warszawa 1969, s. 31.

¹⁸ J. Lalewicz, *Komunikacja językowa i literatura*, Wrocław 1975, s. 132.

¹⁹ Tamże, s. 132-133.

²⁰ Celowo stosuję tutaj termin „utwór”, a nie „dzieło”, dlatego że na przykład dla Barthes’a „dzieło” to „przedmiot skończony, wymierzalny, który może wypełniać pewną przestrzeń fizyczną (na przykład zajmować miejsce na półce biblioteki) (...) »Dzieło to rzecz, którą możemy wziąć do ręki, tekst to zjawisko zawdzięczające swe istnienie językowi«”. (R. Barthes, *Teoria tekstu*, przeł. A. Milecki, [w:] *Współczesna teoria badań literackich z granicą*, red. H. Markiewicz, t. 4, cz. 2, Kraków 1996, s. 200.

wnętrznym na okładce (w postaci tytułu, nazwiska autora, fragmentu „utworu” tudzież paratekstowego opisu wydawniczego)²¹. I na odwrot: kiedy mowa o materii książki, objętości, czcionce czy typie oprawy, to o ile objętość czy oprawa mają charakter wyłącznie zewnętrzny, o tyle czcionka ma podwójny status, o czym była mowa przed chwilą. Co więcej, oprawa czy objętość nie musi stanowić wcale żadnego „znaku pustego”, by powołać się znów na Barthes’a²², dlatego że w sposób subtelny może rozbudzać oczekiwania wobec zawartości („gruba książka w twardej oprawie musi być w dobrym gatunku”), a nawet te oczekiwania zaspokajać („gruba książka w twardej oprawie, to wydawnictwo luksusowe”). Podobnie okładka, której rola wcale nie musi się sprowadzać do elementu dekoracyjnego, ale która może stanowić również rodzaj komunikatu i interpretacji utworu.

Powyższe opozycje traktować zatem należy bardziej jako rodzaj pomocniczych, teoretycznych wzorów, skoro jedynie para wewnętrzne – zewnętrzne wydaje się naprawdę rozłączna. A i w tym przypadku można przecież osłabić tę dychotomię, pytając chociażby o status elementów pogranicznych, takich jak strona tytułowa, wydawnicza, spis treści, a nawet wstęp, które lokują się gdzieś pomiędzy bezdyskusyjnie zewnętrzną okładką i wewnętrznym tekstem głównym²³.

Niemniej utrzymanie owych opozycji wydaje się konieczne, jeżeli chcemy zauważyć wszystkie niuanse *pasma estetycznego*, aktywizującego się każdorazowo gdzieś na styku relacji książka – odbiorca. Nie ulega rzecz jasna wątpliwości, że oczekiwania czytelników zaspokajane są przede wszystkim poprzez teksty-komunikaty, pośrednio zaś tylko poprzez ich „opakowania”. Twierdzenie czegoś odwrotnego byłoby nonsensem.

Jednocześnie absolutyzacja lingwistycznego potencjału tekstu i marginalizacja jego przedmiotowo-materialnego wymiaru, jak czyniła to dotąd niemal cała tradycja „recepjonistyczna” z Romanem Ingardenem, Wolfgangiem Iserem²⁴ i Jaussem na czele, wydaje się co najmniej upraszczająca. Wszak wszelka komunikacyjna transmisja *signifié* odbywa się poprzez *signifiant* i jego materialny charakter.

Zmierzam do sedna: jakakolwiek recepcja tekstu literackiego lub innego poprzedzona jest percepcją. Albo mówiąc inaczej: żadna recepcja

²¹ W sprawie not wydawniczych jako paratekstów zob. I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice 2007.

²² Por. np. R. Barthes, *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Warszawa 2000, s. 243-244.

²³ W sprawie roli tytułów oraz spisów treści zob. D. Danek, *Dzieło literackie jako książka*, Warszawa 1980.

²⁴ Zob. W. Iser, *Apelatywna struktura tekstów*, przeł. M. Kłańska, [w:] *Współczesna teoria badań literackich za granicą*, dz. cyt., t. 4, cz. 1, s. 99-127.

tekstu nie istnieje bez poprzedzającej ją percepcji wzrokowej i dotykowej (lub słuchowej – w przypadku audiobooków). Oczywiście tego twierdzenia można zresztą dowieść nie tylko w odniesieniu do książek jako przedmiotów, ale chociażby w kontekście naszej codziennej praktyki dydaktycznej, związanej z koniecznością oceniania referatów studenckich, które – mimo upowszechnienia komputerów i internetu – od czasu do czasu dostarczane są jeszcze w formie rękopiśmiennej, wzbudzając z reguły całą gamę negatywnych emocji: od życzliwego zdziwienia, poprzez konsternację po zażenowanie lub wręcz irytację. Reakcje te wynikają rzecz jasna z tego, że obecnie z punktu widzenia *signifiant* tekstu większościowe *pasma estetyczne*, dotyczące nie opublikowanych prac naukowych, wyznaczone jest przez standardy wydruku komputerowego.

Literackie – nieliterackie

Hans Robert Jauss, pisząc o „horyzoncie oczekiwań” czytelniczych, kładzie duży nacisk na kategorię gatunku literackiego, co stanowi cenny trop w kontekście *pasma estetycznego*, istniejącego gdzieś pomiędzy wewnątrztekstowym projektem odbiorcy i czytelnikiem rzeczywistym. Jednakże redukcja całej problematyki do wyłącznie gatunków uważanych za literackie, grozi badawczym izolacjonizmem i niczego nam dziś nie wyjaśni, jeśli na serio zadajemy pytanie, jakie książki się obecnie czyta i dlaczego? Można by oczywiście, opierając się na wynikach sprzedaży, stworzyć statystyczną listę poczytnych gatunków literackich na czele z kryminałem, *thrillerem*, powieścią *fantasy* czy prozą obyczajową adresowaną do kobiet. Cóż jednak z tego, kiedy stracimy z oczu fakt, iż obecnie literatura piękna (wszystko jedno czy należąca do rejestru „wysokiego”, czy „popularnego”) utraciła swoją uprzywilejowaną rolę i – z komercyjnego punktu widzenia – musi dzielić miejsce w większościowym *paśmie estetycznym* z książkami reprezentującymi gatunki nieliterackie, takie jak poradniki, biografie, wywiady, książki satyryczne, a z rzadka również – naukowe. Jeżeli zatem zależy nam na rekonstrukcji rzeczywistego „stylu” czytelnictwa i jego estetycznych mechanizmów, to musi ona uwzględniać wielość produkcji, szczególnie tej, która pojawia się w głównym nurcie dystrybucyjnym.

Nie zamierzam oczywiście sugerować, że w przypadku poradników, książek historycznych czy esejów naukowych funkcja estetyczna zajmuje to samo miejsce w wielofunkcyjnej hierarchii, co w odniesieniu do utworów *stricte* literackich. Niemniej jednak każdy tekst ma swoją „poetykę”, jest zbudowany w określony sposób, który wpływa znacząco na granice przyswajalności. Od lat dziewięćdziesiątych popularny poradnik, jeśli

ma „trafić” w większościowe *pasmo*, powinien być wyposażony w pewne cechy: przystępny język, który gwarantuje wspólnotę kodu, w wytluszczenia czcionki, sugerujące szczególnie ważne treści, powinien zawierać istotniejsze informacje w ramkach oraz ilustracje. Warto zauważyć, że każdy poradnik ze względu na swój gatunkowy charakter kreuje swoisty tryb lektury „na wrywki”, jednocześnie jednak stanowi „odповідź” na społeczne zapotrzebowanie takiego właśnie trybu. Mamy tutaj zatem do czynienia z dialektycznym związkiem pomiędzy jednostkową realizacją a konwencją istniejącą nie tylko jako obiektywny zbiór cech podobnych do siebie egzemplarzy, ale funkcjonującą przede wszystkim w masowych wyobrażeniach i nawykach czytelniczych.

Obecnie zmiany kształtu i zakresu *pasma estetycznego* wiążą się nie tylko z konwencjami literackimi czy gatunkami pozaliterackimi, ale również ze zjawiskami, które wykraczają w ogóle poza kulturę słowa drukowanego w kierunku tego, co wizualne i mówione. Chodzi tutaj nie tylko o zmieniający ogólną percepcję „masaż” medialny, na który zwracał uwagę McLuhan²⁵, ale o kwestie bardziej szczegółowe. Otóż zespół oczekiwań czytelników, dotyczący utworów literackich i książek, w coraz większym stopniu stymulowany jest przez filmy oraz popularne programy telewizyjne. Powszechną praktyką stały się wznowienia zekranizowanych powieści, dokonywane mniej więcej dwa tygodnie po premierze filmowej, normą są także książkowe wersje znanych programów telewizyjnych, szczególnie o charakterze poradnikowym. Sytuacja ta jest interesująca chociażby dlatego, że jednostkowa *parole* zostaje wówczas skonfrontowana z dwiema konwencjami o różnym statusie semiotycznym: z jednej strony z gatunkami literackimi i tymi, które mają charakter pozaliteracki (jak poradniki), ale pozostają w obrębie kultury druku; z drugiej zaś strony z genologicznymi regułami przekazu filmowego i telewizyjnego, nie mówiąc już o nawykach percepcyjno-recepcyjnych, wyniesionych z sali kinowej i sprzed telewizora.

Skoro myślimy o kulturze literackiej w kontekście kultury druku i książki, to wypadałoby również zauważyć niezwykle istotny proces, który dzieje się na naszych oczach, a mianowicie wzrost roli audiobooków. „Książki do słuchania” nie są aż taką nowością, jak się potocznie sądzi, gdyż mają długą tradycję w postaci słuchowisk. Niemniej obecna dynamika rozwoju audiobooków i ich społecznego rezonansu daje do myślenia. Inna sprawa, że nie jest ona aż tak oszałamiająca, jakby się wydawało, o czym świadczą regały w wielkich sieciach księgarskich, które wcale nie wyglądają przesadnie imponująco. Owa umiarkowana dynamika rozwoju ilustruje w jakiś sposób społeczne nawyki percepcyj-

²⁵ Por. M. McLuhan, *Wybór tekstów*, dz. cyt., np. s. 335.

no-recepcyjne, związane z literaturą, w których centralne miejsce zajmuje nadal książka jako medium. Nie bez znaczenia, jak się zdaje, pozostaje to, że alternatywny kompaktowy nośnik, który pojawił się na rynku w 1983 roku, musi być siłą rzeczy kojarzony jednoznacznie z kulturą masową: muzyką popularną i przemysłem rozrywkowym. Tak czy inaczej nowe cechy *pasma estetycznego* być może właśnie się tworzą i trudno w tej chwili orzec, jak wpłyną na kształt obecnego *pasma*: czy je w jakiś sposób zdominują, czy stanowiąc będą jeden z jego zakresów. Nie ulega jednak wątpliwości, że i w tym wymiarze dawna opozycja „literackie” – „nieliterackie” znacznie się skomplikowała.

Pasma estetyczne jako narzędzie ideologii

Zdaję sobie sprawę, że tak zarysowana koncepcja *pasma estetycznego* może spotkać się z zarzutem, iż jest adresowana głównie do specjalistów od rynku wydawniczego oraz wydawców. To zmartwieniem tych ostatnich jest wyprodukować książkę, która trafi w oczekiwania publiczności i je zaspokoi. Niemniej powyższy zarys problematyki może przynieść dużo pożytków także dla nauki o literaturze. Z punktu widzenia literaturoznawczego rekonstrukcja *pasma estetycznego* na podstawie list *bestsellerów* pozwala na opis nie-abstrakcyjnego „horyzontu oczekiwań”, wyłaniającego się z refleksji teoretyków recepcji, ale oczekiwań rzeczywiście, które wiążą się z empirycznymi czytelnikami i ich realnymi wyborami. Nawet przy zastrzeżeniu, że taka rekonstrukcja poniekąd redukuje *pasma estetyczne* do aspektu socjologicznego, ma przynajmniej tę zaletę, że tworzona jest na podstawie arytmetyki, nie zaś domysłów.

Obserwacja większościowego *pasma* pozwala ustalić nie tylko to, co się w nim znajduje, ale również – co nie mniej ciekawe – zobaczyć to, co stanowi jego „słaby zakres”, a nawet to, czego w ogóle w nim nie ma. Ustalić pewne statystyczne prawidłowości gatunkowe, jeśli chodzi o udział w zestawieniach *bestsellerów*, to jedno, ale przecież można by zasadnie zapytać o całkowitą nieobecność poezji i dramatu. Warto by się również zastanowić, jak to się dzieje, że na listach najchętniej kupowanych książek pojawiają się również utwory, zaliczane przez krytyków i uniwersytety do rejestru „wysokoartystycznego”. Tłumaczenie tego fenomenu wyłącznie pobudkami snobistycznymi czytelników jest rażącym uproszczeniem. Gdyby tak było, toplista EMPiK-u czy Matrasa składałaby się wyłącznie z „arcydzieł”. Tutaj, jak się zdaje, otwiera się droga dla pożytecznej poznawczo lingwistycznej analizy i do realizacji postulatu gatunkowego, proponowanego przez tradycyjną teorię recepcji.

Jestem także świadom, że obstawanie przy *paśmie estetycznym* jako kategorii większościowej naraża mnie na zarzut dyskryminowania „mniejszościowych” oczekiwań czytelniczych. Wszak z teoretycznego punktu widzenia nie zachodzi tutaj żadna różnica, skoro w każde bez wyjątku doświadczenie lektury wpisany jest zakres jej estetycznej przyswajalności, który w innej części tego tekstu nazywam *pasmem indywidualnym*. Nie chodzi mi oczywiście ani o hołdowanie egalitarnym gustom, ani nawet o dominację obiegu popularno-komercyjnego (choć uważam ją za bezsporną), ale o zasadniczą logikę tworzenia literatury dla publiczności, która powinna być możliwie jak największa. Wszak każdemu pisarzowi zależy na tym, by jego książka była czytana, a każdy wydawca, inwestując w nią, myśli o finansowym zysku.

Istnieje jeszcze oczywiście czysto pragmatyczny powód takiego rozumienia *pasma*, związany z możliwościami gromadzenia materiału empirycznego i jego przetwarzania. Ogólna dostępność wyników sprzedaży dotyczy przeważnie tych książek, które osiągają komercyjny sukces. Dane na temat książek, które nie znalazły odpowiedniej liczby nabywców, są własnością wydawnictw i gdyby nawet były ogólnodostępne, nikt nie byłby w stanie ich zanalizować choćby w skali miesiąca, biorąc pod uwagę ilość produkcji. Badanie zatem niszowych zespołów oczekiwań czytelniczych możliwe jest w zasadzie jedynie poprzez konstatowanie nieobecności pewnych utworów tudzież całych gatunków w *paśmie* większościowym.

Pasmo estetyczne ma jeszcze inną właściwość, o której dotąd nie było mowy, a mianowicie podatność na bycie narzędziem oddziaływania światopoglądowego, ideologicznego, politycznego czy etycznego. Celowo nie używam w tym miejscu takich terminów, jak „funkcja perswazyjna” czy „funkcja ideologiczna” dlatego, że po pierwsze kojarzą się one jednoznacznie z realiami PRL-u, po wtóre wskazują na oddziaływanie, sprowadzone wyłącznie do dydaktycznej manipulacji o charakterze politycznym. Tymczasem problem podatności *pasma* na ideologiczne użycie wynika nie tylko z bieżącej koniunktury, ale przede wszystkim z budowy znaku językowego, z którego z kolei skonstruowana jest każda jednostkowa wypowiedź. Żaden znak językowy nie generuje takiego doświadczenia estetycznego, które byłoby wolne od elementu znaczonego. Wiele popularnych utworów literackich, mimo iż ciągle zakładamy ich fikcyjny status, jest w procesie recepcji przyswajanych jako nośniki niefikcyjnych obrazów rzeczywistości, o czym świadczy chociażby *casus Kodu Leonarda da Vinci* Dana Browna, powieści, którą przejęli się nawet najwyżsi rangą dostojnicy kościoła, przestrajając z konieczności swój tryb lektury z „literackiego” na „naukowy”. W jeszcze wyraźniejszy sposób problem ten rysuje się w przypadku popularnych tekstów nauko-

wych, które z jednej strony w masowych wyobrażeniach nie mają w ogóle fikcjonalnego cudzysłowu, z drugiej zaś strony wraz z ponowoczesnym zwrotem wyzwoliły się od naukowych pozorów „obiektywizmu”, upodobiwszy się do dyskursu literackiego i podsuwając estetycznie atrakcyjne i przyswajalne interpretacje na temat historii, polityki itp.²⁶ Problem ideologicznego sterowania czytelnika poprzez estetyczne, psychiczne i intelektualne doświadczenie lektury nie jest oczywiście niczym nowym. Nowe co najwyżej może być obecnie to, że – jeśli wierzyć Debordowi²⁷ i innym kontestatorom kapitalistycznego porządku, jak Terry Eagleton²⁸ – w ponowoczesnych, pluralistycznych społeczeństwach konsumpcyjnych owemu „sterowaniu” towarzyszy pozorowana przezroczyść dyskursu władzy, który ukrywa swoją obecność w procesie emisji obrazów rzeczywistości, a nawet usiłuje „rozpłynąć się” w „neutralnych” samoregulujących się mechanizmach przemysłu kulturalnego²⁹.

Z metodologicznego punktu widzenia refleksja na temat *pasma estetycznego* musi siłą rzeczy czerpać z dwóch różnych perspektyw badawczych: teorii recepcji i socjologii czytelnictwa. Hans Robert Jauss z pewnością nie byłby zachwycony propozycją takiego komplementarnego podejścia, skoro stwierdzał kategorycznie, że „nie wolno mylić estetyki

²⁶ Znamienne są w tym względzie chociażby konstatacje Franklina Ankersmita na temat konstruowania naukowych wizji historii. Kładzie on nacisk nie tylko na prymat interpretacji nad świadectwem, ale również na „nieprzezroczyść” języka historycznego: „Istota wizji przeszłości przedstawianej w dziele historycznym określana jest poprzez język, którego używa historyk. Z powodu relacji między wizją historyczną i językiem używanym przez historyka w celu jej przedstawienia – relacji, która nigdzie nie krzyżuje się z samą przeszłością – pisarstwo historyczne posiada taką samą nieprzezroczyść i wymiar intencjonalny jak sztuka” (F.R. Ankersmit, *Historiografia i postmodernizm*, przeł. E. Domańska, [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków 1997, s. 158).

²⁷ Zob. G. Debord, „*Społeczeństwo spektaklu*” oraz „*Rozważania o społeczeństwie spektaklu*”, przeł. M. Kwaterko, Warszawa 2006.

²⁸ T. Eagleton, *Kategorie dla krytyki materialistycznej*, przeł. P. Parlej, [w:] *Współczesna teoria badań literackich za granicą*, dz. cyt., t. 4, cz. 2.

²⁹ Sposób myślenia Eagletona jest, jak się zdaje, podobny z tą różnicą, że badacz, podobnie jak teoretycy recepcji, absolutyzuje znaczenie literatury we współczesnej kulturze, ponadto traktuje ją jako protezę instrumentalnych działań o charakterze ideologicznym, nie dostrzegając dostatecznie jej estetycznej podatności na bycie narzędziem ideologicznego oddziaływania. Ponadto przecenia rolę instytucji literackich w stosunku do przemysłu rozrywkowego: „Od przedszkola do wydziału uniwersyteckiego literatura jest skutecznym narzędziem wszczepiania jednostkom właściwych dla panującej formacji ideologicznej form odczuwania i symbolizowania, narzędziem zdolnym wykonać to zadanie z taką »naturalnością«, spontanicznością i bezpośredniością, do jakich nie jest zdolna żadna inna praktyka ideologiczna. I nie chodzi tutaj jedynie o wykorzystanie konkretnych dzieł literatury; chodzi o coś bardziej zasadniczego: o ideologiczne znaczenie akademickiej i kulturalnej instytucjonalizacji jako takiej. Tamże, s. 52-53.

receptji z socjologią historyczną czytelnictwa”³⁰. Okazuje się jednak, że obie te perspektywy nie są aż tak bardzo rozłączne, jak się wydaje, chociaż różnią się rozłożeniem akcentów co do przedmiotu badań: pierwsza koncentruje się na wewnątrztekstowych instrukcjach odbioru, druga z kolei – na empirycznym czytelniku i rzeczywistej lekturze. Obydwa ujęcia mają zresztą pewne niedostatki: pierwsze obciążone jest sporą dozą subiektywizmu badawczego, który grozi opisem nie tyle „horyzontu oczekiwań czytelnicznych”, ile „horyzontu oczekiwań badacza”. Drugie natomiast, koncentrujące się na rekonstrukcji mapy rzeczywistego czytelnictwa na podstawie wyników sprzedaży, ma tę wadę, że dotyczy zawsze stanu *post factum*.

W tym kontekście pewnej oczywistości nabiera spostrzeżenie Escarpita, „że wydawanie literatury jest *ex definitione* nieprogramowalne”. Jednocześnie francuski socjolog literatury stwierdza, że „niemożliwe jest wydawanie bez minimum programowania”³¹. Ta oczywista sprzeczność zmusza do pewnego kompromisu i mówienia – w najlepszym razie – o możliwości ograniczonego programowania, które stanowi *de facto* procedurę rozpoznania „wstecznego” w funkcji przyszłego prognozowania. Efekty tejże procedury nigdy nie są pewne.

³⁰ H.R. Jauss, *Estetyka recepcji i komunikacja literacka*, przeł. B. Przybyłowska, [w:] *Teoria literatury i metodologia badań literackich*, red. D. Ulicka, Warszawa 1999, s. 268.

³¹ R. Escarpit, *Literatura a społeczeństwo*, dz. cyt., s. 242.