

Leszek Pułka

## Księgarnia jako model świata. *Exempla* w kulturze polskiej i niemieckiej

Autorowi nie wypada generalizować statusu księgarni z perspektywy narodów czy — nawet — społeczności lokalnych. Tym zajmują się pracownicy naukowi i kustosze bibliotek oraz instytutów książki<sup>1</sup>. Odważamy się tylko na nieobiektywne studium przypadku, w którym uznajemy, iż poza nieobjętym kosmosem opracowań specjalistycznych dla zwykłego czytelnika (czy też użytkownika, jak chce ponowoczesność) książka jako medium, a zatem i księgarnia jako mediatyzujący (się) rytuał komunikacyjny są częściej praktyką półprywatną, doznawaną z reguły dość intymnie mimo publicznego charakteru przestrzeni miasta, niżli obiektem systematycznych socjologiczno-kulturowych analiz. Zapowiadane hasło należałoby zatem zmodyfikować do postaci księgarnia (i jej książki) jako model świata obdarzony konkretnym adresem, by przybrało skromniejszą i merytoryczną postać<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Oprócz Bibliotek Narodowych i uniwersyteckich należy wspomnieć (zaledwie) dwie inspirujące instytucje: Deutsches Polen-Institut (z niezwykle ciekawym archiwum *Deutschsprachige Titel in polnischer Übersetzung* 1994–2010. *Zusammenstellung der Bibliographien der Jahrbücher des Deutschen Polen-Instituts von Elżbieta Dzikowska i inni*) oraz Willy Brandt Zentrum. Przypomnijmy nadto tylko kilka ważnych tomów, które wspierały nasze intuicje, na przykład dwa tomy *Bibliografii przekładów z literatury niemieckiej na język polski* E. Połczyńskiej i C. Załubskiej oraz K. Górskiej, E. Łepkowskiej, *Na Zachód od Wschodu. Literackie i popkulturowe obrazy NRD, PRL i RFN*, Kraków 2009; N. Honsza, B. Wengerek, *Oblicza kompromisu: literatura i kultura RFN lat siedemdziesiątych*, Katowice 1981; N. Honsza, Z. Świątłowski, B. Wengerek, *Profile współczesności: literatura NRD*, Katowice 1979; K.A. Kuczyński, *Polnische Literatur in deutscher Übersetzung von den Anfängen bis 1985. Eine Bibliographie*, Darmstadt 1987; M. Lasowy-Pudło, *Recepcja literatury NRD w Polsce w latach 1949–1990*, Wrocław 2010; *Literatura niemiecka w Polsce. Przekład i recepcja*, red. E. Czaplewicz, J. Rohoziński, Pułtusk 2009; H. Orłowski, *Zrozumieć świat: szkice o literaturze i kulturze niemieckiej XX wieku*, Wrocław 2003 i wiele innych.

<sup>2</sup> Zob. W.J. Burszta, *Książka i czytanie w popkulturowym reżymie symultaniczności*, [w:] *Gadżety popkultury. Społeczne życie przedmiotów*, red. M. Żakowski, W. Godzic, Warszawa 2007, s. 125–139.

## Czy marginalizacja statusu książki

Bibliologia — jak się uważa — to ogólna nauka o książce, w której przedmiotem uściślonego zainteresowania badacza mogłaby być bibliopoeja, czyli wiedza o tworzeniu i komponowaniu książek i bibliopolia, pojęcie spoza *Słownika języka polskiego*, czyli nauka o księgarstwie. W jakiejś mierze także bibliografia, czyli znajomość opisu książek, wiedza o książkach oraz powszechna historia piśmiennictwa. Wiedza taka umożliwiała rekonstruowanie modeli rynku książki i czytelnictwa w konkretnej rzeczywistości ekonomicznej. Współcześnie należy ją poszerzyć o coraz bardziej dominujące instrumentarium interfejsowej organizacji tekstów, analizy nowych więzi społecznych i dystrybucji produktów książkowych w cyberprzestrzeni.

Oprócz studiów akademickich wspomnijmy znaczącą w tej mierze rolę czasopism, okalających wydawanie, sprzedaż i czytanie książek — dość przypomnieć niedocenioną poznawczo modernistyczną „Książkę”, dającą pełny obraz polskiego życia intelektualnego epoki, która zrodziła popkulturę, czy ukazujące się od wielu dekad „Nowe Książki”, towarzyszące rynkowi czytelnictwu i księgarskiemu. Świadomość bytu książki i księgarni powinna być zatem w XXI wieku ważnym fragmentem refleksji nad kulturą, fenomenem interdyscyplinarnym, ogarniającym księgoznawstwo, informację naukową, bibliologię i bibliografię, informatykę, a w jakiejś mierze także krytykę literacką czy historię sztuki. Tak przecież zwykle nie jest<sup>3</sup>. Owszem, wskażemy wielu publicystów poruszonych złą sytuacją klasycznej postaci książki i zagrożonych upadkiem nieelektronicznego czytelnictwa, odnajdziemy wiele specjalistycznych raportów ekonomicznych, atoli filozofów książki i antropologów czytania wskazać trudniej, a jeśli — pochylają się zazwyczaj nad najmłodszym pokoleniem<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Oprócz zawsze znakomitych rozważań Julio Cortáзара czy Jorge Louisa Borgesa warto wspomnieć między innymi J.-C. Carrière, U. Eco, *Nie myśl, że książki znikną*, wywiad przeprowadził J.-Ph. de Tonnac, przeł. J. Kortas, Warszawa 2010; M. Cieśla-Korytowska, *Te książki zbójcekie...*, Kraków 2011; A. Chmieleńska, *Książka naszym przyjacielem*, Warszawa 1995; K. Dedecius, *Książka jako wola i wyobrażenie*, red. S. Czaja, przeł. D. Samsel, S. Lisiecka, Toruń 1995; I. Ráth-Végh, *Komedia książki*, przeł. J. Snopek, Wrocław 1994; J. Domański, *Tekst jako uobecnienie. Szkic z dziejów myśli o piśmie i książce*, Warszawa 1992; J. Dunin, *Papierowy bandyta*, Łódź 1974; oraz *idem*, *Książka na miarę człowieka*, Łódź 1989; A. Gieysztor, *O godności książki w Polsce*, Warszawa 1979; J. Iwaszkiewicz, *Gawęda o książkach i czytelnikach*, Warszawa 1984; A. Manguel, *Moja historia czytania*, Warszawa 2003; J. Tomkowski, *Zamieszkać w bibliotece*, Ossa 2004; J. Trzynadłowski, *Sztuka słowa i obrazu. Studia teoretycznoliterackie*, Wrocław 1982; *Widmowa biblioteka czyli Książki urojone albo Wypisy o xięgach, których nigdy nie było, ale ktoś o nich napisał* przez Pawła Dunin-Wąsowicza mistrza żurnalistyki, Warszawa 1997; W. Zalewski, *Filozofia książki. Dźwięk i obraz*, Komorów 1991; T. Zbierski, *Semiotyka książki*, Wrocław 1978.

<sup>4</sup> Sylabus do antopologii książki i czytelnictwa na Uniwersytecie Warszawskim wymienia między innymi: *Animacja czytelnictwa dziecięcego*, red. J. Papużińska, G. Walczewska-Klimczak, Płock 2004; *Ocalone królestwo. Twórczość dla dzieci — perspektywy badawcze — problemy animacji*, red. G. Leszczyński, D. Świerczyńska-Jelonek, M. Zajac, Warszawa 2009; B. Bienkowska, *Książka na przestrzeni dziejów*, Warszawa 2005; *Książka dziecięca 1990–2005. Konteksty kultury popularnej i literatury wysokiej*, red. G. Leszczyński, D. Świerczyńska-Jelonek, M. Zajac, Warszawa 2006; G. Leszczyński, *Magiczna bi-*

Współczesna papierowa książka ma wiele kształtów, atrybutów i czasów. Jej postaciami zajmują się edytorzy i graficy, atrybutami krytycy i marketingowcy, egzystencją hurtownicy i analitycy rynku. Przeciętnego czytelnika interesują dwa aspekty bytu książki — jej dzieje i akt lektury.

*Tempus librorum* ma kilka faz w świadomym życiu konsumenta książek. Pierwszy dla każdego z nas nastaje czas książki dziecięcej. Choć ulokowany w rzeczywistości historyczno-politycznej, nasycony ideologią, konkretnie zmediatyzowany, wyposażony w gadżety cywilizacyjne i technologie, przecież dla małego czytelnika wosobie uniwersalizowany, niejako uszczuplony do postaci domu rodzinnego, podwórka, sporadycznie ulicy zagubionej w rozległej antroposferze miasta, współcześnie poszerzonej nadto o labirynty supermarketów, parków tematycznych i obiektów turystycznych oraz nieogarnioną cyberprzestrzeń.

Pojęcie ojczyzny i świata zewnętrznego przybiera w książkowym dzieciństwie postaci okazjonalne. W przypadku biografii pokoleń urodzonych w Polsce po 1945 roku aż do późnych lat 80. materializowało się w zgiełku rocznicowych pochodów, w toczonych na kołdrze lub dywanie bitwach plastikowych czy cynowych figurek żołnierzy, w piosenkach śpiewanych podczas uroczystości rodzinnych i w pieśniach religijnych, które obok domu, czyli rodziny i ojczyzny ujawniały nowe, bo metafizyczne uniwersum.

Do czasu powstania neotelewizji, a przynajmniej do epoki Edwarda Gierka, książkowa ojczyzna dzieci miała w Polsce bardzo klarowną postać ideologiczną. Przyjaciele byli naznaczeni sfalszowaną historią wspólnoty polsko-radzieckiej, a Niemcy istniały w dwóch postaciach — krwiożerczej państwowości Konrada Adenauera i jego następców oraz budującej pokój demokratycznej republiki Waltera Ulbrichta, potem Ericha Honeckera. Odpowiednie akcenty ironiczne, które należałoby postawić nad poszczególnymi postaciami i przymiotnikami, nie były nam wówczas dane, choć jakoś niemieckich produktów znacznie utrudniała wiarę w antyrobotniczy cynizm Zachodu.

Zamieszła w tym konstrukcie niezwykła działalność polityczna Willy'ego Brandta, jednak postaci ambiwalentne lub pozbawione moralnej predestynacji — jak chłopięcy bohater, Arnold w jedenastym odcinku *Czterech pancernych i psa* — czy postaci kultowego *Piaskowego Dziadka* zdarzały się rzadko<sup>5</sup>. Kanon moralnego potępienia faszyzmu obowiązywał państwowe produkty popkulturowe, próba szkicowania tła historyczno-obyczajowego, tłumaczącego inne zachowania — poza prozą Tadeusza Borowskiego i dramaturgią Leona Kruczkowskiego — przez wiele lat po drugiej woj-

---

blioteka, Warszawa 2007; *Po potopie. Dziecko, książka, biblioteka w XXI wieku*, red. D. Świerczyńska-Jelonek, G. Leszczyński, M. Zając, Warszawa 2008; S. Siekierski, *Czytania Polaków w XX wieku*, Warszawa 2000; G. Straus et al., *Czytanie, kupowanie, surfowanie*, Warszawa 2008. Źródeł internetowych raczej tu nie spotkamy.

<sup>5</sup> Kilka późniejszych odcinków tej dobranocki działo się w Polsce; odc. 113 w Warszawie, w której Piaskowy Dziadek spotkał inną charakterystyczną postać epoki — tym razem z polskiej popkultury — prof. Filutka, odc. 178 toczył się w Tatrach, a 214 w Krakowie.

nie światowej zgoła niemożliwa. Mimo to świat literatury pokoiku dziecinnego bywał zdumiewająco apolityczny, być może dlatego, że w większości poniemieckich mieszkań, dzielonych często na mikropowierzchnie między przypadkowych współlokatorów, takie pokoiki nie istniały.

Księgozbiory domowe z konieczności ekonomicznej musiały być mizerne. Designerskie meblościanki w M2 wypełniały żurnale, „Uroda”, „Pani”, „Przyjaciółka”, „Przekrój”, „Kobieta i Życie”, dość obficie drukowane biblioteki dziewiętnastowiecznych i/lub komunizujących klasyków. Ściany zdobiły dyżurne reprodukcje impresjonistów, Picassa i *Słoneczników* van Gogha. Dominowały jednak biblioteki szkolne i publiczne, a w nich bajki i baśnie o uniwersalnym przekazie: Brzechwa i Tuwim obok braci Grimm, Heine, Goethe i E.T.A. Hoffmann obok *Dzieci z Leszczynowej Górki* Marii Kownackiej i Zofii Malickiej. Ten ostatni tytuł niech będzie przykładem powierzchowności upolitycznienia i powszechności manipulacji. Oto w wielu wydaniach — od 1951 roku — mali bohaterowie zwiedzali wybudowaną przez komunistów warszawską trasę W-Z i uczestniczyli w pierwszomajowym pochodzie, pod koniec lat 90. ubiegłego stulecia zwiedzali już warszawskie metro i bawili się na festynie czczącym tradycję Konstytucji 3 maja.

Wydaje się jednak, że socrealizm nie pozostawił trwalszych stygmatów stylu. Oczywiście, faszyzm, a potem agresywny kapitalizm zawsze był ważnym atrybutem międzykulturowego dyskursu, zwłaszcza w powieściach przygodowych — na przykład w *Księdze urwisów* Edmunda Niziurskiego (1954) czy w *Grubym* Aleksandra Minkowskiego (1966). Alternatywą bywały poprawne politycznie, z reguły tłumaczone z rosyjskiego perswazje pedagogiczne w stylu *Opowieści o prawdziwym człowieku* Borysa Polewoja, *Timura i jego drużyny* Arkadego Gajdara lub wielka literatura fantastyczno-naukowa: Verne, Wells, Lem. Zdarzały się perełki — z miejscem akcji lokującym Niemcy w bliżej nieokreślonej, politycznie bezpiecznej przeszłości aprobowanej w socjalistycznych realiach, co przydarzyło się na przykład kultowej powieści Ericha Kästnera *Emil i detektywi*. Godzi się pamiętać, iż uwolnienie fantazji z obligatoryjnych w dobie kultu jednostki wątków pedagogicznych skutkowało powieściami z kluczem — przykładem niech będą dzieła Wiktora Woroszylskiego *I ty zostaniesz Indianinem* (1960) oraz *Cyryl, gdzie jesteś?* (1962). W tym kontekście warto wymienić znakomitą powieść Jerzego Broszkiewicza *Wielka, większa i największa* (1960). Ich autorzy, prowadząc gry między kulturami (a nawet cywilizacjami), bardzo taktownie przemycali zachwyt nad cywilizacją Zachodu (na przykład jednym z bohaterów powieści Broszkiewicza jest inteligentny, zantropomorfizowany Opel Kapitän).

Niezamierzoną i anachroniczną formą wzniecenia pozytywnych związków z kulturą Niemiec stał się po zwolnieniu z cenzorskiego zapisu cykl powieści o Winnetou i jego kamratkach Karola Maya<sup>6</sup>. Mimo że była to literatura awanturniczo-prygo-

---

<sup>6</sup> Zob. N. Honsza, W. Kunicki, *Karol May. Anatomia sukcesu*, Katowice 1986; S. Bobowski, *Nie tylko przygoda: polskie powieści indiańskie w perspektywie etnologicznej*, Wrocław 2012.

dowa o archaicznym i zarazem egzotycznym rodowodzie, świetnie (choć paradoksalnie) lokowała się w charakterystycznej dla Polaków lat 50. i 60. ubiegłego wieku apoteozie obrazu Ameryki jako ziemi obiecanej<sup>7</sup>. Przekaz ten wzmacniała obecność westernu w kinach i na antenie Telewizji Polskiej (na przykład popularność serialu *Bonanza*), odbierana jako cywilizacyjna baśń, opozycyjna wobec socjalistycznego heroizmu i kultu pracy oraz nieliczne bazy — pełne przemycanych z USA i RFN (wówczas NRF) dóbr konsumpcyjnych.

W tym czasie możemy zatem wyróżnić dwie postaci literackiego świata, w którym łączą się książkowe losy Polaków i Niemców — *orbis interior*, oswojony, swojsko zrecywilizowany, czyli w zasadzie dewastujący poniemiecką substancję materialną i duchową, zacierający idee cywilizacyjne i *design* przestrzeni publicznej, wsparty popularnością nacechowanych ideowo postaci w typie Hansa Klossa czy załogi czołgu Rudy, i *orbis exterior*, z reguły kostiumowy jak u Maya, atemporalny jak u Kästnera lub anachroniczny jak w podczytywanych pod kołdrą w początkach nastoletności (na zmianę z *Pożegnaniem z bronią* Hemingwaya) powieściach Ericha Marii Remarque'a.

Późne lata 60. oprócz wydarzeń praskiej wiosny i paryskiego maja przyniosły także polski marzec. A wraz z nim jeden z najważniejszych sporów intelektualnych młodej (niekiedy bardzo młodej) polskiej inteligencji — dysputę o *Czarodziejskiej górze* oraz próbę nowego odczytania przez poetów nowej fali dzieł Brechta (ten dyskurs zainicjowali między innymi Stanisław Barańczak i Ryszard Krynicki). Ważnym nazwiskiem stała się Ingeborg Bachmann; jej poezja stanowiła między innymi dramatyczny kontekst wierszy Wisławy Szymborskiej i dzieł Ewy Lipskiej (tylko że Bachmann była Austriaczką, co przekonuje, iż dla literatury współczesnej pojęcie narodu ma niezbyt ważny wymiar). Należy jednak wspomnieć, iż główny nurt dysput międzykulturowych i popkulturowych lokował się wówczas w obrębie przemian muzyki w stylu brytyjskiego popu i angloamerykańskiego rocka oraz literatury i kina, także szwedzkiego (Bergman), hiszpańskiego (Buñuel i Saura) czy czeskiego (Menzel). Kultura Niemiec z powodu politycznego rozdwojenia jaźni miała w Polsce zaledwie kilka wyrazistych symboli.

Mianowicie, kryminalno-obyczajowy serial *Telefon 110* cieszył się znaczną popularnością, konkurując między innymi z teatrem TVP (*Kobra*) oraz nieco późniejszym serialem *07 zgłoś się*. Przedstawiał oczywiście rzeczywistość NRD, sporadycznie konfrontowaną z kulturą Zachodu. Z kolei rajska pejzaż popkultury dominował w programach typu show, transmitowanych między innymi z Friedrichstadt-palast i koncertów zespołu Die Puhdys. Jednocześnie powoli dobiegła końca epoka cienia drugiej wojny światowej. Wydania *Siódmego krzyża* Anny Seghers toczą dialog z *Rozmowami z katem* Kazimierza Moczarskiego. Przedsmak wolności (powstanie kultury niezależnej i kultury w stylu punk w drugiej połowie lat 70.) i jednoczesny kryzys ekonomiczny państwa gospodarki planowej przeniosły akcenty sporów o te-

<sup>7</sup> Pisał o tym Marek Hłasko w *Pięknych dwudziestoletnich*, Warszawa 1988.

rażniejszość i przyszłość ku zupełnie nowym atrybutom cywilizacji. Odczytywali je znacznie częściej autorzy tak zwanego obiegu niezależnego, jednak trafiającego do wybranych czytelników i tak zwane kino moralnego niepokoju. Odważne kino niemieckie, jak *Blaszany bębenek* Schlöndorffa, było na polskich ekranach rzadkością (1979) i z reguły trafiało do DKF-ów.

Znaczące utwory publicystyczne i literackie, które w zagmatwanych politycznie latach 70. (z jednej strony polsko-niemieckie pojednanie, z drugiej głęboki kryzys strukturalny w Polsce) odcisnęły piętno na reinterpretacji kultury współczesnej i jej dyskursów, wyszły spod ręki Hanny Arendt, Heinricha Bölla, Güntera Wallraffa, Güntera Grassa i Christy Wolf. Każda z postaci literackich lub idei społecznych (jak w wypadku Arendt), które wykreowali ci pisarze, opowiadała zupełnie inną historię i obnażała paradygmat rozdartej wewnętrznie Europy i świata stojących u progu dopiero przepowiadanej Baumanowskiej płynnej ponowoczesności. W wypadku Arendt, Bölla i Wallraffa była to diagnoza bardzo uwikłana w politykę i ekonomię Zachodu. Totalitaryzm, międzynarodowy terroryzm i eksplozja mediów nowego typu (agresywnych stacji TV i kultury tabloidów) ujawniły kruchość lub brutalność instytucji demokracji, nieradzącej sobie z wzrostem nastrojów anarchistycznych i lewicowych wśród uczestników wydarzeń przełomu lat 1968–1970 i niepotrafiącej zerwać z totalitaryzmem.

Popularna w Polsce *Utracona cześć Katarzyny Blum* (1976), choć opowiadała o bezwzględności nowoczesnych mediów, prowokowała do zasadniczych pytań o filozofię prywatności w Europie i na świecie. Dramatyczne rozdarcie między mieszczańskimi, gasnącymi cnotami przyzwoitości i prywatności a stabilizowaną kulturą nowych mediów zdumiewająco praktycznie wpisywało się w dyskurs polskiej kultury niezależnej. Bardzo podobne pytania o prawo do prywatności, o powszechną inwigilację, o agresywność nowych technologii medialnych i operacyjnych znajdziemy zarówno w sfilmowanej, więc spopularyzowanej powieści Bölla, jak i w prozie Tadeusza Konwickiego (*Mała apokalipsa*, 1976) czy w *Sztucznym oddychaniu* (1979) Stanisława Barańczaka. Christa Wolf wydawała się polskim czytelnikom w tym kontekście postacią niezwykle i wytłumaczalną. Paradoxy prozy Wolf, na przykład w *Rozmyślaniach nad Christą T.*, czyli wyrazisty subiektywizm i odrealnienie obrazu rzeczywistości — podobnie jak u Konwickiego w *Kompleksie polskim* (1977) czy *Zwierzoczkokoupiorze* (1972) — świetnie składały się z surrealizmem polskiej *mimesis*, w której pozorom politycznego zaangażowania towarzyszą ironia, dystans, subtelność wyobraźni, zapis historycznego wygnania z małej ojczyzny<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Zob. D. Maciejewska-Bogusz, *Zwierzoczkokoupiór, czyli Tadeusza Konwickiego obsesja pamięci*, <http://podteksty.amu.edu.pl/content/zwierzoczkokoupior-czyli-tadeusza-konwickiego-obsesja-pamieci.html>; oraz E. Kledzik, *Christa Wolf*, [w:] *Wielkopolski słownik pisarek*, [http://pisarki.wikia.com/wiki/Wolf\\_Christa](http://pisarki.wikia.com/wiki/Wolf_Christa) [dostęp: 25 czerwca 2014].

Oskarżycielskie wobec kultury Zachodu reportaże Güntera Wallraffa — to kolejny paradoks — wpisywały się w kontekst przemian polskiego reportażu, zwłaszcza spod pióra Ryszarda Kapuścińskiego i autorów „Kontrastów” czy Krzysztofa Kąkolewskiego (*Co u pana słychać?*, 1975). Wydana wraz z Berndem Engelmannem książka *Wy na górze, my na dole* (1973) czy *Wstępniak* (1977) były żywo dyskutowane przez polskich publicystów i czytelników przygotowujących się do solidarnościowej rewolucji. Podobny sukces w postaciowaniu polskiej wyobraźni da się przypisać dopiero o dekadę późniejszej (polska edycja 1987) prozie dokumentalnej *My, dzieci z dworca ZOO*, zapisu rozmów z Christiane F., nastoletnią narkomanką z Berlina Zachodniego, która stała się lekturą szkolną, komentującą dramatyczne przemiany obyczajowe współczesnej Europy.

Jedenastego marca 1980 roku powstała w Darmstadt instytucja, której znaczenia dla obecności polskiej książki w Niemczech nie sposób przecenić. Deutsches Polen-Institut prowadzony przez Karla Dedeciusa zbudował podstawy systematycznej reprezentacji polskiej literatury i myśli w Republice Federalnej. „Polnische Bibliothek”, której pięćdziesiąt tomów ukazało się do 2000 roku, prezentowała wysmakowany dorobek epok i najwybitniejszych pisarzy. Nieocenione wydaje się też czternaście tomów cyklu „Denken und Wissen” z nazwiskami tej klasy, co Jerzy Szacki, Paweł Śpiewak, Jerzy Jedlicki, Władysław Tatarkiewicz czy Michał Heller. Docenić należy liczne publikacje analizujące polskie społeczeństwo, interesujący cykl „Jahrbuch Polen”, a nawet podręczniki do nauki polszczyzny.

W powszechnie już rozpoznawalnej po 1989 roku, coraz bardziej wiążącej Polskę i Niemcy drodze ku Unii Europejskiej warto wspomnieć ważny dla czytelników kontekst kina i muzyki popularnej. Werner Fassbinder, Volker Schlöndorff, Tom Tykwer, Wim Wenders i wielu innych reżyserów obok wybitnego pisarstwa Güntera Grassa (*Błaszany bębenek* 1983, *Wróżby kumaka* 1992, *Turbot* 1995 czy *Przy obieraniu cebuli* 2006), tak wyrafinowanie okalającego literaturę Stefana Chwina i Pawła Huellego, to animatorzy polskiej mentalności także na przełomie wieków.

Jest wreszcie ważny, trwający wiele dekad, komplementarny wobec przemian mentalnych Niemiec kontekst muzyki współczesnej — Nina Hagen, Die Toten Hosen, Tangerine Dream, Klaus Schulze, a przede wszystkim Kraftwerk to fenomeny na polskiej scenie punk rocka i elektronicznego rocka (wszyscy oni koncertowali i nagrywali płyty w Polsce), The Scorpions zaś przeszli do wspólnej obu narodom legendy upadku komunizmu.

Mimo to obecność kultury i literatury niemieckojęzycznej na polskim — na pozór niezwykle barwnym — rynku książki w porównaniu choćby ze scenami teatrów i ekranami kin uważa się za zaledwie zauważalną. Historiozoficzne dystopie, konsumeryzm i hedonizm odnajdujemy w powieściach Marcela Beyera, Wolfganga Hilbiga, Daniela Kehlmanna, Michaela Krügera, Gregora von Rezzoriego czy Roberta Schindla. Jednak trudno uznać ich książki za popularne. Swoistym fenomenem wydawniczym stała się proza Herthy Müller (od *Sercątka* z 2004 po *Huśtawkę oddechu*

z 2010), ale jednocześnie odrzucono dziedzictwo szkoły frankfurckiej, a nawet klasykę w stylu Tomasza Manna. Z pewnością zauważyć należy inicjatywy wyjątkowe, takie jak seria „Schritte/Kroki” z tekstami Jean Améry, Hermanna Burgera czy Uwe Johnsona.

## *Aetas digitalis*

Żyjemy w świecie e-booków, czyli produktów zdigitalizowanych. Istota zmiany statusu książki wiąże się ze swoistością ontologii cyberprzestrzeni — oto w dobie powszechnej komputeryzacji, od lat 80. ubiegłego wieku książka nagle straciła drugą stronę; pełna zmysłowości przestrzennej pagina *recta* nie ma w czytnikach strony *versa*, przepadł *princeps* i *canalis*, *aspex* i *fundus*, a nawet *spina* — na pozór banalny grzbiet. Wszystko to, co pozwalało poczuć zapach, ciężar i fakturę papieru, kleju, płótna introligatorskiego, farby drukarskiej, zostało zastąpione płaskim plastikowym ekranem w równie sterylnej plastikowej obudowie. Kartkowanie, ustawianie książek w szeregu, przestrzenność bibliotecznych kolekcji zostały zastąpione scrollowaniem, czyli przewijaniem ekranów. Alchemia ustąpiła miejsca informatyce i cybertechnologii.

Cyberprzestrzeń nie oznacza oczywiście kresu galaktyki Gutenberga, lecz jej gruntowne, sensualne i mentalne przeformatowanie. Po pierwsze, stała się strukturą rynkową w znacznym zakresie pozbawioną dawnej roli i funkcji księgarza. Oferta konsumencka — jak każda rzeczywistość hiperlinków — została podporządkowana marketingowi plebiscytów i prowadzi każdego z nas od wyboru czytnika do kupna e-booka. Strategie wydawców i hurtowników wykorzystują procedurę *connectivity*, marketingowy algorytm internetowych księgarni najczęściej ujawnia tylko dwie dyrektywy: „Ci, którzy kupili ten towar, kupili też...” oraz „Inni klienci oglądali również...”. O inteligencji czytelnika, autorytecie księgarza, czytaniem krytyku, autonomicznym dziele nie ma tu mowy. Produkt, towar, klient, promocja, koszyk, dostawa, bony na zakupy, login — to podstawowe pojęcia tego dość koszmarnego anonimowego świata. O polityce wydawniczej decyduje w nim badanie rynku i prognoza zysku, o roli czytelnika konieczność egzystencji online, o losie książki — dystrybutor.

Książka tradycyjna uzupełnia zatem świat zdigitalizowany o wymierne wartości by tak rzec analogowe. Jest nadal dość liczna, choć od grudnia 2009 roku amazon.com sprzedaje ponoć więcej książek elektronicznych niż drukowanych. Rocznie na rynku księgarskim Niemiec, jak zapewnia neuebuecher.de, ukazuje się ponad dziewięćdziesiąt cztery tysiące nowych tytułów. Rynek-książki.pl niechętnie podaje liczbę takich tytułów w Polsce, operuje natomiast wartościami rynku książki w 2011 roku — i tu odnotowuje spadki (nawet dwudziestotrzypięcioprocentowe w wypadku książki ilustro-

wanej) lub niewielkie wzrosty (na przykład książka szkolna i naukowa)<sup>9</sup>. Mówimy o wartościach opiewających na niemal miliard dolarów. Ta trudna równowaga między papierem a cyfrą oznacza z pewnością konieczność strategicznej przebudowy klasycznych księgarni. Rzecz nie w tym, aby księgarnie miały swoje witryny internetowe, lecz aby zmieniły swą rolę wobec zjawiska ekspansji e-booków i zdalnego czytelnictwa, stając się z konieczności konsumenckimi hybrydami.

Obserwacji poddano dwie księgarnie w miastach o podobnej liczbie mieszkańców i pozycji w regionie. Jedna znajduje się w stolicy Dolnego Śląska — Wrocławiu, druga w największym mieście Saksonii — Lipsku. To Empik w Domu Handlowym Renoma i Lehmanns Media przy Grimmaischestr. 10.

Klasyczną przestrzeń księgarską nie tylko w Polsce odnaleźć coraz trudniej. Dawne architektoniczne podziały stosunkowo niewielkich sklepów księgarskich na strefę czytelnika — szklaną ladę z nowościami — strefę księgarza zastąpiły przestrzenie otwarte, swoiste pasaży wewnętrzne, niekiedy nawet labirynty regałów. Co ważne, jedne realizujące Benjaminowski paradygmat pasaży otwartych na widoki miasta w stylu Galeries Lafayette, inne znów — jak chociażby paryski FNAC przy Rue de Rennes — raczej w typie oszklonego bunkra kultury. Te niewielkie, jak wrocławska księgarnia Pod Arkadami czy Presse & Buch Zentrum w Görlitz, nadal epatują *theatrum* stosunkowo niewielkich witryn, niezbyt widocznych w komunikacyjnym bałaganie miasta (Pod Arkadami) albo przytłoczonych rozmiarem sąsiednich fasad i witryn, niezbyt widocznych nawet w aplikacjach typu *street view*.

W przeciwieństwie do księgarni internetowych nie widać w nich hybrydowego charakteru rzeczywistości, a jeśli już, to z pewnością raczej na poziomie aranżacji informacji i — sporadycznie — dysput z gośćmi księgarni. Jednak fundamentalne kategorie sieci, czyli zmieszanie ról twórcy, wydawcy, sprzedawcy, krytyka i odbiorcy nie ma tu miejsca. Poza ekranem monitora informacyjnego, na którym możemy dokonywać aktywnych penetracji, nic nie zaciera tu ról aranżerów czasoprzestrzeni i jej użytkowników. Zresztą, ekrany okazują się medium średnio przydatnym — zawartości wielu tytułów nie ma w zasobach sieci (skanowanie kodów skutkuje więc zerową informacją zwrotną), nowości notorycznie ujawniają lakoniczną, zwykle jednozdaniową informację handlową albo wywołują mylny komunikat: produkt niedostępny w tym sklepie.

Równie trudno zaobserwować — przy rozpoznanej w nauce o mediach dominancie digitalizacji — by e-booki (oraz aplikacje do kupowania, czytania lub tworzenia

---

<sup>9</sup> Zob. [badanie2011.rynek-ksiazki.pl/wydawnictwa/](http://badanie2011.rynek-ksiazki.pl/wydawnictwa/). W tekście o prognozach dla rynku czytamy: „Agencja analityczna PwC prognozuje, że wartość rynku książki w Polsce w 2012 roku wyniesie 974 mln dolarów. Ten wzrostowy trend ma się utrzymać także w kolejnych latach, a w 2016 roku wartość rynku wyniesie 1,02 mld dolarów”, [http://badanie2011.rynek-ksiazki.pl/wydawnictwa/prognozy-dla-ryнку-wydawniczego\\_312.html](http://badanie2011.rynek-ksiazki.pl/wydawnictwa/prognozy-dla-ryнку-wydawniczego_312.html) [dostęp: 12 października 2013].

publikacji) zdominowały w rozpoznawanej przestrzeni książki drukowane<sup>10</sup>. Proporcje między powierzchnią zajmowaną przez produkty z papieru a tą, w której dominują produkty plastikowe (e-booki, audiobooki, CD, DVD, Blu-ray, gry itp.), są tu wyraźnie zrównoważone, a uważany za charakterystyczny dla sieci proces przeistaczania się autorów nurtu self-publishing w twórców tradycyjnych książek nieprzekonujący, bo niewidoczny. Dostrzegamy natomiast wzmogoną semiozę produktów opatrywanych logo księgarni (ekstraobwoluty — na przykład Nagroda Nike, best-seller — sprawiają, iż designerskie symbole nadają zwykłym produktom księgarskim status znaków). Widoczne zda się każdemu czytelnikowi instrumentarium mody oraz plebiscytowość komunikowania (na przykład regały top 30 w Empiku czy bestsellery Spiegła u Lehmannsa). Dominantą wizualną zda się dystynkcja nowości (trendów) — odpowiednio skalowane (od okładek przez zawieszki na regałach po pionowe banery) inskrypcje n o w o ś ć! wypełniają wiele miejsc w tokach komunikacyjnych. Trudniej spostrzec unicestwienie pasm tradycji — mechanizm dość permanentnie obecny w procedurach konsumenckich (rozmywanie kanonów) tu widoczny jest tylko na/w standach oferujących wyprzedaże (wówczas mieszają one produkty z różnego czasu i stylu), natomiast dominujące uwikłanie uczestników popkultury w rewolucję cyfrowych transakcji i konsultacji dopełnia absolutnie klasyczna relacja komunikowania *face to face*, nasycona pertraktacjami, poradami (ze strony sprzedawców), wzajemnymi formami fatycznymi, dygresjami na temat kultury współczesnej, a nawet żartami (także na temat kompetencji sprzedawców).

Trudno także wzbudzić w obserwatorze tych rytuałów komunikacyjnych przekonanie, iż produkty innowacyjne (czytniki czy konsole) kreują jakiekolwiek skłonności metaforyczne lub odmieniające status klienta<sup>11</sup>. Księgarnie odwiedzają raczej użytkownicy kompetentni, już wyposażeni w najnowsze gadżety cyfrowej lektury czy zabawy albo korzystający z nich na miejscu w przestrzeni dedykowanej grom komputerowym (tak jest w Empiku). Zdarza się zatem spostrzegać dzieci czy nastolatków, którzy pobyt w przestrzeni do grania traktują jako chwilową odmianę swojego statusu, ale z konieczności (ubóstwo) jest to dystynkcja krótkotrwała. Wydaje się także,

---

<sup>10</sup> Zob. między innymi *Wiek ekranów. Przestrzenie kultury widzenia*, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Kraków 2002; *Ekrany piśmiennosci. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów* red. A. Gwóźdź, Warszawa 2008; czy T. Goban-Klas, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacyjnego*, Kraków 2011.

<sup>11</sup> Pisał Roch Sulima: „Rzeczy nowe, nawet najbardziej praktyczne, których pierwszy raz używamy, działają najpierw jak metafory. Niosą zrazu jakąś nadwartość znaczeń, otwierają pola skojarzeń, generują ambiwalencje. W świecie potocznym rzeczy nowe są najpierw wyzwaniem pojęciowym, działają jak pytanie, którego w pełni nie może uchylić żadna »instrukcja obsługi« będąca dziś modelem »przekładu kulturowego« i niezwykle wydajną maszyną semiotyczną”, zob. *idem, Antropologia codzienności*, Kraków 2000, s. 131.

iż dominuje skłonność do grywania przed skłonnością do czytania, co potwierdzają badania statystyczne<sup>12</sup>.

## Królestwa kultury, księstwa czasopism

Empik — gdyby go porównać do świątyni konsumpcji — ma nawę główną, zawierającą bardzo różnorodne produkty i usługi, od gadżetów piśmienniczych po ceramikę, lewą nawę boczną w całości wypełnioną zbiorem książek i transept kasowy, od którego prowadzi nawa boczna wypełniona nagraniami muzyki oraz filmów z zamasyżycie skręconą ku wejściu/wyjściu odnogą tejże nawy zastawioną regałami z gramami komputerowymi i konsolowymi, uzupełnionymi o kilka stanowisk do gry, zbudowanych z wielkich ekranów i standów z konsolami. W planie ogólnym przypomina swym przekrojem grecką literę  $\Phi$ , tylko kanciastą.

Ten sklep multimedialny zajmuje połowę kondygnacji domu handlowego. Ponieważ od pozostałej przestrzeni oddzielają go szklane ściany i okna, sprawia pozytywne wrażenie prześwieconego naturalnym światłem. Akcentem graficznym w całej przestrzeni wnętrza jest biały przecinek, identyczny jak zawarty w logo marki. Portal wejściowy wyróżniają poczwórne bramki antykradzieżowe opakowane reklamowymi plakatami. Rytm ustawienia tych bramek, w skos, dynamizuje sam akt przestąpienia granicy. Przestrzeń z lewej strony wypełnia powierzchnia punktu informacyjnego, w którym można także odbierać zamówione w Internecie książki. Ponieważ jego plecy zbudowano z półek podobnych do bibliotecznych, stymuluje on ciekawe wrażenie pobytu w miejscu swoistej transgresji marzeń w spełnienia. Kolor naturalnego

---

<sup>12</sup> Zob. internetowy *Komunikat CBOS Cała Polska czyta dzieciom*, oprac. M. Falkowska: „Z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że dzieci przyzwyczajone od wczesnego dzieciństwa do kontaktu z książką mają większą szansę stać się aktywnymi czytelnikami niż ich rówieśnicy pozbawieni takich doświadczeń. Respondentów, którzy w swoich gospodarstwach domowych mają dzieci w wieku szkolnym i młodsze, zapytaliśmy, czy i jak często w ich rodzinach dorośli czytają dzieciom książki. Hasło akcji popularyzującej głośne czytanie brzmi: *Czytaj swojemu dziecku na głos przez 20 minut dziennie*. Z deklaracji badanych wynika, że w codziennej praktyce hasło to realizuje ponad jedna piąta (22%) rodzin, w których jest małe dziecko nieumiejące jeszcze czytać. W dwóch piątych takich domów (40%) dorośli czytają swoim pociechom na głos kilka razy w tygodniu. Z wysokim prawdopodobieństwem można więc przyjąć, że akcja *Cała Polska czyta dzieciom*, ma szansę dotrzeć do 62% rodzin z małymi dziećmi (już realizujących codzienne czytanie oraz czytających dzieciom dość regularnie). Prawie co ósme małe dziecko (13%) wychowuje się bez kontaktu z książką, a mniej więcej co piąte (22%) ma z nią styczność raczej sporadycznie. Obserwujemy jednak różnice środowiskowe — bez książek wychowuje się jedna piąta dzieci wiejskich, a ponad jedna czwarta ma z nią sporadyczny kontakt. Natomiast w miastach w przeważającej części rodzin dzieci mają regularny kontakt z książką. Istnieje też zależność między czytaniem małym dzieciom a wykształceniem badanych. Regularny kontakt z książką zdecydowanie częściej mają dzieci w rodzinach osób z wyższym wykształceniem niż w pozostałych”, [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2001/K\\_121\\_01.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2001/K_121_01.PDF) [dostęp: 25 czerwca 2014].

drewna (lub okleiny) budzi poczucie solidności i komfortu. Podobnie oddziałują zawieszane u części sufitu drewniane listwowe ażury oraz ukształtowane w niewielkie płyciny dekoracyjne ekraniki. Podłogi są albo ceramiczne, szare, więc neutralne, albo wyścielone szarą wykładziną. Podobnie jak szara część stropu — po uniesieniu wzroku można tam dostrzec surowe, rurowe formy różnych instalacji.

Nawa główna wzbudza wrażenie konsumenckiego rozmachu. Gęsto zastawiona ladami i regałami, obwieszona planszami promocyjnymi i podobiznami książek wypełniona jest licznymi stoiskami z gazetami, czasopismami (także z tytułami wyrafinowanymi, niszowymi) oraz z tytułami niemieckimi, między innymi „Frankfurter Allgemeine Zeitung”, „Die Welt”, „Schöner Wohnen”, „Stern” czy „Spiegel”), zegarami, kalendarzami, kartkami pocztowymi i życzeniowymi, brelokami, zabawkami, artykułami piśmienniczymi, biżuterią i ceramiką, tacami śniadaniowymi. W całości przypomina swoisty bazar.

Nawa lewa — gęsto zastawiona stołami, ekspozytorami, wypami, wózkami i regałami z książkami — trwale naznaczona jest reklamowymi dyrektywami. Tysiące książek w jednym miejscu należy do dyrektyw trwałych, sezonowe obejmują akcje promocyjne, na przykład 2 + 1 na książki z tego Tomu Kultury (to czasopismo wewnętrzne marki), kup trzy zapłać za dwie czy em-pik godne uwagi tysiące książek w ofercie 1 + 1. Instrumentarium promocyjne obejmuje praktycznie całą przestrzeń księgarską i przybiera rozmaite formy. Od stabilnych stojaków (empik prezentuje najlepsze oferty) po stelaże z ofertą Wyjątkowy Prezent.pl. Ale odnajdziemy tu także dekoracje aksjologiczne — historyczne, czarno-białe fotografie oraz cytaty z wypowiedzi znanych pisarzy i podróżników, między innymi Janusza Leona Wiśniewskiego i Elżbiety Dzikowskiej, doceniających kulturotwórczą rolę niegdysiejszego MPiK-u (taka była dawna nazwa brandu), stąd plansze z opowieściami o „królestwach kultury, księstwach czasopism, cesarstwach inteligencji”, które pojawiły się w „zenicie PRL-u, wśród przasnej szarości”. Nad innym regałem dostrzeżemy fotografie Sławomira Mrożka i kolejny cytat: „Składałem się z wyobraźni i nicości. To znaczy, że nawet kiedy zniknie wyobraźnia, coś jeszcze za mnie zostanie”.

Przechodzień ma zatem lekkie rozdwojenie jaźni — oto z jednej strony doznaje niezwykle pozytywnych wrażeń z pobytu w zasobnej, popkulturowo barwnej, ale i przyjaznej, bo wypełnionej także dedykowanymi miejscami do czytania (długie stoły z krzesłami, czytelnicy jednak milczący, jakby odseparowani w myśleniu i fonii — co postrzega się jako zachowanie niezwykłe) księgarni, z drugiej zaś przebywa w klasycznym supermarkecie, tuż obok kupi wszak zegary, smyczki, kubki, puzderka, kalendarze, gazety itd. Także i tę nawę wypełniają piśmiennicze drobiazgi. Przeważają jednak książki.

Zasadniczo zbiór podzielono na dwa pomieszczenia — dominujące przy wejściu nowości oraz kolekcje tematyczne: reportaż (tu w tysiącu kolorowych okładek widać było tom autorstwa Wolfganga Büschera *Hartland. Pieszo przez Amerykę* oraz *Ruski*

*ekstrem. Jak nauczyłem się kochać Moskwę* Borisa Reitschustera) uzupełniony o atlasy, mapy i globusy, przewodniki turystyczne (w tym nieliczne dedykowane miastom niemieckim, na przykład wiodącemu prym Berlinowi, Monachium czy całym Niemcom), sztuka (liczne albumy także ze sztuką Niemiec — zwłaszcza dawną, ale nie brak i wydawnictw, także niemieckojęzycznych dedykowanych reklamie i designowi współczesnemu), religie, psychologia, fotografia, sport, poradniki i książki kucharskie (ogłoszone z kuchni Niemiec), słowniki i nauka języków obcych (*Niemiecki nie gryzie* — to jeden z promowanych tytułów), literatura obcojęzyczna, historia mocno zdominowana przez dzieła na temat drugiej wojny światowej, literatura polska i obca (tu łatwo było wiosną 2013 roku wyróżnić na półce książki między innymi E.M. Remarque’a i Ferdinanda von Schiracha), wreszcie obfity dział literatury dla dzieci. Nutą powszechną wydaje się jednak szeroko pojęta europejskość. Niemcy są w tej przestrzeni słabo widoczne, badacz powiedziałby: o b e c n e, ale już nie p r z y - z w o i c i e, z a u w a ż a l n e, ale nie w a ż n e.

Regulacją podstawową, gdybyśmy odtwarzali system wartości, którego doznaje polski czytelnik, byłby jednak historyzm, mocno uwikłany w faszyzm, nazizm, w diaboliczność postaci Hitlera i Wielkiej Trójki (stąd *Kaci Hitlera*, *Hitlerland*, *Wiek ludobójców*, *Noc morderców* i *Wspólny wróg* obok *Żołnierzy wyklętych* na jednej półce). Niewidoczny wręcz jest dzień powszedni Niemiec, ich system medialny, polityka i kultura (poza biografiami), kuchnia i obyczaje czy ekonomia. Mówimy o tym, co widać, co nasycza oczy i uszy, nie o tym, co jest możliwe do odnalezienia w katalogach. Finałem tej narracji musiałby być opis stoisk dedykowanych kulturze w stylu pop: Disney, Lego, Star Wars, Furby, Schleich, Coca Cola, Angry Birds oraz mocno osamotniony w tej konstelacji VW Garbus to dystynkcje konsumenckie transektu zawracającego kroki czytelnika ku kasom lub ku stoiskom muzycznym i filmowym. Godzi się wspomnieć, że muzyka niemieckich kompozytorów, płyty dyrygentów i instrumentalistów są nader liczne i ekskluzywne cenowo, natomiast film, podobnie jak literatura reprezentowany jest mizernie.

Empik jest sklepem samoobsługowym. Obserwujemy tu zatem zachowania spektakularne dla przestrzeni konsumenckich tego typu: theatrum obyczajowe, wykonywane najczęściej przez ludzi młodych, demonstrujących poprzez nałożone kostiumy kultur niszowych bądź zmediatyzowanej popkultury swą energiczną, nadekspresyjną (także językowo) młodość, niezależność, dosadny humor, ale i subtelne gesty miłosne — z boku nawy głównej i przed wejściem można znaleźć zacisza z leżankami, gdzie flirtują i tulą się nastolatki. Wielu czytelników przychodzi do Empiku na darmowy seans lektury — przy opisywanych już stołach do czytania. Z reguły są milczący, a na pewno wyciszeni. Dość modnie ubrani. Schludni. Inni — często rodzice maluchów biegających po sklepie jak po placu zabaw — poszukują zwyczajowych prezentów, świątecznych pamiątek, modnych tekstów, zazwyczaj filmów i płyt. Reprezentują klasyczną nową polską klasę średnią. I koneserzy — w każdym wieku, wertujący biegle standy i regały, poszukujący okazji i uzupełniający kolekcje. Społeczność pulsująca

przyspieszonym rytmem miasta, czasem zwalniająca obroty, gdy na małej estradzie pojawia się gość Empiku. Pisarz, piosenkarz, muzyk.

Księgarnia Lehmanns Media jest konstruktem architektonicznie znacznie prostszym i mniejszym — parter ma kształt nieco nieforemnego, wydłużonego czworokąta. Podobnie dwa piętra wyższe. Dominuje pomarańcz podłogi, żółć ścian, zieleni infobanerów w formie odwróconych, rozchylonych ku górze stożków. Na piętro prowadzą schody wzdłuż lewej ściany — przecinając witryny. W ciepłe dni nie znajdziemy tu drzwi — wewnątrz księgarni jest szeroko otwarte dla przechodniów. Ciąg kwadratowych ekspozytorów wypełnionych książkami wprowadza do wnętrza, równocześnie sąsiadując z przyjemnościami i funkcjonalnością miasta, na przykład lodziarnią i apteką po drugiej stronie ulicy. Biel regałów rozjaśnia wnętrze. Punkty informacyjne — znacznie mniejsze niż w monumentalnym Empiku — to prawie barowe stoliczki z wysokim krzesłem. Nie ma tu — jak powinno być w klasycznej świątyni konsumpcji — klarownie zarysowanego portalu odgradzającego wnętrze od zewnątrz, święty konsumencki beczas od pośpiechu ulicy. U wejścia/niewejścia prosty stojak z niemieckimi gazetami zdobi slogan: *Bücher und mehr*. Poza logo to na pierwszy rzut oka pierwszy znak konsumeryzmu.

Mały stand na pierwszym z brzegu ekspozytorze zdobi ramka reklamowa (w czerwcu 2012 roku z inskrypcją *Traumziel: Buch*, popularyzującą kryminalny e-book Tany French *Sterbens kalt*). W głąb prowadzi wydłużony, nasycony żółcią ekspozytor z trójwymiarowym napisem *Bestseller* i stosami książek. Okładki zazwyczaj pastelowe, pogodne, układają się niczym barwny wykres popularności tytułów podświetlony kilkudziesięcioma białymi lampami z sufitu. Jest jasno, przejrzyste, choć gdzieś widać bałagan wśród stosów — znak kartkowania tytułów przez czytelników. Kolejnym ekspozytorem, prowadzącym ku ruchomym schodom, towarzyszą pod ścianą regały z napisem: *Leipzig. Signum loci*.

Nieobecny w Empiku — tu rozbudowany — ciąg regałów z książkami na prezenty (*Geschenkbuch*). Intryguje, bo przerzuca myślenie o lekturze na nieobecnych, książka staje się podmiotem intencji. Następny w szeregu — humor. Teksty i książki ilustrowane. Schody transportują przechodniów na pierwszy poziom. Duży dział science-fiction — i słabo obecny Stanisław Lem, *Niezwyrodniony*, więc jednak bez niedysiejszej dominacji. Raczej świadek przemian. Obok kilkadziesiąt edycji Tolkiena, dziesiątki tomów Pratchetta, literatura niemiecka i liczne antologie. Następnie literatura obcojęzyczna — żadnego polskiego tytułu. W katalogach niewiele polskich tekstów po niemiecku. Herbert, jakieś mizerne antologie polskiej prozy. *Zwischenräume: Helga M. Novaks polnische Phantasien* Izabeli Surynt. Dominuje proza anglojęzyczna.

Następny dział biografie. Na pozór żadnego polskiego nazwiska. Kolorowy Hermann Hesse, królowa brytyjska, obok Genschera i Kohla Erich Honecker, ale da się znaleźć kilkanaście publikacji (z przewagą tekstów naukowych) o Lechu Wałęsie. Kilka o Janie Pawle II. Następne działy to literatura klasyków (żadnego polskiego tomu) i dość rozległy dział artykułów piśmienniczych, w tym papeterie, dziś w Polsce ewe-

nement. W dziale poezji sporo tomików Wisławy Szymborskiej, wspólny tom Grassa, Miłosza i Szymborskiej — po uprzednim zamówieniu. Piętro wyżej otwiera dział *Kuchnia* — jest kilka polskich *spécialité de la maison*. Regał dalej inskrypcja *Garten* i pierwsza z przestrzennych instalacji — ogrodowy parasol, piknikowa porcelana, kolorowe torby wśród książek o pielęgnacji ogrodu i odpoczywaniu w ogrodzie. I kolejna instalacja — barwna, opatrzona plakatem, reklamująca rozgrywki Euro 2012 na Ukrainie i w Polsce. Tuż za wielokolorowym banerem — zapewne przypadek — widoczna okładka *IQ Trainer*. Obok liczne standy z literaturą dla dzieci i młodzieży — w tym liczne audiobooki. Dalej potężny zbiór książek o medycynie, pielęgnacji ciała i zdrowiu, celtyckie baśnie, elfy i potężna ściana książek z nadtytułem *Życie*. Po drugiej stronie znów liczne regały i standy z książkami dla dzieci i młodzieży. Także maskotki i zabawki oraz przedmioty utylitarne — na wycieczkę i do szkoły. Piórniki i pojemniki. Następnie kącik zabaw i rozległy dział dedykowany turystyce. Setki tytułów pomagających podróżować i poznawać kraje świata — Polska jest obecna mizernie. Podobnie jak w dziale nauki języków obcych, *Sprachen A–Z*, w którym tytuł *Żadnych granic: Polnisch A bis Z* należy uznać za nader optymistyczny i nieliczny. Więcej podręczników pomaga nauczyć się portugalskiego — stoją tuż obok. Z gadżetów marketowych warto wspomnieć o porcelanie czy t-shirtach opatrzonych zabawnymi napisami (na przykład  $2 + 2 = 5$ ).

Lehmans także jest sklepem samoobsługowym. Odwiedzają go ludzie niezachowujący się tak spektakularnie jak Polacy. Być może kameralniejsza, jaśniejsza przestrzeń księgarni, jej wielopiętrowość powodują, że brak tu obyczajowego *theatrum* — publiczność zda się zbyt rozwarstwiona. Przeważają ludzie dojrzały, kupujący bez efektownych rytuałów konsumenckich. Wielu czytelników zachodzi do Lehmannsa niejako po drodze — porzucając na chwilę inne rytmy konsumenckie. Obserwując tę księgarnię wielokrotnie, nie spostrzegłem też występów na żywo — artyści, często wybitni lub intrygujący, grywają na ulicy tuż obok. Pisarzy nie spotkałem ni razu.

Trudno orzec, czy odwiedziny w jednej lub drugiej księgarni pozwolą zrekonstruować model świata, w jakim żyją ich bywalcy. Jasne jest tylko, że czytelnicy książek często są introwertyczni. I raczej osamotnieni w poszukiwaniu wiedzy o kraju najbliższych sąsiadów.

## The bookshop as a model of the world. Examples in Polish and German culture

### Summary

It is increasingly difficult to find a classic bookshop in Poland. Old architectural divisions of relatively small shops into the reader zone—glass case with new releases—the bookseller zone have been replaced by open spaces, internal passages, as it were, sometimes even labyrinths of shelves. Unlike in the case

of internet bookshops, we cannot see in them a hybrid character of reality, and even if we do see it, it is certainly on the level of information arrangement and — sporadically — debates with people visiting the bookshops. However, the fundamental network categories, i.e. diminishing roles of the publisher, seller, critic and reader, do not occur here. Apart from the information screen, where we can perform active penetrations, nothing blurs the roles of space arrangers and users here. It is just as difficult to observe — with the digitalisation dominant recognised in media studies — that e-books (as well as applications to buy, read or create publications) have overwhelmed printed books in the recognisable space. The proportions between the space occupied by paper products and the one dominated by plastic products (e-books, audiobooks, CDs, DVDs, Blue-ray discs, games etc.) are clearly balanced here, while the process of self-publishing authors becoming authors of traditional books, a process characteristic of the Internet, is unconvincing, because it is invisible. The author's examples of such facilities include Empik in Wrocław and Lehmanns in Leipzig.