

IZABELLA ADAMCZEWSKA
Uniwersytet Łódzki*

Celebryta upadły. O jednej z autopromocyjnych strategii pisarskich na przykładzie polskich sylw ponowoczesnych i dyskusji okołoliterackich

Fallen Celebrity. On One of the Self-Promotional Strategies, Based on Polish Postmodern Silvas and Literary Discussions

Abstract

The article deals with the phenomenon of literary celebrity — one of the self-promotional strategies that help Polish authors, who write in the „media time”, appear in the mainstream. After 1996, the mass media (mainly commercial press and television) set up bestsellers in Poland and let authors become stars (the examples of media careers of Jerzy Pilch, Wojciech Kuczok, Dorota Masłowska or Michał Witkowski are presented, to name only a few). After a decade of torn by desire to be an authority or celebrity Polish writers are beginning to turn away from the mass media. The influence of commercial television and popular press in Polish literary life is covered in quasi-autobiographical postmodern silvas (Michał Witkowski's *Margot* and *Drwal*, Dorota Masłowska's *The Queen's Peacock*, Sławomir Shuty's *Jaszczur*), in which the author is shown as a „personality” created by media, frozen image and product.

*Pracownia Antropologii Literatury, Instytut Kultury Współczesnej
Wydział Filologiczny,
Uniwersytet Łódzki
ul. Franciszkańska 1/5
Łódź 91-431
izabella.adamczewska@lodz.agora.pl

Omawiając w książce *Powrót centrali* przemiany kultury literackiej w Polsce po 1989 roku, Przemysław Czapliński zauważył: „żyjemy w państwie synoptycznym¹, w którym nie być widzianym oznacza nie istnieć, a nieobecność nie jest uważana za nonkonformizm, tylko za nieważność” (Czapliński, 2007: 62).

Jakimi kanałami dociera do współczesnego odbiorcy informacja o literaturze? Czapliński nie miał oczywiście na myśli medialnego obiegu specjalistycznego — wysokiego, misyjnego, adresowanego do czytelnika o dużej kompetencji literackiej, ale niszowego (Cyranowicz 2007). Po 1996 roku² to masowe media (głównie wysokonakładowa prasa i telewizja) ustanawiają w Polsce bestsellery i pasują literatów na gwiazdy³. Jak zauważa Paweł Dunin-Wąsowicz⁴, kompletnie nie są przy tym zainteresowane literaturą, co najwyżej autorem, i to w równym stopniu jak uczestnikiem talk-show w rodzaju *Wybacz mi* (Dunin-Wąsowicz, 2004: 20). To, jak w trakcie ostatniej dekady zmienił się styl kultury literackiej w Polsce, pokazuje przykład Michała Głowińskiego. Chociaż w autobiograficznej powieści *Kręgi obcości* wyznał, że jest homoseksualistą, w modny medialny dyskurs coming-outowy nie dał swojej książki wpisać. Znużony pytaniem o prywatne sprawy, mówił do Dariusza Zaborka („Duży Format”): „Ale proszę mi już nie zadawać więcej

¹ Koncepcję synopticonu, który w interpretacji Czaplińskiego zastąpił PRL-owski panopticon, wprowadził Thomas Mathiesen, a rozwinął Zygmunt Bauman, w *Płynnej nowoczesności* objaśniając: „Widowisko zastępuje nadzór, bez szkody dla jego dyscyplinującej mocy” (Bauman 2006:133). Współczesna kultura synoptyczna najpełniejszą realizację zyskała w gatunkach telewizyjnych inspirowanych voyeuryzmem: talk-show i reality show.

² Za symboliczne zdarzenia Czapliński uznał likwidację „Nowego Nurtu” i upadek młodoliterackich pism na skutek przeniesienia się działalności recenzenckiej do kilku wysokonakładowych gazet oraz powołanie nagrody Nike. Natomiast dla Pawła Dunin-Wąsowicza to 2004 r. „należałoby uznać za cezurę zamykającą XX w. i razem z nim historię literatury polskiej postrzeganej jako zjawisko powszechne i samoistne w oderwaniu od realiów ekonomicznych. Śmierć Czesława Miłosza i jej konsekwencje medialne, nagroda NIKE dla Wojciecha Kuczoka, rezygnacja Olgi Tokarczuk z wydania nowej książki własnym nakładem – to cegły, z których murowany jest słup miłowy znaczący w kulturze naszej nowe stulecie” (Dunin-Wąsowicz 2004: 18).

³ W *Powrocie centrali* Czapliński podejmuje temat rekomendacji na bestseller przez autorytet i przez masowe media. O sile tej drugiej drogi miałby świadczyć przypadek *Siostry* Małgorzaty Saramonowicz, zrecenzowanej w 1996 roku na łamach „Gazety Wyborczej” przez nieznanego nikomu recenzenta. Powieść (krytykowana w recenzenckim „obiegu wysokim”) sprzedała się w rekordowym wówczas nakładzie 40 tys. egzemplarzy. Sytuacją pisarza w mediach Czapliński zajął się również w *Ruchomych marginesach* (*Cóż po poecie w czas medialny*). Sugerował wówczas, że owszem, pisarze są w mediach obecni, ale niewłaściwie — wszechobecni, nieobecni, źle widziani lub nadobecni.

⁴ Autor jest mecenasem literackich roczników 60., 70. i 80. Właściciel wydawnictwa Lampa i Iskra Boża, wydawca miesięcznika „Lampa”, „odkrył” m.in. Dorotę Masłowską, Agnieszkę Drotkiewicz i Jakuba Żulczyka.

takich pytań, ja jestem starym człowiekiem, a nie Dodą Elektrołą. Ani aktorem Poniedziałkiem, który mówi o tym z dużą swobodą. On jest młodszy ode mnie o 40 lat, to inna epoka” (Głowiński, Zaborek 2011: 12). Natomiast Dariusz Nowacki, broniąc w 2004 roku Jerzego Pilcha przed atakami o nieprzystającą pisarzowi medialność (na przykład udział w pilsatowskim programie rozrywkowym *Bezludna wyspa* i gościnne występy na pierwszej stronie tabloidu „Fakt”), argumentował: „Jasne, Jarosław Iwaszkiewicz nie wystąpiłby u boku Marcina Dańca w jednym telewizyjnym show. Tyle, że zmarły przed ćwierćwieczem pisarz funkcjonował w innej rzeczywistości, wolnej od terroru rynkowego i medialnego sukcesu” (Nowacki 2004: 17)⁵.

Czapliński ustanawia jako cezurę w kontaktach pisarzy z mediami rok 1996, pisząc: „to początek końca złudzeń o życzliwości mediów dla swobodnej i wielostylowej dyskusji literackiej” (Czapliński 2007: 111). Powstałe po 1989 roku pisma literackie nie wytrzymały konkurencji rynkowej, a stacje radiowe zostały sformatowane. Ale przełomowy był dopiero rok 2002 i przypadek Doroty Masłowskiej, pokazujący, że media masowe mogą skutecznie wypromować pisarza bez udziału autorytetów — krytyków literackich i akademików. Opublikowaną w niszowym wydawnictwie Lampa i Iskra Boża debiutancką powieść maturzystki z Wejherowa pochwalił w „Polityce” Jerzy Pilch. Promocyjna machina ruszyła. W telewizyjnym programie *Idol* polecił *Wojnę polsko-ruską pod flagą białą-czerwoną* Robert Leszczyński. „Wysokie Obcasy” poświęciły Masłowskiej (to absolutny precedens) prawie cały numer — nie tylko ośmiostronicowy wywiad, będący zarazem *cover story* dodatku, ale i redakcyjny editorial⁶. Na fali nagłej medialnej popularności Masłowska dawała się fotografować w dresiarским kapturze, opowiadała o tacie marynarzu i pokazywała dziennikarzom ławeczkę pod blokiem, przy której zbierała dokumentację do debiutanckiej powieści.

W wysokonakładowej prasie dominują dwa modele pisania o literaturze: informacyjny, czyli krótkie noty o książkach, przypominające okładowe „blurby”, oraz reportażowy, w którym literatura staje się pretekstem do zarysowania aktualnego zjawiska społeczno-kulturowego (na przykład diagnozy pokoleniowej)⁷ lub właśnie przedstawienia autora (a raczej jego medialnej osoby, która może zacząć funkcjonować w mediach masowych jako celebryta⁸). W cenie jest klucz autobiograficzny. I tak o *Małżu* Marty

⁵ Artur Górski pisał o Pilchu na łamach „Życia Warszawy”: „stał się wpływową postacią życia społecznego. Pojawia się w mediach. Raz piszą o nim kolorowe magazyny dla pań, ujawniając jego związek z atrakcyjną blondynką, innym razem o szansach naszej reprezentacji dyskutują z Pilchem eksperci od piłki nożnej. Autor *Miasta utrapienia* ma też wiele do powiedzenia w sprawie skoków Adama Małysza” (Górski 2006).

⁶ Editorial napisała Małgorzata Szejnert; zestawia w nim powieść Masłowskiej z *Lampartem* Lampedusy (Szejnert 2002: 4).

⁷ Literaturę roczników 70. rozpatrywano np. w kontekście „generacji NIC”, a wydawnictwo Ha!Art opatrzyło powieść Dominiki Ożarowskiej *Nie uderzy żaden piorun* etykietką pierwsza polska powieść o pokoleniu urodzonym w III RP. Wyśmiewając się z tej strategii promocyjnej, Krzysztof Varga napisał o książce Jakuba Żulczyka *Radio Armageddon*: „Gdybym pracował w dziale promocji wydawcy powieści Jakuba Żulczyka, tobym opatrzył tę książkę hasłem reklamowym «Pierwsza polska powieść pokolenia emo»” (Varga 2008: 14). O marketingowym potencjale kategorii pokolenia kulturowego Varga pisał wcześniej w tekście *2000 — pokolenie czy Pollena?* (Varga 1999).

⁸ Celebrities — osoby znane z tego, że są dobrze znane (Boorstin 1964: 57) to gwiazdy społeczeństwa konsumpcyjnego, produkowane i wytwarzane przez przemysł kulturowy (Godzic 2007: 24). Sformu-

Dzido („minipowieści” o młodych bezrobotnych) pisano w kontekście problemów autorki (i jej grupy rówieśniczej) ze znalezieniem pracy; sugerowano, że druga książka Dzido, *Ślad po mamie* (o aborcji) również inspirowana jest jej doświadczeniami⁹. Recenzent „Gazety Wyborczej” o *Pod Mocnym Aniołem* Jerzego Pilcha napisał tak: „Opowieść o pićciu, zakochaniu i otrzeźwieniu pisarza alkoholika Jurusia. Totalnie autobiograficzna, czemu Pilch oczywiście zaprzecza, ale czy ma jakieś wyjście?” (Cichy 2001: 16).

Szafowanie autobiograficznym konkretem stało się dogodnym chwytem autopromocyjnym dla samych pisarzy. Po sukcesie debiutanckiego *Gnoju* Wojciech Kuczok opowiadał wszem i wobec o swoich sprawach rodzinnych, trudnej relacji z ojcem, a następnie, idąc za ciosem, o problemach małżeńskich (na łamach kobiecego miesięcznika „Twój Styl”). W „Gazecie Wyborczej” wyjaśniał: „To bardzo dobrze, że pisarz może być celebrytą w kraju, w którym podobno nikt nie czyta książek. (...) Chodziło (...) o to, żeby z rozmowami o literaturze wyjść poza niszę pism literackich” (Wodecka, Kuczok 2010: 27). Medialna kariera Sławomira Shuty rozpoczęła się od pełnienia roli eksperta do spraw konfliktów pracowników z korporacjami; autor inspirowanej własnymi doświadczeniami antykorporacyjnej i antykonsumpcyjnej powieści *Zwał* wypowiadał się m.in. w programie telewizyjnym o protestujących sprzedawcach sieci marketów „Biedronka”. O sukcesie rynkowym autobiograficznej powieści *Bidul* Mariusza Maślanki (na temat dzieciństwa w domu dziecka) Kuba Frółow w książce *Jak wypromowano bestseller* pisze tak: „Skali popularności «tematu» dowiodło wystąpienie Maślanki w nadawanym na

łowanie „celebryta-literat” oznaczałoby, że dla publiczności istotą popularności jest nie twórczość pisarza, lecz jego persona medialna. W artykule używam tego słowa na określenie sytuacji, gdy pisarz prezentowany jest w mediach na takich prawach, jak aktor czy piosenkarz — choć oczywiście nie w takiej skali. Boorstin dowodził, że Arthur Miller stał się prawdziwym celebrytą dopiero, kiedy poślubił Marylin Monroe, ale już Albert Camus pisał, że we współczesnej cywilizacji największą sławę pisarz osiągnąć może nie będąc czytany (za: Rudzińska 1978: 173). Joe Moran wyprowadza historię literackiego gwiazdorstwa już z drugiej połowy XIX w., wiążąc popularność m.in. Dickensa, Twaina i Wilde’a z powstaniem prasy groszowej i wskazując, że to właśnie w 1849 r. określenie *celebrity* zaczęto odnosić do znanych osób, a nie tylko faktu bycia sławnym (Moran 2000:16). Społeczna rola pisarza-celebryty uzupełnia — po przekroczeniu trzeciego progu umasowienia — listę Stefana Żółkiewskiego, na której znalazły się role: działającego w kanonie eksperta, technika literackiego — producenta tekstów z kręgu literatury popularnej, działacza powiązanego z ruchami społecznymi, pisarza „na usługach”, związanego ideologicznie z konkretną instytucją i pisarza-intelektualisty, uaktywniającego się w chwilach kryzysu cywilizacyjnego czy politycznego (Żółkiewski 1973). Społeczny status pisarza zmienił się w obliczu utowarowienia literatury (por. np. M. Podraza-Kwiatkowska: 1975, P. Czapliński 1997: 165-190). Opozycję pomiędzy twórcą — indywidualnością a twórcą — producentem przyniosły już pisma Waltera Benjamin (Benjamin 2011). *Homo creator* przeciwstawiony tu został modelowi *homo faber*, produkującemu przedmioty sztuki na masową skalę. Wydaje się, że współcześnie można by dodać do tej diady amerykański model *self-made man* — zarówno w sensie pisarskiej autokreacji (czego *casus* Michała Witkowskiego jest doskonałym przykładem), jak i w rozumieniu płynnej tożsamości zawodowej — polski pisarz bywa obecnie zarabem pracownikiem korporacji, chętnie pracuje również w branży reklamowej (Dunin-Wąsowicz 2005: 38-40).

⁹ Małgorzata Niemczyńska napisała na łamach „Gazety Wyborczej”: „W książce *Ślad po mamie* (...) Marta Dzido przyznaje się do usunięcia ciąży i namawia inne kobiety do aborcyjnych „kaming-altów”. Ilustrujące tekst zdjęcie Dzido podpisane zostało: „Marta Dzido urodziła dziecko w wieku 19 lat i wkrótce potem zaszła w ciążę ponownie” (Niemczyńska 2006: 2).

żywo w telewizji TVN programie *Pod napięciem*, w którym poruszane są głośne, bulwersujące opinię publiczną tematy jak bandytyzm osiedlowy, korupcja w urzędach państwowych” (Frołow 2006: 26-27).

Pretekstem do rozpatrywania literatury w kontekście osobistej historii pisarza bywa tzw. poszlaka nazwiskowa¹⁰. Szczególnym przypadkiem jej zastosowania jest sylwa współczesna w odmianie kreacyjno-autobiograficznej. Zdaniem Ryszarda Nycza, filozoficzne i światopoglądowe zaplecze sylwy wyznacza między innymi opozycja wobec pojmowania artysty jako autorytetu i gwaranta sensu tekstu oraz rozumienia pisarstwa jako zawodu, a literatury jako instytucji. Jest to zarazem sprzeciw wobec biblijno-encyklopedycznego modelu literatury. Sylwy współczesne przybierały charakter dokumentu osobistego, bo ich autorzy zamierzali zmanifestować kryzys zaufania do konwencyonalnej literackości. Był to też sposób na prezentowanie „prawd prywatnych”. „Szczerość posunięta do ekshibicjonizmu” — podsumowują sylwy współczesne Przemysław Czapliński i Piotr Śliwiński, wywodząc model sylwy, „autentyku” i literatury *quasi*-dokumentarnej tego okresu „z poczucia niewystarczalności istniejących form literackich dla opisanego świata, z nieuchronnego uwikłania literatury w pojedynek z kłamstwem masowych środków przekazu, a także z antyhistorycyzycznego i etycznego nastawienia pisarzy”¹¹. Nie bez znaczenia były oczekiwania czytelnicze: „Czytelnik karmiony propagandowym kłamstwem i sztuczną sztuką, szukał «prawdziwej literatury» i bliskości autora” (Czapliński, Śliwiński 1999: 132, podkreślenia moje).

Odnajdując kontynuację tego modelu prozy w literaturze nowszej, Czapliński i Śliwiński piszą już nie o sylwie współczesnej, lecz „ponowoczesnej”. Kiedy sylwiczność powraca w latach 90., to raczej jako gra gatunkami i konwencjami, oraz z odmienną rolą autobiograficzności¹². Zdaniem Czaplińskiego i Śliwińskiego, sylwa jako obietnica szczególnych rewelacji prywatnych czy historycznych stała się po prostu anachroniczna, spóźniona tematycznie, bo „Po 1989 roku poobnażali się wszyscy, więc nie było już czego podglądać” (Czapliński, Śliwiński 1999: 280, podkreślenie moje).

W świetle tej diagnozy zastanawiające jest posługiwanie się poszlaką nazwiskową w *Lubiewie* i *Drwalu* Michała Witkowskiego, *Pawiu królowej* Masłowskiej i *Jaszczurze*

¹⁰ Por. np. Sławiński 1986:139.

¹¹ W tej kategorii mieszczą się również łże-dzienniki. Apokryf autobiograficzny. Powieść życie — tak o swoim Kalendarzu i klepsydrze (1976) we Wschodach i zachodach księżycy (1982) pisał Tadeusz Konwicki. Jak dopowiada Tadeusz Drewnowski, nie jest to już „zwykła pocziwa sylwa, lecz sylwa nowej epoki, „dzisiejszego świata” (Drewnowski 1997:487).

¹² Autorzy podręcznika *Literatura polska 1976-1998* sugerują, że odejście od sylwy współczesnej pod koniec lat 80. podyktowane zostało zastąpieniem popularności autentyku modą na fabulację. W sylwie ponowoczesnej pojawia się „nieformalny porządek” (choćby w celach prześmiewczych), wskazywany przez rekwizyt — np. karty tarota, abecadło, fractale. „Różnica — piszą — tkwi w tym, że w sylwie dzisiejszej można wyznaczyć ład”. Do sylw ponowoczesnych zaliczają: *Abecadło* (1997), *Pieska przydrożnego* (1997– zbiór prozatorskich miniatur: spostrzeżeń, kilkuwierszy, wspomnień, interpretacji i „tematów do odstąpienia”) i *Inne abecadło* (1998) Czesława Miłosza, *Tarot paryski* (1993) i *Kabaret metafizyczny* (1994) Manueli Gretkowskiej, *Duklę* Andrzeja Stasiuka (1997) oraz *Dom dzienny, dom nocny* Olgi Tokarczuk (1998) i *Rozważania sylwiczne* Stanisława Lema (1999). Termin podchwyciła Hanna Gosk (Gosk 2009: 107-122), dopowiadając, że w swojej odmianie ponowoczesnej sylwa rozwija głównie ideę fragmentu, a od sylwy współczesnej różni ją „ład” (nazwany przez autorkę „nową konwencją”).

Sławomira Shuty¹³. Sylwiczność *Lubiewa* wyraża się w żonglowaniu stylizacjami i cytami — to kolekcja różnych form (ramowa stylizacja na reportaż, wywiad, wykorzystywanie anegdoty, maksymy, cytatu z dworcowej ściany czyli *ready-made*, lapidariów). W *Pawiu królowej* warstwa narracyjna poddana została rygorom prozy rytmicznej, ale na sylwiczność wskazuje niejasny status genologiczny tekstu, który można odczytywać jako aluzję do poematu dygresyjnego¹⁴, wariację na temat powieści o artyście czy stylizację na tekst hiphopowy. W *Lubiewie*, *Pawiu królowej* i *Drwale* eksponowane jest również „bycie w toku” aktu twórczego. Teksty łączy obecność podmiotu sylleptycznego, czyli konstrukcji prowokującej do dopatrywania się w opowiadaczu tekstowego odpowiednika autora (Nycz 1996b: 39)¹⁵. W najbardziej skrajnym przypadku dokonuje się to przez wprowadzenie sygnatury autorskiej polegającej na tożsamości imienia i/lub nazwiska czy też pseudonimu artystycznego postaci literackiej i rzeczywistego, pozatekstowego twórcy. I tak narratorem *Lubiewa* i *Drwala* jest Michał Witkowski, *Pawia królowej* — Dorota Masłowska, a *Jaszczura* — Sławomir Shuty. Nie oznacza to rzecz jasna, że pomiędzy twórcą a czytelnikiem zawarty zostaje pakt autobiograficzny — podmiot sylleptyczny ustanawiany jest przez gest rozdarcia, rozwarstwienia na „ja” tekstowe i „ja” twórcy.

Przykład *Lubiewa* pokazuje, jak poszlaka nazwiskowa pomaga wypromować medialnie tekst literacki. Zabierając się do opisanego w *Lubiewie* środowiska „ciot”, Witkowski stworzył złudzenie charakterystycznego dla powieści środowiskowej zewnętrznego opowiadacza, niezaangażowanego obserwatora („pana dziennikarza”), by natychmiast uchylić tę konstrukcję narracyjną. Dowiadujemy się, że Michaśka należy do opisywanego świata, gdy narrator opisuje Orbisówkę — kawiarnię, miejsce schadzek wrocławskich ciot. Dokonuje wówczas *coming-outu*: „Ja byłem tym chłopcem (Witkowski 2005: 41). W scenie na plaży *Lubiewa* narratora zaczepia pewien gej, słowami: „Jest mi znane, że jesteś pisarzem polskim... I na Zachodzie bywałem (...) mihał witkowski (...) co nie?” (Witkowski 2005: 137). Choć powieść opatrzona została zastrzegającą notą „Wszystkie postaci (imiona, nazwiska, pseudonimy) występujące w tej książce, jak również opisane sytuacje, są całkowicie fikcyjne, jakiegokolwiek podobieństwo do osób i sytuacji

¹³ Wymienione sylwy ponowoczesne można uznać też za powieści o artyście — tematyczną odmianę gatunkową powieści, której bohaterem jest twórca — literat, rzeźbiarz, malarz, muzyk, aktor, a w najnowszych realizacjach również dziennikarz i pracownik agencji reklamowej — niekoniecznie w pełni zawodowej aktywności. Masłowska, Witkowski i Shuty podejmują indywidualistyczny wariant tej odmiany gatunkowej (drugim jest środowiskowy, koncentrujący się na przedstawieniu bohemy artystycznej). W wariacie indywidualistycznym bohater prowadzący sportretowany jest najczęściej w procesie dojrzewania artystycznego — odkrywania twórczego powołania i zdobywania rzemiosła. Tematyzowane są jego uwikłania, dylematy twórcze i konflikt ze światem (od dylematu Sztuka czy Czyn i prawda życiowa kontra prawda artystyczna poprzez temat sztuki dla sztuki, aż po konsekwencje uwikłania twórcy w kulturę masową) (por. Adamczewska 2012: 802-809).

¹⁴ Najbardziej symptomatyczne są: współlistnienie w tekście warstw epickiej, lirycznej i dyskursywnej, oraz fragmentaryczna konstrukcja. Podobnie jak w gatunkowym prototypie, w *Pawiu królowej* luźne epizody fabularne łączy motyw podróży bohatera (w tym wypadku również narratorki — MC Doris, która przemierza warszawską Pragę na rowerze).

¹⁵ Artykuł Nycza został też zamieszczony w książce *Język modernizmu* (R. Nycz, *Język modernizmu. Prolegomena historycznoliterackie*, Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej, Wrocław 1997). W tropologicznej koncepcji podmiotowości literackiej Nycz oprócz syllepsis wykorzystuje symbol, alegorię i ironię.

rzeczywistych — przypadkowe” autor, Witkowski chętnie opowiadał w kolorowych pismach o swej orientacji seksualnej i bujnym życiu „Michaśki Literatki” zwanej „Śnieżką”. Udzielił wywiadu nawet tygodnikowi „Nie”. Chętnie pozwalał się stylizować do sesji zdjęciowych. Dziennikarce „Polityki” opowiadał: „kiedy książka wyjdzie i pojawia się na przykład pani z «Vivy!», nie mogę się oprzeć. Wypożyczone markowe ciuchy, makijaż, szcztokowane włosy i nagle patrzę i widzę swoje ciało przebrane za to, co świat uważa za Michała Witkowskiego (...) Muszę się wreszcie zbuntować przeciwko temu wszystkiemu, bo jak nie, to zostaną drugą Violetą Villas” (Janowska, Witkowski 2008).

Zainspirowaną własnymi medialnymi doświadczeniami postać artysty-celebryty wprowadził do powieści *Margot*, którą — co istotne — promował hasłem „Waldek Mandarynka to ja”. Nawiązał w ten sposób do głównego bohatera tekstu — *Waldemara Bacardi Mandarynki, męczennika wczesnego show-biznesu polskiego* (Witkowski 2009: 120), który postanawia przedrzeć się do mitycznej Polski a (czyli do Warszawy), przez reality show. Przyjmuje pseudonim artystyczny, występuje w reklamie i ekskluzywnej sesji zdjęciowej do czasopisma „Viva”. „Reklamowałem wszystko, byłem we wszystkich programach — wyznaje Mandarynka” (Witkowski 2009: 155).

Witkowski nie ukrywał, że opisana w *Margot* historia zainspirowana została jego własnymi doświadczeniami z mediami masowymi. W rozmowie z Tomaszem Kwaśniewskim („Duży Format”) mówi wprost: „od dawna nosilem się z zamiarem opublikowania mojego dziennika medialnego. To znaczy zapisków z czasów największych maskarad medialnych, plus różne śmieszne wydarzenia, które przeżyłem osobiście, np. gdy byłem zamknięty w programie *Bar*” (Kwaśniewski, Witkowski 2009: 13). Na fali promocji książki, konsekwentnie podtrzymał tę „medialną maskaradę”. Pojawił się w telewizyjnym show Jakuba Wojewódzkiego, gdzie opowiadał o romansie ze znanym z tabloidów i portali plotkarskich stylistą. Wziął udział w licznych sesjach zdjęciowych, bo „medialność” to przecież również przekładalność na obraz. Nie były to oczywiście fotografie z maszyną do pisania, piórem czy laptopem i biblioteką w tle. Witkowski dał się przebrać za Barbarę Radziwiłłównę z Jaworzna-Szczakowej, a promując *Margot* musiał się zmieścić w wózku z hipermarketu¹⁶. „Jakbym siedział w fajkę przy biurku wśród książek jak Gombrowicz, media nie kupiłyby tego” — skonstatował w jednym z wywiadów (Łupak, Witkowski 2006: 17). Pokazuje to tendencję ogólną, bo współcześni literaci stylizowani są do sesji zdjęciowych dla pism na dwa sposoby. Ich wizerunek ma korespondować z tematem tekstu, lub — w przypadku magazynów lifestylowych, ekskluzywnych — z typem magazynu. Ten drugi rodzaj to sesje wykwintne, glamour¹⁷.

¹⁶ Fotografie autorstwa Rafała Milacha dla „Elle” i „Vivy” można obejrzeć na autorskiej stronie internetowej Michała Witkowskiego: <http://www.michalwitkowski.pl/pl/content/galeria> (dostęp z 11.12.2011). Fotografie Anny Bedyńskiej — http://agencjagazeta.pl/foto/5,103177,7571942,Portfolio_Anny_Bedynskiej.html?i=28 (dostęp z 11.12.2011).

¹⁷ W Stanach Zjednoczonych ta tendencja ujawniła się jeszcze w latach 20., a na większą skalę — 80. XX w. Wydawany od 1923 r. magazyn „Time” ozdabiał okładki wizerunkami pisarzy umieszczonymi na nawiązującym do tekstu literackiego tle — i tak J. D. Salinger pokazany został na tle pola zboża (nawiązanie do Buszującego w zbożu), a Ernest Hemingway z marlinem (*Stary człowiek i morze*); obie okładki można obejrzeć na stronie internetowej www.times.com. Kontrowersyjna była sesja zdjęciowa Jerzego Kosińskiego, który na okładce „New York Times Magazine” pokazał nagi tors, stojąc u wrót tajni, ubrany w strój do konnej jazdy. Joe Moran w książce *Star Authors* przywołuje artykuł z „Newsweeka”, w którym dziennikarz

Przykładem — zdjęcia Michała Witkowskiego do pisma „Viva!”, w której autor wystąpił w białym garniturze. A także sesja zdjęciowa Magdaleny Miecznickiej, promująca jej powieść *Cudowne życie Magdy M.* (której tytuł sugeruje autobiograficzność historii). Miecznicka sfotografowana została w krótkiej, mocno wydekoltowanej sukience; leży na kanapie lub spaceruje po ogrodzie z parasolką. Najwięcej kontrowersji wywołała sesja glamour, w której wziął udział Sławomir Shuty — sfotografowany dla „Elle” na kanapie z IKEA, w ubraniach popularnych firm odzieżowych. Krytykowano nawet nie autopromocję na łamach kolorowego pisma, ale jej nieprzystawalność do antykonsumpcyjnego i antykorporacyjnego modelu prozy pisarza (sesja odbyła się na fali medialnej popularności Zwału)¹⁸. W obyczaj fotografowania pisarzy w pełnym makijażu i luksusowej odzieży wymierzone są *Wciągaj razem z nami. Sesja fotograficzna sponsorowana przez mąkę krupczatkę i Szokująca sesja zdjęciowa „Szewska pasja czyli sesja mody humanistycznej”* (tu jako sponsor podawane jest MPO Warszawa) — obie opublikowane w niszowej „Lampie”¹⁹.

Krytykowany za celebryctwo, Witkowski postanowił się publicznie wytłumaczyć. W opublikowanym w „Polityce” felietonie *Pisarz w medialnej sieczce* (Witkowski 2009: 64) wymienił trzy modele obecności pisarzy w mediach. Pierwszy, starointeligencki, reprezentuje np. Julia Hartwig, a charakteryzuje go „zachowanie absolutnie nienastawione na sprzedaż, która w tym modelu jest tematem tabu”. Taki literat współpracuje tylko z mediami kulturalnymi (jak „Tygiel Kultury”, „Odra”, czy „Nowe Książki”). Kategoria druga skupia pisarzy popularnych. Witkowski zauważa z zazdrością, że Olga Tokarczuk i Marek Krajewski udzielają się, owszem, w mediach wysokonakładowych, na przykład w „Gazecie Wyborczej” czy „Polityce”, ale nie przekraczają granicy dobrego smaku, bo ich książki i tak zajmują wysokie pozycje na listach bestsellerów. Autor *Lubiewa* z przykrością konstatuje: „ja Tokarczuk nie jestem i bez superpromocji nie sprzedam się”. Trzeci model, czyli właśnie model Witkowskiego, polega zatem na rozpaczliwym udzielaniu się wszędzie, masowo. Pisarskie role eksperta i technika literackiego (Żółkiewski 1973) zostają tu uzupełnione o nową: pisarza-celebryty.

Tekst chętnie był komentowany; w dyskusji zabrali głos m.in. Jarosław Klejnocki, Dariusz Nowacki, Jaś Kapela. Krzysztof Varga zapytywał: „Wierzy Witkowski w to, że jak pobredzi gdzieniegdzie o tym, że wstrzyknął sobie botoks, to się naród rzuci do empików?” I dodał: „to pierwszy tekst, w którym popularny pisarz ujawnia, że jest gotów zrobić wszystko, upodlić się na dowolny sposób, dać ciała na wszystkich frontach, byle parę osób więcej kupiło jego książkę. To prawdziwy rewolucyjny *coming out*” (Varga 2012: 36

skomentował tę fotografię następująco: Wyobraźmy sobie, co pomyślałby o tym Herman Melville (Moran 2000: 2).

¹⁸ Jan Sowa nawiązując do medialnej popularności innych pisarzy, zauważył: „Ani Kuczok ani Witkowski nie podważają swoim zachowaniem sensu swoich powieści (o ile wiem Kuczok nie pastwi się nad swoim synem a Witkowski nie jest homofobem z LPR), a Shuty to niestety robi” (Sowa 2005).

¹⁹ *Szokująca sesja zdjęciowa „Szewska pasja czyli rewia mody humanistycznej”* — występują m.in.: Dorota Masłowska, Agnieszka Drotkiewicz, Mirosław Nahacz — sponsor sesji MPO Warszawa, „Lampa” 3/2004. *Wciągaj razem z nami. Sesja fotograficzna sponsorowana przez mąkę krupczatkę*, w której udział wzięli: Dorota Masłowska, Mirosław Nahacz, Kazimierz Malinowski, Stanisław Łubieński, Malina Malinowska, Justyna Jaworska, Wojciech Mitura, „Lampa” 5 (14) 2005.

i 35). Bardziej wyrozumiały był Dariusz Nowacki, zauważając, że autora *Lubiewa* zgubiła nadmierna szczerość (Nowacki 2011: 147). Nauczony doświadczeniem, Witkowski zdystansował się od roli pisarza-celebryty w powieści *Drwal*.

Bohaterem autotematycznej i autoironicznej historii jest Michał Witkowski, lat 36, popularny gejowski pisarz. Wyrusza po sezonie do nadmorskiej leśniczówki, by odpocząć od Warszawy — „kariery, mediów, intryg (...) salonów, nagród, pieniędzy, pism kobiecych, lansów” (Witkowski 2011: 315) — i zbierać materiały do kolejnej powieści, kryminału. *Drwal* stylizowany jest na dziennik, a pisane przez narratora dzieło tworzy się na oczach czytelnika — tekstowy Witkowski opisuje proces zbierania materiału i wraz z odbiorcą rozwikluje zagadkę kryminalną. Wpada też na pomysł, jak zjednać sobie krytykę literacką — napisze „powieść dla krytyków”, za którą na pewno dostanie nagrodę Nike i Kościelskich. Co prawda mieszkańcy Międzyzdrojów go jeszcze rozpoznają („pan w telewizorze się udziela, [...] pan jest znaną gwiazdą, [...] o panu w «Gali» pisali, że pan miał botoks” — Witkowski 2011: 95), ale tekstowy Witkowski przedstawia się jako „celebryta upadły” — miał swój epizod, ale później wszystkie światła zostały wyłączone, nowej książki nie napisał, pies z kulawą nogą się nim nie interesuje²⁰. Jak widać, nie tylko nadmorski kurort został przedstawiony w *Drwalu* po sezonie. Poprzez autoironiczną konstrukcję narracyjną Witkowski dystansuje się od medialnej sieczki. Konsekwentnie zachowuje się tak również w kontaktach z mediami. W wywiadach mówi teraz: Będę się ukrywał za powieścią. „Więc o *Drwala* proszę mnie pytać, a nie o celebrytstwo” (Wodecka, Witkowski 2011). A w promującym najnowszą powieść wideoklipie wyznaje: „Jestem osobą, która ma robić show wewnątrz książki, pomiędzy pierwszą a ostatnią stroną okładki. (...) Ja jako Michał Witkowski mam prawo być szary (...) nie sprzedaję siebie”²¹.

Podobną woltę wykonała w *Pawiu królowej* Masłowska. Bohaterką tekstu jest Dorota Masłowska, która po sukcesie debiutanckiej powieści (aluzja do *Wojny polsko ruskiej*) i urodzeniu córki popada w kryzys twórczy, a zamiast uczestniczyć w warszawskim show-biznesie, wychowuje dziecko. „Po domu specjalnie chodzi, a nuż rozpoznają ją jakieś sprzęty domowe, pytają jak nowa powieść, z bliskich nielicznych ktoś czasem aby jej przyjemność zrobić spyta, czy to ona jest Dorota Masłowska, pozorując, że ją w tłumie rozpoznał, aby podtrzymać wrażenie jej sławy i popularności” (Masłowska 2005: 126). Sfrustrowana, tęskni za utraconą sławą. Szczęśliwie „wtém telefon dzwoni, kto może to być, może to oni, może to biblioteka uzdrowskowa w Zdroju Kudowie przyznała jej doroczną nagrodę za ciekawy styl i osobowość, biegnie, o szlafroka potyka się poły, czasopisma «Twój Pies» dziennikarka to może, chce, aby opowiedziała o psie swoim, którego nie posiada i sfotografować się z nim dała, a co jej szkodzi, więc słuchawkę podnosi, mówi: «halo, ja w to wchodzę»” (Masłowska 2005: 146-147).

W co „wesza” tekstowa Dorota Masłowska? Przypomnijmy kontekst pozaliteracki. Zmęczona niespodziewaną popularnością po opublikowaniu *Wojny*, w jednym z wywiadów wyznała: „Kiedyś tam patrzę do interesującego i kierowanego do osób intelektualnie się spieszących czasopisma «Metro» i co widzę na okładce? Dorota Masłowska w ciąży! Tu Pamela Anderson rozwodzi się z mężem, Jennifer Lopez zamroziła sobie

²⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=PMJrDleK0IU>.

²¹ <http://www.youtube.com/watch?v=SgxYm6ff98&feature=related>.

macicę, a obok, nie przymierzając, ja, a przynajmniej ktoś do złudzenia podobny (...) Zobaczyłam jasno, że Dorota Masłowska to rodzaj osoby namalowanej na dykcie (...) Ja tu mam jakieś swoje życie (...) a równolegle ze mną funkcjonuje jakaś pani o podobnym, wręcz takim samym nazwisku i jest tworem równie osobowym, jak drużyna piłkarska” (Staszewski, Masłowska 2005)²².

Takie twory — a także mechanizmy zawłaszczania pisarzy przez menedżerów i media — opisała w swojej sylwie. Sportretowany przez nią artysta nie jest już nawet wytwórcą, jest wytworem — strategii menedżerskich i medialnych. Realizuje pochodzące z zewnątrz (od specjalisty do spraw marketingu) pomysły mające mu zapewnić popularność. Tworzone na zamówienie dzieło (a raczej jego społeczny kontekst) ma umożliwić osiągnięcie sukcesu finansowego i medialnego. Recepta na sukces to na przykład naruszanie tabu społecznego i epatowanie cielesnością, krytyka patriariatu, homoseksualizm czy brzydota. Poetkę neolingwistkę masowa publiczność poznaje dzięki zaaranżowanej sesji zdjęciowej w tabloidzie „Twoje Esemesy”, a dziennikarz muzyczny powraca na salony, bo publicznie przyznał się do nadwagi, czyli dokonał coming-outu. Masłowska krytykuje też dominujący w wysokonakładowej prasie reportażyowy styl pisania o literaturze. Kiedy menedżer Szymon Rybaczko proponuje tekstowej Dorocie Masłowskiej napisanie piosenki hipopowej, argumentuje: „pani symbolizuje autentyczność, w bloku mieszkam, no to właśnie taka osoba do hip hopu tworzenia świetnie się nadaje” (Masłowska 2005: 148). Jest to zarazem aluzja do sytuacji w polu literackim²³, którą w artykule *Pisarz jak coca cola* skomentował Robert Ostaszewski. Zdaniem krytyka, „sama w sobie medialna popularność to nic złego, właściwie wyzyskana może nawet przyczynić się do popularyzacji literatury. Niepokojący jest jednak sposób, w jaki masowe media wpływają na decyzje wydawnicze. Poświęcając uwagę wybranym zjawiskom literackim albo wręcz je kreując, dają wydawcom wyraźny sygnał: takiego typu teksty należy drukować. Media interesują się «polskimi Bridget Jones», więc wydawcy zasypują rynek dziesiątkami tego rodzaju tytułów. Medialną gwiazdą staje się Dorota Masłowska, więc zaczyna się wyścig wydawców, kto wyda najmłodszego i najbardziej skandalizującego debiutanta — zauważa Ostaszewski” (Ostaszewski 2004).

Pisarza jako upadłego celebrytę — „wypalonego i oszukanego przez wielkie wydawnictwa” — opisuje również Sławomir Shuty w powieści *Jaszczur*. Głównym bohaterem i narratorem jest „autor pierwszej narodowej powieści hipertekstowej²⁴ (...) sławomir mateja, który na co dzień ukrywa się (...) pod pseudonimem artystycznym Sławomir Shuty”

²² Masłowska tego nie zmyśliła. W „Metrze” nr 361 z 03.06.2004 w rubryce *Życie towarzyskie i uczuciowe* (s.10), pod notatką o piosenkarce („Jennifer Lopez (34) być może po raz trzeci stanie przed ołtarzem. Jej nowy latynoski narzeczon, piosenkarz Marc Anthony, właśnie został rozwodnikiem [...]”) pojawia się informacja o autorce *Wojny polsko-ruskiej*: „Dorota Masłowska (21) nie przestaje szokować! Dwa lata temu napisała *Wojnę polsko-ruską pod flagą białą-czerwoną*, uznaną za objawienie młodej literatury. Od tamtego czasu pisze głównie felietony. Pomysłu na powieść nie znalazła, znalazła za to pomysł na życie. Autorka jest w czwartym miesiącu ciąży! Do ojcostwa przyznaje się podobno jej chłopak. Złośliwi mogliby jednak posądzić o nie choćby literackiego opiekuna Masłowskiej Pawła Dunina.”

²³ Pojęcie pola literackiego jako pola permanentnych konkurencyjnych walk, w którym kluczowym aktem jest zajęcie odpowiedniej pozycji, zapożyczam od Pierre’a Bourdieu (Bourdieu 2001).

²⁴ To aluzja do powieści *Blok* (www.blok.art.pl).

(Shuty 2012: 29). Dawniej uznawany za „wielką nadzieję krajowej literatury, człowieka wielkiego formatu, legendę”, od dawna nic nie opublikował. Dla chleba jeździ na prowincjonalne spotkania autorskie, a wydawnictwo wymawia mu umowę na nową powieść, bo nie dostrzega w niej „potencjału bestsellerowego”. Dziennikarze przyjmują łapówki za napisanie recenzji, a minister kultury nie odpowiada na podanie o stypendium na powieść społeczno-obyczajową. „Prasa podpira, hołota dostaje za to granty, tak zwani krytycy, pośrednicy, układ scalony, który wie i obwieszcza, żadne twórcze szaleństwo, ale sprawny marketing, lewe interesy i kumoterskie ukłádki pod płaszczykiem” — tak diagnozuje rynek wydawniczo-medialny tekstowy Shuty (Shuty 2012: 53). Nie bez znaczenia jest kontekst promocyjny *Jaszczyra* — autor powrócił z W.A.B. do niszowej Korporacji Ha!Art, co nowy wydawca podkreślał, dodając, że książka przedstawia zespole nie świata literatury z pieniądzem oraz obnaża reguły rządzące mediami²⁵.

Medialno-rynkowy terror w polu literackim skarykaturowany został w *Jaszczyrze* przy pomocy następującej sytuacji fabularnej: wydawca sugeruje tekstowemu Sławomirowi Shuty, że opublikuje jego powieść, ale pod jednym warunkiem — pisarz musi się zdecydować na „specyficzną politykę promocyjną”: „specjalnie na potrzeby numeru specjalnego i sesji okłádkowej” popełni samobójstwo. Jak tłumaczy, „każdej książce potrzebna jest tragedia z krwi i kości, nawet nie tekst, ale charyzmatyczny autor, postać mięsiasta i autentyczna, która nie cofa się przed niczym, co samo w sobie stymuluje sprzedaż, widzi pan te nagłówki w prasie?, pisarz nie poradził sobie z kryzysem i., sam pan wie, gaz?, skok?, overdawka?” (Shuty 2012: 134).

Śmierć tekstowego Sławomira Shuty miała być symboliczna, bo — co zauważył w *Fotografiach ostatnich* Janusz Anderman — „w naszych czasach pisarz ciągnie swą twórczość za sobą do grobu. Wznowienia zdarzają się niezwykle rzadko, bo martwy autor nie może mieć już wpływu na sprzedawalność książki. Nie weźmie udziału w kampanii promocyjnej, nie opowie w telewizji o polityce, sztuce kulinarnej, piłce nożnej i modzie, nie wda się sprytnie w romans z nastolatką i nie zdradzi jego szczegółów dziennikarce z pokolorowanej wydmuszki dla kobiet. Nie ma pisarza, nie ma jego książek” (Anderman 2010: 88). Ostatnia w Polsce próba wskrzeszenia takiej legendy literackiej miała miejsce po prawdopodobnie samobójczej śmierci Mirosława Nahacza — odkrytego przez Andrzeja Stasiuka nastolatka z Beskidu Niskiego (rocznik 1984), autora czterech powieści. Ostatnią — *Niezwykłe przygody Roberta Robura*, odrzuciło za życia pisarza wydawnictwo Czarne, ale pośmiertnie postanowiła opublikować firma Prószyński i S-ka (rzekomo na prośbę czytelników, o czym poinformowano w otwierającym książkę metatekście *Od wydawców*). Okłádkę *Niezwykłych przygód* ozdobiło czarno-białe zdjęcie autora i adnotacja „OSTATNIA KSIĄŻKA”, a w dyskusjach okołoliterackich wskazywano na promocyjny potencjał tej decyzji wydawniczej. Mimo to Nahacz nowym Hłaską nie został. Skomentował to Jakub Żulczyk w dodatku kulturalnym do „Dziennika”. Nawiązując do PRL-owskich „kaskaderów literatury”, zauważył: „Społeczeństwo się zmieniło: to społeczeństwo, w którym wydarzeniem sezonu jest związek starzejącej się aktorki²⁶

²⁵ Cytat ze strony internetowej Korporacji Ha!Art: <http://www.ha.art.pl/wydawnictwo/zapowiedzi/2344-slawomir-shuty-jaszczyr.html>

²⁶ Starzejąca się gwiazda, która próbuje odzyskać swoje miejsce w polu artystycznym, to popularny motyw

z młodym, jurnym tancerzem, zaś tragiczna śmierć jednego z najzdolniejszych młodych pisarzy przechodzi — poza dwoma okolicznościowymi reportażami — praktycznie bez echa” (Żulczyk 2009)²⁷.

Masłowska jest jedyną pisarką, która pojawia się w książce Wiesława Godzica o celebrytach w polskim życiu publicznym po 1989 roku. Medioznawca analizuje występ autorki *Pawia królowej* w telewizyjnym talk show *Tok2Szok*. „Dwudziestokilkulatka sprawiała wrażenie kompletnie zagubionej w studio i co gorsza — w życiu. Nie odpowiadała na pytania, tylko mruczała niewyraźnie pod nosem; nie patrzyła ani w kamerę, ani w stronę prowadzących” — pisze Godzic. I konkluduje: Masłowska nie jest celebrytką, „jest natomiast bardzo dobrą pisarką, która nie potrafi — i pewnie nie chce — zachowywać się w telewizji według jej reguł. Chce być autentyczna” (Godzic 2007: 149). O niechęci do kreowania przez media wizerunków Masłowska opowiadała Justynie Sobolewskiej: „Wywiad do pisma kolorowego ma być opowieścią o tym, jaka jesteś NAPRAWDĘ. Ale żeby go zrobić, idziesz na sesję do hotelu, ubrana w nie swoje ubrania wybrane przez stylistkę, historia musi być przeprowadzona według schematu: kiedyś było gorzej, były trudności, ale teraz jest wspaniale, zdania muszą być pojedyncze, a wyrazy dwusylabowe. Nie wiem, co ludzi pcha w te szpony, przecież dalej jest «Fakt» i «Super Express» i zdjęcie, jak kupujesz cebulę w warzywniaku” (Masłowska, Sobolewska 2012).

Być Michałem Głowińskim czy Jackiem Poniedziałkiem?²⁸ Po dekadzie intensywnego flirtowania z mediami i rozdarcia pomiędzy pragnieniem bycia Autorytetem czy Celebrytą polscy pisarze zaczynają odwracać się od mediów masowych. Dorota Masłowska zakpiła z nich w *Pawiu królowej*, Michał Witkowski i Sławomir Shuty ukazali w *Drwalu i Jaszczurze* postać „celebryty upadłego”. Czy rezygnacja z kolaboracji z mediami masowymi jest dobrą strategią? Joe Moran przekonuje w swojej książce o amerykańskich literatach-celebrytach, że nieosiągalność bywa atrakcyjnym walorem medialnym. J. D. Salinger, autor *Buszującego w zbożu*, nie dawał wywiadów od połowy lat 50., zabronił zamieszczania swoich zdjęć na okładkach, a w 1986 r. miał proces sądowy z Ianem Hamiltonem i wydawnictwem Random House o publikację biografii, w której znalazły się jego prywatne listy. Thomas Pynchon udostępnił tylko dwa zdjęcia, a kiedy miał odebrać National Book Award za *Tęczę grawitacji*, wysłał na ceremonię komika. Obaj byli atrakcyjnym celem dla paparazzi — zdjęcie przyłapanego pod supermarketem Salinger zamieściła w 1988 r. gazeta „New York Post” (tekst zatytułowano *Catcher Caught*). Pynchon został w 1997 roku namierzony przez internet przez reportera „New York” i sfotografowany na ulicy (Moran 2000: 54, 64–65). W obu przypadkach próba ucieczki z maszyny medialnej stała się przyczynkiem do wzmocnienia zainteresowania ze strony dziennikarzy. W Polsce podobna wydaje się sytuacja Tadeusza Różewicza, znanego

literacki. Wykorzystuje go Jacek Dehnel w opowiadaniu *Blaski i nędze życia artystki estrady* z tomu *Balzakiana*, a także Witkowski w *Margot*.

²⁷ Na felieton Żulczyka odpowiedzieli m.in. Jarosław Klejnocki, Tomasz Piątek, Mariusz Sieniewicz. W różnym tonie — pojawił się np. głos, że ostatnia powieść Nahacza nie była dobrą książką, a biografia autora po prostu nie stanowiła dobrego materiału na legendę.

²⁸ Nawiązując do cytowanej rozmowy z Michałem Głowińskim, robię aluzję do tekstu Agnieszki Wolny-Hamkało. Notatkę na blogu dotyczącą *Cudownego życia Magdy M. Magdaleny Miecznickiej* Hamkało zatytułowała *Być Carłą Bruni i Marią Janion* (<http://wolnyhamkalo.blog.polityka.pl/page/7/>).

z niechęcią do dziennikarzy (którą dobitnie wyraził w wierszu *Sława*²⁹). Anna Żebrowska przez pięć lat rozmawiała z poetą, zanim udało jej się uzyskać zgodę na publikację wywiadu *Poeta zapozna Targeta* w „Dużym Formacie” (Różewicz, Żebrowska 2005: 6-8). Jedna z rozmów została nagrana na ukryty w pączku dyktafon (Gluza 2006). Przyznając Żebrowskiej nagrodę im. Barbary Łopieńskiej podkreślano, jak trudno z Różewiczem przeprowadzić wywiad. Dla „Dużego Formatu” był to materiał ekskluzywny.

Bibliografia:

- Adamczewska Izabella (2012), *Powieść o artyście*, [w:] *Słownik rodzajów i gatunków literackich*, red. G. Gazda, PWN, Warszawa, s. 802-809;
- Adamczewska Izabella (2012), *Sylwa współczesna*, [w:] *Słownik rodzajów i gatunków literackich*, red. G. Gazda, PWN, Warszawa, s. 1057-1063;
- Anderman Janusz (2010), *Był pisarz*, [w:] Tegoż, *Fotografie ostatnie*, Wydawnictwo Literackie, Kraków;
- Bauman Zygmunt (2006), *Płynna nowoczesność*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków;
- Benjamin Walter (2011), *Twórca jako wytwórca. Eseje i rozprawy*, przeł. R. Reszke, Wydawnictwo KR, Warszawa;
- Boorstin Daniel J. (1964), *The Image: a Guide to Pseudo-Events in America*, Harper&Row New York;
- Bourdieu Pierre (2001), *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*, przeł. A. Zawadzki, Universitas, Kraków;
- Cyranowicz Maria (2007), *Jak krytyka nie służy krytykowi — czyli o tym, co traci krytyk jako czytelnik pisząc recenzję*, [w:] *Dyskursy krytyczne u progu XXI wieku. Między rynkiem a uniwersytetem*, red. D. Kozicka, T. Cieślak-Sokołowski, Universitas, Kraków;
- Czapliński Przemysław (1997), *Wobec powinności. Portrety twórcy w czasie przełomu*, [w:] Tegoż, *Ślady przełomu*, Wydawnictwo Literackie, Kraków;
- Czapliński Przemysław, Śliwiński Piotr (1999), *Literatura polska 1976-1998. Przewodnik po prozie i poezji*, Wydawnictwo Literackie, Kraków;
- Czapliński Przemysław (2007), *Powrót centrali. Literatura w nowej rzeczywistości*, Wydawnictwo Literackie Kraków;
- Drewnowski Tadeusz (1997), *Próba scalenia. Obiegi — wzorce — style*, PWN, Warszawa;

²⁹ pewien dziennikarz/z miejscowej gazetki/co o mnie pisze/„znany wrocławski poeta”/a mówi do mnie/„panie Stanisławie”/czuję się dotknięty (...) a czy ja nie naruszę pana/ prywatności/jeśli spytam Pana jak się pan czuje/jako klasyk za życia kontrowersyjny/ żywy pomnik” (Różewicz 2000:229).

- Dunin-Wąsowicz Paweł (2004), *Co tu się stało z literaturą?*, „Lampa” nr 9, s. 18-21;
- Dunin-Wąsowicz Paweł (2005), *Bystrzy dyletanci*, „Lampa” nr 1, s. 38-40;
- Frołow Kuba (2007), *Jak wypromowano bestseller*, Biblioteka Analiz, Warszawa;
- Godzic Wiesław (2007), *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa;
- Gosk Hanna (2009), *Sylwa ponowoczesna. Fragment, autobiografia, konwencja literacka*, [w:] *Polska genologia. Gatunek w literaturze współczesnej*, red. R. Cudak, PWN, Warszawa, s. 107-122;
- Masłowska Dorota (2005), *Paw królowej*, Lampa i Iskra Boża, Warszawa;
- Moran Joe (2000), *Star Authors. Literary Celebrity in America*, Pluto Press, London;
- Nowacki Dariusz (2011), *Kto im dał skrzydła. Uwagi o prozie, dramacie i krytyce (2001-2010)*, Wydawnictwo Naukowe Śląsk, Katowice;
- Nycz Ryszard (1996), *Sylwy współczesne. Problem konstrukcji tekstu*, Universitas, Kraków;
- Nycz Ryszard (1996b), *Tropy „JA”. Koncepcje podmiotowości w literaturze polskiej ostatniego stulecia*, [w:] *Ja, autor, Sytuacja podmiotu w polskiej literaturze współczesnej*, red. D. Śnieżko, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa;
- Nycz Ryszard (1982), *Współczesne sylwy wobec literackości*, [w:] *Studia o narracji*, red. J. Błoński, S. Jaworski, J. Sławiński, Ossolineum, Wrocław, s. 63-86;
- Ostaszewski Robert (2004), *Pisarz jak coca cola*, „Dekada Literacka” nr 1;
- Podraza-Kwiatkowska Maria (1975), *Bóg, ofiara, clown czy psychopata? O roli artysty na przełomie XIX i XX wieku*, [w:] *Symbolizm i symbolika w poezji Młodej Polski*, Kraków;
- Różewicz Tadeusz (2000), *Sława*, [w:] Tegoż, *Uśmiechy*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław;
- Rudzińska Kamila (1978), *Między awangardą a kulturą masową. Wokół społecznej roli pisarza*, PIW, Warszawa;
- Shuty Sławomir (Mateja Sławomir) (2012), *Jaszczur*, Korporacja Ha!Art, Kraków;
- Sławiński Janusz (1986), *Teoretycznoliterackie tematy i problemy*, Ossolineum, Wrocław;
- Sowa Jan (2005), *Shuty i ja*, albo krótki skowyt, „Ha!Art” nr 20, s. 100;
- Varga Krzysztof (1999), *Pokolenie czy Pollena*, [w:] *Młodzi końca wieku. Pokolenie 2000 czy pokolenie '89, dzieci wolnego rynku czy blockersi*, red. M. Piasecki, Warszawa;
- Varga Krzysztof (2008), *Zazdrość o powstanie warszawskie*, „Gazeta Wyborcza”, 08.04, s. 14;

- Varga Krzysztof (2012), *Warsawnication*, czyli los pisarza, [w:] Tegoż, *Polska mistrzem Polski*, AGORA, Warszawa, s. 35-37 (pierwotruk: „Duży Format” [dodatek do „Gazety Wyborczej”], 29.10.2009);
- Witkowski Michał (2011), *Drwał*, Świat Książki, Warszawa;
- Witkowski Michał (2005), *Lubiewo*, Korporacja Ha!Art, Kraków;
- Witkowski Michał (2009), *Margot*, Świat Książki, Warszawa;
- Witkowski Michał (2009b), *Pisarz w medialnej sieczce*, „Polityka” nr 2727, 17.10, s. 64;
- Żulczyk Jakub (2009), *Legenda*, której nie było, „Dziennik”, 14-15.02;
- Żółkiewski Stefan (1973), *Kultura literacka 1918-1932*, Ossolineum, Wrocław;

Wywiady i recenzje

- Cichy Michał (2001), *Bezpownotnie utracona abstynencja*, „Gazeta Wyborcza” 01.06, s. 16;
- Gluza Renata (2006), *Żebrowska dostała nagrodę im. Barbary N. Łopieńskiej*, „Press”, 11.05;
- Głowiński Michał, Zaborek Dariusz (2010), *Amator kwaśnych jabłek*, „Gazeta na Święto” (dodatek do „Gazety Wyborczej”), 30.10-01.11, s. 10-13;
- Górski Artur, *Po głośnych rozwodach czas na samobójstwo*, „Życie Warszawy”, 20.10;
- Janowska Katarzyna, Witkowski Michał (2008), *Lubię nieoczywiste*, „Polityka” nr 2640, 09.02, s. 64-66;
- Kuczek Wojciech, Wodecka Dorota (2010), *Mam Polskę w discmanie*, „Gazeta Wyborcza”, 26.11, s. 26-27;
- Masłowska Dorota, Sobolewska Justyna (2012), *Nikt nie chce być pisarzem, każdy chce być gwiazdą*, „Polityka”, 5.06;
- Masłowska Dorota, Staszewski Wojciech (2005), *Mc Doris gotuje butelki*, „Wysokie Obcasy” (dod. do „Gazety Wyborczej”), 21.05, s. 46-50;
- Łupak Sebastian, Witkowski Michał (2006), *Moja kąpiel we fleszach*, „Gazeta Wyborcza”, 21.09, s. 17;
- Niemczyńska Małgorzata (2006), *Ta dziewczynka to ja*, „Gazeta Wyborcza Kraków”, 07.11., s. 2;
- Nowacki Dariusz (2004), *Jerzy Pilch — pisarz nowoczesny*, „Gazeta Wyborcza”, 16.02, s. 17;
- Różewicz Tadeusz, Żebrowska Anna (2005), *Poeta zapozna Targeta*, „Duży Format” (dodatek do „Gazety Wyborczej”), 19.12, s. 6-8;

Szejnert Małgorzata (2002), *Doroto, czekam po południu*, „Wysokie Obcasy” (dodatek do „Gazety Wyborczej”), 28.09, s. 4.

Witkowski Michał, Zygmunt Michał (2005), *Pisarz to facet mocny w gębie*, „Lampa” 2 (11), s. 62-67; Masłowska Dorota, Surmiak-Domańska Katarzyna (2002), *Silna Dorota Masłowska*, „Wysokie Obcasy” (dodatek do „Gazety Wyborczej”), 28.09, s. 6-14;

Witkowski Michał, Wodecka Dorota (2011), *Spalone zwłoki muszą być*, „Gazeta Wyborcza”, 01.12.