

BĄDŹ CO BĄDŹ



Czekając na Amazona

Jeśli wierzyć doniesieniom „Newsweeka”, w polskiej branży księgarskiej dzieją się straszne rzeczy. Agresywny marketing psuje morale wydawców, którzy na wolnym rynku niedochodowych książek skaczą sobie do gardeł niczym zgłodniałe hieny. Walczą o skromne zyski ze sprzedawcy tornistrów, kawy i różnych gadżetów, takich jak np. kaszłące popielniczki, które wydają dźwięk przy gaszeniu papierosa.

IGOR WIECZOREK

O tym, jak ostra jest walka, świadczy chociażby fakt, że druga pod względem wielkości (po Empiku) ogólnopolska sieć księgarń Matras utraciła płynność finansową i została wystawiona na sprzedaż, a jej przebojowi prezesi boją się o swoje życie, bo ktoś wciąż dziurawi opony w ich luksusowych autach.

Ten kryzys naszego księgarstwa jest efektem załamania czytelnictwa i można tylko się dziwić, że następuje tak późno. Ciekawe, co będzie potem.

Wiele wskazuje na to, że do akcji wkroczy Amazon, który od dawna łypie swoim łakomym okiem na skromne polskie poletko. Amazon to potęga, z którą trzeba się liczyć. W krajach Europy Zachodniej nie cieszy się dobrą opinią, bo trzyma swych pracowników na elektronicznej smyczy i nie płaci podatków. Jean Baptiste Malet, ambitny francuski dziennikarz pracujący dla magazynu postępowych chrześcijan „Goliath”, zatrudnił się w Amazonie po to, by poznać go bliżej. I bardzo się rozczarował.

Z relacji Maleta wynika, że amerykański gigant zmienia swoich rekrutów w otumanione roboty podporządkowane jednemu celowi: maksymalizacji wydajności. Życie

owych robotów kodyfikowane jest na podstawie procesów, które determinują każdy aspekt pracy – łącznie z ilością, prędkością i charakterem wykonywanych ruchów, a wszystkie ich urządzenia do skanowania to „elektroniczni policjanci” przekazujący informacje w czasie rzeczywistym do liderów, którzy z kolei znajdują się pod niestanną presją przełożonych. Wszystkie umowy o pracę wysyłane są dwa miesiące po rekrutacji, a opieka medyczna dla pracowników na nocnych zmianach nie istnieje.

Do identycznych wniosków doszli dziennikarze niemieccy, a federalna minister pracy Ursula von der Leyen i premier Hesji Volker Bouffier zażądali nawet specjalnego śledztwa w sprawie łamania przez amerykański koncern podstawowych praw pracowniczych.

Zupełnie osobną kwestią jest praktyka wydawnicza Amazonu, której przyświeca hasło: *Jeśli chcemy mieć 20 milionów klientów, to oznacza, że chcemy mieć 20 milionów sklepów.*

Z punktu widzenia pisarzy odnoszących komercyjne sukcesy na rynku gutenbergo-wskim i skłonnych do autopromocji na rynku elektronicznym owa praktyka jest dobra, bo dopuszcza możliwość współpracy z przebojowym wydawcą i gwarantuje szeroki, ogólnosiwiatowy zasięg publikowanych książek. Lecz z punktu widzenia pisarzy owładniętych ideą sukcesu artystycznego i nie mających pojęcia o elektronicznych meandrach sieciowej autopromocji owa praktyka jest głupia, a nawet wyraźnie szkodliwa, bo nie jest oparta na wiedzy i intuicji twórczej, a tylko na żądzy sławy i finansowego zysku.



Pisarze tego drugiego, tradycyjnego rodzaju, stoją na stanowisku, że nieodzownym warunkiem promocji literatury jest pogłębiająca refleksja i analiza krytyczna, a nie sondażowe słupki i rekomendacje on-line.

Amazon szczerze nie znosi analizy krytycznej, czego dowodem jest fakt, że nie pozwala pisarzom na recenzowanie książek autorstwa innych pisarzy, a najważniejszym kryterium oceny wartości książki uczynił emotikony, gwiazdki, słoneczka i punkty. Tego jeszcze nie było w historii polskiego księgarstwa. Warto się nad tym zadumać czekając na Amazona, który stoi u bram. ■

Urszula Benka

Idea for men!

Polski Europejczyk (dowolnej płci) kocha bój. Sięgnie po najdroższe specyfikę, żeby z całą bezwzględnością położyć kres łupieżowi, nagniotkom, katarowi i, oczywiście, częstymi jakoś problemami z potencją. Jako zwierzę polityczne nie cofa się przed insynuacją a niemieckojęzycznym celnikom na lotnisku wygarnia wprost, co sądzi o Auschwitz oraz Haende hoch. Jako zwierzę biznesowe staje do rywalizacji o perspektywę kasy, i skoro zamajaczy mu niezdobyt szczyt nowego Monte Cassino, mianowicie garnitury od Armaniego, a do tego jeszcze sushi, bez drgnięcia powieki przyjmuje bezpłatny staż w firmie, ba, niczym wzorowy żołnierz trwa z komórką podpiętą u skroni jak palce w salucie. Jest czujny. Już na studiach prawniczych podsuwa koleźce na kolokwium błędną ściągę. A jako zwierzę literacko-celebryckie z wyrażonym wdziękiem samego Wespazjana zbywa pytania o dorobek intelektualno-artystyczny innego prozaika czy też poety. No nic, Wespazjana nazywano Mułem, bo był mułowaty nawet jak na rzymski gust i chrapał podczas śpiewu Nerona. Jako zwierzę sakralne polski Europejczyk (płci dowolnej) walczy z gender. Aż ostrzy zęby. Żadnego mazgajowatego pacyfizmu.

Wszelchobecna reklama, przerywająca newsy dotyczące ludzkiego być albo nie być, wspaniale zamysławia nowy wymiar walczności. Człowiek to najagresywniejszy z ziemskich drapieźników. Święta prawda, problem tylko z wyrazem „idea”, który walce nadaje sens; otóż jego rdzeń „dea”, dosłownie bogini, nawiązuje do wrażliwości sakralnej (onego czasu w kulturach świata wszystko, tak prawdę powiedziawszy, było święte). Problem więc wynika z faktu, że idee nie mają żadnych szans na polu walki z kasą. Nam, Polakom europejskim, przychodzi bez trudności recytować za wieszczem *zemsta, zemsta, zemsta na wroga, z Bogiem a choćby mimo Boga*. Jesteśmy dumni z tego zdania-aforyzmu, godzimy go płynnie ze słodyczą katolickiej oraz tak piastowskiej, jak jagiellońskiej tożsamości, endeckiej i sanacyjnej, a nawet z walentynkową słodyczą multi-kulti. Lampka STOP zapala się natomiast w wypadku trawestacji: *zemsta, zemsta, zemsta na wroga, z pieniądzem, a choćby mimo pieniądza*.

Co widać na przykładzie Ukrainy. Walczymy z łupieżem jak lwy, jak lamparty z piętą i jak orły białe z rywalami (wszak ich wielu!) o łaskawy uśmiech śmieciowego szefa.

Zmiana celu walki nie jest jednak zjawiskiem świeżym, jest wyraźnie drugiej świeżości. Nad uwiadem walki o idee biadał już Słowacki w „Grobie Agamemnona”. Pisał łzawo, wytykał, że w Powstaniu Listopadowym walczył mało kto. Z badań prof. Aliny Witkowskiej wynika, że więcej Listopadowych lwów zginęło nie pod Stoczkim, nie

(Dokończenie na stronie 24)