

SAMOPUBLIKOWANIE PRAC NAUKOWYCH I LITERATURY PIĘKNEJ

EWA FRĄCZEK-BIŁAT

Wydział Nauk Humanistycznych UKSW
Faculty of Humanities, Cardinal Stefan Wyszyński University
in Warsaw
fraczek_ewa@o2.pl

UWAGI WSTĘPNE

Samopublikowanie to termin względnie nowy, w przeciwieństwie do zjawiska, które – mniej lub bardziej precyzyjnie – opisuje. Pojęcie to, funkcjonujące jako kalka angielskiego „self-publishing”, jest o tyle trudne do uchwycenia jako zamknięta znaczeniowa całość, o ile trudne do precyzyjnego zdefiniowania są w świecie nowych mediów wszelkie terminy dotyczące wydawania – z samą „publikacją” na czele. Najprostsza definicja ujmuje samopublikowanie jako publikowanie bez udziału wydawnictwa. Tak wąskie rozumienie jednak prowadzi do nieporozumień, sugeruje bowiem, że aby mówić o self-publishingu, autor musi samodzielnie dokonać prac redakcyjnych i sam zlecić druk pozycji w określonej liczbie egzemplarzy, słowem: zająć się wszystkim od początku do końca. O wiele częściej natomiast samopublikowanie oznacza wydanie książek drukiem w ramach działalności profesjonalnego wydawnictwa, tyle że w całości lub częściowo finansowane z prywatnych środków autora oraz oddane do druku wyłącznie na skutek jego decyzji¹. W obydwu przypadkach – a więc przy pełnej lub częściowej samodzielności – ingerencja osób trzecich w tekst, czy to naukowy, czy z zakresu beletrystyki, jest minimalna lub nie istnieje w ogóle.

Wydawnictwa, które wyrażają zgodę na samopublikację autora w ramach swojej komercyjnej działalności, często nie uwzględniają merytorycznego lub artystycznego poziomu oddawanych im tekstów podczas podejmowania

¹ P. Nowak, „Samopublikowanie”: stara metoda, nowy sens w dobie e-science, „Biblioteka” 2009, nr 13, s. 91.

decyzji o podpisaniu umowy z twórcą. Tego rodzaju firmy właściwie nie mogą odmówić świadczenia oferowanych przez siebie usług wydawniczych, czy raczej mogą zrobić to jedynie w przypadku treści naruszających przepisy prawa. Tak działają w Polsce między innymi Poligraf, Warszawska Grupa Wydawnicza, Białe Pióro czy MyBook. Serwisy umożliwiające elektroniczne samopublikowanie (bez druku) to: Wydaje.pl, Publikatornia.pl, Bezkartek.pl oraz Virtualo.pl². Firma Poligraf na swojej stronie w zakładce „o nas” informuje: „Pomagamy Autorom zaistnieć na rynku wydawniczym, ponieważ wierzymy w wolny rynek i w to, że rację mają czytelnicy, którzy głosują swoimi pieniędzmi, kupując dany tytuł. To oni są ostatecznymi jurorami. Wierzymy też, że jest wielu ludzi mających coś ciekawego do powiedzenia światu, którzy nie mieliby szans tego zrobić w tradycyjnym wydawnictwie”³.

W literaturze anglojęzycznej dotyczącej zjawiska self-publishingu pojawia się nawet termin *vanity press*, podkreślający psychologiczny aspekt wydawania w formie książkowej swoich własnych tekstów, a dokładniej – kwestię próżności autorów, która wykorzystywana jest przez firmy wydawnicze. Pejoratywne określenie ma na celu uwypuklenie roli miłości własnej autora w kontekście jego starań o „bycie wydanym”. Wciąż istnieje bowiem przekonanie, że opublikowanie swojej własnej książki, wydrukowanej i z nadanym numerem ISBN, jest społecznie nobilitujące⁴.

Podczas analizy zjawiska samopublikowania nadmiernym uproszczeniem byłoby jednak założenie, że można ograniczyć chęć „zaprezentowania światu” własnej twórczości do kwestii natury psychologicznej. Choć w dużej mierze potrzeba wydawania pewnych książek (zwłaszcza tomików częstokroć kiepskiej poezji lub spisanych dziejów rodziny, swoich własnych wspomnień itd.) jest faktycznie związana z potrzebą, często bezkrytycznego, zaprezentowania siebie, to jednak wiele form samopublikacji sprawia, że nie sposób jednoznacznie przekreślić tego sposobu promocji twórczości własnej. W szczególności wynika to z wielu aspektów omawianego

² M. Deja, *Elektroniczne samopublikowanie. Ewaluacja jakości i benchmarking internetowych serwisów samopublikawania*, Kraków 2016, s. 49.

³ <http://wydawnictwopoligraf.pl/oferta.php> [dostęp: 23.04.17].

⁴ A. Glatthorn, *Publish or Perish – The Educator’s Imperative: Strategies for Writing Effectively for Your Profession and Your School*, London – New Delhi – Thousand Oaks (CA) 2002, s. 84.

zjawiska – w innych wymiarach badać można samopublikowanie związane z działalnością naukową, w innych wspomniane *vanity press*; czym innym jest samopublikowanie w mediach elektronicznych, czym innym tradycyjnie wydana książka. Nie do zignorowania w kontekście omawianego tematu jest wreszcie samopublikowanie jako forma reakcji na poczucie bezradności „fundowanej” twórcom przez polskie realia wydawnicze. Z powodu tak szerokiego spektrum problemów self-publishing nie może być po prostu zaetykietowany jako wyraz próżności i oceniony z pobłażliwością.

W tym miejscu warto także wspomnieć, iż opłata uiszczana przez autora za publikację w recenzowanym czasopiśmie naukowym – które umożliwia zdobycie tak zwanych „punktów” – choć kontrowersyjna w pewnym aspekcie, z samopublikowaniem nie ma nic wspólnego. W przypadkach wydawnictw naukowych pobierających określoną kwotę za możliwość umieszczenia swojego artykułu w periodyku mamy bowiem do czynienia z procesem recenzyjnym, generującym swoisty rygor względem treści.

Celem niniejszego artykułu jest przyjrzenie się omawianemu zjawisku także z pozanaukowego punktu widzenia i nie tyle odpowiedź na pytanie, czy jest ono dla jakości piśmiennictwa bądź rynku wydawniczego dobre lub złe, ile raczej zwrócenie uwagi na pewne aspekty pomijane w wąskiej literaturze przedmiotu. W polskim piśmiennictwie temat samopublikowania poruszony został jedynie w kilku artykułach naukowych i jednej obszerniejszej monografii. Ta ostatnia – *Elektroniczne samopublikowanie. Ewaluacja jakości i benchmarking internetowych serwisów samopublikowania* autorstwa Marka Dei – choć zawiera typologię terminów związanych z self-publishingiem, to jednak stanowi głównie opis i analizę sprawności marketingowej serwisów oferujących usługę „wspierania autora”. Także nieliczne artykuły (z których za najbardziej szczegółowy można uznać tekst Piotra Nowaka pod tytułem „*Samopublikowanie: stara metoda – nowy sens w dobie e-science*” opublikowany w czasopiśmie „Biblioteka”) koncentrują się na zagadnieniach wybranych, na przykład związanych z promocją osiągnięć naukowych. Nie do przecenienia w tym kontekście jest także blog Emanuela Kulczyckiego *Warsztat badacza* (ekulczycki.pl), bardzo często aktualizowany i nad podziw rzetelny, analizujący na bieżąco zarówno przepisy regulujące pracę naukową, jak i śledzący niepokojące zjawiska w obszarze nieprofesjonalnych, z merytorycznego punktu widzenia, konferencji czy kierowanych do pracowników uczelni ofert publikowania artykułów „za punkty”. Self-publishing jest

w ramach obszarów, które analizuje i komentuje Kulczycki, jednym z kilku aspektów szeroko pojętego „warsztatu badacza”.

Próba odejścia od wąskiego spojrzenia i chęć umieszczenia rozważań także w kontekście szeroko pojętej kultury czytelnictwa i działań wydawnictw w Polsce jest być może karkołomna z uwagi na ogrom związanych z tym obszarem zagadnień, niemniej warto przynajmniej zarysować pewne aspekty, co umożliwi dalsze ich analizy.

SAMOPUBLIKOWANIE A IDEA OTWARTEJ NAUKI

Jako że temat self-publishingu naukowego był poruszany we wspomnianych powyżej publikacjach Dei i Nowaka, warto zarysować tu jedynie jego główne aspekty, a szczególnie – bezpośrednio związaną z tym zjawiskiem ideę „nauki otwartej”, funkcjonującą w środowisku pod określeniem „Open Access”. Jest to międzynarodowy ruch środowisk akademickich bazujący na założeniu, że treści dydaktyczne i naukowe powinny być dostępne powszechnie, w więc – najlepiej – w wersji elektronicznej, w Internecie, w postaci artykułów opublikowanych w otwartym czasopiśmie elektronicznym⁵.

Jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, iż – z punktu widzenia definicji – treść ukazująca się w recenzowanym czasopiśmie self-publishingiem nie jest, temat samopublikacji nieco rozmywa się i komplikuje. Pamiętać należy jednak, że w świecie szeroko pojętej nauki pojawia się – w Polsce od niedawna, na Zachodzie od kilku dekad – postulat demokratyzacji nauki, która to demokratyzacja rozumiana jest nie tylko jako możliwość otwartego dostępu do jej zasobów, ale także jako zminimalizowanie recenzyjnego rygoru i ograniczenia wpływu akademickiej „punktacji” na to, czy specjalista w danej dziedzinie jest poważany w środowisku, czy też w jego ramach ignorowany. Innymi słowy, swoisty „terror zdobywania punktów” – zmuszający często naukowców do uczestnictwa w kuriozalnym procesie, w ramach którego komentarz do toczącej się na łamach recenzowanego czasopisma dyskusji ma większe szanse na publikację niż głoszenie idei nowatorskich – promuje raczej przeciętność niż oryginalność. Co więcej, szczególnie w przypadkach nauk przyrodniczych czy medycznych istotny jest także czas ogłoszenia wyników badań – opóźniany przez powolny system opiniowania, redakcji naukowej, korekty itd. Zgodnie

⁵ M. Deja, op. cit., s. 21.

z opinią jednego z bardziej znanych propagatorów idei Open Access w Polsce, Edwina Bendyka, nauka polska „ciągle tkwi w starym, modernistycznym modelu komunikacyjnym, w którym obowiązywał klarowny podział pracy: uczeni prowadzą badania, których wyniki komunikują za pomocą wyspecjalizowanych kanałów, jak recenzowane czasopisma naukowe i konferencje”⁶, zaś upowszechnianiem wyników badań zajmują się profesjonalni redaktorzy wspomnianych czasopism, sami będący naukowcami. „Model ten – pisze Bendyk – jest niezwykle trwały. Decydują o tym mechanizmy systemowe (ocena przebiegu kariery polegająca na skrzyętym liczeniu punktów za publikacje i wystąpienia konferencyjne bez rzeczywistego związku z jakością i istotnością produkcji naukowej) i brak silnego rozszczenia społecznego, które zmusiłoby środowisko do większej otwartości komunikacyjnej”⁷.

Idea nauki demokratycznej pociąga za sobą szereg zjawisk zaliczających się do szeroko pojętego self-publishingu. Naukowcy niekiedy własnym sumptem wydają monografie (starając się o ich recenzowanie przez kogoś z branży lub – rzadziej – pomijając ten etap), często też sięgają do formy znanej, choć wciąż mało popularnej w Polsce (przynajmniej w kontekście nauki), a więc do blogosfery. Treści umieszczane na tego rodzaju witrynach zazwyczaj związane są z aktualnymi obszarami zainteresowań autorów i prezentują ich hipotezy badawcze i najnowsze osiągnięcia. Twórcami należącymi do sieci blogów naukowych są przy tym nie tylko pojedynczy naukowcy (w znaczeniu akademickim) czy reprezentanci instytucji uczelnianych, ale również pasjonaci – osoby zainteresowane nauką lub zajmujące się wdrażaniem osiągnięć z zakresu danej dziedziny wiedzy do praktyki⁸. Jednym z bardziej znanych blogów z tego zakresu jest choćby *Piękno neurobiologii* (<http://vetulani.wordpress.com>), witryna prowadzona przez słynnego i medialnie, i naukowo profesora Jerzego Vetulaniego (zmarłego w kwietniu 2017 roku), który podkreślał, iż zamieszczone w Internecie artykuły stanowią inny obszar tematyczny niż publikacje naukowe w konserwatywno-akademickim rozumieniu.

⁶ E. Bendyk, *Przewodnik po otwartej nauce*, Warszawa 2009, s. 13.

⁷ Ibidem, s. 14.

⁸ Por. S. Cisek, *Weblogi (blogi) – nowe narzędzie komunikacji w nauce*, [w:] *Zarządzanie informacją w nauce*, red. D. Pietruch-Reizes, Katowice 2008, s. 170-178.

Na marginesie należy podkreślić, że czym innym jest samopublikacja, czym innym zaś – samoarchiwizacja, a więc samodzielne umieszczanie w sieci kopii opublikowanych wcześniej artykułów (w tradycyjnych czasopiśmie lub cyfrowych repozytoriach), najczęściej w formacie PDF. Taka forma popularyzacji własnych dokonań mieści się i w idei nauki otwartej, i w obszarze inwestowania we własną karierę naukową – samoarchiwizacja często prowadzi bowiem do wzrostu cytowalności⁹. Z kolei samopublikowaniem będą artykuły naukowe umieszczane przez autorów chociażby na wspomnianych blogach, ale z pominięciem procesu recenzyjnego.

Samopublikowanie treści naukowych – w formie papierowej lub elektronicznej – spotyka się z krytyką konserwatystów, wskazujących, skądinąd słusznie, na brak kontroli i ryzyko naukowej hochsztaplerki, możliwej do zaistnienia na podatnym na nią internetowym gruncie. Zdaniem wielu naukowców przywiązanych do systemu punktów i recenzji, tylko rygiem akademickim można powstrzymać szerzenie się „pseudonauki”. Z drugiej strony jednak, kontrargumentem wobec takiego myślenia może być słynna „sprawa Sokala”, czyli opublikowanie przez Alana Sokala w renomowanym, punktowanym czasopiśmie „Social Text” – ważnym dla nauk społecznych – artykułu zatytułowanego *Transgressing the Boundaries: Towards a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity* (*Transgresja granic: ku transformatywnej hermeneutyce kwantowej grawitacji*), który w rzeczywistości był parodią, zbiorem przemieszanych cytatów słynnych i uznanych akademickich osobistości. Jak twierdzi Tomasz Witkowski, psycholog znany z tego, że sam realizuje misję obnażania nadużyć typowych dla akademickiej psychologii: „w powszechnej opinii żart Sokala funkcjonuje jako przykład ośmieszenia myślicieli, którzy starając się sprawiać wrażenie głębokich, mówią o rzeczach, których nawet sami nie rozumieją”¹⁰. Gorzej, że owe pozornie głębokie frazy zyskują często punkty potrzebne do rozwoju kariery naukowej.

Podsumowując, przyjrzenie się temu, jak funkcjonuje świat akademicki – nie tylko w Polsce – w dużej mierze prowadzi do smutnej konkluzji, iż nie sposób odróżnić treści wartościowych od bezwartościowych wyłącznie na podstawie (obiektywnych tylko w teorii) kryteriów uniwersyteckich.

⁹ P. Nowak, op. cit., s. 93.

¹⁰ T. Witkowski, *Modne bzdury wciąż modne*, „Nauka” 2007, nr 4, s. 149.

Z drugiej strony jednak, samodzielna działalność jest w kontekście uprawiania nauki bardzo trudna – zwłaszcza tam, gdzie niezbędny jest dostęp do sprzętu lub surowców – i ciężka w ocenie. Mimo to coraz więcej osób decyduje się na mniejszą lub większą niezależność wobec ośrodków akademickich (czego wyrazem może być popularyzowanie postaci naukowców dbających o swobodę działania, jak na przykład Gregory’ego Chaitina¹¹), na krytykę funkcjonowania akademickiego „świata punktów i recenzji” oraz na popularyzowanie idei nauki otwartej – czy to poprzez formę Open Access, czy naukową część blogosfery.

SAMOPUBLIKOWANIE LITERATURY PIĘKNEJ A RYNEK WYDAWNICZY

Rynek wydawniczy w Polsce rządzi się, jak w większości krajów kapitalistycznych, twardymi prawami. Z jednej strony – z punktu widzenia potencjalnego twórcy – mamy do czynienia z regułami ekonomicznej opłacalności zainwestowania kogoś (wydawcy) w nasz produkt, z drugiej, ze spadkiem czytelnictwa i wypieraniem literatury pięknej z księgarni przez poradniki i autobiografie celebrytów, z trzeciej – z koniecznością promocji i przebicia się przez gąszcz tytułów. Nawet wydana książka może bowiem po prostu „zniknąć”, jeśli o jej rozgłos nie zadba nie tylko „inwestor”, ale i sam autor.

Po prywatyzacji przemysłu książkowego (od 1989 roku) nastąpił, już w pierwszym dziesięcioleciu XXI wieku, proces konsolidacji, w ramach którego duże koncerny wydawnicze (głównie z dominującym udziałem

¹¹ Gregory Chaitin to argentyńsko-amerykański matematyk i informatyk, który stworzył algorytmiczną teorię informacji, bazową dla rozwoju informatyki, ale jednocześnie zamiast „odcinać kupony” od uznanych już sukcesów, zajmuje się na własną rękę zupełnie nowatorską (a więc – posługując się żargonem akademickim – „niecytowaną”) dziedziną nauki, jaką jest metabiologia (próba matematycznej formalizacji teorii ewolucji). Niezrozumiany przez uniwersytecką rzeczywistość Chaitin walczy o akceptację innowacyjnych teorii właściwie samotnie, a jego zmagania obserwuje pozaakademicki świat – czego wyrazem jest chociażby wydanie w 2016 roku przez „Politykę” filmu *Chaitin. Człowiek, który szuka piękna* (reż. Karol Jałochowski). Decyzja, aby pozaakademickiego naukowca uczynić bohaterem filmu, pokazuje, że powoli samopublikowanie, czy – szerzej – naukowe działanie na własną rękę, zyskuje rzesze zwolenników.

kapitału zagranicznego) przejmowały mniejsze wydawnictwa¹². Na początku aktualnej dekady liczba wydanych tytułów w stosunku do danych z 1990 roku uległa wprawdzie aż potrojeniu (z 10 596 tytułów w 1990 do 31 515 w roku 2011¹³), jednak małe nakłady wydawanych dzieł, moda na literaturę mało wyrafinowaną (fenomen książek Dana Browna i Stephenie Meyer czy kilkuletnia „sprzedaż ciągła” utworów Katarzyny Grocholi lub Małgorzaty Kalicińskiej), wysokie ceny i zbyt szybkie zastępowanie jednej książki drugą na półkach z „hitami” sprawiają, że potencjalny kontakt na linii twórca – wydawca jest bardzo trudny. Największe nakłady osiągają obecnie podręczniki (które z uwagi na wciąż zmieniający się system szkolnictwa pisać – z rynkowego punktu widzenia – warto), na drugim miejscu znajduje się literatura dziecięca, na trzecim – literatura religijna, a dopiero na czwartym – beletrystyka¹⁴. Co więcej, mimo iż literatura naukowa czy specjalistyczna znajduje się w rankingu liczby nakładów na dalszych pozycjach, to jednak w przypadku jej twórców możliwe jest poszukiwanie dotacji, dofinansowań instytucjonalnych itp. W przypadku literatury pięknej takie zjawiska prawie nie występują, dlatego to w tę właśnie dziedzinę piśmiennictwa wydawcy obawiają się inwestować. Na sukces powieści lub zbioru opowiadań (nie mówiąc już o poezji) składa się zbyt dużo czynników trudnych do przewidzenia, typu sezonowa moda, wydarzenia społeczne, nieprzewidywalne nominacje do nagród literackich itd.

Gdyby pokusić się o uproszczone podzielenie wydawców na tych, którzy zdecydowali się inwestować w literaturę ambitną, i tych promujących twórczość lekką, ale – z literackiego punktu widzenia – średniej jakości, okazałoby się, że dla twórcy przebicie się i u jednych, i u drugich jest... równie ciężkie. Literatura tak zwanych „średnich lotów” rządzi się swoimi prawami, w związku z czym wydawcy wolą albo pracować ze sprawdzonymi twórcami, których książki sprzedają się raczej przeciętnie, ale regularnie,

¹² K. Jagodzińska, *Charakterystyka działalności kulturalnej w Polsce po transformacji ustrojowej*, [w:] *Kultura a rozwój*, red. J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla, Warszawa 2013, s. 141.

¹³ Ibidem, s. 141.

¹⁴ Badania przeprowadzone przez Instytut Książki, dostępne na: http://www.instytutksiazki.pl/upload/Files/polish_book_market_2015_PL_popr.pdf [dostęp: 23.04.17].

albo inwestować w coś aktualnie modnego, np. poradnik taneczny w momencie rosnącej popularności programu telewizyjnego promującego taniec. Wydawcom stawiającym zaś na szeroko pojętą „dobrą literaturę” zdecydowanie bezpieczniej jest z kolei publikować znane nazwiska, inwestować w tłumaczenia książek dobrze sprzedających się lub nagrodzonych w innych krajach, albo też – ewentualnie – dać szansę komuś, kto jeszcze nie „zawojował” rynku, ale ma na swoim koncie wygrane konkursy literackie większego kalibru.

Reasumując, najczęściej mało kto jest zainteresowany publikowaniem książek, które twórca uznaje – słusznie lub nie – za warte wydania. Nierzadką sytuację, w której spośród dwudziestu wydawnictw żadne nie wyraziło zainteresowania napisaną już pozycją, utrudnia dodatkowo to, że jedną z cech specyficznych rynku książkowego w Polsce jest nieobecność agencji literackich, które na przykład na rynku amerykańskim doskonale spełniają rolę pośrednika między wydawcą a pisarzem. Twórcy zza oceanu komunikują się z wydawcami właściwie wyłącznie za pośrednictwem agentów, którzy „pełnią funkcję prywatnych sekretarzy autorów oraz oferują im wsparcie zarówno prawne, jak i promocyjne”¹⁵. Różnicę łatwo zauważyć, analizując dane liczbowe. W raporcie Instytutu Książki z roku 2013 pojawiła się informacja, że w połowie 2012 roku odnotowano w Polsce 2000-2500 aktywnych wydawnictw, które wydają ponad 10 tytułów rocznie¹⁶. Jednocześnie na stronie Instytutu znaleźć można informacje o zaledwie... dwunastu agencjach literackich¹⁷. Powodem takiego stanu rzeczy jest brak tradycji w tym zakresie oraz niewielkie dochody pisarzy, które prowadzą do niechęci dzielenia się zarobionymi środkami z kolejnym – obok wydawcy – pośrednikiem.

W sytuacji napotykania dalszych barier i reakcji odmownych u wydawców oraz wobec braku zaufania do agentów ścieżką dla zdesperowanego twórcy jest samopublikacja. Oczywiście, jak zostało wspomniane, bardzo często twórcy są wobec siebie bezkrytyczni, a ich dążenie do napisania i wydania „prawdziwej książki” wywołuje u profesjonalistów raczej uśmiech pobłażania. Z drugiej strony jednak, może zdarzyć się sytuacja, w której

¹⁵ E. Sasin, *Agent literacki jako nowy aktor w polskim polu literackim po 1989 roku*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2015, nr 2, s. 142.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Ibidem.

pisarz ominął ścieżkę tradycyjną ze względów o wiele bardziej złożonych – chociażby z uzasadnionego przekonania, że wydawnictwo nie zadba o jego interesy.

Niezależnie od tego, że własnym sumptem w swoim czasie wydawali Mark Twain, Lewis Carroll, Aleksander Fredro czy Edgar Allan Poe, a własne wydawnictwa założyli tak znani pisarze współcześni, jak Stefan Chwin czy Andrzej Stasiuk, self-publishing w wydaniu literackim ma jeszcze gorszy społeczny PR niż self-publishing naukowy. Aby odpowiedzieć na pytanie, dlaczego tak się dzieje, trzeba byłoby pewnie przeprowadzić skomplikowane badania socjologiczno-psychologiczne – na ogół bowiem krytyczni wobec wydawania książki „za swoje” są ci, którzy też piszą, ale mają swojego wydawcę. Dla przeciętnego odbiorcy kultury nazwa wydawnictwa i historia powstania książki są często nieistotne. Faktem pozostaje jednak to, że self-publishing literacki nie może być wsparty ideą analogiczną do idei otwartości nauki. Tym samym działanie na własną rękę wymaga od pisarza pewnego przełamania się. Duży wysiłek finansowy bywa niekiedy lżejszy od związanej z samopublikowaniem konieczności zadbania o autopromocję oraz zmierzenia się z konsekwencjami przekonania – z niejasnych przyczyn wciąż obecnego w społeczeństwie – że „oficjalnie” równa się „ambitnie”.

PODSUMOWANIE

Gdyby pokusić się o wypunktowanie plusów i minusów self-publishingu w zakresie literatury naukowej oraz literatury pięknej, po stronie niewątpliwych zalet znalazłaby się – i w jednym, i w drugim przypadku – niezależność od dominujących mód i trendów. Naukowcy, wydając treści własnym sumptem lub elektronicznie, dodatkowo wolni są od nie zawsze uzasadnionych rygorów akademickich. Z kolei pisarz tworzący w obszarze beletrystyki nie jest zmuszony do konsultacji treści z wydawcą – nie licząc korekty i redakcji, za którą uiszcza opłatę. Co więcej, autor, jeśli wydaje sam swoją książkę, może liczyć na 50-70% sumy każdej sprzedanej kopii, a nie na 5-15%.

Problematycznych zagadnień związanych z decyzją o samopublikacji jest jednak równie sporo, co zalet tego rozwiązania. Poza dodatkowymi problemami z dystrybucją (w przypadku książki drukowanej; osób publikujących *online* ten problem nie dotyczy), pisarz i naukowiec muszą często zmagać się z większym krytycyzmem społeczeństwa wciąż zakładającego, że „prawdziwa książka” to taka, za wydanie której zapłacił ktoś, kto dostrzegł

w nas potencjał (w przypadku beletrystyki), lub taka, która została wnikliwie przeanalizowana przez odpowiednie grono (w przypadku publikacji naukowych).

Bibliografia

Edwin Bendyk, *Przewodnik po otwartej nauce*, ICM UW, Warszawa 2009.

Sabina Cisek, *Weblogi (blogi) – nowe narzędzie komunikacji w nauce*, [w:] *Zarządzanie informacją w nauce*, red. D. Pietruch-Reizes, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2008.

Marek Deja, *Elektroniczne samopublikowanie. Ewaluacja jakości i benchmarking internetowych serwisów samopublikawania*, Biblioteka Jagiellońska Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.

Allan A. Glatthorn, *Publish or Perish – The Educator’s Imperative: Strategies for Writing Effectively for Your Profession and Your School*, Corwin Press, London – New Delhi – Thousand Oaks (CA) 2002.

Katarzyna Jagodzińska, *Charakterystyka działalności kulturalnej w Polsce po transformacji ustrojowej*, [w:] *Kultura a rozwój*, red. J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013

Piotr Nowak, „Samopublikowanie”: stara metoda, nowy sens w dobie e-science, „Biblioteka” 2009, nr 13,

Ewelina Sasin, *Agent literacki jako nowy aktor w polskim polu literackim po 1989 roku*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2015, nr 2.

Tomasz Witkowski, *Modne bzdury wciąż modne*, „Nauka” 2007, nr 4.

Self-publishing of the Academic Literature and of the Fiction

The article draws attention to the accurate and inaccurate using of the term ‘self-publishing’. It shows also the different circumstances that affect the growing popularity of this phenomenon. Essentially the article focuses on the specific difference between the situation in the academic publishing market and the situation faced by writers and publishers of the fiction.

Keywords: self-publishing, vanity press, literary field, publishing market, open access, academic strictness, monographs