

Rynek wydawniczy

Z Tadeuszem Zyskiem rozmawia Paweł Kłobukowski

Książka – czy to już tylko przeżytek? Czy rynek wydawniczy przeżywa kryzys? O specyfice polskiego rynku wydawniczego i własnej ścieżce od socjologii do „Zysku” opowiada Tadeusz Zysk.

Tadeusz Zysk, dr (ur. 1953, w Porębie Kocębach, woj. mazowieckie); absolwent socjologii i psychologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; doktor socjologii (1984, UW, promotor Stefan Nowak). Pracował jako adiunkt w Instytucie Psychologii PAN w Poznaniu i w Warszawie (1982–1990); zajmował się psychologią ekonomiczną. W latach 1990–1993 był współwłaścicielem i prezesem Domu Wydawniczego „Rebis”. W 1994 r. założył własne wydawnictwo rodzinne Zysk i S-ka, specjalizujące się we współczesnej beletrystyce, literaturze *science fiction* oraz literaturze popularnonaukowej i naukowej. Przynosił polskiemu czytelnikowi wiele ważnych książek zagranicznych z zakresu psychologii i socjologii. W ciągu pierwszych dziesięciu lat istnienia firmy wydał ponad tysiąc tytułów. Jest animatorem społeczności lokalnej w zakresie przywracania tradycji w dolinie Warty; sponсорuje wiele tego typu inicjatyw.

Paweł Kłobukowski: Na rynku wydawniczym działa Pan od 1990 roku. Wcześniej myślał Pan o habilitacji. Co ostatecznie zadecydowało o tym, że socjolog stał się wydawcą?

Tadeusz Zysk: Na moją decyzję rozpoczęcia działalności na rynku wydawniczym złożyło się kilka czynników. Przede wszystkim zmienił się ustrój. Studiowałem socjologię i psychologię na przełomie lat 70. i 80. Nie przypuszczałem wówczas, że za mego życia pojawi się możliwość ogólnospołecznej zmiany. Pamiętam taką sytuację: to był chyba 1979 rok. Z kolegą Krzysztofem Kosełą – dziś profesorem socjologii – jechaliśmy na seminarium profesora Nowaka. Była to zima i z komunikacją nie było łatwo. Mówiliśmy, że ten system musi kiedyś się zawalić, tylko szkoda, że nie za naszego życia. Jednak okazało się inaczej. Pół roku później był Sierpień. Gdyby nie było zmiany ustroju, nie mógłbym założyć własnego biznesu. Najprawdopodobniej zrobiłbym ha-

bilitację i funkcjonował jako pracownik naukowy. Na moją decyzję wpłynęła również sytuacja rodzinna. W rodzinie zawsze ktoś prowadził prywatną działalność. Wyrastałem w środowisku, w którym wzięcie spraw we własne ręce było dość naturalne. Poza tym zawsze kręciłem się wokół książek. Zakładając firmę wydawniczą mogłem więc realizować własne zainteresowania.

Ponadto rozpoczęcie własnego biznesu umożliwiła mi wiedza wyniesiona ze studiów. Socjologia jest takim kierunkiem, który łączy zagadnienia ekonomiczne, społeczne i psychologiczne. Daje wiedzę niezbędną do funkcjonowania w różnych strukturach zarządzania i organizowania. Wszystkie te czynniki złożyły się na moje obecne, nie najgorsze chyba, funkcjonowanie w branży wydawniczej.

Czy socjologowie mają jakieś predyspozycje do pisarstwa?

Myślę, że najmniejsze predyspozycje do pisania mają poloniści, zajmujący się tym zawodowo. Socjologowie są w tej komfortowej sytuacji, że dysponując fachową wiedzą o społeczeństwie, spotykają się z dużym pluralizmem w poglądach, wartościach i postawach. Nie wyobrażam sobie, by socjolog mógł być zamknięty na świat. A otwartość na świat i elastyczność własnej postawy są w branży pisarskiej bardzo ważne.

Oczywiście liczy się naturalny talent. Żeby być dobrym pisarzem, trzeba przede wszystkim dobrze opowiadać. Na przykład Wojciech Cejrowski, który studiował socjologię, dziś pisze powieści podróżnicze. Czerpie z własnych doświadczeń, z podróży. Jednak gdzieś głęboko musi mieć talent, umiejętność pisania. Pani Małgorzata Kalicińska, parająca się problemem kobiet czterdziesto-pięćdziesięcioletnich, czy pan Jan Grzegorzczak z problemem życia księży poruszają w swoich książkach tematy nowe, świeże i oczekiwane przez ludzi. Nic to jednak nie będzie znaczyło, jeśli te ciekawe problemy będą źle opowiedziane.

Z umiejętnością opowiadania ściśle wiąże się jeszcze jedna bardzo ważna rzecz. Każda dobra powieść musi być uwiarygodniona, czyli osadzona w dobrym miejscu i dobrym czasie, prawdziwym i rzeczywistym. Jedną z największych wad polskich książek jest to, że akcja dziejąca się w określonym środowisku równie dobrze mogłaby dzieć się gdzieś indziej. Książkom brak realiów, szczegółów, smaku codzienności, dotyku. Detal jest w książkach niesłychanie ważny. Wielu pisarzy odnosi sukces przez to, że dociera do jakichś źródeł, że potrafi w sposób wiarygodny przekazać wiedzę o konkretnym środowisku.

Odnosząc się do Pana pytania – socjolog ma szansę być pisarzem dlatego, że jest zanurzony w życiu społecznym. Ja nie wierzę w pisarza, który usiadzie i napisze dobrą powieść, nie przeżywając jej akcji w jakiś sposób. Nie wierzę w książki, które są wymyślone, wydumane. Największe polskie powieści, jak *Lalka* Prusa czy *Chłopi* Reymonta, można by postawić na półce z dobrą literaturą zachodnią i w niczym by jej nie ustępowały. Teraz chętnie do nich wracamy właśnie dlatego, że opisują realia konkretnego miejsca i czasu.

Co w prowadzeniu biznesu ma według Pana kluczowe znaczenie. Co decyduje o powodzeniu bądź porażce?

W biznesie bardzo ważną rzeczą jest budowanie kadry i utrzymywanie przyjaznej atmosfery. Jeśli firma traci większość czasu na rozwiązywanie wewnętrznych problemów generowanych przez zły dobór ludzi i nieumiejętne zarządzanie, to jest to zasadniczy problem. Wiedza o byciu w zespole i kierowaniu zespołem jest niesłychanie ważna. Praca w firmie w 80–90% skupia się na efektywnym wykorzystaniu tej właśnie wiedzy. W praktyce sprowadza się to na przykład do umiejętności określenia, w jakim stopniu ludzie w firmie są podporządkowani, w jakim realizują zadania, które firma przed nimi stawia, a w jakim mają możliwość samodzielnego podejmowania decyzji. Wiedza socjologiczna umożliwia fachowe zdobycie wiadomości o sposobach funkcjonowania zespołów. Wyposaża też w umiejętności zapobiegania konfliktom. Oczywiście podobne problemy można rozstrzygać we własnym zakresie, ale uważam, że więcej daje wiedza zdobyta na studiach socjologicznych niż wiedza doksztalcona. Studia dają to, że z jednej strony nabywa się wiedzę, a z drugiej nabiera się dystansu do poznanych już rozwiązań. Zdobywa się wiedzę, że wszystko jest różnie uwarunkowane, że każdej rzeczy, każdemu działaniu należy uważnie się przyjrzeć, że ono może mieć różne konteksty. Tego człowiek się nie nauczy na jakichś pomaturalnych, krótkich, wieczorowych studiach. Myślę, że moje pięcioletnie studia za czasów komunizmu, choć archaiczne, dały mi tę wiedzę. Zdobyłem świadomość, że wiedza jest potrzebna, że ludzie są różni i że można rozmaicie interpretować rzeczy. To wszystko dzisiaj przydaje się w firmie.

Które elementy wykształcenia socjologicznego okazały się w Pana pracy szczególnie przydatne?

Przede wszystkim metodologia. Ten przedmiot ten dał mi wiedzę bliską ekonomii czy zarządzaniu. Nauczyłem się sporządzania planów badawczych, tabel, słupków, odczytywania raportów i tym podobnych rzeczy. Ja nie lubię słupków, boję się słupków, ale ogólnie prowadzenie biznesu bez słupków jest ciężkie. Bardzo wielu ludzi, którzy zakładali biznes na początku lat 90., dysponując wówczas tylko pewnymi naturalnymi umiejętnościami, miało potem znaczne problemy. Mnie takie elementarne wiadomości z ekonomii bardzo się przydały. Teraz przy komputeryzacji są one wręcz konieczne. Coraz ważniejsza staje się umiejętność opisywania i oceniania własnej działalności, robienia tabel, podsumowywania. To jest tak jak z robieniem budżetu: jak się nie zaplanuje, to potem zostaje się z długami i problemami.

Myślę, że cywilizacja będzie dążyła do tego, by ludzie byli coraz bardziej samodzielni w działaniu. Marksistowska wizja fabryki ze śrubkami odchodzi w zapomnienie. Teraz możemy prowadzić działalność przy biurku, poprzez internet.

Jaka jest specyfika polskiego rynku wydawniczego? Czy są jakieś tendencje właściwe tylko Polsce?

Tak, na pewno. Brak literatury popularnej spowodował, że jesteśmy na Zachodzie postrzegani jako wydawcy książek niszowych. Okres komunizmu załamał w Polsce masową produkcję książek dla szerokiego odbiorcy. Gdy przed wojną wydawane były książki podróżnika Ossendowskiego, to wcześniej wydawano je na Zachodzie niż w Polsce. Niemalże z marszu tłumaczone były na kilka języków. Książki *Znachor*, *Profesor Wilczur czy Zazdrość i medycyna* sprzedawano na Zachód w znacznych nakładach. W świadomości zachodniej Polska funkcjonuje jako kraj nie najgorszych pisarzy. Dzisiaj ta tradycja została wykreślona. Myślę jednak, że taka specyfika polskiego rynku musi prędzej czy później ulec zmianie. Już teraz zaczyna się to zmieniać. Na przykład w tym roku w Anglii pojawiły się dwie książki, które były bestsellerami w Polsce: Sapkowski z *Wiedźminem* i Krajewski ze *Śmiercią w Breslau*. Obydwie prawdopodobnie odniosą sukces.

Proces modernizacyjny, który zachodzi w Polsce, wpłynie zwłaszcza na literaturę kobiecą oraz książki „średniego lotu”. Książki te muszą mieć coś specyficznego, muszą opisywać problemy właściwe tylko dla określonych grup. Muszą to jednak robić w sposób uniwersalny, tak aby zainteresować różnych ludzi. Myślę, że w tym kierunku zmierzamy.

Mówi się w mediach o kryzysie na rynku wydawniczym? Czy jest to zasadne?

Tak. Choć statystyki, które robi się na Zachodzie, wskazują mały wzrost. Dziesięć lat temu mówiło się tam o kryzysie literatury młodzieżowej. Potem pojawił się *Harry Potter*, który tę literaturę postawił na nogi. Oprócz tego pojawił się boom na literaturę kryminalną, potem na literaturę kobiecą. Choć w dalszym ciągu mówi się na Zachodzie o kryzysie, coś tam drgnęło.

W Polsce kryzys wynika w dużej mierze z tego, że nie wszyscy wydawcy są predysponowani do funkcjonowania na rynku wydawniczym. Bardzo wiele pomysłów jest kopiowanych. Równie często oferowana literatura rozmija się z tym, co czytelnik chciałby znaleźć. Wprawdzie o kryzysie mówiło się zawsze. Jednak w chwili obecnej jest on typowy dla procesów konsolidacyjnych. W czasie moich studiów kultową książką było *Male jest piękne*. Teraz, niestety, duże jest piękne. Proces konsolidacyjny przybiera na sile. Ma to określone konsekwencje. Na polskim rynku książek około 20–35% sprzedaży odbywa się przez sieć Empik. Wiadomo, że ta sieć jest w stanie generować i sztucznie narzucać pewne gusta. To jest złe dla czytelnika, bo to czytelnik powinien je generować, a nie sieć. Z drugiej strony coraz większą popularność w Polsce zyskuje sprzedaż internetowa. Tu aktywność czytelnika jest dużo wyższa, ponieważ sam generuje swoje listy bestsellerów. Co ciekawe, listy te w znacznej mierze rozbiegają się z listami prezentowanymi przez Empik.

Mówi się o spadku czytelnictwa. Widać to w prasie, w tygodnikach, miesięcznikach, dziennikach. Dlatego aby poprawić sprzedaż, wydaje się gazety z książkami. Tak postępuje na przykład „Gazeta Wyborcza”. Niektórzy nawet mówią, że gdyby „Gazeta Wyborcza” nie wydawała bardzo tanio książek, to nakład by im spadł nawet o połowę. Książka jednak przyciąga, jest atrakcyjna na rynku.

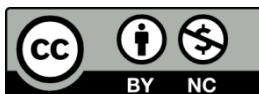
Polityka wydawnicza gazet uderza w tradycyjnych wydawców. Klasyczny segment wydawniczy ulega deformacji, bo klient, widząc książki za 5,90 zł i za 30 zł, chętniej kupuje tańsze. Nie interesuje go kalkulacja kosztów. Gazety wydają książki w nakładzie 200 000, 100 000 egzemplarzy. Z tego sprzedają około 80 000. Wydawca zaś drukuje 3000 lub 4000, z czego w Polsce sprzedaje średnio 3000, może 2000. Koszty kalkulacyjne są więc zupełnie różne, bo większość to są koszty stałe, które i tak trzeba pokryć.

Czy wspomniany kryzys nie wynika z konkurencji internetu i różnego rodzaju nośników elektronicznych?

Tak, zdecydowanie. Teraz jest taki okres transformacyjny. Książka ma rywali w postaci innych mediów i będzie musiała szukać swojego miejsca, ale myślę, że będzie istniała dłużej. Może to będzie książka elektroniczna. Będzie się przygotowywała książkę, która ze względu na prawa autorskie będzie miała pseudopapier w postaci jakiejś plazmy. Będą się pojawiały literki, które czytelnik wykupi, przeczyta i które na przykład po dwóch miesiącach znikną. Cały dowcip polega na tym, żeby dobrze się zorientować w sytuacji i przewidzieć ten krok naprzód.

Bardzo dziękuję za rozmowę.





Po co nam socjologia?

Książka dla kandydatów na studia socjologiczne i studentów

Rozmowy opracowali

Tomasz Kukołowicz oraz Stanisław Maksymowicz, Dominika Michalak,
Paula Płukarska, Piotr Kowalski, Paweł Kłobukowski

przy współpracy Róży Sułek

Ilustracje

Piotr Kosiński

Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego

Fundacja na rzecz Warsztatów Analiz Socjologicznych

Warszawa 2009