

Spis treści

WPROWADZENIE	5
CZĘŚĆ PIERWSZA: HISTORIA SŁAWY NOWOCZESNEJ	
Rozdział 1. Trzy typy sławnych pisarzy	17
Celebryta wydaje książkę	20
Sława wynikająca z wysokiej sprzedaży	22
Celebryci literackiej sfery uwierzytelnienia	29
Ta różnica naprawdę robi różnicę	34
Rozdział 2. Wieczne teraz sławy	39
Rozdział 3. Moment sławy. Krótka historia nowoczesnej celebryty	49
Nowoczesny autor / nowoczesny celebryta	49
Romantyczne korzenie	57
Prawodawcy modernistycznej sławy i świadomość kulturowej sprzeczności	62
Rozdział 4. Modernizm, rynek i kultura sławy	73
Dwie strony monety	73
Materialistyczne studia nad modernizmem	75
Ekonomiczny aspekt różnicy	80
Ekonomia modernizmu	87
<i>Et in Arcadia ego</i>	95
Lekcja modernizmu	99
Rozdział 5. Od Dublina do Lubiewa. Przełom w historii sławy	103

CZĘŚĆ DRUGA: KULTURA SŁAWY JAKO ŹRÓDŁO CIERPIEŃ (KRYTYKI)

Rozdział 6. Współczesny fenomen sławnych autorów	121
Wszechobecność pisarzy i granice zainteresowań literaturoznawstwa	123
Literatura jako autobiograficzna sieć	129
Rozdział 7. Odkrywanie sławy polskich pisarzy: żywioł anachronizmu	135
Zapóźnienie i jego konsekwencje	135
Dekada półtorawieczna: kondensacja historii	142
Wszechobecność pisarzy jako drugorzędny efekt dominacji mediów	147
Sława pisarzy jako odrębny fenomen	152
Autor-celebryta nie jest prostym wytworem mediów	158
Wciąż w tyle	160
Rozdział 8. Wstępne założenia: <i>déjà vu</i>	163
Frankfurckie korzenie	165
Bourdiańskie tęsknoty za autonomią	173
„Znani pisarze” literatury środka – polskie gwiazdy <i>Midcult</i>	181
Sława jako produkt zorganizowanego przemysłu	190
Przepis na sukces	196
Od zera do milionera	202
Od typu do indywidualności	207

CZĘŚĆ TRZECIA: SŁAWA (JEST) LITERACKA

Wprowadzenie: studia nad sławą	219
Rozdział 9. Sławny pisarz na wakacjach	225
Autor jako wyjątek	226
Sfera prywatna, bliskość i urzekające szczegóły z życia	239
Wymiary pracy autora	261
Rozdział 10. Literacka teoria sławy	293
Podmiot literacki / podmiot sławy	293
Intertekstualność	299
Ustrukturyzowana polisemia	304

Autor wewnętrzny / gwiazda jako tekst	312
Naiwny biografizm / dialektyka prawdy i zmyślenia	319
Retoryka autentyczności	324
(Auto)biograficzne spirale prawdy	331
Autentyczność marki pisarza	343
<i>J'Accuse....!</i> O figurze intelektualisty	352
Literatura jako nostalgia – o marketingowej funkcji wzniosłych tęsknot	374
Przydatność i zbędność socjologii literatury	392
Od autonomii do negocjacji	409
CZEŚĆ CZWARTA: RYNEK SŁAWNYCH PISARZY – PROBLEMY PRODUKCJI, CYRKULACJI I LEGITYMIZACJI	
Rozdział 11. Sława jako autoreklama, wizerunek jako kapitał ..	425
Wizerunek jako literatura	435
Promocyjna cyrkulacja autora	441
Promocyjna immanencja	454
Rozdział 12. Brudne interesy i wiara w grę	469
Kapitał reklamowy, strategie protekcjonalności i wytwarzanie wiary w sztukę	469
Pokazywanie gry jako gry	488
Rozdział 13. Przemysł autobiografii. Ghostwriting, kultura sławy i utowarowienie tożsamości	515
Ograniczenia teorii autobiografii	516
Rynek różnic i tożsamości	525
Ekonomia uwagi, system sławy i kultura cyrkulacji	530
Władza symboliczna	545
Autor, <i>trademark</i> , marka	551
Życie, a zwłaszcza śmierć	570
Rozdział 14. Znaki tożsamości. Od etyki do ekonomii, od jednostkowości do reprodukcji	585
Głos jako spotkanie: etyka, ezoteryka, doświadczenie	586
Współczesna scena mowy	593
Głos jako własność i towar	603
Głos, sygnatura, twarz, odcisk palca – paradoks znaków tożsamości	609

Rozdział 15. Zamiast zakończenia: relacyjna koncepcja kultury	
literackiej i pisarze-celebryci	617
Przeciw autonomii, w stronę relacji	617
Zwycięzcy, pomniejsi gracze, klasowe społeczeństwo	
literatury i wiara w grę	626
Tekst jako relacje / relacje jako tekst	635
Relacyjna historia literatury? O arcydzielności i problemie	
(prze)trwania	642
Ekonomizacja kultury / kulturalizacja ekonomii	651
Marki autorskie i badanie społecznego życia pisarzy	655
NOTA BIBLIOGRAFICZNA	665
BIBLIOGRAFIA	667
INDEKS NAZWISK	689