

Literatura de consum și blogurile scriitorilor

Lect. univ. dr. Daniela Bogdan
Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați

Abstract: *Consumer literature, as a niche, somehow subordinated to the major genre, can no longer be ironized because those who write it, promote it or, finally, sell it are, in the last few years, more specialized. According to an opinion poll, advertising, reviews and press criticism, book layout, or a convenient price are the most important factors in determining someone to read a book. Also, blogging – a phenomenon which grew among young Romanian writers, for the last few years, can help a lot. The blog literature and Internet culture in the Romanian space have developed rather through the mimetism of the West, but the positive part is that online writing reveals authors and texts that would otherwise not have been known or would have been the victims of literary criticism.*

Keywords: *Consumer literature, blogs, Internet culture, genre, advertising,*

Literatura de consum, ca o literatură de nișă, subordonată, cumva, genului major, nu mai poate fi ironizată sau denigrată, pentru că cei care o scriu, cei care o promovează și cei care o vând sunt, în ultimii ani cel puțin, tot mai specializați. Iar atributul "de consum" nu înseamnă că vorbim de o literatură slabă, adaptată publicului, așa cum se credea până în anii 2000, consumatorul de masă fiind văzut ca un individ pasiv și cam incult, ci ca o alternativă la literatura "pură". Vorbim, deci, de două literaturi, și de două regimuri de vizibilitate ale literaturii. Analizând literatura de consum, Matei Călinescu face în cartea sa, *Cinci fețe ale modernității*, o distincție importantă între arta veritabilă și cea pentru toate gusturile: „Dacă arta adevărată conține întotdeauna un element până la urmă ireductibil, un element constitutiv pentru ceea ce am putea numi «autonomie estetică», arta produsă pentru consumul imediat este, în mod limpede și în întregime, reductibilă la cauze și motive extrinsece.”[1] La rândul său, Jean Baudrillard scria în *Societatea de consum*: "Literatura de expoziție, nu de muzeu - deși în ambele cazuri se arată câte ceva - este mereu recuperată ca semn de literatura poetică: negată, cum ar veni. Numai că ea s-a perfecționat în ultima vreme atât de mult încât știe să recupereze ca semn tot ceea ce oferă spectacolul societății de consum: violență, obiecte, trupuri, exotic

etc. Argumentul ei este că pe aproape nimeni nu mai interesează intertextualități de anvergură, că literatura ca literatură e foarte puțin prizată. Pe de altă parte, însă, sistemul o înghite foarte ușor, o transformă el însuși, înaintea altora, în semn”. [2]

S-a spus chiar că noi nu am avea literatură de consum în sensul consacrat al termenului, adică literatură scrisă pentru publicul larg, și al cărei scop să fie, în esență, unul comercial, pentru că nu avem suficienți cititori să o certifice. Dar la fel de mult se susține ideea că toată literatura română e de consum, fiind scrisă, evident, cu acest scop. “Pentru a avea obiect, sintagma <<literatură de consum>> ar trebui construită în raport cu literatura în sine. Or, dacă are un suport – material sau electronic – literatura devine obiect de consum. Cititul este un act care se bazează pe un schimb, adică pe un consum. Sigur că, în contextul actual, întrebarea pornește de la o premisă economică. Dar, din punctul meu de vedere, termenul care necesită și mai mari delimitări este cel de <<literatură>>. Acesta tinde să se extindă – prin sintagmele literatură juridică, literatură istorică sau literatură de „specialitate” – asupra întregii sfere a scrisului. Exemplele la îndemână sunt cărțile de bucate, albumele (de toate genurile), ghidurile turistice și chiar prospectele medicamentelor (lectura celor din urmă devine, din pricina jargonului, o hermeneutică homeopatică). Așadar, înlăturând prejudecata valorii sau a particularizării tematice, aș preciza faptul că <<literatura de consum>> a încetat să ocupe periferia”, o spune în cadrul dezbaterii cu acest subiect de pe *hyperliteratura*, bloggerul, scriitorul și criticul literar George Neagoe. [3] Pe vremuri, Pavel Coruț făcea turnee prin țară și strângea sute de oameni la fiecare întâlnire cu publicul, femeile așteptau cu înfrigurare o nouă poveste semnată cu numele de Sandra Brown, iar Dan Puric umplea anfiteatrele cu discursul său nișat pe românism. Tot pe vremuri, aveau succes traduceri: *Codul lui Da Vinci*, romanul lui Dan Brown, a fost bestseller. La fel, seria *Harry Potter* a lui J.K. Rowling sau trilogia *Millennium* a lui Stieg Larsson. Dar toate acestea sunt mai degrabă accidente izolate decât cazuri exemplare ale unui fenomen general. La prima vedere, ele ne încadrează în normalitatea consumistă globală, autorii citați bucurându-se de același succes în Europa dar și în S.U.A. Nici scriitorii de înaltă ținută precum Andrei Pleșu, Neagu Dănuț sau Horia-Roman Patapievici, care se vindeau în tiraje de zeci de mii de exemplare (adică erau „comerciali”), nu mai sunt la fel de căutați ca odinioară. Și atunci, ce fel de literatură de consum avem în România? Fiindcă e evident că genurile asimilate în mod tradițional literaturii de consum (scrierile SF, romanele polițiste, literatura de spionaj, thriller sau romance), o spune și Matei Călinescu, nu cuceresc publicul autohton. Se vând și se citesc, dar nu ating tiraje de masă, ci se

mențin la un nivel mediu, similar cu cel al traducerilor din literatura „mare” sau chiar al autorilor de ficțiune autohtoni. Paradoxal, se observă că există scriitori români contemporani ale căror cărți se vând mai bine decât cele ale unor autori de SF străini și multipremiați. De exemplu, succesul unui volum ca *De ce iubim femeile* al lui Mircea Cărtărescu ar putea stârni invidia lui Paulo Coelho – cândva cel mai vândut autor în România. Situația literaturii de consum la noi e complexă și ar merita un studiu sociologic detaliat, în care să se analizeze cine citește, ce citește și mai ales, de ce se mai citește. Ultimul sondaj serios pe această temă s-a făcut în 2011, de către IRES, prin telefon, și în 2012 în mediul online, iar rezultatele au fost cumva, comparabile.[4]

Astfel, potrivit IRES, se citește tot mai puțin, iar cei care citesc o fac fie pentru că au o temă de rezolvat, fie pentru că se plictisesc. Mihai Eminescu rămâne scriitorul preferat de cititori, urmat de Alexandre Dumas (7%), Mihail Sadoveanu (6), Marin Preda (4%) și Ion Creangă (3%). Eminescu este preferat mai mult de cei cu vârste între 51 și 65 de ani și de cei care au ca pregătire școlară cel mult gimnaziul. Alexandre Dumas a fost menționat de generația 36-50 de ani, de cei care au liceul/școala profesională și locuiesc în Transilvania și Banat. Cei cu vârsta între 51 și 65 de ani, cei care locuiesc în Moldova și au liceul sau școala profesională l-au nominalizat pe Mihail Sadoveanu. Marin Preda este preferat de respondenții de peste 65 de ani, de cei care locuiesc în zona de Sud a țării. Pe Ion Creangă îl preferă cei fără școală sau cu cel mult gimnaziu și care locuiesc în Moldova. Cei trei sunt urmați în ierarhie de Ion Creangă, Liviu Rebreanu, Ion Luca Caragiale, Adrian Păunescu, Nichita Stănescu, Camil Petrescu sau George Coșbuc. Dincolo de această fragmentare interesantă, pe care sondajul o scoate la iveală, reținem că **80% dintre respondenți spun că nu au niciun scriitor român contemporan preferat**. Mircea Cărtărescu, Gabriel Liiceanu, Dan Puric, Adrian Păunescu, Corneliu Vadim Tudor și Mircea Dinescu au obținut fiecare doar câte 1% dintre preferințele participanților la studiu.

Întrebați de ce citesc, peste un sfert dintre respondenți (26%) spun că principala motivație este pasiunea/plăcerea, alți 21% admitând că o fac pentru relaxare, iar unul din 10 chestionați crede că lectura e un mod plăcut de a-și petrece timpul liber. În ierarhia factorilor care îi determină pe românii intervievați să citească se află: subiectul cărții (30%), recomandarea prietenilor/cunoscuților (11%), nevoia de a afla informații utile pentru școală sau profesie (10%). Autorul este determinant pentru 8% dintre cititori, iar utilitatea cărții pentru 4%. Practic, observăm un prim efect: cititorii se orientează în lecturile lor după autorii canonici din manualele școlare, altfel spus, lectura în

școală dirijează cumva și formează gustul pentru literatură până târziu, în viață. Și cum, în prezent, lista celor 17 autori canonici pentru examenul de bacalaureat, de exemplu, este exclusiv masculină, sociologii opinează că avem deja o problemă: lipsa scriitoarelor din manualele de limba și literatura română duce la o lipsă de modele în rândul tinerelor și la o falsă lipsă de reprezentare a genului în literatura română, fenomen care se prelungește și în ceea ce privește selecția lecturilor de maturitate. Cu alte cuvinte, dacă nu există în manual, puțin probabil să ajungă să fie citite, deși literatura română e plină de scriitoare contemporane sau nu, dar toate talentate: poetele Mariana Marin, Angela Marinescu, Simona Popescu, Domnica Drumea, Elena Vlădăreanu, Adela Greceanu, Gabi Eftimie, Diana Geacăr și prozatoarele Cella Serghi, Dana Dumitriu, Ioana Pârvulescu, Ioana Bradea, Ioana Nicolaie, Lavinia Branște ori Adina Popescu, Gabriela Adameșteanu, Veronica D. Niculescu, Jeni Acterian, Adina Dabija, Simona Antonescu, Ruxandra Cesereanu, Adriana Bittel.

Care sunt aspectele determinante care ne determină lecturile? Conform aceluiași sondaj, **publicitatea, recenziile și criticile din presă, aspectul cărții sau prețul convenabil sunt factorii cei mai importanți**. Cărțile sunt primite cadou, cumpărate sau împrumutate, iar librăria rămâne locul principal de cumpărare a cărților (58%). Pe locul al doilea se află standurile cu cărți aflate în centre comerciale (15%) , urmate de anticariate (8%). Achiziția on-line a cărților este încă la un nivel destul de scăzut (8%) – 6% dintre respondenți comandă cărți online de pe site-uri din România și doar 1% de pe site-uri din străinătate. Mai contează **rubricile de specialitate din presa (28%), site-urile editurilor (15%), publicitatea din librării sau centre comerciale (15%), site-urile librăriilor (13%) sau portalurile de recenzii și prezentare a cărților (7%)**. **Forum-urile online sunt cel mai puțin luate în considerare, doar 5% dintre cumpărătorii de carte consultând această sursă, se arată în sondaj.**[5] **Un câștig de cauză îl au, cel puțin în ultimii ani, blogurile scriitorilor, unde majoritatea se promovează**. Foarte bine se vând cărțile la promoții, cu diverse publicații (ziare, reviste).

Un alt sondaj intitulat chiar așa: „Cât, cum și ce citesc românii?“, desfășurat online, în octombrie 2012, pe un eșantion de tip nealeatoriu, non-probabilistic și pe bază de voluntariat de aproape opt mii de respondenți, cu toții utilizatori înregistrați pe iVox.ro, a dus la concluzii interesante și asemănătoare, cumva [6]: Favorite sunt cărțile de ficțiune (15,5%), de cultură generală (14%) și cele de specialitate (11%). Cărțile motivaționale reprezintă doar cinci procente din preferințe, la fel și cele de psihologie practică, de religie și spiritualitate sau de istorie. În jurul a trei procente preferă cărți de business și

economie, biografii și memorii, diete și fitness. Foarte jos în acest sondaj al genurilor se situează cele de artă & design, dar și cele de gastronomie. Conspirațiile și scandalurile abia dacă sunt preferate de 1,5%, pe ultimul loc situându-se dicționarele și enciclopediile. Cele mai multe persoane decid ce carte vor citi informându-se din magazinele online, **bloguri sau de pe alte site-uri (31%)**, iar câte un sfert din respondenți se bazează fie pe recomandările prietenilor, ale colegilor de job sau din familie, fie se decid direct la raft, în funcție de textele publicitare de copertă. (25%). În ceea ce privește piața **E-book-urilor și audio-book-urilor**, device-urile pentru citit cărți electronice sunt deținute de foarte puțini (sub 6%), dar intenția de cumpărare este mare, aproape de jumătate. Puși să aleagă între diferite tipuri de cărți, majoritatea a ales cartea printată (71%) în defavoarea cărților electronice (26%) și a audio-book-urilor (4%).

O concluzie care rezultă din cele două sondaje, făcute la interval de un an, unul în online și celălalt telefonic, ar fi că publicul cititor din România, deși mai restrâns ca în alte țări, este, totuși, mai instruit decât în alte părți. Cei care au rămas fideli lecturii fac parte dintr-o pătură educată, ceea ce permite succesul unor volume cu valoare estetică certă. A doua concluzie pornește de la realitatea din teren: majoritatea autorilor români de mare succes au devenit cunoscuți pe filieră mediatică, în special prin intermediul televiziunii, și nu neapărat prin opera lor, ci prin asocierea cu diverse acțiuni civice sau politice. Mulți sunt moderatori TV (Mihaela Rădulescu, Sanda Nicola, Andreea Marin, Andreea Esca, Mihai Găinușă), la fel de mulți sunt și ziașiști (Stelian Tănase, Mircea Dinescu, Cristian Tudor Popescu), alții sunt persoane publice (Ion Dichiseanu, Ilie Năstase). Asta nu diminuează cu nimic valoarea operei, ci doar împiedică asocierea directă între talent și largă audiență de care se bucură cartea. Cu alte cuvinte: la noi, **elementele extraestetice și extraliterare joacă adesea un rol mult mai important în selecția produsului, decât produsul cultural propriu-zis. Succesele editoriale sunt evenimente greu de cuantificat și imposibil de asimilat unor tendințe generale, într-o piață cu puțini cititori.** E greu să ai literatură de consum în lipsa unui public larg, care să o consume. Așa că, practic, la noi nu caracterul „consumist” determină succesul unui autor sau al unei cărți. În plus, un alt paradox românesc ar fi că pe piața de carte de la noi există autori de succes, dar nu există genuri literare de succes comercial, încadrabile în categoria literaturii de consum. Scrierile science fiction sau cele polițiste (deși au publicul lor) nu devin best-seller-uri, așa că nu putem vorbi de un fenomen de masă, așa cum se întâmplă în alte părți. Apoi, scriitorii de succes din România – atâția câți sunt sau au fost – alcătuiesc un grup foarte eterogen.

În vreme ce autorii traduși, cum sunt Paulo Coelho, Dan Brown, Stieg Larsson ori J. K. Rowling, scriu proză ficțională, indiferent de genul în care se încadrează, autorii români de best-seller-uri – cu excepția lui Mircea Cărtărescu – au în general succes cu scrieri non-ficționale. Sunt esești, filozofi, teoreticieni ai artelor, istorici sau cercetători în domeniul științei.

Cine ne hotărăște listele de cărți noi și bune?

Ar fi, în mică măsură, revistele literare, dar acestea sunt citite doar de un public de nișă, format din filologi, critici, specialiști, scriitori și profesori de limba și literatura română. Pentru cititorul de rând, revistele literare sunt greu de găsit – din cauza tirajelor reduse – și inabordabile, prea criptice și dificile. Apoi, pe locul doi s-ar situa recenziile editurilor, recomandările scriitorilor și criticilor, blogurile, fie cele specializate, individuale sau colective, adică blogurile de cititor/cititori, fie cele aparținând scriitorilor tineri, care astfel se autopromovează. Totuși, o scurtă evaluare a numărului de accesări a acestora va duce la concluzia că promovarea pe bloguri, dacă e singura cale de marketing, nu crește prea mult notorietatea. O analiză din Dilema Veche [7] și care are la bază datele publicate recent de Federația Editorilor Europeni arată că România este pe ultimele locuri în Europa în ceea ce privește consumul de carte. În Europa, industria cărții pare că și-a revenit după criza financiară, dar a dat peste criza din sistem: deși numărul de titluri noi crește constant, tirajele sunt tot mai mici. Cum editurile nu mai obțin profit din această activitate și librăriile se împuținează, se mai observă un alt fenomen îngrijorător: piața nu mai asimilează o diversitate foarte mare de „produse” noi, iar cititorii nu mai pot ține pasul cu tot ce se publică. Oricât de dornici de lectură ar fi, nu au nici timp, nici informații și nici bani să parcurgă tot ce i-ar interesa într-un domeniu sau tot ce produce un scriitor. Și aici intervin blogurile, care au rolul lor, acela de a dirija lectura și de a menține o legătură vie între cel care scrie și cel care citește.

Literatura de blog și cultura pe internet în spațiul românesc s-au dezvoltat mai degrabă prin imitație, după model vestic. Partea pozitivă este aceea că scriitura online scoate la iveală autori și texte ce altfel nu ar fi apărut niciunde sau ar fi fost victimele unei critici literare care favorizează o anumită direcție literară. Unele site-uri de “book review” impun un standard înalt al culturii on-line și își dovedesc utilitatea când vine vorba de cumpărat o carte. Blogurile de scriitor, cu puține excepții, sau rețelele literare on-line sunt de cele mai multe ori extrem de slabe prin conținut și demonstrează fie dezinteresul pentru calitate, dar și dorința de a fi prezenți (oriunde, undeva, cumva) a unor autori. Comportamentul scriitorilor dar și al aspiranților la acest titlu nu diferă de cel al altor “useri” de net, deși ar fi fost de preferat ca din manifestările lor în

spațiul virtual să reiasă oarecum sentimentul “conștiinței de scriitor”, iar stilul să demonstreze că blogul aparține unui personaj al cărui talent nu este demonstrat numai în cărți și în articolele de presă. Cu toate acestea, blogul își dovedește utilitatea, mai ales dacă scriitorul e debutant și dorește să publice. Majoritatea scriitorilor tineri, așa s-au făcut cunoșcuți. Există în mediul online mai multe tipuri de bloguri ale scriitorilor: 1. site-uri făcute probabil la presiunile editorilor, cu articole doar despre cărțile publicate, recenzii, lansări și alte evenimente pe care aceștia le onorează, destul de fade și oficiale; 2. bloguri personale, actualizate din an în Paști, semn că activitatea de blogger nu este foarte familiară celui obișnuit să scrie pe hârtie; 3. bloguri bine construite, cu mult conținut, în care dialogul cu cititorul are loc în timp real, în care publicul e chestionat cu privire la copertă, ilustrație și continuarea romanului. Ne vom opri asupra celor din urmă, gândind că blogul de scriitor activ în mediul online reprezintă o noutate în peisajul literar românesc, menită să ajute la promovarea literaturii așa zise de consum. “O laudă de la un cititor oarecare (deși pentru scriitor nu există cititori oarecare) mă bucură la fel de mult ca o cronică într-o revistă literară”[8], o spune pe blogul său, GHEOLAND, Radu Pavel Gheo, scriitor, român din România și bănățean din Banat, după cum singur se prezintă, cu bune și cu rele. Aici postează poze cu masa la care lucrează, cu soția sa dar și cu numeroasele acțiuni în care este implicat. Blogul nu iese din tipare și este bine făcut. Autorul își prezintă operele, dar o face cu măsură, nu inoportunează. Andrei Velea, scriitor din Galați, se autointitulează pe blogul său <http://andreivelea.blogspot.ro/> Gimnastul din Atlantida. Blogul cuprinde strict recenzii, premii, poezii recente, și postări despre evenimentele culturale la care este invitat, dar și date la zi despre proiectul finalizat recent IV Romane, unic în România, un demers finalizat de patru scriitori din Galați de a scrie patru romane în același timp. Nora Iuga a reușit performanța să aibă nu unul, ci două bloguri. Primul este experimental, <http://noraiuga.wordpress.com/> și cuprinde date despre autoare, la modul general, iar al doilea este <http://noraiuga.blogspot.ro/>, un blog aniversar, administrat de Casa de pariuri Literare și recomandat de Uniunea Scriitorilor din România. La fel și **Dorin Tudoran, care scrie pe rând în CERTOCRAȚIA** (un blog ce rezistă de 9 ani și cuprinde scrieri tributare actualității) și în ANAMNEZE (<https://anamneze.net/> „un blog dedicat doar trecutului, un fel de Jurnal imaginar (fiindcă nu am ținut un jurnal decât “pe sărite”), dar nutrit de întâmplări adevărate, documente autentice etc.) Primul e reacția lui Tudoran față de realitatea imediată din lume, dar mai ales din România, tratând actualitatea politică, al doilea poate deveni (dacă nu este) o carte excepțională despre cum să nu te desparți de trecut. Tudoran nu scrie

memorii, nu re-scrie un jurnal, scrie aici povestea anilor 60-80, cu personaje reale, reușind să repună în „drepturi” o serie de autori afectați de critica acelor vremuri, aplecându-se cu înțelegere dar și dreaptă măsură asupra operei și vieții celor ce au fost. Blogurile scriitorilor sunt vii, într-o continuă dinamică și au rolul de a-l domestici pe autor, a-l face familiar cititorului: Mircea Cărtărescu publică, pe lângă articolele publicate și premiile pe care le primește și fotografii cu pisicile proprietate personală. Petronela Rotar – scriitoarea care s-a lansat mai întâi în mediul online - scrie aproape zilnic, abordează subiecte din toate sferile de interes, comentează ca un influencer, cere părerea cititorilor. Există o comunitate întreagă de scriitori cu blog, care și-au propus să-și supună cititorii unor teste de duranță, umplându-și pagina cu zeci de fragmente din cărțile lor și cu detalii despre ce se va publica într-un viitor apropiat.

Vestea bună e că, de la an la an, influența online-ului în promovarea culturii, a proiectelor, a evenimentelor și, în final, a produselor concrete, în special a cărților este nu doar tot mai puternică, ci chiar decisivă. Nu este întâmplător faptul că cele mai discutate cărți pe rețelele de socializare și pe bloguri coincid de foarte multe ori și cu cele mai bine vândute cărți autohtone. O simplă recenzie pe un blog cu vizibilitate sau câteva share-uri pot schimba destinul unui titlu și automat al unui autor. Iar exemplele sunt nenumărate, de la oamenii cunoscuți, înainte de a deveni scriitori (Petronela Rotar), până la scriitori cu renume (Nora Iuga). Importanța promovării cărților în online, într-o țară în care se citește foarte puțin și nu există campanii serioase de promovare a cititului (cu excepția unei singure emisiuni televizate) este, astfel, decisivă. Șerban Tomșa, autorul romanelor „Biblioteca lui Noe”, „Maimuțe în haremul nopții”, „Ghețarul” (premiul Asociației Scriitorilor din București) și „Călugărul Negru”, recunoaște că blogul îl ajută să supraviețuiască.[9] Trăiește în provincie, ca profesor, de luni până vineri, și ca scriitor, în weekend și în vacanțe. “Blogul mi-a intrat în sânge și n-aș putea trăi fără micile texte care mă pun în legătură cu amicii pe care nu i-am văzut niciodată. La fel se întâmplă și cu Facebook-ul. Mă ajută să supraviețuiesc într-o lume în care prietenii adevărați fie sunt la sute de kilometri de mine, fie au murit. Dar blogul este și o mare pierdere de timp. Fără net n-aș mai fi făcut carieră de scriitor. Nu sunt omul care să meargă cu manuscrisul în desagă și să bată la ușa editurilor. La primul refuz aș fi renunțat. Net-ul m-a ajutat să-mi construiesc o carieră scriitoricească”, spune sincer, pe blogul său, Tomșa.[10] Blogul lui **Vasile Gogea** (<https://vasilegogea.wordpress.com/>) este un loc al opiniilor libere, ferit de manipulare, un blog evident conservator, foarte bine și atent scris, un loc al restituirilor cu adevărat valoroase, un loc de întâlnire a marii familii a

scriitorilor. Iar cel al lui Stelian Tănase (<http://www.stelian-tanase.ro/>) este unul viu, profesionist, cu rubrici care se uploadează zilnic, cu secțiuni dedicată cărților (majoritatea creație proprie). Tănase scrie despre evenimente la zi dar și despre el și opera lui. Blogul cuprinde fragmente de literatură din cărțile în lucru sau cele în curs de apariție. Un roman de-al său a apărut în foileton pe blog, înainte de a fi tipărit în volum.

Și exemplele ar putea continua la nesfârșit. Cert este că blogurile, fie că sunt strict literare, fie că prezintă un amalgam de trăiri, reprezintă maniera perfectă prin care scriitorii își fac simțită prezența în lume. Într-o lume virtuală, la început, dar tot mai vocală, o lume care îi validează, urmarea imediată fiind că ajung să fie validați ca scriitori și în lumea reală. Blogul ajută la promovarea literaturii, fie ea și de consum, iar tinerii scriitori au înțeles repede că scrisul în online reprezintă un instrument de marketing foarte bun, în lipsă de altceva. Nu știm care va fi viitorul bloggingului de scriitor, dar cu siguranță știm că mai sunt multe de spus în domeniu.

Note:

- [1] Matei Călinescu, *Cinci fețe ale modernității*, Editura Univers, 1995, pp. 202-203
- [2] Jean Baudrillard, *Societatea de consum*, București, comunicare.ro, 2004, p. 211
- [3] <https://hyperliteratura.ro/ancheta-ce-inseamna-literatura-de-consum/>
- [4] www.ivox.ro
- [5] <https://www.capital.ro/studiu-unul-din-cinci-romani-nu-citeste-deloc-carti-147719.html> Institutul Român pentru Evaluare și Strategie – IRES – sondaj „Obiceiurile de lectură ale românilor”, volumul eșantionului: 1.237 indivizi, de 18 ani și peste, cu un sub-eșantion de 960 de subiecți; tipul eșantionului: multi-stratificat, probabilistic; eroare maximă tolerată: ± 2,8%;
- [6] <https://dilemaveche.ro/sectiune/carte/articol/cit-cum-si-ce-citesc-romanii>
- [7] <https://dilemaveche.ro/sectiune/la-zi-in-cultura/articol/un-milion-si-jumatate-de-cititori>
- [8] <http://suplimentuldecultura.ro/1684/cum-mi-am-petrecut-inceputul-de-blog/> Descrierea cercetării: Metoda de culegere a datelor: CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing); perioada de culegere a datelor: 15-19 aprilie 2011.
- [9] <http://www.ziarulmetropolis.ro/serban-tomsa-blogul-si-facebookul-ma-ajuta-sa-supravietuiesc/>
- [10] <http://serbantomsa.blogspot.com/>

Bibliografie:

Călinescu, Matei, *Cinci fețe ale modernității*, Editura Univers, 1995.

Baudrillard, Jean, *Societatea de consum*, București, comunicare.ro, 2004.

Sitografie

<https://www.ivox.ro/download/get/f/raport-cat-cum-si-ce-citesc-romanii-2012>

<https://hyperliteratura.ro/ancheta-ce-inseamna-literatura-de-consum/>

<https://dilemaveche.ro/sectiune/carte/articol/cit-cum-si-ce-citesc-romanii>

<https://www.capital.ro/studiu-unul-din-cinci-romani-nu-citeste-deloc-carti-147719.html>

www.ivox.ro

https://piatadecarte.net/blog/14_bloguri-de-carte-si-bloggeri-de-carte-lista-c

<https://dilemaveche.ro/sectiune/la-zi-in-cultura/articol/un-milion-si-jumatate-de-cititori>

<https://www.bookaholic.ro/literatura-romana-la-raport-cum-stam-cu-cititul-si-preferintele-in-materie-de-autori-romani.html>

<https://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/literatura-de-mic-consum>

<http://www.ziarulmetropolis.ro/serban-tomsa-blogul-si-facebookul-ma-ajuta-sa-supravietuiesc/>

<http://serbantomsa.blogspot.com/>