

## „Całkiem szybka ewolucja”. Wstęp do analizy okołopandemicznych przemian społecznych obiegu literatury młodzieżowej w Polsce

### Abstrakt:

Artykuł podejmuje temat okołopandemicznych przemian na rynku literatury młodzieżowej w Polsce zarówno w kontekście pozycji polskich, jak i tłumaczonych książek zagranicznych. Tezę tekstu stanowi stwierdzenie, że zmiany w tym segmencie zaczęły się po transformacji ustrojowej, gdy do Polski dotarła literatura młodzieżowa z USA, która następnie stała się punktem odniesienia dla nowego pokolenia czytelników, urodzonego po 1989 roku. Czas okołopandemiczny autorka wyróżnia jako kluczowy etap przeobrażeń literatury młodzieżowej z powodu zauważalnego w tym okresie wzrostu zainteresowania nią ze strony odbiorców i intensyfikacji działań wydawców. Omawiane metamorfozy dotyczą przede wszystkim zmiany sposobu myślenia o wydawnictwach młodzieżowych, które zaczęto traktować jak marki, rozwoju bookmediów (Bookstagram, BookTok) oraz pojawienia się na rynku książki polskich autorów z platformy Wattpad.

### Słowa kluczowe:

kultura partycypacyjna, literatura młodzieżowa, media społecznościowe, pokolenie Z, rynek książki, Wattpad

### “Pretty fast evolution”: Introduction to the Analysis of Pandemic Changes in Young Adult Literature in Poland

### Abstract:

This article addresses the post-pandemic changes in the young adult book market in Poland, both in terms of Polish books and translated foreign titles. The thesis of the text posits that changes in this segment began after the post-1989 democratic transition, when books from the USA reached Poland and then became a point

\* Jadwiga Mik – lic., ukończyła filologię polską, socjologię oraz etnologię i antropologię kulturową w ramach Kolegium MISH UW. Na Wydziale Polonistyki, ponownie w ramach Kolegium MISH, przygotowuje pracę magisterską dotyczącą wpływu platformy Wattpad na relacje autor – czytelnik – wydawnictwo. Kontakt: [j.mik2@student.uw.edu.pl](mailto:j.mik2@student.uw.edu.pl).

of reference for a new generation of readers born in a free country. The author highlights the pandemic period as a key stage in the transformation of young adult literature due to the noticeable increase in reader interest during this time and the intensified efforts of publishers. These transformations primarily involve changes in the way of thinking about the publishers of young adult literature, which began to be treated as brands, the development of bookmedia (such as Bookstagram and BookTok), and the emergence of Polish authors from the Wattpad platform on the book market.

**Key words:**

participatory culture, young adult literature, social media, generation Z, book market, Wattpad

## Wprowadzenie

„**C**ieszy nas bardzo, że młodzież czyta [...]. W ciągu ostatniego roku zanotowaliśmy 150-procentowy wzrost zainteresowania książkami YA i prognozujemy, że w następnych miesiącach trend wzrostowy się utrzyma” – mówiła w lutym 2023 roku Julia Kasicka z sieci Empik, menedżerka odpowiedzialna za kategorię young adult (Tenderenda-Ożóg, 2023). Rzeczywiście, od kilku lat można zaobserwować rozkwit literatury, którą w Polsce określa się dziś wymiennie mianem młodzieżowej bądź właśnie young adult. W czołówkach polskich list bestsellerów – m.in. sklepów internetowych Empik.com, Tania Książka czy Bonito.pl – wciąż pojawiają się takie serie jak *The Inheritance Games* Jennifer Lynn Barnes (2020–; wyd. pol. – Must Read, 2022–) czy *Przewodnik po zbrodni według grzecznej dziewczynki* Holly Jackson (2019–2021; wyd. pol. – Books4YA, 2019–2024). Co ciekawe, od 2021 roku na miejscach na samym szczycie „topki” Empiku, jak nazywają ją pracownicy branży książkowej, zaczęły pojawiać się publikacje autorek polskich – m.in. cykle *Hell* Katarzyny Barlińskiej (Editio Red, BeYA, 2022–2024), *Flaw(less)* Marty Łabęckiej (BeYA, 2021–2022), *Westwood Academy* Weroniki Ancerowicz (NieZwykłe, 2023), *Friends i Students* Aleksandry Negrońskiej (NieZwykłe, 2022–2024 i 2022–2023), *You* Izabelli Nowaczyk (NieZwykłe, 2023) *Look* Aleksandry Nil (NieZwykłe, 2023) czy *Rodzina Monet* prawdziwej „królowej sprzedaży”, Weroniki Anny Marczak (You&YA, 2022–2024).

Można powiedzieć, że w ostatnich latach w Polsce nastąpiła – posługując się sformułowaniem Teri S. Lesesne – „całkiem szybka ewolucja” literatury młodzieżowej (Haupt, 2018). Przez długie lata opowieści tworzone dla młodych odbiorców uważano w naszym kraju za literaturę drugiej kategorii – historie wątpliwej

jakości, dla niewybrednego czytelnika. Jak wskazuje Aleksandra Korczak w rozmowie z Anitą Całek, Ksenią Olkusz i Maciejem Skowerą (2017):

Często nazywa się „młodzieżowymi” te teksty kultury popularnej, które są niewyrafinowane artystycznie, niechlujne redakcyjnie lub tłumaczeniowo albo też zostały wydane w niewyszukanej, kiczowatej odsłonie. Wynika to z wciąż pokutującego przeświadczenia o niskich wymaganiach czytelniczych młodzieżowego odbiorcy. Zakłada się, że nastolatki nie mają wielkich oczekiwań, podsuwa im utwory miłąkietycznie i mizerne stylistycznie (s. 116).

Wiedząc, z czym przez dziesięciolecia kojarzono w Polsce literaturę młodzieżową, można sobie w pełni uświadomić, że przeobrażenia z okołopandemicznych lat były nie tylko ewolucją, lecz wręcz rewolucją. Poprzez niniejszy artykuł chciałabym dołączyć do debaty nad istotą tych zmian, tzn. rezygnacją z pisania takich książek, jakie w PRL-u kierowano do rodziców i dziadków obecnych nastolatków, na rzecz nowego modelu literatury, zainspirowanego amerykańskimi powieściami. W tekście staram się odpowiedzieć na podstawowe pytania dotyczące tego przełomu, ale przede wszystkim zrozumieć, w jaki sposób i dlaczego w ciągu stosunkowo krótkiego czasu w Polsce dokonała się prawdziwa emancypacja literatury młodzieżowej.

## Czym jest young adult?

W ostatnich latach pojęcie literatury dla młodzieży, służące do określenia ogółu książek pisanych z myślą o nastolatkach<sup>2</sup>, powoli zaczęło być wypierane przez termin „literatura young adult” (YA), czyli „dla młodego dorosłego”. Za przedział wiekowy, w którym mieszczą się jej potencjalni czytelnicy, uznaje się zwykle okres między 12. a 18., a obecnie nawet 30. rokiem życia (Całek, Olkusz, Korczak, Skowera, 2017, s. 116)<sup>3</sup>. Jeszcze w 2017 roku Skowera w rozmowie dla

---

<sup>2</sup> Określenia „literatura dla młodzieży”, „literatura młodzieżowa”, „literatura young adult” itd. stosuję wymiennie. Co więcej, określam nimi jedynie – co prawda wielogatunkowy – wyimek literatury czytanej przez młodych odbiorców – ten, który tworzony był przede wszystkim z myślą o nich (np. fantastykę dla młodzieży, powieści obyczajowe dla młodzieży, science fiction dla młodzieży itp.).

<sup>3</sup> Zdania na temat dokładnego przedziału wiekowego dla literatury YA są podzielone. Przykładowo, Nielsen BookScan określa go jako 15+ (Mendruń, 2024). W artykule, za Michałem Cartem (2022, s. 8), stosuję kategoryzację YASD (obecnie YALSA) z 1991 roku, zgodnie z którą do *young adults* zaliczają się osoby między 12. a 18. rokiem życia. Przedział ten kwestionują jednak wydawcy, którzy wskazują, że grupa odbiorców YA jest dużo szersza

*Creatio Fantastica* zauważał, że kategoria young adult nie jest do końca tożsama z polskim rozumieniem słowa „młodzież”:

Mam wrażenie, że formuła *young adult literature* sugeruje pewne przesunięcie akcentów – zastosujemy ją, jeśli utworom, o których będziemy mówić, bliżej będzie w naszej opinii do literatury dorosłej (zwłaszcza popularnej) niż do tekstów postrzeganych jako dziecięce, a w przypadku nazwy „literatura młodzieżowa” – będzie chyba odwrotnie (s. 117).

W artykule skłaniam się ku opinii, że YA, na wzór amerykański, to nie tylko powieści dla nastolatków, lecz także „cała kultura wokół współczesnej literatury młodzieżowej, stwarzana nie tyle w samym tekście, ile w praktykach czytelniczych i rynkowych” (Cykorz, 2022). Inaczej mówiąc, jest to system społecznego obiegu literatury w rozumieniu Wernera Faulsticha (2000/2019) – produkcji, dystrybucji, recepcji, dyskusji i wielu innych elementów składających się na sieć interakcji nadawców i odbiorców treści wokół książek przeznaczonych dla nastoletnich czytelników.

Jak wskazuje Kamila Rogowicz (2017, s. 93), utwory klasyfikowane dziś jako young adult i te określane jako młodzieżowe, a znane z PRL-u, mają pewne cechy wspólne: w obu przypadkach mamy do czynienia z postacią w wieku zbliżonym do wieku czytelnika i narracją skupioną wokół jej przeżyć. Sylwia Marciniak (2021, s. 143) poszerza definicję powieści młodzieżowych o kolejne elementy, które również, choć w różnym stopniu, można odnieść do obydwu kategorii: obecność „bezpośredniej ekspozycji dialogów i konfrontacji” między bohaterami, nieskomplikowaną strukturę, ograniczony czas i przestrzeń akcji, stosunkowo niewielką liczbę głównych bohaterów, ich niezależność jako jednostek (również w obszarze ponoszenia konsekwencji za swoje czyny), opisanie przemiany postaci i wzrostu ich świadomości, czerpanie przez autorów z własnych doświadczeń, przedstawianie aktualnych postaw i problemów społecznych, a także chęć pisarzy do niesienia nadziei poprzez przesłanie swoich opowieści. Oprócz tego należy wskazać, że do kategorii zarówno YA, jak i pozycji młodzieżowych opublikowanych w czasie PRL mogą zostać zakwalifikowane utwory o zróżnicowanej tematyce: obyczajowe, fantastyczne, fantastycznonaukowe czy kryminalne; i to zarówno opowieści wysokoartystyczne,

---

(O’Sullivan, 2023). Potwierdzają to statystyki – np. dane WordsRated z 2022 roku pokazują, że 55% osób kupujących pozycje YA w USA ma więcej niż 18 lat, z czego 78% kupuje te książki, by przeczytać je samemu (Curcic, 2023). Tymczasem według raportu Farshore dla HarperCollins Children’s Books 46% czytelników książek z tej kategorii w Wielkiej Brytanii to osoby w wieku 18–27 lat (2024, s. 10).

jak i komercyjne. Historie oparte na modelu z czasów komunizmu (omówię go później bardziej szczegółowo) i współczesne różni jednak inne podejście do czytelnika, które szerzej opisuję w dalszej części tekstu.

W nomenklaturze amerykańskiej prócz young adult funkcjonuje jeszcze cała gama określeń na poszczególne segmenty literatury dla młodych czytelników. Na potrzeby artykułu przytoczę dwa z nich, odpowiednio „poniżej” i „powyżej” YA. Pierwsze pojęcie to *middle grade* (MG), czyli literatura dla czytelników w wieku od ośmiu do 12 lat (Maughan, 2019). Fabuła tak klasyfikowanych książek skupia się przede wszystkim na relacjach z przyjaciółmi i rodziną oraz przygodach bohaterów, nie ma tam też dokładnych opisów scen takich jak akty przemocy (Lamba, 2014). Dzieje się tak m.in. ze względu na fakt, że powieści *middle grade* trafiają do odbiorców zwykle za pośrednictwem tzw. *gatekeepers* [strażników bramy], czyli rodziców, nauczycieli czy bibliotekarzy (Maughan, 2019), choć w dobie powszechnego dostępu do internetu powoli zaczyna się to zmieniać. Za powieści *middle grade* uważa się chociażby cykle *Percy Jackson i Bogowie Olimpijscy* Ricka Riordana (2005–; wyd. pol. – Galeria Książki, 2009–), *Baśniobór* Brandona Mulla (2006–2010; wyd. pol. – W.A.B., 2011–2013) czy *Kroniki Spiderwick* Toniego DiTerlizzi i Holly Black (2003–2004; wyd. pol. – Egmont Polska, 2004–2005), a w rodzimej literaturze – serie *Kroniki Archo* Agnieszki Stelmaszyk (Zielona Sowa, 2010–2020) oraz *Felix, Net i Nika* Rafała Kosika (Powergraph, 2004–2023).

Granica między *middle grade* a young adult jest dość mocno zarysowana, czego nie można powiedzieć o podziale na young adult i new adult (NA). Ostatni z terminów został stworzony na potrzeby konkursu przeprowadzonego przez wydawnictwo St. Martin's Press w 2009 roku (Naughton, 2014). W zamyśle miał on obejmować książki dla czytelników w wieku od 18 do 25 lat, których zajmują nieco inne problemy niż kilka lat młodszych odbiorców (np. studia, początki kariery, wyprowadzka z domu, testowanie i budowanie granic czy seks; Donahue, 2013). Do rozwoju kategorii przyczynił się boom na self-publishing, czyli publikowanie książek samodzielnie, bez udziału wydawnictwa tradycyjnego – najczęściej w postaci e-booka, np. na platformach takich jak Kindle Unlimited. Termin „new adult”, od początku uważany za stworzony w celach marketingowych, szybko zaczął być używany do określania romansów i erotyków z dopiero co wchodzącymi w pełnoletność bohater(k)ami – z tego powodu uznaje się go za kontrowersyjny, choć wciąż pozostaje on w obiegu (Deahl, Rosen, 2012). Powieściami NA są chociażby *Red, White & Royal Blue* (2019, wyd. pol. – Prószyński i S-ka, 2020) oraz *One Last Stop* Casey McQuiston (2021; wyd. pol. – Prószyński i S-ka, 2021), *Piękna katastrofa* Jamie McGuire (2011–2022; wyd. pol. – Albatros, 2014–2023) czy *Fangirl*

Rainbow Rowell (2014; I wyd. pol. – Moondrive, 2015, II wyd. pol. – OdyseYA, 2023). W związku z poszerzaniem się grupy osób zainteresowanych YA i NA coraz częściej używa się także pojęcia *crossover*, oznaczającego książkę łączącą odrębne grupy wiekowe odbiorców (School Library Journal, 2021). Prócz tego polscy wydawcy czasem wykorzystują też podziały wiekowe 12+, 14+ czy 16+ – stosują je m.in. We need YA (Wydawnictwo Poznańskie), Moondrive (Wydawnictwo Otwarte) czy Prószyński Young (Prószyński i S-ka).

Jak już wspominałam, literatura young adult jest obecnie jednym z najbardziej różnorodnych segmentów rynku książki<sup>4</sup>. Imprinty wyspecjalizowane w YA prześcigają się, by zdobyć uwagę czytelnika. Wiele z nich czyni to poprzez media społecznościowe, w których segment młodzieżowy kreuje trendy przejmowane później przez inne części branży wydawniczej. W Polsce większość działań promocyjnych wokół powieści dla nastolatków – i nie tylko – opiera się na bookinfluencerach. Terminem tym określa się osoby z przestrzeni medialnej (przede wszystkim Instagrama, TikToka i YouTube’a) publikujące w internecie różnego rodzaju materiały o tematyce książkowej. Na polskim rynku w ciągu ostatnich lat wytworzył się specyficzny dla naszego kraju system współpracy, w ramach którego wydawnictwa do większości swoich publikacji dobierają grono ambasadorów (tzw. patronów) i recenzentów z tzw. książkosfery. Osoby te otrzymują od firm wydawniczych nie tylko egzemplarze książek, lecz także różnego rodzaju materiały dodatkowe<sup>5</sup>. W zamian, płatnie lub w ramach barteru, bookinfluencerzy reklamują daną książkę na swoich kontach społecznościowych. Warto zaznaczyć, że zarówno ten system, jak i działalność bookinfluencerów w ogóle nie ogranicza się do literatury młodzieżowej – promowany w ten sposób może być każdy rodzaj publikacji: od powieści Olgi Tokarczuk, przez przekład najważniejszego dzieła aktualnego noblisty, po romanse, kryminały i reportaże.

Przed pandemią prym wśród bookmediów wiódł BookTube<sup>6</sup>. Choć pierwsza polska youtuberka książkowa, Wybredna Maruda (dawniej Martha Oakiss), założyła swoje konto jeszcze w 2008 roku (Rogowicz, 2018, s. 96), najwięcej

---

<sup>4</sup> Różnorodność tę można definiować na różne sposoby – m.in. jako różnorodność gatunkową (istnieją takie podgatunki jak fantastyka YA, powieść historyczna YA czy *weird fiction* YA) czy formatu (powieści tradycyjne czy *verse novels*).

<sup>5</sup> Materiałami dodatkowymi mogą być chociażby dopasowane do książki zakładki, znaczniki czy kubki, ilustracje z bohaterami historii (z angielskiego nazywane artami) lub przypinki. Zestaw składający się z książki i dodatków do niej, który wydawnictwo przesyła influencerom, nazywa się wysyłką kreatywną.

<sup>6</sup> O zjawisku BookTube’a w Polsce pisały m.in. Kamila Rogowicz (2018) i Sandra Popławska (2021).

dużych kanałów tego typu powstało około 2014 roku (Popławska, 2021, s. 13). Była to tzw. stara gwardia, czyli rodzimi influencerzy książkowi, którym udało się wybić na początkowym etapie rozwoju mediów książkowych – m.in. Karolina Borkowska (Come Book), Nikola Mańdok (Doktor Book), Ewa Mędrzeczka (Cat Vloguje), Marta Gajewska i Anna Bartłomiejczyk (Bestselerki), Maja Kłodawska (Maja K.) czy Anita Boharewicz (Book Reviews by Anita). Treści przez nie publikowane były do siebie stosunkowo podobne – poza tradycyjnymi recenzjami proponowały one na przykład book haule (prezentacje niedawnych zakupów), omówienia swoich TBR (akronim *to be read*, zwrotu oznaczającego listę książek do przeczytania, zwaną często przez polskich influencerów „stosikiem wstydu”), wrap upy (podsumowania czytelnicze) czy reading vlogi (relacje z czytania; Popławska, 2021, s. 23). Zarówno nazewnictwo, jak i formaty materiałów wywodzą się z anglojęzycznych mediów książkowych (s. 25). Nomenklatura okazała się trwała – przetrwała moment, gdy wielu widzów BookTube’a, znudzonych długimi formami, przeniosło się na Bookstagrama, a z czasem również na BookToka. Obecnie to te dwa ostatnie media uważane są za serce książkosfery. Funkcjonują one komplementarnie – Bookstagram opiera się na trwałych społecznościach, a BookTok działa na podstawie algorytmów, dzięki którym właściwie każdy filmik może nagle stać się wiralem<sup>7</sup>. O ile więc zasięgi na Bookstagramie są dość przewidywalne, o tyle rozwój BookToka w pandemii spowodował pojawienie się sukcesów książkowych na ogromną skalę (Harris, 2022). Fenomenem BookToka w ciągu bardzo krótkiego czasu<sup>8</sup> może stać się właściwie wszystko. Mowa tu nie tylko o nowościach – książkowa społeczność zgromadzona na tej platformie potrafi wzbudzić zainteresowanie także zapomnianymi tytułami, klasyką literacką, dystrybuowanymi tylko online książkami z self-publishingu czy tekstami z Wattpada.

Popularność tego ostatniego typu powieści jest zjawiskiem stosunkowo nowym – za początek boomu na wywodzące się z Wattpada polskie historie można uznać przełom 2021 i 2022 roku, a więc moment publikacji pierwszych tomów takich serii jak *Flaw(less)* Marty Łabęckiej (listopad 2021) i *Trylogii Hell* Katarzyny Barlińskiej (styczeń 2022). Wattpad to platforma internetowa i mobilna, która służy przede wszystkim publikowaniu różnego rodzaju opowieści

<sup>7</sup> Viral (czasem: wiral) – treść (np. tiktok czy mem), która w szybkim tempie rozprzestrzenia się w internecie, zdobywając ogromną popularność.

<sup>8</sup> Przykładowo, powieść *Tak właśnie przegrywasz Wojnę Czasu* Amal El-Mohtar i Maxa Gladstone’a (2019; wyd. pol. – Uroboros) od pojawienia się tweeta na jej temat w niedzielę 7 maja do poniedziałku 8 maja 2023 roku osiągnęła sprzedaż równą typowej sprzedaży tygodniowej (Kois, 2023).

(zarówno autorskich, jak i fan fiction). Funkcjonuje w oparciu o model znany z mediów społecznościowych: po założeniu konta można udostępniać tam swoje dzieła, lajkować i komentować cudze, tworzyć biblioteczki czy kontaktować się z ulubionymi twórcami. W ciągu prawie 20 lat od powstania serwisu wattlepadowi czytelnicy zdążyli wytworzyć specyficzną subkulturę, o której więcej piszę w dalszej części artykułu.

Już wcześniej wydawnictwa ze Stanów Zjednoczonych wykazały, że przenoszenie na papier tekstów pochodzących z Wattpada może okazać się zyskowym interesem, czego przykładem są sukcesy autorek takich jak Anna Todd (Wattpad Brand Partnerships, 2019) czy Beth Reekles (Rowe, 2018). W Polsce (i nie tylko<sup>9</sup>) to właśnie wattlepadowe historie młodych autorek, zwykle mających mniej niż 30 lat<sup>10</sup>, zajmują szczyty list bestsellerów. Wśród najważniejszych pisarek z tej platformy, które w ostatnich latach osiągnęły sukces, znalazły się m.in. Katarzyna Barlińska, Marta Łabęcka, Weronika Ancerowicz, Aleksandra Negrońska, Izabella Nowaczyk, Aleksandra Nil i Weronika Anna Marczak. To one – razem z zagranicznymi autorami, ze znanymi polskimi pisarzami od czasu do czasu publikującymi YA (np. Joanną Balicką, Marcelem Mossem, Remigiuszem Mrozem czy Marią Krasowską), z influencerami (Edytą Prusinowską, Martą Bijan czy Julią Żugaj) i wydającymi swoje historie bookinfluencerami (Karoliną Barbrich czy Velą Szulwińską) oraz z debiutującymi twórcami (Anouk Herman czy Hanią Czaban) – tworzą współczesny rynek literatury dla młodzieży w Polsce.

## Nowe początki – XXI wiek

Wielkim impulsem dla polskiej literatury młodzieżowej okazała się transformacja ustrojowa. Kluczowe zmiany na rynku książki w latach 90. ubiegłego wieku i na początku lat 2000. spowodowane były decentralizacją państwowych wydawnictw, które z czasem zostały zastąpione przez prywatne firmy kierujące się prawami wolnego rynku, ustawą z 11 kwietnia 1990 roku o zniesieniu cenzury, a także odejściem od ograniczeń technicznych, w tym limitów

---

<sup>9</sup> Podobny boom obecny jest m.in. w Hiszpanii. Stąd też w Polsce fala przekładów tamtejszych wattlepadowych hitów – książki Alice Kellen publikuje Media Rodzina, Ariany Godoy – Jaguar, a Mercedes Ron – Wydawnictwo Harde. Niedawno na język polski przełożono też pierwszy tom bestsellerowego włoskiego cyklu z Wattpada – *Rzeźbiarza łez* Erin Doom (2021–2022; wyd. pol. – Flow Books, 2023–).

<sup>10</sup> Katarzyna Barlińska urodziła się w 2001 roku, Weronika Anna Marczak i Weronika Ancerowicz w 1997.



papieru (Jankowicz, Maręcki, Pałęcka, Sowa, Warczok, 2014, s. 96). Początek tego okresu był dość chaotyczny, ale przy tym pełen nowych inicjatyw pisarskich i wydawniczych, wynikających z faktu, że twórcy i oficyny po raz pierwszy od dawna mogły funkcjonować swobodnie. Jednym ze skutków tej sytuacji był gwałtowny wzrost liczby przekładów literatury zagranicznej – także młodzieżowej (Niesporek-Szamburska, 2009, s. 46–71). Nadrabiano zaległości, tłumacząc zarówno pozycje nowe (np. serię *Pamiętnik księżniczki* Meg Cabot z lat 2000–2009; wyd. pol. – Amber, 2001–2009; cykl *Dziedzictwo* Christophera Paoliniego z lat 2003–2011; wyd. pol. – Mag, 2005–2011), jak i te, które już stały się klasykami (np. *Outsiderów* S. E. Hinton z 1967 roku, wydanych w Polsce nakładem Zysku i S-ki w 1998). Na późniejszym etapie rozwój literatury młodzieżowej zaczął być także napędzany przez postęp technologiczny. Wskutek rozpowszechnienia się internetu na przełomie XX i XXI wieku polska sieć wypełniła się forami dyskusyjnymi, w tym istniejącymi do dziś portalami BiblioNETka (od 2001), NaKanapie (od 2007) czy Lubimyczytać.pl (od 2009). W podobnym okresie zaczęła kiełkować też polska blogosfera, która rozkwitła na dobre w drugiej dekadzie XXI wieku. Z czasem jej miejsce jako przestrzeni wymiany opinii zaczęły jednak zajmować media społecznościowe i platformy takie jak BookTube, a później – Bookstagram i BookTok.

Za najważniejszy punkt zwrotny w historii współczesnej literatury dla dorastających czytelników uznaje się – zarówno w Polsce, jak i poza nią – publikację pierwszego tomu *Harry’ego Pottera* J. K. Rowling (1997–2007; wyd. pol. – Media Rodzina, 2000–2008). Tuż po tym wydarzeniu na język polski zaczęto przekładać następne megabestsellery wydawnicze, z których warto wymienić chociaż kilka. Popularność *Zmierzchu* Stephenie Meyer (2005–2008; wyd. pol. – Wydawnictwo Dolnośląskie, 2007–2009) i kolejnych części tej serii doprowadziła także do wydania w Polsce innych uwielbianych za granicą wampirycznych opowieści, takich jak np. *Pamiętniki wampirów* L. J. Smith (1991–1992; wyd. pol. – Amber, 2008–2009). W pierwszej dekadzie XXI wieku przetłumaczono również *Igrzyska śmierci* (2008–2010; wyd. pol. – Media Rodzina, 2009–2010), a po nich sporo innych popularnych dystopii, m.in. *Więźnia labiryntu* Jamesa Dashnera (2010–2016; wyd. pol. – Papierowy Księżyc, 2011–2016) i *Niezgodną* Veroniki Roth (2011–2013; I wyd. pol. – Amber, 2012–2014). Od 2013 roku, po przekładach powieści Johna Greena (Bukowy Las), zaczęło pojawiać się też więcej obyczajowych książek young adult – chociażby *Hopeless* Colleen Hoover (2012; I wyd. pol. – Moondrive, 2014) czy *Eleonora i Park* Rainbow Rowell (2012; I wyd. pol. – Moondrive, 2015). Warto wspomnieć również o popularnych seriach fantasy dla młodszej i starszej młodzieży: *Zwiadowcach* Johna Flanagana (2004–2011; wyd. pol. – Jaguar, 2009–2012), *Darach Anioła* Cassidy Clare

(2007–2014; wyd. pol. – Mag, 2009–2014) czy trylogii *Grisza* Leigh Bardugo (2012–2014; I wyd. pol. – Papierowy Księżyc, 2013–2015).

W omawianym okresie w literaturze polskiej wciąż popularny był również seryjny model wydawania książek dla młodych odbiorców, znany z PRL-owskiej Biblioteki Młodych czy ówczesnego Klubu Siedmiu Przygód. Publikowano zarówno serie autorskie (*Jeźycjada* Małgorzaty Musierowicz, wydawana od 1977 roku początkowo przez Naszą Księgarnię, a później Akapit Press; *Seria miętowa* Ewy Nowak, publikowana od 2002 roku przez Egmont Polska), jak i te łączące utwory wielu pisarzy (*Seria z kropką* i *Seria w kratkę* Naszej Księgarni, *Plus Minus 16* Wydawnictwa Literatura; Pytlos, 2017). Prócz nich wcześniej na rynku pojawiły się też książki poruszające tematy tabu, takie jak nastoletnia ciąża, narkomania i zaburzenia odżywiania – były to m.in. *Magda.doc* Marty Fox (Siedmioróg, 1997) czy *Hera moja miłość* Anny Onichimowskiej (Świat Książki, 2003). W międzyczasie zaczęła ponadto rozwijać się rodzima fantastyka dla dzieci i młodzieży, przede wszystkim w postaci powieści Doroty Terakowskiej (m.in. *Córka czarownic*, napisana jeszcze w latach 1985–1988, a opublikowana przez wydawnictwo Verba w 1991 roku) czy Marcina Szczygielskiego (m.in. *Za niebieskimi drzwiami* – Latarnik, 2010). Na rynku pojawiły się też przeznaczone dla tej grupy tytuły utrzymane w konwencji science fiction (np. wspomniany już cykl *Felix, Net i Nika* Kosika).

Sytuacja na polskim rynku książki zaczęła pogarszać się na trzy lata przed pandemią<sup>11</sup>. Jednym z symptomów kryzysu literatury młodzieżowej w Polsce było zamknięcie się popularnego imprintu wydawnictwa Otwartego, Moondrive, który znany był z wielu zagranicznych bestsellerów – takich jak serie *Delirium* Lauren Oliver (2011; I wyd. pol. 2012), *Dotyk Julii* Tahereh Mafii (2011–2020, w Moondrive wydano pierwsze trzy tomy w latach 2012–2014, kolejne wydało już We need YA przy okazji wznowienia serii), *Szeptem* Becki Fitzpatrick (2009–2012; I wyd. pol. 2010–2012) czy *Czerwona Królowa* Victorii Aveyard (wyd. oryg. i pol. 2015–2018). Miejsce dotąd aktywnych wydawców (m.in. Jaguara, YA!, Feerii Young czy wspomnianego Moondrive) w 2017 roku zajęła Czwarta Strona, marka Wydawnictwa Poznańskiego, która w 2018 roku ewoluowała w jednego z największych graczy na polu literatury młodzieżowej w Polsce, We need YA (Dyrda, 2022). W czasie, gdy inni wydawcy rezygnowali

<sup>11</sup> „Ale był taki moment w latach 2017–2018, kiedy widzieliśmy spadek zainteresowania literaturą YA. Już wtedy pracowałem w wydawnictwie i rozmawiałem z agentami zagranicznymi na targach o tym, że nie ma chwilowo w tym gatunku nic interesującego, nic się dobrze nie sprzedawało, poza *Dziećmi krwi i kości* Tomi Adeyemi” – mówi Łukasz Chmara, szef marki We need YA, Justynie Sobolewskiej (2022) z *Polityki*.

z publikowania książek dla nastolatków bądź spowalniali działalność w tym zakresie, We need YA dopiero zaczynało rozwijać skrzydła. Nie potrzebowało na to wiele czasu – już dwa lata później świat zmienił się nie do poznania.

Jak wskazują statystyki Biblioteki Narodowej, w 2020 roku wśród Polaków nastąpił wzrost zainteresowania czytaniem (Chymkowski, Zasacka, 2021). Z raportu obejmującego 2023 rok wynika, że po chwilowym spadku w latach 2021–2022 czytelnictwo wzrosło ponownie, osiągając najlepszy wynik od 10 lat (Chymkowski, Koryś, Zasacka, 2024). Przy okazji ostatnich pomiarów Biblioteka Narodowa odnotowała, że „polski rynek książki doświadcza olbrzymiej popularności literatury »Young Adult«” (s. 47). Zainteresowanie książkami przeznaczonymi dla tej grupy potwierdzają sieci takie jak Empik czy Tania Książka – ta ostatnia w 2022 roku odnotowała 200-procentowy skok sprzedaży książek YA w porównaniu do poprzedniego roku (Pawłowska-Tomczak, 2023). Z kolei Nielsen BookScan podaje, że na liście 10 najlepiej sprzedających się książek w Polsce za rok 2023 znalazło się aż sześć pozycji oznaczonych jako YA (Mendruń, 2024).

Obecność literatury young adult na listach bestsellerów, np. na szczycie „topki” Empiku, skłoniła wielu wydawców do otworzenia własnych imprintów<sup>12</sup>. Wśród nich znalazły się chociażby nowe gałęzie Grupy Helion (BeYA, imprint działający od października 2021 roku) czy wydawnictw KobiECE (Young, od stycznia 2022), Muza (You&YA, od stycznia 2022) i Media Rodzina (Must Read, od maja 2022). Ponownie zwiększyła się aktywność Jaguara należącego do wydawnictwa Marginesy, a wydawnictwo Otwarte w 2022 roku zdecydowało o wznowieniu działalności Moondrive. Ponadto książki YA zaczęły też pojawiać się w ofercie wydawnictw nieposiadających imprintów młodzieżowych: Literackiego, NieZwykłego czy Poradni K.

Rynek powieści dla młodzieży szybko wyodrębnił się od dziecięcego i zyskał miano jednego z najbardziej wymagających sektorów branży książkowej. Jak pisze Jolanta Laskowska (2017):

Wydawcy tego rodzaju literatury zmuszeni są nie tylko do śledzenia mód czytelnicy, ale także do wychodzenia naprzeciw potrzebom czytelnicy młodego pokolenia. Nie ogranicza się to tylko do znajomości trendów i nowości w krajowej i światowej literaturze młodzieżowej, ale także do śledzenia zapowiedzi kinowych, seriali telewizyjnych i nowych gier komputerowych (s. 205).

<sup>12</sup> Imprint to marka wydawnictwa, pod którą publikuje ono dany typ literatury (kryminały, young adult, romanse. itp.). Przykładowo, Wydawnictwo KobiECE poza główną gałęzią posiada również pięć imprintów, w tym przeznaczony dla młodzieży Young, dziecięcy Światlik i romansowo-erotyczne Papierowe Serca.

Zjawiska zaobserwowane przez badaczkę są powiązane z faktem, że do współczesnych imprintów młodzieżowych bardziej niż „instytucja kultury” pasuje określenie „marka”<sup>13</sup>. Sposób ich funkcjonowania można zrozumieć za pomocą czterech filarów budowania wizerunku zaproponowanych przez specjalistę od marketingu Pawła Tkaczyka (2011, s. 10): produktu, organizacji, osoby i symbolu. Do reklamowania produktu (książki) wydawnictwa wykorzystują specyficzne strategie informacyjno-produktowe, takie jak celowy wybór jednego lub kilku typów powieści młodzieżowych, prowadzenie konta na Instagramie w spójny sposób czy przygotowywanie newsletterów i wysyłek kreatywnych dla recenzentów. Wskutek ogromnej popularności bookmediów imprinty coraz częściej zatrudniają nowe autorytety w branży – influencerów książkowych<sup>14</sup>, którzy stają się twarzami ich marki. Metodę tę zastosowały chociażby imprint Young (@come.book, @bookovicz, @przez\_ksiazki) czy Moondrive (@books\_district)<sup>15</sup>. Najważniejszym i wymagającym największej pracy elementem marketingu wydawnictw młodzieżowych jest ostatni z wymienionych przez Tkaczyka filarów: przekształcenie imprintu w symbol. Sukcesy We need YA czy Young są bezpośrednio powiązane z faktem, że w oczach polskich czytelników kojarzą się one z konkretną tożsamością, a co z tego wynika – ze stylem życia, estetyką, filozofią i systemem wartości (np. poczuciem bezpieczeństwa, edukowaniem na ważne tematy czy promowaniem literatury z reprezentacją mniejszości). Dzięki takiemu podejściu wydawcom udaje się obecnie zbudować wokół swoich książek silną społeczność, która nie tylko obserwuje ich konta, lecz także wierzy w jakość proponowanych im produktów.

Jak już wspominałam, w obecnych czasach zdecydowana większość działań wokół literatury młodzieżowej rozgrywa się w internecie. Od pandemii najbardziej aktywnym medium książkowym jest BookTok, gdzie królują przede wszystkim romanse: obyczajowe, fantastyczne, dla młodzieży i dorosłych

---

<sup>13</sup> Warto zwrócić uwagę, że imprint We need YA na swojej stronie internetowej określa się przede wszystkim jako marka Wydawnictwa Poznańskiego (Dyrda, 2022).

<sup>14</sup> „Będąc w grupie followersów danej bookstagramerki, ludzie są z tymi, którzy mają podobny gust i do których mają zaufanie. W social mediach tworzą się nowe autorytety. Przeciętny czytelnik, który być może nie ma wyrobionego gustu literackiego, zdobywa poczucie, że nie jest za to krytykowany i ma prawo czytać, co mu się podoba i nie jest w tym sam” – mówiła dla *Gazety Wyborczej* Monika Szymborska, rzeczniczka wydawnictwa Prószyński i S-ka (Szyłło, 2023).

<sup>15</sup> Na wyjątkowo szeroką skalę obszar ten eksploatowało We need YA – w 2018 roku swoje konta poświęcone książkom miało w mediach społecznościowych sześciu na 10 członków zespołu imprintu, nie mówiąc już o innych sekcjach wydawnictwa, takich jak Czytelnia Wydaje Nam Się, która w 2023 roku zrzeszała siedmioro popularnych influencerów książkowych.

(Flood, 2021). Choć co pewien czas zdarza się, że sukces na platformie osiąga książka bez wątku miłosnego (np. *Babel, czyli o konieczności przemocy* R. F. Kuang, 2022; wyd. pol. – Fabryka Słów, 2023), nie zmienia to faktu, że większość popularnych pozycji zawiera w sobie mniej lub bardziej kluczowy wątek romantyczny – takie upodobanie prawdopodobnie spowodowane jest tym, że społeczność BookToka składa się przede wszystkim z kobiet (Flood, 2021)<sup>16</sup>. Za inne możliwe przyczyny ogromnej popularności romansów uznaje się chociażby potrzebę eskapizmu czy uświadomienie sobie faktu, że czytanie książek tego typu nie jest czynnością wstydliwą (Northall, 2023).

Jak wskazuje spółka McKinsey & Company (2022), działalność użytkowników BookToka od 2021 roku ma ogromny wpływ na sprzedaż książek – do tego stopnia, że firma ByteDance, do której należy platforma, zdecydowała niedawno o utworzeniu własnego wydawnictwa (Alter, Harris, 2023). Rewolucyjność BookToka polega m.in. na tym, że nie jest on zdominowany przez tradycyjnych rynkowych graczy: swoje miejsce znaleźli tu młodzi czytelnicy niemający w otoczeniu osób lubiących książki, autorzy samodzielnie publikujący swoje dzieła czy twórcy marginalizowani (m.in. ze względów rasowych; Alter, Harris, 2023). Fenomenem BookToka może zostać właściwie każda książka, a influencerem zwykły, niczym niewyróżniający się człowiek. Jak dotąd status hitu dzięki platformie osiągnęło już sporo dzieł YA – m.in. *Nasz ostatni dzień* Adama Silvery (2017; wyd. pol. – We need YA, 2019), *Okrutny książkę* Holly Black (2018–2019; wyd. pol. – Jaguar, 2018–2020) czy *Letters of Enchantment* Rebekki Ross (2023; wyd. pol. – You&YA, 2024). BookTok pozwolił też rozwinąć skrzydła autorkom z self-publishingu (np. Melissie Blair, Lancali czy Lauren Roberts) i Wattpada (fenomen polskich autorek takich jak Barlińska czy Marczak).

Kluczowy w przypadku BookToka oprócz doboru lektur jest jeszcze sposób ich promowania. Formaty tam obecne są po części zapożyczone z innych bookmediów (np. wspomniane już book haule czy opisy TBR znane z BookTube’a). Ze względu na specyfikę platformy dużo bardziej nośne i perswazyjne okazały się jednak krótkie materiały, przedstawiające nie tyle fabuły lektur oraz opinie na ich temat, ile emocje, jakie dana historia wzbudziła w czytelniku<sup>17</sup>. BookTokerzy chętnie tworzą również listy rekomendo-

<sup>16</sup> Warto zwrócić uwagę, że popularność romansów w grupie młodzieżowej spowodowała niedawno powstanie nowego określenia gatunku, jakim jest *romantasy*, czyli powieść łącząca w sobie romans i fantastykę (Maher, 2022).

<sup>17</sup> „Na BookToku najbardziej chodliwe są czyste i autentyczne emocje. Z publikowanych filmików nie dowiecie się wiele o fabule, języku czy autorze książki, za to usłyszycie, jakie

wanych pozycji, zwykle układane na podstawie ulubionych tropów danego użytkownika (De Leon, 2022).

Koncepcja tropów wywodzi się z fan fiction, czyli opowieści wokół danego dzieła kultury stworzonych przez jego fanów (Siuda, 2007, s. 145). Użytkownicy platform takich jak Fanfiction.net, Archive of Our Own (AO3) czy Wattpad do wyszukiwania interesujących tekstów wykorzystują specyficzne kody, za którymi stoją konkretne typy historii (np. *enemies to lovers* – fabuła według schematu „od wrogów do kochanków”, *grumpy x sunshine* – romans między ponurą a radosną osobą, *bad boy, good girl* – historia uczucia złego chłopca i dobrej dziewczyny), a także wplatane w nią sceny w rodzaju *there's only one bed* – dosłownie „jest tylko jedno łóżko”. Z czasem określeniom motywów wymyślone przez fandy udało się opanować też media książkowe, platformy z e-bookami czy portale streamingowe, co skutkowało wykształceniem się tzw. mikrogatunków (Cerézo, 2023). Co ciekawe, fanfiki przeniknęły także do świata książek publikowanych tradycyjnie – wiele znanych pozycji, i to nie tylko młodzieżowych, było tworzonych jako opowieści mające rozgrywać się w jakimś popularnym uniwersum. Przykładowo, *The Love Hypothesis* Ali Hazelwood (2021; wyd. pol. – You&YA, 2022) zrodziło się jako romans między Kylo Renem i Rey z *Gwiezdnych wojen*, *Pięćdziesiąt twarzy Greya* E. L. James (2011; wyd. pol. – Sonia Draga, 2012) jako erotyczna historia inspirowana *Zmierzchem*, a głównym bohaterem *After. Płomień pod moją skórą* Anny Todd (2014; wyd. pol. – Znak, 2015) był pierwotnie Harry Styles (Arzbaecher, 2023). W 2025 roku imprint wydawnictwa Filia, Hype, wyda *Alchemised* SenLinYu, przerobioną wersję *Manacled*, jednego z najpopularniejszych fanfików dotyczących relacji między Draco Malfoyem i Hermioną Granger (Ellis, 2024).

Wpływ BookToka na rynek wydawniczy okazał się ogromny. Globalność społeczności tej platformy sprawiła, że zatarły się granice między poszczególnymi państwami. Współcześni polscy nastolatkwie dobrze wiedzą, co jest popularne w Stanach Zjednoczonych, i na tej podstawie często opierają swoje wybory konsumenckie. Ponadto, to z powodu BookToka wzrósł popyt na pewne pozycje czytelnicze (także polskie<sup>18</sup>), a w księgarniach stacjonarnych i internetowych zaczęły pojawiać się osobne półki przeznaczone na aktualne booktokowe

---

uczucia w kimś wywołała i jak długo ktoś po niej płakał. Booktokerki polecają lektury jako pakiet przeżytych emocji: »Po tej książce czułam się w taki sposób, więc jest szansa, że ty też to poczujesz« – pisała niedawno obserwatorka popkultury Magdalena Adamus (2002), znana w internecie jako Catus Geekus.

<sup>18</sup> Hasztag #rodzinamonet w dniu 21 stycznia 2024 roku osiągnął na TikToku 1,1 miliarda wyświetleń, a #trylogiahell – 612,3 miliona.

hity. Społeczność działająca na tej platformie przyczyniła się także do rekordowo szybkiego wyprzedania biletów na spotkania z autorami popularnych tam tytułów (np. kiedy to do Polski w kwietniu 2023 roku zawitała Holly Black; Wydawnictwo Jaguar, 2023). Należy zaznaczyć, że branża książkowa zdążyła już uznać BookToka za kluczową część rynku: sieci takie jak Barnes & Noble i Waterstones regularnie współpracują z właścicielami TikToka (Shaffi, 2022), organizatorzy wydarzeń książkowych zapraszają booktokersów na targi książki – niedawno m.in. we Frankfurcie (Pioneers, 2023).

Od 2023 roku podobne działania podejmują także organizatorzy targów książki w Poznaniu (Poznańskie Targi Książki, 2023) czy w Warszawie (Rybak, 2023). Tymczasem wydawcy coraz chętniej korzystają z usług influencerów podczas promowania kolejnych publikacji. Zauważyła to chociażby Biblioteka Narodowa, której badacze w raporcie na temat stanu czytelnictwa za 2023 rok stwierdzili, że „ujawnia się wspólnota interesów między bookbloggerami i wydawnictwami i wzajemne wspieranie swojej działalności”, która sprawia, że „media społecznościowe są zintegrowane z pracą wydawnictw, autorami, odbiorcami” (Chymkowski, Koryś, Zasacka, 2024, s. 48–49). Ważny jest i ten wspomniany element odautorski – pisarze również angażują się w promowanie swoich książek w internecie, publikując różnego rodzaju treści i utrzymując kontakt z czytelnikami (s. 48)<sup>19</sup>. „Przemysł medialny staje się coraz bardziej zależy od aktywnych, oddanych konsumentów rozpowszechniających na zatłoczonym rynku informacje o wartościowych produktach” – pisał w *Kulturze konwergencji* Henry Jenkins (2006/2007, s. 133). Osiemnaście lat po premierze jego książki stwierdzenie to wydaje się jeszcze bardziej aktualne niż kiedyś.

Ostatnim kluczowym zjawiskiem dotyczącym literatury młodzieżowej w Polsce potransformacyjnej (i popandemicznej) jest Wattpad. Platforma ta również nastawiona jest przede wszystkim na romanse. W przypadku autorów (a raczej autorek) z Wattpada mowa jednak o dużo bardziej konkretnym typie opowieści: narracjach obyczajowych, balansujących na granicy YA i NA, z rozbudowanymi opisami czynności i wyglądu bohaterów, powtarzalnymi scenami, popularnymi tropami takimi jak wspomniany już motyw *bad boy, good girl*, a czasem także wulgaryzmami i seksem (Lewestam, 2023). Ich kolejnym wyróżnikiem wydaje się amerykańizacja: akcja zdecydowanej większości takich książek rozgrywa się w USA, ale nie tym prawdziwym, tylko wykreowanym w tekstach zachodniej popkultury (Karolina Lewestam, 2023, określa go mianem „prawie-świata, znanego bardziej z Instagrama niż z blokowiska”). Stąd wynikają

<sup>19</sup> Za przykład mogą posłużyć autorki Wydawnictwa NieZwykłego (m.in. Aleksandra Negrońska czy Weronika Plota), które aktywnie działają na takich platformach jak TikTok czy X.

np. bliżej nieokreślona przestrzeń, w której rozgrywa się akcja, czy znane z filmów i seriali szkoły z rzędami szafek na korytarzach (Sobolewska, 2023).

Powieści z Wattpada skierowane są do poszukujących rozrywki, często początkujących czytelników. Podstawową grupą docelową są osoby, które znają dany tekst jeszcze z wersji platformowej i są zainteresowane jego dalszymi losami – kluczem do sukcesu okazuje się w tym przypadku wierna, zaangażowana społeczność<sup>20</sup>. Jej zbudowanie nie jest jednak wcale takie proste, jak mogłoby się wydawać: Marczak wskazuje, że podczas pisania *Rodziny Monet* szczególnie ważne okazały się nie tylko jej umiejętności pisarskie i systematyczność, lecz także łut szczęścia – w rozmowie z Wojciechem Szotem (2023) autorka podkreśliła, jak ważna w przypadku Wattpada jest możliwość uzyskania informacji zwrotnej od czytelników: to oni są beta readerami każdego publikowanego tam tekstu<sup>21</sup>, wybierają najciekawsze cytaty, sygnalizują problemy, rekomendują rozwiązania i przesyłają własne pomysły co do dalszego rozwoju akcji. Dlatego też ostatecznie platforma okazuje się przestrzenią zarówno do pokazania własnych opowieści, jak i do ćwiczenia warsztatu i tworzenia relacji na linii nadawca – odbiorca.

## Prawdziwa transformacja

Należy zauważyć, że postulaty głębszych zmian w literaturze młodzieżowej pojawiały się jeszcze na długo przed pandemią. Zgłaszał je między innymi Grzegorz Leszczyński – w *Buncie czytelników* z 2010 roku dowodził, że wrażliwość młodych odbiorców początku XXI wieku była zupełnie inna niż osób wychowujących się jeszcze nawet w schyłkowym okresie PRL. Jego zdaniem, nowe pokolenie było dużo bardziej pesymistycznie nastawione do życia – w niestabilnym, nietrwałym świecie rozpadu relacji i upadku autorytetów lektury

---

<sup>20</sup> „Fanki nie tylko czytały kolejne opowiadania i fragmenty powieści Heryttery, ale też żywo o nich dyskutowały, tworzyły własne fanfiki, memy i wynosiły swoją pasję poza Wattpada, do innych social mediów. Pod względem zaangażowania przypominało to raczej sytuację nie typowo literacką, ale geekowsko-fanowską – taką, którą możemy obserwować w przypadku np. uniwersum Harry’ego Pottera, Marvela czy popularnych brytyjskich seriali. Heryttera na Wattpadzie i w social mediach miała oddanych fanów na długo przed wydaniem papierowym. Dla wielu z nich *Start a fire* nie było wcale odkryciem nieznaną wcześniej pisarki, ale podsumowaniem osiągnięć jednej z ich ulubionych twórczyń znanych z internetu” – pisał o fenomenie Pizgacz (czyli Barlińskiej) Robert Szymczak (2023)

<sup>21</sup> Beta reader – recenzent opiniujący dany tekst na wczesnym etapie prac. Jego celem jest wskazanie potencjalnych zalet i wad opowieści z perspektywy zwykłego czytelnika.



z czasu komunizmu, często romantyzujące rzeczywistość i ogólnie narzucające interpretację świata przedstawionego, nie dawały czytelnikom pola do identyfikacji. Siedem lat później Kamila Rogowicz (2017, s. 96) zaproponowała podobną hipotezę dotyczącą przyczyn niechęci współczesnej młodzieży do lektur sprzed czasów young adult: dezaktualizację, niszowość i opresyjność. Rozumienie pierwszej z nich jest dość intuicyjne. Literatura z czasów PRL, posługując się stwierdzeniem Krystyny Heskowej-Kwaśniewicz i Katarzyny Tałuc (2013), „oddaliła się prawie w całości od współczesnych czytelników o tysiące lat świetlnych” (s. 7). Trwające od czasu transformacji przyspieszenie cywilizacyjne oraz nakładające się na nie zmiany polityczne, społeczne i gospodarcze sprawiły, że świat dawnych nastolatków jest dla tych żyjących obecnie po prostu abstrakcyjny. Z perspektywy współczesnej należy jednak dodać, że dezaktualizacja może dotyczyć nie tylko fabuły, lecz także konstrukcji czy stylu powieści, co związane jest z dynamiczną ewolucją książek młodzieżowych w ostatnich latach oraz przemianami języka, jakim posługują się młodzi odbiorcy. Ten ostatni aspekt wydaje się kluczowy, by stworzyć poczucie autentyczności danej historii<sup>22</sup>. Znaczenie w kontekście potencjalnej dezaktualizacji ma także stro-  
na estetyczna książek, co zauważyć można chociażby w przypadku wznowień popularnych jeszcze kilka lat temu tytułów, w większości otrzymujących nowe okładki, by wpasować się w aktualne trendy estetyczne<sup>23</sup>.

Pod hasłem „opresyjność” Rogowicz (2017) rozumie widoczną u wielu autorów „silną potrzebę nadawania tekstom kierowanym do niedorosłych czytelników wartości dydaktycznej” (s. 96). Badaczka stwierdza, że polscy twórcy literatury młodzieżowej (zarówno tej PRL-owskiej, jak i bardziej współczesnej) włączają

<sup>22</sup> Argument ten pojawia się zarówno w dyskusjach wokół polskich pozycji młodzieżowych (np. *5 sekund do Io* Małgorzaty Wardy – Media Rodzina, 2015), jak i utworów zagranicznych. Przykładowo, w recenzji pierwszego tomu trylogii *Lato* Jenny Han na portalu *Lubimyczytać.pl* użytkowniczka *VichthoriaAnneScarlet* (2023) zwróciła uwagę na fakt, że książka została pierwotnie wydana w 2009 roku: „Zaskoczyło mnie odkrycie, jak stara jest to książka. Oryginalnie wydano ją w 2009, co tłumaczy zarówno tematykę (zdaję się dość popularną w tamtym czasie) oraz styl, w jakim została napisana. Język jest prosty, bardzo prosty, a całość, niestety, moim zdaniem dość nieładnie się zestarzała”.

<sup>23</sup> Nowe okładki, których podstawą były projekty zagraniczne, otrzymały chociażby trylogia *Lato* Jenny Han (2009–2011; powieść inicjująca cykl ukazała się w Polsce po raz pierwszy w 2013 roku w Jaguarze pod tytułem *Miłość i inne kłopoty*, wszystkie trzy tomy wyszły w 2014 roku w wydawnictwie Olé i po raz kolejny, w nowej oprawie graficznej, nakładem imprintu Young w 2022 roku) czy cykl *Kosiarze* Neala Shustermana (2016–2019; I wyd. pol. – tylko dwa tomy – Filia, 2017–2018; II wyd. pol. – trzy tomy – Uroboros, 2023). Wznowienie z projektem okładek do serii specjalnie na polski rynek dostała seria *Król Kruków* (2012–2016; I wyd. pol. Uroboros, 2013–2016; II wyd. pol. Uroboros, 2023).

w swoje historie moralizatorstwo i własne poglądy etyczne, co niekiedy prowadzi do uproszczenia wymowy opowieści (s. 96). Odejście od takiego sposobu narracji w polskich książkach dla nastolatków okazuje się największą zmianą ostatnich lat. Do rodzimej literatury przeniknęła postawa, jaką przyjęli autorzy amerykańskiej twórczości young adult, a którą Rogowicz przedstawia bardzo trafnie:

Powieści typu young adult ryzykują tymczasem kreację bohaterów zdolnych do krytycznej oceny własnych zachowań [...]. Wartościowanie zdarzeń dokonuje się jedynie na poziomie indywidualnej oceny i zapośredniczone jest obserwacją. Warstwa w ten sposób wypowiedzianych (a właściwie niedopowiedzianych i tym samym niewypowiedzianych — przynajmniej nie wprost) wskazówek wydaje się o tyle wartościowsza, że zachowuje szacunek do prawa młodych ludzi do korzystania z należnych im odwiecznych praw: do buntu, wolności, poczucia bycia odrębną i niezależną jednostką (s. 96).

Kluczową różnicą między autorami przedpandemicznymi a postpandemicznymi okazuje się fakt, że młodszy pisarze częściej niż rolę mentora wybierają status „towarzysza podróży” – Leszczyński (2010, s. 124) w *Buncie czytelników* użył tego określenia do opisanego twórców, którzy kierują swoimi opowieściami tak, by odbiorca sam mógł zinterpretować opisaną tam rzeczywistość. „Nie ma szansy istnienia w kulturze ani autor, ani pośrednik, którzy nie szanują czytelnika, deprecjonują jego umiejętności, wyobrażenia, wiedzę, jego świat, potrzeby psychiczne, przyzwyczajenia i oczekiwania czytelnicze” – pisał wtedy badacz (s. 126), a aktualne listy bestsellerów w Polsce (np. Empiku, Bonito, Taniej Książki) pokazują tylko, jak ważna była to obserwacja. Jako znaczące jawi się także podkreślenie przez Leszczyńskiego, że szacunek wobec młodego czytelnika i rola towarzysza podróży powinny być domeną nie tylko pisarzy, lecz również tzw. pośredników, czyli, w przypadku literatury młodzieżowej, wydawnictw i ich partnerów biznesowych czy influencerów książkowych. Przywołana tu idea marki jako osoby – współcześni autorzy, bookstagramerzy i booktokerzy, a czasem także sami wydawcy, to osoby młode, co stanowi już nie – jak bywało niegdyś – wadę, a zaletę. Wiek współczesnych pośredników lektury okazuje się kluczowy również dlatego, że świat literatury poznawali za pośrednictwem nie polskich, ale angielskich i amerykańskich lektur, takich jak *Harry Potter*, *Zmierzch* czy *Igrzyska śmierci*. To one stanowią dla nich główny punkt odniesienia<sup>24</sup>. Być może dlatego (r)ewolucja literatury młodzieżowej za-

---

<sup>24</sup> Weronika Anna Marczak jako swoje główne inspiracje wymieniła *Harry’ego Pottera*, *Zmierzch* i *Pamiętniki wampirów* (Szot, 2023).

częła się w Polsce dopiero w pandemii – to wtedy dorosło pierwsze pokolenie Polaków wychowanych na young adult, które w ostatnich latach zaczęło przekładać model znany z anglojęzycznych tekstów na polski grunt.

Jedną z najważniejszych przyczyn przemian w literaturze młodzieżowej obecnej na polskim rynku książki okazuje się także czynnik w postaci ekspozycji na nowego rodzaju treści. Jak wskazuje Marciniak (2021, s. 140–141), na przekształcenia tej kategorii wpływ mogło mieć przede wszystkim poszerzenie się grupy docelowej YA, spowodowane m.in. popularnością *Harry’ego Pottera* czy wzrostem jakości publikowanych tekstów, jak również pojawienie się zróżnicowania gatunkowego, rozszerzenie lubianych światów w kierunku francyz i fan fiction<sup>25</sup> czy rozwój mediów książkowych. Ten ostatni aspekt wydaje się szczególnie ważny – firma McKinsey w badaniach nad pokoleniem Z (czyli, według tego przedsiębiorstwa, osobami urodzonymi między 1995 a 2010 rokiem i tym samym obecnymi czytelnikami literatury młodzieżowej<sup>26</sup>) wskazała, że dla tej grupy kluczowe jest funkcjonowanie w środowisku hybrydycznym, łączącym sfery cyfrową i rzeczywistą (np. czytanie książki popularnej w mediach społecznościowych; Francis, Hoefel, 2018). Stosując terminologię Jenkinsa (2006/2007), zjawisko to można nazwać potrzebą kultury konwergencyjnej, przy czym badacz rozumie konwergencję jako „przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów, którzy dotrą niemal wszędzie, poszukując takiej rozrywki, na jaką mają ochotę” (s. 9). Innymi słowy, młodym czytelnikom nie wystarczy już tylko sam tekst: by dana książka stała się dla nich ważna, należy zapewnić im przekaz wykraczający poza sam proces czytania.

Wiedza na temat wyników analiz nad pokoleniem Z okazuje się znaczącym kontekstem rozważań dotyczących jej kultury czytelniczej, potrzebnym do pełnego zrozumienia, czego od literatury młodzieżowej oczekują współczesni nastolatki. Badacze stojący za raportem *Trend Impact YOUTH* (Gębarowska, Warzybok, Zajączkowska, Siwiński, Gawlik, Wołczyk, Kus, Janik, Grybś-Kabocik, Matuszak, Bułanow, Oszczyk, Krakowiak, Zamojska, Sieczkowski, Czajkowska, Prokopiuk, Król, Jaworska, Kowalczuk, 2024) określili

---

<sup>25</sup> Ciekawym przykładem wpływu fan fiction na rodzimą literaturę młodzieżową jest powieść *Fanfik* Natalii Osińskiej z 2016 roku (Wydawnictwo Krytyki Politycznej), jak również jej kontynuacje *Slash* (ten sam wydawca, 2017) i *Fluff* (Agora, 2019) oraz ekranizacja Netflixa z 2023 roku (na temat powieści pisze np. Bogusz Malec, 2017).

<sup>26</sup> McKinsey stosuje przedział o dwa lata krótszy od najpopularniejszego (tzn. 1995–2012), którego używa m.in. badaczka idei pokoleń Jean Twenge (2023).

trendy widoczne wśród młodych wspólnym mianem „YOU DO YOU” (s. 5), czyli skupieniem się na sobie, swoich potrzebach, marzeniach czy planach. Ta grupa wiekowa ceni sobie możliwość indywidualnej ekspresji i funkcjonowanie poza odgórnymi podziałami, co na rynku wydawniczym objawia się m.in. w postaci poczucia, że książka stanowi nie tylko przedmiot, lecz także reprezentację jej czytelnika (Rozaki, 2023, s. 6). Dla młodych liczą się relacje „tworzone z ludźmi, z którymi można dzielić wspólne pasje i zainteresowania” (Gębarowska, Warzybok, Zajązkowska, Siwiński, Gawlik, Wołczyk, Kus, Janik, Grybś-Kabocik, Matuszak, Bułanow, Oszczyk, Krakowiak, Zamojska, Sieczkowski, Czajkowska, Prokopiuk, Król, Jaworska, Kowalczuk, 2024), dlatego też chętnie angażują się oni w społeczności takie jak BookTok czy Bookstagram. Jak pokazują dane McKinsey (Francis, Hoefel, 2018), przedstawiciele pokolenia Z potrafią mobilizować się na rzecz wspólnej sprawy (np. przekonania wydawnictwa do wznowienia popularnego kiedyś cyklu). Wierzą w rozwiązywanie problemów za pomocą dialogu – widać to chociażby w książkach młodzieżowych na ważne społecznie tematy, takich jak te z uniwersum *Heartstoppera* Alice Oseman (2018–2023; wyd. pol. – Jaguar, 2021–2023). Do wszelkich instytucji (m.in. firm) współcześni nastolatki podchodzą natomiast w sposób analityczny i pragmatyczny, dlatego przekonanie ich do zakupu danej pozycji jest dużo trudniejszym zadaniem niż w przypadku innych grup wiekowych. Młodzi okazują się też bardziej otwarci i wykazują większą akceptację dla inności niż poprzednie pokolenia (Gębarowska, Warzybok, Zajązkowska, Siwiński, Gawlik, Wołczyk, Kus, Janik, Grybś-Kabocik, Matuszak, Bułanow, Oszczyk, Krakowiak, Zamojska, Sieczkowski, Czajkowska, Prokopiuk, Król, Jaworska, Kowalczuk, 2024), co może wyjaśniać, dlaczego w ostatnich latach YA otworzyło się na reprezentację osób queer, różnorodnych rasowo i etnicznie oraz z niepełnosprawnością<sup>27</sup>.

Twórcy raportu McKinsey (2018) podkreślają, że dorastający czytelnicy całe swoje życie funkcjonują w świecie konsumpcji, ale rozumieją ją inaczej, niż czyniły to poprzednie pokolenia – satysfakcję daje im nie ideologia czy posiadanie przedmiotów, ale dostęp do różnego rodzaju treści i możliwość

---

<sup>27</sup> Kampanie mające na celu wprowadzenie większej różnorodności [*diversity*] w literaturze dla nastolatków i w świecie jej wydawców rozpoczęły się na dużą skalę w reakcji na panel dyskusyjny na temat YA na BookConie w 2014 roku, którego wszyscy uczestnicy byli białymi cis mężczyznami. Rok później opracowano pierwszy raport na temat różnorodności na rynku wydawniczym autorstwa Lee & Low Books, który opublikowano w styczniu 2016. W raporcie opracowanym w 2019, a opublikowanym przez Lee & Low Books 28 stycznia 2020 roku wskazano, że sytuacja zmienia się na korzyść wprowadzenia marginalizowanych autorów do głównego nurtu.

ich personalizacji. Dlatego też ich dobór lektur nie opiera się na określonym kanonie, a przynajmniej nie na kanonie w tradycyjnym tego słowa znaczeniu (Hughes, 2017). Inspirowani obiegiem rówieśniczym i internetowym (Zasacka, 2014), młodzi dorośli w swoich zestawieniach *must-reads* umieszczają przede wszystkim to, co zauważają na listach bestsellerów czy na BookToku. W efekcie ich pamięć kulturowa okazuje się stosunkowo krótka, a przy tym wyjątkowo podatna na zmiany (Hughes, 2017, s. 14).

Należy zwrócić uwagę na jeszcze jeden fakt związany z grupą docelową YA. Jako że składa się ona głównie z kobiet (potwierdzają to chociażby raporty Instytutu Badań Edukacyjnych, np. Bulkowski, Kaźmierczak, 2023; Zasacka, 2020), literatura młodzieżowa odzwierciedla przede wszystkim ich czytelniczy *modus operandi*. Nie idzie tu tylko o fakt, że Polki chętnie sięgają zarówno po literaturę obyczajową, jak i fantastykę, co wpływa na różnorodność dostępnych na rynku książek. Mam tu na myśli przede wszystkim sposób, w jaki czytają. Jak podkreśla Zofia Zasacka (2020, s. 161), kobiety doceniają głównie te lektury, które pozwalają zaangażować się w opowieść, a także utożsamić z bohaterami. Ich ulubione historie to te, które potrafią wzruszyć i wzbudzić empatię. Najbardziej znaczące wydaje się to, że dla płci żeńskiej czytanie jest zjawiskiem społecznosciowym, opartym na wspólnym przeżywaniu lektur (s. 191). Współcześnie potrzeba wspólnego czytania może wynikać jednak nie tylko z płciowych preferencji względem lektury: Justyna Suchecka w rozmowie z Karoliną Lewestam (2023) jako inną potencjalną przyczynę aktywności tego typu zaproponowała odpowiedź na odczuwaną przez wielu nastolatków samotność<sup>28</sup>. Tworzenie społeczności wokół z natury samotniczego czytania i pisania może nie tylko dawać poczucie przynależności, lecz także rozwiązywać często sygnalizowany problem związany z brakiem osób zainteresowanych lekturą w bliskim otoczeniu<sup>29</sup>.

Bezpośrednią konsekwencją społecznosciowego postrzegania procesu czytania jest również rozwój kultury partycypacyjnej w rozumieniu Jenkinsa (Clinton, Jenkins, Purushotma, Robison, Weigel, 2005). Kultura uczestnictwa, gdyż tak brzmi alternatywne polskie tłumaczenie tego pojęcia, wiąże się

<sup>28</sup> Na samotność jako jeden z głównych problemów współczesnej młodzieży wskazują chociażby autorzy raportów *MŁODE GŁOWY* (Dębski, Flis, 2023) i *Trend Impact YOUTH* (Gębarowska, Warzybok, Zajączkowska, Siwiński, Gawlik, Wołczyk, Kus, Janik, Grybś-Kabocik, Matuszak, Bułanow, Oszczyk, Krakowiak, Zamojska, Sieczkowski, Czajkowska, Prokopiuk, Król, Jaworska, Kowalczyk, 2024).

<sup>29</sup> Trudność ze znalezieniem osób dzielących pasję do lektury jest przez wielu influencerów wymieniana jako główna przyczyna założenia książkowego konta (Popławska, 2021, s. 14–15).

z rezygnacją z tradycyjnego podziału na nadawcę i odbiorcę treści. W nowym świecie liczy się przede wszystkim możliwość ekspresji i zaangażowania przy relatywnie niskim progu wejścia (np. nakręcenie tiktoka nie wymaga od czytelnika zaawansowanych umiejętności ani specjalistycznego sprzętu), wsparcie w odniesieniu do tworzenia i dzielenia się swoimi dziełami (co widać chociażby na Wattpadzie), przekazywanie wiedzy mniej doświadczonym przez autorytety (czynią to choćby wydawcy edukujący na tematy związane z Miesiącem Dumy), a także poczucie wpływu na rzeczywistość i więzi między członkami społeczności (s. 3). Dlatego też w kulturze partycypacyjnej często stosuje się metody takie jak wspólne rozwiązywanie problemów (np. wybieranie ostatecznej wersji okładki danej książki w głosowaniu na mediach społecznościowych), afiliacje, czyli formalne i nieoficjalne systemy przynależności (np. czytanie tych samych książek co TikTok Book Club czy Hot Coffee Book Club w określonym miesiącu<sup>30</sup>), ekspresje w postaci tworzenia związanych z danym elementem kultury mediów (np. fan fiction czy memów) oraz cyrkulacje jako środki, za pomocą których dokonuje się wymiany treści (np. podcasty o książkach; s. 3). Być może to właśnie wykorzystanie przez platformę Wattpad elementów kultury partycypacyjnej sprawiło, że książki stamtąd pochodzące są obecnie tak popularne – w ich przypadku liczy się bowiem nie tylko proces czytania, lecz także pisanie i wpływania na tworzenie.

Chciałabym wrócić jeszcze do opisanych przez lektur realizujących opisany przez Rogowicz (2017) PRL-owski model literatury młodzieżowej. Ostatnią z przyczyn niechęci polskich czytelników do powieści pisanych przed 1989 roku jest bowiem niewyjaśniona jeszcze przeze mnie niszczość. Rogowicz stwierdziła, że rodzima literatura młodzieżowa nie może rozwinąć się w naszym kraju, ponieważ brakuje w niej tekstów łączących w sobie aktualność, przystępność i rozpoznawalność. Siedem lat po publikacji jej artykułu, w dobie

---

<sup>30</sup> TikTok Book Club (TTBC) – kolektyw polskich influencerów książkowych o imponujących zasięgach na Instagramie i TikToku (@antek\_czyta, @podczytany, @książkowa.baba, @kingaxvss, @give.me.books), funkcjonujący od stycznia do lipca 2023 roku. Projekt polegał na comiesięcznych spotkaniach, podczas których grupa razem z gościem specjalnym omawiała na transmisjach typu *live* na TikToku wybraną premierę książkową. Ich działania miały duży wpływ na sprzedaż docenianych przez nich pozycji ze względu na wierną społeczność zaangażowaną w aktywność każdej z osób należących do inicjatywy. Hot Coffee Book Club (HCBC) prowadzony przez Nelę (@culturomaniaczka) od października 2023 roku przypomina za to Reese’s Book Club aktorki Reese Witherspoon – czytaniu książki miesiąca towarzyszą poświęcone jej kampanie w mediach społecznościowych, w których uczestniczą popularni bookinfluencerzy, a także wydarzenia tematyczne i konkursy. Klub ten ma nawet własny *merch* (m.in. torby czy bluzy).

Wattpada i młodzieżowych głosów spoza niego, stwierdzenie to nie jest już jednak uzasadnione. Polska literatura młodzieżowa w latach okołopandemicznych wyszła z cienia, znalazła swoją własną drogę i stała się ważnym elementem rynku wydawniczego.

## Zakończenie

„Jeśli książka nie będzie oddawała dynamizmu tego świata, jeśli nie będzie przystawała do oczekiwań młodego pokolenia i jego psychicznych i intelektualnych potrzeb, zostanie wyparta z horyzontu doświadczeń” – pisał Leszczyński (2010, s. 209). Jego refleksja sprzed prawie 15 lat wydaje się szczególnie aktualna w kontekście współczesnym, gdy literatura młodzieżowa epoki PRL powoli przestaje funkcjonować w obiegu czytelniczym. W niniejszym artykule podjęłam próbę opisanie zjawiska, jakim było przejście od książek znanych rodzicom i dziadkom współczesnych nastolatków do tych, które czytają oni sami. Przejście to prawdopodobnie nie miałyby miejsca, gdyby nie transformacja ustrojowa, która na rynku książki przybrała postać prywatyzacji wydawnictw, uwolnienia literatury spod ograniczeń cenzury i zadania kresu obostrzeniom technicznym. Praprzyczyną amerykańskiej polskiego rynku wydawniczego – gdyż takie określenie należy tu zastosować, wzięwszy pod uwagę, że to w większości z tego kraju pochodzą tak książki uznawane za wzór young adult, jak również terminologia branżowa czy nomenklatura stosowana przez influencerów – było pojawienie się przekładów megabestsellerów (*Harry’ego Pottera* J. K. Rowling, *Zmierzchu* Stephenie Meyer, *Igrzysk śmierci* Suzanne Collins i powieści Johna Greena). Osoby wychowane na ich lekturze rozpoczęły rewolucję literatury młodzieżowej: rozwój wydawnictw rozumianych nie jako instytucje kultury, lecz jako marki, ustanowienie Book-Toka najbardziej znaczącym medium książkowym oraz wprowadzenie na rynek nowych polskich autorów (przede wszystkim z Wattpada). Wskutek tych zmian segment powieści dla nastolatków w 2023 roku wygląda zupełnie inaczej niż jeszcze kilka lat temu.

Do zmiany literatury młodzieżowej przyczyniły się przeobrażenia wrażliwości młodych czytelników, z którymi związane było poczucie dezaktualizacji, opresyjności i niszowości literatury modelu PRL. Rozwiązaniem sytuacji okazało się odejście twórców i pośredników (wydawców, influencerów) od roli mentorów na rzecz towarzyszy czytelniczej podróży. Ta decyzja, jak również zastosowanie przez rynek książki metod, które można analizować za pomocą teorii kultury partycypacyjnej i konwergencyjnej, okazały się odpowiadać pokoleniu Z, rozumiejącemu czytanie jako czynność społecznościową.

Na koniec moich rozważań pozostawiłam jeszcze jedno pytanie: co dalej? Jeśli mowa o mediach społecznościowych, BookTok zaczyna mieć coraz większy wpływ na literaturę dla starszych czytelników<sup>31</sup>, a zjawiska zaprezentowane w niniejszym artykule stają się udziałem książek dla dorosłych. Mimo to YA wciąż ma się dobrze – zarówno w Polsce, jak i na świecie nadal pojawiają się nowe bestsellerowe tytuły autorstwa znanych pisarzy i debiutantów. Nie zmienia to jednak faktu, że w ciągu kilku najbliższych lat rynek książek dla młodzieży może znów spowolnić. Czy będzie to równoznaczne z całkowitym kryzysem? Odpowiedź najprawdopodobniej brzmi: nie, ponieważ doświadczenie wydawców z USA pokazuje, że nowe sukcesy przychodzą falami, wraz z banalizacją dotychczasowych form i pojawianiem się nowych (Cart, 2022). Jedno można stwierdzić z pewnością – nie cofniemy się do czasów, gdy autor był dla czytelnika mentorem, a media społecznościowe nie miały znaczenia dla rynku książki. Rewolucja na rynku literatury młodzieżowej już nastąpiła, a jej konsekwencje będą trwałe. To, w jakim kierunku będzie ewoluować young adult, zależy od autorów, wydawnictw i, co najważniejsze – czytelników.

Pytanie, co dalej, należy zadać również badaczom literatury. Segment powieści dla młodzieży wciąż jest mapą pełną białych plam. Warto rozpoznać na gruncie naukowym są tak współczesne lektury nastolatków (także te z Wattpada), jak przyczyny i konsekwencje ich pojawienia się na rynku. Rozważać je można za pomocą wielu perspektyw: literaturoznawczej, ale również socjologicznej, bibliologicznej, ekonomicznej, marketingowej czy psychologicznej. W ramach niniejszego artykułu podjęłam również próbę wykazania, że książki dla młodzieży da się (i należy) analizować w sposób interdyscyplinarny, czerpiąc chociażby z nauki o mediach czy teorii zarządzania. A badać je warto, ponieważ to one, obok pozycji dla młodszych grup wiekowych, są tym, co kształtuje nas jako czytelników – i nie tylko.

## Bibliografia

Adamus, M. (2022, 24 września). „BookTok kazał mi to przeczytać”. *Krytyka Polityczna*. Pobrane 20 czerwca 2023 z: <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/magdalena-adamus-booktok-co-czytaja-nastolatki/>.

---

<sup>31</sup> „Sprzedaż początkowo koncentrowała się na pozycjach young adult, ale, jak wskazuje BookScan, BookTok staje się coraz potężniejszy w literaturze dla dorosłych. Romans to kolejna ważna kategoria, tuż za nią plasują się science fiction i fantasy. Ale nawet klasyki takie jak *Wichrowe Wzgórze* i *Wielki Gatsby* zyskują trochę tiktokowej miłości” (Harris, 2022); tłumaczenie autorki artykułu – Jadwigi Mik.



- Alter, A., Harris, E. A. (2023, 3 lipca). TikTok sells a lot of books: Now, its owner wants to publish them, too. *New York Times*. Pobrane 10 lipca 2023 z: <https://www.nytimes.com/2023/07/01/books/tiktok-book-publishing-bytedance.html>.
- Arzbaeher, L. (2023, 18 lipca). 10 books you didn't know started out as fan fiction, from *Twilight* to *Star Wars*-inspired stories. *Business Insider*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://www.businessinsider.com/guides/learning/fanfiction-books?r=US&IR=T#after-by-anna-todd-4>.
- Bulkowski, K., Kaźmierczak, J. (2023). *Przeczytać i zrozumieć. Wyniki międzynarodowego badania osiągnięć czwartoklasistów w czytaniu – PIRLS 2021*. Instytut Badań Edukacyjnych.
- Całek, A., Olkusz, K., Korczak, A., Skowera, M. (2017). Ta dziwna instytucja zwana fantastyką młodzieżową. *Creatio Fantastica*, 56(1), s. 115–125.
- Cart, M. (2022). *Young adult literature: From romance to realism* (wyd. 4). ALA Neal-Schuman.
- Cerézo, A. (2023, 28 czerwca). From fan fiction to TikTok: Long live the microgenre. *Book Riot*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://bookriot.com/from-fan-fiction-to-tiktok-long-live-the-microgenre/>.
- Chymkowski, R., Koryś, I., Zasacka, Z. (2024). *Stan czytelnictwa książek w Polsce w 2023 roku*. Biblioteka Narodowa.
- Chymkowski, R., Zasacka, Z. (2021). *Stan czytelnictwa w Polsce w 2020 roku*. Biblioteka Narodowa.
- Clinton, K., Jenkins, H., Purushotma, R., Robison, A., Weigel, M. (2005). *Confronting the challenge of participatory culture: Media education for the 21<sup>st</sup> Century*. MIT Press.
- Curcic, D. (2023, 30 stycznia). Young adult book sales statistics. *WordsRated*. Pobrane 10 sierpnia 2024 z: <https://wordsrated.com/young-adult-book-sales/>.
- Cykorz, K. (2022, 16 października). Mili młodzi ludzie. *Dwutygodnik*. Pobrane 10 czerwca 2023 z: <https://www.dwutygodnik.com/arttykul/10458-mili-mlodzi-ludzie.html>.
- Czytelnia Wydaje Nam Się. (2023). Pobrane 20 maja 2023 z: <https://www.facebook.com/groups/czytelniawns/>.
- Deahl, R., Rosen, J. (2012, 14 grudnia). New adult: Needless marketing-speak or valued subgenre?. *Publishers Weekly*. Pobrane 30 maja 2023 z: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publishing-and-marketing/article/55164-new-adult-needless-marketing-speak-or-valued-subgenre.html>.
- De Leon, R. (2022, 31 grudnia). TikTok figured out an easy way to recommend books: The results were dubious. *Slate*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://slate.com/culture/2022/12/booktok-trope-sales-romance-fantasy-genre.html>.
- Dębski, M., Flis, J. (2023). *MŁODE GŁOWY. Otwarcie o zdrowiu psychicznym. Raport z badania dotyczącego zdrowia psychicznego, poczucia własnej wartości i sprawczości wśród młodych ludzi w Polsce*. Fundacja Unaweza.

- Donahue, D. (2013, 15 kwietnia). New adult fiction is the hot new category in books. *USA Today*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://eu.usatoday.com/story/life/books/2013/04/15/new-adult-genre-is-the-hottest-category-in-book-publishing/2022707/>.
- Dyrda, W. (2022, 23 września). Historia marki We need YA, czyli jak to się zaczęło?. *We need YA*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://wenedya.pl/2022/09/23/historia-we-need-ya/>.
- Ellis, M. (2024, 26 lutego). Harry Potter fan fic *Manacled* has the internet under its spell. How author SenLinYu turned it into a book deal. *USA Today*. Pobrane 10 sierpnia 2024 z: <https://www.today.com/popculture/books/manacled-senlinyu-alchemised-interview-rcna138822>.
- Farshore, HarperCollins Children's Books. (2024). *The Farshore and HarperCollins Children's Books annual review of children's reading for pleasure, 2024*. Pobrane 10 sierpnia 2024 z: <https://www.farshore.co.uk/wp-content/uploads/sites/46/2024/04/The-Farshore-and-HCCB-Annual-Review-of-Childrens-Reading-for-Pleasure-1.pdf>.
- Faulstich, W. (2019). Teoria systemu społecznego obiegu literatury (K. Kozłowski, M. Kasprzyk, tłum.). *Przestrzenie Teorii*, 32, 435–451. (wyd. oryg. 2000).
- Flood, A. (2021, 25 czerwca). The rise of BookTok: meet the teen influencers pushing books up the charts. *The Guardian*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://www.theguardian.com/books/2021/jun/25/the-rise-of-booktok-meet-the-teen-influencers-pushing-books-up-the-charts>.
- Francis, T., Hoefel, F. (2018, 12 listopada). „True Gen”: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: [https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies#](https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies#/).
- Gębarowska, A., Warzybok, A., Zajązkowska, B., Siwiński, K., Gawlik, K., Wołczyk, E., Kus, E., Janik, K., Grybś-Kabocik, M., Matuszak, J., Bułanow, M., Oszczyk, F., Krakowiak, M., Zamojska, W., Sieczkowski, S., Czajkowska, A., Prokopiuk, A., Król, J., Jaworska, M., Staniszevska, P., Ogłaza, T., Osip-Krystek, A., Łebkowska, A., Gierasimiuk, J., Banach, M., Kacpura, J., Detlaf, T., Zdrodowski, D., Chomentowska, G., Koprowska, M., Niżnik-Chojnowska, W., Cembala, S., Kubica-Ścieszko, E., Idzik, P., Kowalczyk, A. (2024). *Trend impact YOUTH. Przez pryzmat młodych*. PTBRiO.
- Gołębiowska, A. T. (2023, 22 kwietnia). Młodzież czyta coraz więcej. Biblioteka Narodowa publikuje raport o stanie czytelnictwa w 2022 roku. *Niestatystyczny*. Pobrane 20 czerwca 2023 z: <https://niestatystyczny.pl/2023/04/22/mlodzicz-czyta-coraz-wiecej-biblioteka-narodowa-publickuje-raport-o-stanie-czytelnictwa-w-2022-roku/>.
- Harris, E. A. (2022, 6 lipca). How TikTok became a best-selling machine. *New York Times*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://www.nytimes.com/2022/07/01/books/tiktok-books-booktok.html>.

- Haupt, A. (2018, 24 grudnia). How *The Outsiders*, *Harry Potter* and *The Hunger Games* transformed YA fiction. *The Washington Post*. Pobrane 20 marca 2023 z: [https://www.washingtonpost.com/entertainment/books/how-the-outsiders-harry-potter-and-the-hunger-games-transformed-ya-fiction/2018/12/24/525157da-03c8-11e9-9122-82e98f91ee6f\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/entertainment/books/how-the-outsiders-harry-potter-and-the-hunger-games-transformed-ya-fiction/2018/12/24/525157da-03c8-11e9-9122-82e98f91ee6f_story.html).
- Heska-Kwaśniewicz, K., Tałuć, K. (2013). Wstęp. W: K. Heska-Kwaśniewicz, K. Tałuć (red), *Literatura dla dzieci i młodzieży (1945–1989). Tom 3.* (s. 7–13). Wydawnictwo UŚ.
- Hughes, M. (2017). *BookTube and the formation of the young adult canon*. Portland State University.
- Jankowicz, G., Maręcki, P., Pałęcka, A., Sowa, J., Warczok, T. (2014). *Literatura polska po 1989 r. w świetle teorii Pierre’a Bourdieu. Raport z badań*. Korporacja Ha!art.
- Jenkins H. (2007). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* (J. Nowak, tłum.). Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. (wyd. oryg. 2006).
- Kois, D. (2023, 9 maja). An interview with the author whose novel is rocketing up the Amazon charts thanks to a tweet from someone called „Bigolas Dickolas”. *Slate*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://slate.com/culture/2023/05/amal-el-mohtar-bigolas-dickolas-tweet-interview.html>.
- Lamba, M. (2014, 7 sierpnia). The key differences between middle grade vs young adult. *Writer’s Digest*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://www.writersdigest.com/write-better-fiction/the-key-differences-between-middle-grade-vs-young-adult>.
- Laskowska, J. (2017). Rynek książki dla dzieci i młodzieży w Polsce. *Jednak książki*, 7, 201–210.
- Lee & Low Books. (2016, 26 stycznia). *Where is the diversity in publishing? The 2015 Diversity Baseline Survey results*. Pobrane 22 maja 2023 z: <https://blog.leeandlow.com/2016/01/26/where-is-the-diversity-in-publishing-the-2015-diversity-baseline-survey-results/>.
- Lee & Low Books. (2020, 28 stycznia). *Where is the diversity in publishing? The 2019 Diversity Baseline Survey results*. Pobrane 22 maja 2023 z: <https://blog.leeandlow.com/2020/01/28/2019diversitybaselinesurvey/>.
- Leszczyński, G. (2010). *Bunt czytelników. Proza inicjacyjna intergeneracji*. Wydawnictwo SBP.
- Lewestam, K. (2023, 6 czerwca). Nastolatki czytają! Tylko co?. *Pismo*. Pobrane 20 czerwca 2023 z: <https://magazynpismo.pl/kultura/wokolksiazek/karolina-lewestam-literatura-young-adults/?seo=pw>.
- Maher, J. (2022, 20 października). Frankfurt Book Fair 2022: „Romantasy” and revelry on the Fair floor. *Publishers Weekly*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/frankfurt-book-fair/article/90-668-frankfurt-book-fair-2022-romantasy-and-revelry-on-the-fair-floor.html>.

- Malec, B. (2017). Ludzie są jak fan fiction. Na przykładzie *Fanfika* Natalii Osińskiej. *Artes Humanae*, 2, 175–189.
- Marciniak, S. (2021). Zmiany i perspektywy rozwoju polskiego rynku literatury dla młodzieży. *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 14(2[27]), 125–156.
- Maughan, S. (2019, 13 września). Taking middle grade to market. *Publishers Weekly*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/81174-taking-middle-grade-to-market.html>.
- McKinsey. (2022, 29 listopada). *Three realities busting the Gen Z attention span myth*. Pobrane 15 maja 2023 z: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/email/genz/2022/11/29/2022-11-29b.html>.
- Mendruń, R. (2024). NIQ Webinar. Rynek książek w Polsce i na świecie według BookScan. *LinkedIn*. Pobrane 10 sierpnia 2024 z: <https://lnkd.in/dKHSwgGr>.
- Naughton J. (2014, 11 lipca). New adult: A book category for twentysomethings by twentysomethings. *Publishers Weekly*. Pobrane 4 maja 2023 z: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/63285-new-adult-matures.html>.
- Niesporek-Szamburska, B. (2009). Przekłady literatury dla dzieci i młodzieży – między przekazem wielokulturowym a zunifikowanym. W: K. Heska-Kwaśniewicz, K. Tałuc (red.), *Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980)* (s. 46–71). Wydawnictwo UŚ.
- Northall, G. (2023, 16 lutego). How BookTok revolutionised the romance genre. *Professional Writing Academy*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://www.profwritingacademy.com/how-booktok-revolutionised-the-romance-genre>.
- O’Sullivan, J. (2023, 13 października). Who is YA for? Editors discuss the category’s shifting boundaries. *Publishers Weekly*. Pobrane 10 sierpnia 2024 z: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/93417-who-is-ya-for.html>.
- Pawłowska-Tomczak, J. (2023, 16 lutego). Jak sprzedawać kulturę w sieci? – wywiad z Łukaszem Kierusem, prezesem zarządu Glosel sp. z o.o. sp. k. *Ecomersy*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://ecomersy.pl/jak-sprzedawac-kulture-w-sieci-wywiad-z-lukaszem-kierusem-prezesem-zarzadu-glosel-sp-z-oo-sp-k>.
- Pioneers (2023). #BookTok takes over Frankfurt. Pobrane 10 sierpnia 2024 z: <https://www.pioneers.agency/work/booktok-takes-over-frankfurt>.
- Popławska, P. (2021). *BookTube jako sieć gatunków. Analiza z perspektywy retorycznej krytyki gatunkowej* [nieopublikowana praca magisterska]. Uniwersytet Warszawski.
- Poznańskie Targi Książki. (2023, 2 lutego). *Strefa BookTokerów na Poznańskich Targach Książki*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://targikszazki.pl/pl/aktualnosci/strefa-booktokerow-na-poznanskich-targach-ksiazki/>.

- Pytlos, B. (2017). Serie wydawnicze literatury dla dzieci i młodzieży w latach 1990–2015 na podstawie wybranych wydawnictw. W: K. Tałuc (red), *Literatura dla dzieci i młodzieży. Tom 5* (s. 231–253). Wydawnictwo UŚ.
- Rogowicz, K. (2017). Literatura dla młodzieży – między popularnością a dydaktyzmem. *Z Teorii i Praktyki Dydaktycznej Języka Polskiego*, 26, 89–98.
- Rogowicz, K. (2018). BookTube. Młodzi dorośli o książkach i literaturze. *Z Teorii i Praktyki Dydaktycznej Języka Polskiego*, 27, 93–100.
- Rowe, A. (2018, 26 czerwca). Why Beth Reekles is the Wattpad success story behind Netflix hit *The Kissing Booth*. *Forbes*. Pobrane 21 marca 2024 z: <https://www.forbes.com/sites/adamrowe/2018/06/26/why-beth-reekles-is-the-wattpad-success-story-behind-netflix-hit-the-kissing-booth/?sh=6835868a28d5>.
- Rozaki, E. (2023). *Reading between the likes: The influence of BookTok on reading culture*. Utrecht University.
- Rybak, A. (2023, 17 maja). Poczuj się jak influencer w strefie #booktok na Targach Książki i Mediów Vivelo 2023. *Eska*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://www.eska.pl/news/poczuj-sie-jak-influencer-w-strefie-booktok-na-targach-ksiazki-i-mediow-vivelo-2023-aa-hUk8-vztT-cEju.html>.
- School Library Journal. (2021, 13 kwietnia). *YA goes adulting: 14 crossover titles with older teen characters*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://www.slj.com/story/14-crossover-ya-titles-with-older-teen-characters>.
- Shaffi, S. (2022, 15 sierpnia). Reader, I followed them: TikTok expands its content to tap into the BookTok phenomenon. *The Guardian*. Pobrane 15 czerwca 2023 z: <https://www.theguardian.com/books/2022/aug/15/reader-i-followed-them-tiktok-expands-its-content-to-tap-into-the-booktok-phenomenon>.
- Siuda, P. (2007). Fanfiction – przejaw medialnych fandomów. W: W. Gruszczyński, A. Hebda (red.), *Człowiek a media. Obserwacje – wizje – obawy* (s. 143–157). Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.
- Sobolewska, J. (2022, 7 sierpnia). Młodzież nic nie czyta? Nieprawda! Wystarczy zajrzeć do księgarni. *Polityka*. Pobrane 15 maja 2023 z: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/2175581,1,mlodziej-nic-nie-czyta-nieprawda-wystarczy-zajrzec-do-ksiegarni.read>.
- Sobolewska, J. (2023, 17 marca). *Rodzina Monet*. Nowy hit literatury młodzieżowej. Nieco lepszy niż Pizgacz. *Polityka*. Pobrane 30 maja 2023 z: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/2204788,1,rodzina-monet-nowy-hit-literatury-mlodziejowej-nieco-lepszy-niz-pizgacz.read>.
- Szot, W. (2023, 17 marca). Nie piszę na zamówienie czytelników, piszę na Wattpadzie. Sagę Weroniki Marczak czytają tysiące. *Wyborcza*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://wyborcza.pl/7,75517,29537143,mlodzi-ludzie-maja-awersje-do-polski.html>.
- Szyłło A. (2023, 2 czerwca). Booktokerki to niepoważne nastolatki? Jedno zdjęcie z książką w wannie podniosło Rusinkowi sprzedaż o 10 tysięcy. *Wyborcza*. Pobrane

5 czerwca 2023 z: [https://wyborcza.pl/magazyn/7,124059,29822817,booktokerki-to-niepowazne-nastolatki-jedno-zdjecie-z-ksiazka.html#S.embed\\_link-K.C.B.1-L.7.zw](https://wyborcza.pl/magazyn/7,124059,29822817,booktokerki-to-niepowazne-nastolatki-jedno-zdjecie-z-ksiazka.html#S.embed_link-K.C.B.1-L.7.zw).

Szymczak, R. (2023, 3 marca). Jak Pizgacz podbiła polską literaturę? Fenomen *Start a fire*. Empik. Pobrane 10 czerwca 2023 z: <https://www.empik.com/pasje/jak-pizgacz-podbila-polska-literature-fenomen-start-a-fire,130637,a>.

Tenderenda-Ożóg, E. (2023, 16 lutego). 150-proc. wzrost zainteresowania książkami Young Adult w Empiku. *Rynek książki*. Pobrane 20 marca 2023 z: <https://rynek-ksiazki.pl/aktualnosci/150-proc-wzrost-zainteresowania-ksiazkami-young-adult-w-empiku/>.

Tkaczyk, P. (2011). *Zakamarki marki*. Helion.

Twenge, J. (2023). *Pokolenia. Prawdziwe różnice między pokoleniami X, Y, Z, baby boomersami i cichym pokoleniem oraz co one oznaczają dla przyszłości zachodniego świata*. (A. Nowak-Młynikowska, tłum.). Smak Słowa. (wyd. oryg. 2023)

VichthoriaAnneScarlet. (2023, 18 lipca). [Opinia o *Tego lata stałam się piękna* Jenny Han]. *Lubimyczytać*. Pobrane 19 lipca 2023 z: <https://lubimyczytac.pl/ksiazka/tego-lata-stalam-sie-piekna/opinia/71432468>.

Wattpad Brand Partnerships. (2019, 27 marca). *The story of After from Wattpad to Hollywood*. Pobrane 21 marca 2024 z: <https://brands.wattpad.com/insights/the-story-of-after-from-wattpad-to-hollywood>.

We need YA. (2018). *O nas*. Pobrane 20 maja 2023 z: <https://wenedya.pl/o-nas/>.

Wydawnictwo Jaguar. (2023). *Kraków, Warszawa, znikające bilety, marzenia o spotkaniu, to wszystko się dzieje i wydarzy w kwietniu! Czekacie?*. Pobrane 15 czerwca 2023 r. z: <https://wydawnictwo-jaguar.pl/wydarzenie/163?slug=szalenstwo-w-zwiazku-z-przyjazdem-holly-black-do-polski>.

Zasacka, Z. (2014). *Czytelnictwo dzieci i młodzieży*. Instytut Badań Edukacyjnych.

Zasacka, Z. (2020). Czytelnictwo młodzieży szkolnej 2017. *Rocznik Biblioteki Narodowej*, 51, 11–242.