

Prace Filologiczne. Literaturoznawstwo 14(17) 2024  
ISSN 2084-6045; e-ISSN 2658-2503  
Copyright © Paweł Bernacki, 2024  
Creative Commons: Uznanie autorstwa 3.0 PL (CC BY)  
<https://doi.org/10.32798/pflit.1141>

PROJEKT *LOVECRAFT*.  
LOSY MARKI HOWARDA PHILLIPSA LOVECRAFTA  
NA POLSKIM RYNKU KSIĄŻKI

Project *Lovecraft*: The History of Howard Phillips Lovecraft's Brand  
on the Polish Book Market

PAWEŁ BERNACKI

Uniwersytet Wrocławski, Polska

E-mail: [pawel.bernacki@uwr.edu.pl](mailto:pawel.bernacki@uwr.edu.pl)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0170-3264>

A b s t r a c t

The aim of this article is to examine the reception Howard Phillips Lovecraft's works received on the Polish publishing market, paying special attention to their editorial quality. The research takes into account the period from 1981, when Lovecraft's first book was published in Poland, up until the present. This period can be roughly divided into three distinct stages: the early stage (1981–1991), the interim stage (1992–2011), and the late stage (2012 – up to the present), each stage being a reflection of a steady growth and transformation of Lovecraft's brand as an author. A great number of editorial errors and very poor quality of publishing, which are typical of books of the first period, suggest that the writer's position on the Polish book market is insignificant. The quality of editions of the second stage clearly improves, which indicates that Lovecraft gains general recognition as an author among Polish readers. From then on, he becomes a commodity himself and so does the phenomenon of the universe of Cthulhu. In the third period, the editions of Lovecraft's works reach a very high quality characteristic of the most appreciated authors. At the same time, the image of Lovecraft intertwines with the pop cultural perception of the universe of his own creation, becoming, in the end, its inherent part. The writer himself, on the other hand, is reduced to a mere trademark.

**Keywords:** book market, H. P. Lovecraft, the universe of Cthulhu, author's brand

S t r e s z c z e n i e

W tekście zbadano recepcję wydawniczą dzieł Howarda Phillipa Lovecrafta w Polsce, a szczególną uwagę poświęcono ich opracowaniu edytorskiemu. W analizowanym procesie wydzielono trzy okresy: wczesny (1981–1993), przejściowy (1994–2011) i dojrzały (od 2012). Każdy z nich był

odbiciem wzrostu i jednocześnie transformacji autorskiej marki Lovecrafta. Wątpliwa jakość wydań z pierwszego okresu wskazuje na niski status pisarza. W książkach z tych lat pojawia się mnóstwo błędów edytorskich, redaktorskich i translatorskich. Poziom edycji z drugiego etapu wyraźnie się podnosi, co sugeruje, że Lovecraft staje się rozpoznawalnym w Polsce autorem. Wydawcy podejmują kolejne próby rozpowszechniania jego marki wśród czytelników. Dochodzi do utowarowienia. Stopniowo popularność zyskuje też uniwersum Cthulhu. W okresie trzecim książkowe edycje dzieł pisarza osiągają bardzo wysoką jakość, charakterystyczną dla najbardziej cenionych autorów. Jednocześnie wizerunek Lovecrafta zaczyna scalać się ze stworzonym przez niego uniwersum i finalnie staje się jego częścią. Sam pisarz zostaje z kolei sprowadzony do roli znaku towarowego.

**Słowa kluczowe:** rynek książki, H. P. Lovecraft, uniwersum Cthulhu, marka autora

### **Autorytet Lovecrafta, marka Lovecrafta**

Kariera Howarda Phillipsa Lovecrafta nie była pasmem sukcesów. Przypominała raczej ciąg niepowodzeń, który sugerowałby, że nazwisko autora zniknie w mroku dziejów już kilka lat po jego śmierci. Pochodzący z Providence pisarz za życia opublikował tylko jedną książkę. Chodzi o fatalnej jakości wydanie *Shadow over Innsmouth* (*Widma nad Innsmouth*), liczące czterysta egzemplarzy, z których tylko połowa trafiła do sprzedaży. Doceniane dziś teksty Lovecrafta, takie jak powieść *At the Mountains of Madness* (*W Górach Szaleństwa*), były odrzucane zarówno przez oficyny wydawnicze, jak i popkulturowe periodyki specjalizujące się w literaturze grozowej. Po przedwczesnej śmierci pisarza w 1937 r. jego dzieła pozostawały rozproszone pomiędzy czasopismami w rodzaju „Weird Tales”, bogatą korespondencją i osobistymi notatkami. Grono fanów Lovecrafta ograniczało się zaś do kręgu znajomych i czytelników amatorskiej prasy. Używając terminologii Pierre’a Bourdieu, można stwierdzić, że za życia Lovecraft nie zgromadził ani kapitału ekonomicznego, ani symbolicznego, co sugerowałoby, że zostanie on w najlepszym razie ciekawostką na kartach historii literatury. Stało się jednak inaczej.

Przeszło pół wieku po śmierci Lovecrafta zafascynowany biografią i twórczością pisarza Michel Houellebecq porównywał popularność jego twórczości do szybko rozprzestrzeniającego się wirusa, który opanowuje umysły kolejnych czytelników. W dalszej części swojego wywodu francuski twórca wyliczał kilkunastu autorów będących pod ogromnym wpływem „ojca” Cthulhu, którzy nie tylko inspirowali się jego twórczością, ale otwarcie ją naśladowali. Ci pogrobowcy kopiowali charakterystyczne dla Lovecrafta schematy fabularne, używali podobnego języka, osadzali swoje utwory w wykreowanym przez mistrza świecie przedstawionym... Houellebecq stwierdza, że to zjawisko miało charakter systemowy, i konstatuje, iż stanowiło coś na wzór „mitu założycielskiego”<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> M. Houellebecq, *H. P. Lovecraft. Przeciw światu, przeciw życiu*, tłum. J. Giszczak, Warszawa 2020, s. 22–23.

Takowy nie mógłby powstać bez – rozumianego słownikowo jako: posłuch, szacunek, poważanie, respekt itp. – autorytetu, jaki Lovecraft miał u swoich czytelników i przyjaciół. Na pełną skalę uwidocznił się on po śmierci pisarza, gdy kolejne amatorskie czasopisma wypełniały się wspomnieniami o zmarłym i utworami mu poświęconymi. Uznający się za literackich spadkobierców Lovecrafta twórcy, tacy jak Robert Hayward Barlow, Donald Wandrei i przede wszystkim August Derleth, zaczęli gromadzić, zabezpieczać, opracowywać, a finalnie także publikować kolejne dzieła swojego mistrza. W ciągu następnych dziesięciu lat na rynku pojawiały się pierwsze pełnoprawne książki Lovecrafta, a zaraz po nich recenzje, także w czasopismach akademickich<sup>2</sup>. I choć działania te wpłynęły na zaznaczenie obecności pisarza na polu historii literatury, to wydaje się, że były one niewystarczające do zbudowania globalnej marki, jaką Lovecraft jest obecnie.

Ów proces był możliwy dzięki zespoleniu biografii autora z jego twórczością, które to zjawisko Dominik Antonik uważa za jedną z najważniejszych zmian wywołanych w kulturze masowej przez rewolucję przemysłową. Za sprawą tej transformacji działalność artystyczna staje się intermedialnym spektaklem, który nabiera charakteru autoreklamy<sup>3</sup>. Takie praktyki są jednocześnie istotną częścią procesu budowania autorskiej marki. Antonik określa ją, bazując na badaniach Scotta Lasha i Celi Lury, jako „rodzaj tożsamości, która nie zawiera się w poszczególnych wystąpieniach pisarza, ale przenika je. Jest wirtualnym rdzeniem tej twórczości, który aktualizuje się w materialnych realizacjach”<sup>4</sup>. Ten termin oznaczałby więc pewien intermedialny, wykreowany obraz autora, w którym to obrazie łączą się jego teksty, biografia, wystąpienia medialne, charakterystyczna dlań estetyka, adaptacje jego dzieł na inne media... Innymi słowy: wszystko to, co w zbiorowej wyobraźni zawiera się pod szyldem z nazwiskiem danego pisarza, co pozwala mu zdobyć autonomię, wyodrębnić się i być rozpoznawanym jako konkretny czy specyficzny.

Istotnym składnikiem tak rozumianej marki jest intensywne doświadczenie, stające się naszym udziałem, gdy wchodzimy z nią w relacje: „w przeciwieństwie do produktów, marki nie można posiadać. Kupując markowy produkt albo powieść Witkowskiego, nabywamy prawo do udziału w doświadczeniu marki. Wartość tej twórczości nie leży po stronie dzieła, ale jest nadawana z zewnątrz, jej elementem jest nasza relacja z marką”<sup>5</sup>. Analizując to zjawisko w odniesieniu do twórczości Michała Witkowskiego, badacz stwierdza, że funkcjonuje ona „nie poprzez autonomiczne książki, ale jako jeden wielki projekt o nazwie *Witkowski*”.

<sup>2</sup> S. T. Joshi, *H. P. Lovecraft. Biografia*, tłum. M. Kopacz, Poznań 2010, s. 1061–1102.

<sup>3</sup> D. Antonik, *Autor jako marka. Literatura w kulturze audiowizualnej społeczeństwa informacyjnego*, Kraków 2014, s. 46.

<sup>4</sup> Idem, *Autor jako marka*, „Teksty Drugie” 2012, nr 6, s. 72.

<sup>5</sup> Ibidem.

którego wartość jest oceniana na podstawie „skuteczności, z jaką opanował on wyobraźnię społeczną”<sup>6</sup>.

Tak zarysowany kontekst wydaje się użyteczny do analizy rozwoju marki Lovecrafta, z jednym z istotnym zastrzeżeniem. W tym przypadku działanie to nie nastąpiło w najmniejszym stopniu w wyniku autofikcji. Pełna zawodowych porażek biografia autora *Zewu Cthulhu* dobitnie pokazuje, że nie potrafił on ani zarządzać swoją karierą, ani budować własnego wizerunku. Realizacja wielkiego projektu *Lovecraft* rozpoczęła się już po jego śmierci i stała się udziałem tego, co Marcin Rychlewski, powołując się na Bourdieu, nazywa polami odpowiedzialności rynku wydawniczego i instytucji konsekrujących. Stanowią one najważniejsze sieci relacji kształtujące rynek książki. Na pierwsze składają się zjawiska związane z produkcją, dystrybucją i sprzedażą literatury, w drugim pierwszoplanową rolę odgrywają specjaliści, mający władzę przyznawania „certyfikatu jakości”<sup>7</sup>. Działania instytucji reprezentujących oba te pola sprawiły, że anonimowy artysta stał się globalną marką.

Projekt *Lovecraft* posiada również swój autorytet. Budowany jest on jednak już na innych fundamentach niż ten, którym cieszył się żyjący sto lat temu w Providence pisarz. Opiera się przede wszystkim na masowości, co Zygmunt Bauman uważał za jedną z najważniejszych cech ponowoczesnych autorytetów<sup>8</sup>. Swojej legitymizacji szuka on w „oddziaływaniu podmiotu autorytetu (osoby bądź instytucji) na innych ludzi”<sup>9</sup>. Nie przyznaje się go zatem na zawsze, podlega on nieustannemu sprawdzaniu i musi stale uprawomocniać swoją pozycję. Dynamiczność i relacyjność sprawiają z kolei, że często darzy się nim nie cały podmiot, ale „poszczególne jego części, fragmenty (wartości, wzory, normy, idee)”<sup>10</sup>.

Tak rozumiany autorytet jest nierozzerwalnie związany z marką. Z jednej strony daje podstawy do jej rozwijania, z drugiej – na owym rozwoju i popularności polega. Poważanie, jakim cieszył się Lovecraft u swoich admiratorów, sprawiło, że zaczęli oni rozpowszechniać jego twórczość, co wzbudziło z czasem zainteresowanie instytucji pól rynku wydawniczego i instytucji konsekrujących. Działania tychże w ciągu kilkudziesięciu lat doprowadziły do wykreowania silnej, intermedialnej marki osadzonej na wybranych elementach biografii (wyobcowanie, tajemniczość, tragizm) i dzieł (mitologia Cthulhu) pisarza z Providence – wielkiego projektu *Lovecraft*. Jego autorytet buduje się przez ciągłe wytwarzanie

<sup>6</sup> Ibidem, s. 72–73.

<sup>7</sup> M. Rychlewski, *Książka jako towar, książka jako znak. Studia z socjologii literatury*, Gdańsk 2013, s. 22–29.

<sup>8</sup> Z. Bauman, *Socjologia*, tłum. J. Łoziński, Poznań 1990, s. 128.

<sup>9</sup> M. Rewera, *Fragmentaryzacja i autonomia autorytetu*, w: *Przemiany i wartości stylów życia w ponowoczesności*, red. J. Daszykowska, M. Rewera, Warszawa 2010, s. 117.

<sup>10</sup> Ibidem, s. 118–119.

kolejnych medialnych produktów, gwarantujące mu rozpoznawalność u masowego odbiorcy i otwierające w świadomości tegoż ciąg właściwych skojarzeń.

W odniesieniu do książek proces ten ma swoje odbicie w opracowaniu edytorskim dzieł pisarza, czego dobrym przykładem jest polski rynek wydawniczy. W ciągu ostatnich czterech dekad edycje spuścizny Lovecrafta przeszły zdumiewającą transformację. Wydania z lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych mogłyby stanowić ucieleśnienie literatury wagonowej. Te z drugiej dekady XXI w. z kolei pod wieloma względami stanowią wzór do naśladowania. Dość powiedzieć, że wśród nich znajdują się nie tylko dopracowane estetycznie i redaktorsko wybory twórczości, ale także ekskluzywne albumy aspirujące do miana przedmiotów kolekcjonerskich. Te estetyczne transformacje są istotnym świadectwem budowania marki Lovecrafta i jednocześnie narzędziem, za pomocą którego wspomniane powyżej instytucje na nią wpływały. Powiada Rychlewski:

W procesie nadawania książce odpowiedniego wizerunku ważną rolę odgrywa nie tylko opis handlowy, ale również inny rodzaj operacji semantycznej. Przybiera ona postać pewnej manipulacji na poziomie *signifiant* książki, począwszy od najważniejszych elementów – okładki i typu oprawy, a skończywszy na rodzaju zastosowanego papieru. Jej efektem ma być między innymi uruchomienie u odbiorcy siatki skojarzeń na temat jakości oferowanego produktu<sup>11</sup>.

Twarda oprawa, obwoluta, szycie książki, kapitałka i im podobne będą świadczyły zatem o wysokim statusie dzieła i jego autora. Analogicznie klejona publikacja w miękkiej okładzinie z tandetną ilustracją na przodzie zasugeruje małe znaczenie danego pisarza oraz jego dzieła. Im więc lepsza jakość edytorska książki, tym większy kapitał symboliczny jej autora, wyższy stopień jego konsekracji.

### **Pisarz nieznany – polskie edycje dzieł H. P. Lovecrafta w latach 1981–1993**

Historię polskich wydań dzieł Lovecrafta pod kątem ich opracowania edytorskiego moglibyśmy podzielić na trzy etapy: wczesny, obejmujący lata 1981–1993, przejściowy, datowany na okres 1994–2011, i zapoczątkowany w 2012 r. dojrzały<sup>12</sup>. W pierwszym ze wspomnianych etapów ukazało się zaledwie sześć książek autorstwa Lovecrafta: *Weird fiction* (SFAN-Club, 1981), *Zew Cthulhu* (Czytelnik, 1983), *Potwór na progu* (Terra Phantasia, 1984), *W górach szaleństwa* (As Editor, 1990), *Ciekawy przypadek Charlesa Dextera Warda* (As Editor, 1991) oraz *Szepczący w ciemności* (Co-Libri RTW, 1992), będący jednak wznowieniem

<sup>11</sup> M. Rychlewski, op. cit., s. 108.

<sup>12</sup> Więcej o recepcji wydawniczej H. P. Lovecrafta w Polsce do roku 2013 pisze, proponując jednocześnie własną periodyzację, Jakub Mikulski: vide J. Mikulski, *Howard Phillips Lovecraft: autor, dzieło i jego recepcja wydawnicza w Polsce. Zarys problematyki*, „Studia o Książce i Informacji” 2013, nr 32, s. 31–43. Szczegółowy i rzetelny wykaz wszystkich polskich edycji Lovecrafta z kolei znajduje się w serwisie internetowym pisarza [www.hplovecraft.pl](http://www.hplovecraft.pl), redagowanym przez Mateusza Kopacza.

wydanego dziewięć lat wcześniej w Czytelniku wyboru opowiadań. Wykazywały one wiele cech wspólnych. Przede wszystkim nazwisko autora na okładce było niemal niewidoczne i ginęło pośród reszty kompozycji. Dominowały nad nim, jak w przypadku edycji SFAN-Clubu i Terry Phantasii, nadrukowane opasłymi wersalikami tytuły dzieł oraz – co charakteryzowało wydania As Editora – krzykliwy napis „THRILLER”. Taki sposób zaprojektowania okładek wskazuje, że pomimo wcześniejszych publikacji w prasie, w Polsce Lovecraft był autorem anonimowym. Jego nazwisko nie miało żadnej wartości marketingowej, więc było marginalizowane.

Kolejną cechą omawianych wydań jest brak związku między tekstem a ilustracjami na okładce. Na czterech z nich – oprócz wydania z Czytelnika i jego późniejszego wznowienia – widnieją karykaturalnie przedstawione potwory. To one mają przyciągać uwagę czytelnika i być wabikiem obiecującym mu interesującą lekturę. Jak pisze Bożena Hojka:

Pierwszy, a czasami jedyny, kontakt z książką to kontakt wzrokowy właśnie z jej okładką, a ściślej z pierwszą stroną okładki. Ten kontakt ograniczony bywa do kontaktu z okładką przez samego odbiorcę [...] lub też wynika ze specyfiki sytuacji komunikacyjnej częściej dla książki – mam tu na myśli wystawy sklepowe, prezentacje w księgarniach internetowych, prasie [...] czy katalogach wydawniczych i księgarskich, kiedy to okładka jest jedynym dostępnym narzędziem naszej percepcji<sup>13</sup>.

Wynika z tego, że w analizowanych przykładach to nie nazwisko autora miało sprzedać książkę. Tę funkcję pełniły jaskrawe kolory (wydania As Editora), szkaradne, choć komiczne wynaturzenia widoczne na ilustracjach, chwytliwe tytuły oraz podkreślanie przynależności gatunkowej (thriller, *weird fiction*). Te właśnie elementy sugerowały potencjalnemu nabywcy lekką rozrywkę z dreszczykiem emocji. Książka miała rzucać się w oczy, a jej okładka – obiecywać choć namiastkę grozy.

Ostatnią istotną właściwością omawianych wydań było ich fatalne opracowanie edytorskie, redakcyjne i translatorskie. Publikacje te przypominały raczej tanie broszury niż pełnoprawne wydawnictwa zwarte. Taka amatorskość, by nie rzec chałupniczość, była jednak charakterystyczna dla wydawanych nad Wisłą w latach dziewięćdziesiątych powieści grozy. Stanowiła w zasadzie immanentną cechę okresu nazywanego obecnie złotą erą horroru w Polsce, kiedy to:

Przestrzeń wydawniczą zaczęły zapełniać publikacje zagranicznych twórców grozy, a złąkani czytelnicy chłonili zarówno sam fakt, że ukazują się jakiegokolwiek książki, jak również słabą jakość wydań, sztamnową szatę graficzną, kiepski skład, a nieraz dosyć luźne przekłady oryginałów [...]. Określenie „złota” wskazywać by mogło najwyższą jakość pojawiającej się

<sup>13</sup> B. Hojka, *Okładka książkowa z perspektywy komunikacyjnej*, w: *W poszukiwaniu odpowiedniej formy. Rola wydawcy, typografa, artysty i technologii w pracy nad książką*, red. M. Komza, Wrocław 2012, s. 62.

wówczas w Polsce literatury grozy, jednak określenie lat dziewięćdziesiątych tym mianem nie wynika z apogeum jakościowego, raczej ilościowego, a przede wszystkim z faktu, że wreszcie horrory w polskim tłumaczeniu stały się dostępne<sup>14</sup>.

Co ciekawe, autorka cytowanego tekstu – Eliza Krzyńska-Nawrocka – wymieniając najważniejszych pisarzy tego okresu, ani razu nie wspomina o Lovecraftcie. I rzeczywiście, ustępował on nie tylko popularnym twórcom, takim jak Stephen King czy Graham Masterton, ale także drugo- i trzeciorzędnym autorom pulpowych horrorów, jak Harry Adam Knight, Dean Koontz czy Guy N. Smith. To kolejny dowód wskazujący, że pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku Lovecraft był pisarzem mało rozpoznawalnym, ginącym pośród wzbierającej fali popularności kolegów po piórze. Forma wydawnicza edycji jego dzieł stanowiła idealne odbicie tego stanu rzeczy. Być może z wyjątkiem publikacji Czytelnika *Zew Cthulhu*, odznaczającej się jakością wydania na tle reszty i z czasem zyskującej status kultowej<sup>15</sup>.

Brak znajomości prozy Lovecrafta na polskim rynku skutkowało wpisywaniem jej w ogromną falę publikowanych w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych XX w. w Polsce B-klasowych horrorów. Miało to wpływ na jakość przekładów pojawiających się wtedy dzieł autora *Zewu Cthulhu*. Jak zauważa Karolina Kwaśna:

Częste niedostosowanie strategii translatorskich do reguł narzucanych przez fabułę nie wynikało z niedbalstwa tłumaczy, lecz właśnie z powstałego chaosu, niewiedzy i braku materiału, do którego tłumacze mogliby porównać przekładane teksty. Ten nieszczęśliwy zbieg okoliczności sprawił, że przez długi czas twórczość Lovecrafta była kojarzona jedynie ze „śluzowatymi mackami”, które wyskakują na czytelnika z każdego opowiadania, i w takim duchu była też tłumaczona<sup>16</sup>.

Opisany stan rzeczy zaczął się jednak zmieniać w kolejnych dekadach, gdy to pochodzący z Providence pisarz stopniowo przestawał być dla polskiego odbiorcy anonimową postacią.

### **Początki marki – polskie edycje dzieł H. P. Lovecrafta w latach 1994–2011**

Wzrost statusu Lovecrafta w Polsce zaczyna być widoczny około roku 1994, kiedy to możemy mówić o zmianie w wydawaniu jego dzieł. Przede wszystkim pojawiało się ich znacznie więcej. Do 2012 r. opublikowano aż dwadzieścia pięć książek pisarza. Oprócz zbiorów opowiadań i powieści w 2000 r. nakładem oficyny Scutum na rynek trafiła słynna dziś teoretyczna rozprawa *Nadnaturalny horror*

<sup>14</sup> E. Krzyńska-Nawrocka, *Glosy grozy*, w: G. N. Smith, *Sabat. Antologia*, t. 2, red. S. Sokółski, tłum. Ł. Orbitowski et al., Szczecinek 2021, s. 551.

<sup>15</sup> J. Mikulski, op. cit., s. 39.

<sup>16</sup> K. Kwaśna, *Potworne czy nienazwane? Szkice o polskich przekładach opowiadań Howarda Phillipsa Lovecrafta*, Katowice 2021, s. 24.

w literaturze, której okładkę zdołała podobizna pisarza. Ta niepozorna ciekawostka pokazuje, że marka Lovecrafta w Polsce zaczęła się rozwijać. W tym kontekście warto również odnotować, że opublikowany siedem lat później przez W.A.B. esej Houellebecq'a *H. P. Lovecraft. Przeciw światu, przeciw życiu* „sprzedawała” zajmująca większość okładki fotografia autora *Zewu Cthulhu*. Podobny zabieg zastosowano w 2010 r., kiedy opublikowano biografię pisarza autorstwa Sunanda Tryambaka Joshiego. Na jej okładce portret Lovecrafta jest częścią większej kompozycji, na którą składają się charakterystyczne dla jego dzieł elementy, jak nieumarli i macki. Mniej więcej w tym okresie odnotowujemy zatem zacieśnienie związków między wizerunkiem autora, jego biografią i twórczością.

Wyraźnie zauważalna była także zmiana formy wydawniczej dzieł pisarza. Książki ukazujące się w tym czasie nakładem oficyn S.R. (lata 1994–1999), Copernicus Corporation (2002–2005) czy Zysk i S-ka (2004–2008) prezentowały znacznie wyższą od poprzedniczek jakość. Ich szata graficzna nadal sugerowała przynależność do literatury popularnej, ale nie raziła już swoją jarmarcznością. W publikacjach pojawiało się znacznie mniej błędów językowych i typograficznych, okładki w obrębie serii prezentowały się jednolicie, a umieszczone na nich ilustracje wykazywały związek z fabułą tekstów Lovecrafta. Znaczenia nabierało także samo nazwisko autora, które bywało określane sloganami „mistrz grozy”, „najślynniejszy autor opowieści grozy”, „kultowy autor grozy”, co było istotne z marketingowego punktu widzenia. Stosowanie różnego rodzaju technik perswazyjnych służyło ugruntowaniu marki autora. Jak zauważa Przemysław Narbutowicz: „Aby wyróżnić pisarza na tle licznej konkurencji, wydawcy oznajmniają na okładkach, że ich autor jest kimś wyjątkowym”. Dalej badacz dodaje zaś:

Widać więc, że wydawcy często stosują wybiegi, które pozwalają im usprawiedliwić określenie swojego autora jako najlepszego. Przeważnie zawężają grupę osób, wśród których dana osoba się wybija. W ten sposób nie twierdzą, że ich autor jest najlepszy, ale jedynie, że jest najlepszy pod jakimś względem. Stąd takie sformułowania jak „najpopularniejsza rosyjska autorka”, „jedna z najślawniejszych na świecie autorek literatury kobiecej”, „autor najzabawniejszych powieści przygodowych”<sup>17</sup>.

I ten właśnie mechanizm zadziałał w omawianym przypadku. Chodziło o to, by podkreślić rangę pisarza oraz, jednocześnie, otoczyć go pewnym kontekstem. Podobne funkcje pełniła tytulatura wydawanych przez Zysk i S-kę zbiorów dzieł pisarza. Wśród nich znajdziemy niczym się niewyróżniające dwa tomy *Najlepszych opowiadań*, ale także *Opowieści o makabrze i koszmarze*, *Sny o terrorze i śmierci* oraz *Droga do szaleństwa*<sup>18</sup>, które dobitnie sugerują

<sup>17</sup> P. Narbutowicz, *Sprzedać książkę po okładce. Techniki perswazji na okładkach książek literackich wydawanych w Polsce*, Warszawa 2012, s. 122, 123.

<sup>18</sup> Należy nadmienić, że są to polskie edycje zbiorów wydanych w Stanach Zjednoczonych.



czytelnikowi, jakiego typu literatury (i wywoływanych przez nią wrażeń) może się spodziewać.

Podobną funkcję pełnią kolejne tłumaczenia ukazujących się w Polsce tekstów pochodzącego z Providence pisarza, o czym wspomina Arkadiusz Luboń:

Konwencja umownie określana mianem „stereotypizacyjnej” dominuje w okresie, gdy sylwetka i twórczość autora z Providence jest już popularna w kulturze anglosaskiej, poza nią zaś – także w Polsce – co najmniej dobrze rozpoznawalna. Kształtowane przez tę konwencję tłumaczenia nie służą więc dłużej wstępnemu zapoznawaniu czytelników z literacką nowością zza oceanu, ale przede wszystkim ugruntowaniu sławy znanego już autora<sup>19</sup>.

Analogiczny cel ma umieszczanie w kolejnych polskich edycjach dzieł Lovecrafta załączków aparatu krytycznego, co stanowi następną charakterystyczną cechę wydań z omawianego okresu. Oprócz pola rynku wydawniczego zaczyna tu więc działać pole instytucji konsekrujących. W książkach pojawiają się krótkie wstępy bądź posłowania pióra autorów zarówno zagranicznych (Neil Gaiman, Sunand Tryambak Joshi, Robert Bloch, August Derleth), jak i polskich (Mateusz Kopacz, Piotr Jaskanis). Dodatkowo kolejne edycje opatrywane są przypisami, notami biograficznymi, bibliografiami... Ich poziom jest bardzo nierówny, sama jednak obecność materiałów uzupełniających i wprowadzających świadczy o rosnącym statusie Lovecrafta. Przestaje on być autorem anonimowym, którego nazwisko na okładce pojawia się niejako z przymusu. Teraz to ktoś, o kim warto pisać. Ukoronowaniem tych starań jest publikacja wspomnianej, liczącej sobie przeszło tysiąc stron, biografii Lovecrafta w przekładzie Mateusza Kopacza.

Coraz większe zainteresowanie wzbudza jednak nie tylko sama osoba pisarza, ale i uniwersum, które wykreował on w swoich tekstach. Warto tutaj nadmienić, że na okładkach pojedynczych wydań pojawiają się slogany „mitologia Cthulhu” oraz „autor *Historii Necronomiconu*”. Rozpoznawalność w Polsce zyskują więc również składniki budujące świat przedstawiony dzieł Lovecrafta. Stworzonym przez niego mitom poświęcane są niektóre omówienia jego dorobku. Innymi słowy: wykreowane przez twórcę z Providence uniwersum wybija się na niepodległość.

### **Wielki projekt *Lovecraft* – polskie edycje dzieł autora *Zewu Cthulhu* od 2012 r.**

Przełomowym momentem dla obecności autora w Polsce był rok 2012. Wtedy to – po niemal czteroletniej przerwie w wydawaniu Lovecrafta nad Wisłą – oficyna Vesper opublikowała liczący prawie osiemset stron tom *Zgroza w Dunwich i inne przerażające opowieści*. Zawiera on niemal wszystkie najważniejsze utwory pisarza

---

<sup>19</sup> A. Luboń, *Stuletnia weird fiction z Providence we współczesnej Polsce. Recepcja translatorska i konwencje przekładowe w tłumaczeniach prozy Howarda Phillipsa Lovecrafta na przykładzie polskich wersji opowiadania „Dagon”, „Tematy i Konteksty” 2018, nr 8 (13), s. 227–228.*

w nowym przekładzie Macieja Płazy<sup>20</sup>. Ceniony tłumacz opatrzył publikację krytycznym posłowiem, w którym wyjaśnia rewizyjny – używając terminologii cytowanego wcześniej Lubonia – wymiar swojego tłumaczenia, pisząc: „w pracy nad przekładem przyświecał mi zamiar prosty i zasadniczy: po raz pierwszy pokazać polskiemu czytelnikowi prawdziwe oblicze prozy Lovecrafta. Przetłumaczyć ją tak, jak na to zasługuje”<sup>21</sup>. Na niebagatelne znaczenie tomu wskazuje także fakt, że jest to pierwsze polskie wydanie dzieł pisarza z Providence w twardej oprawie. Książkę skrupulatnie dopracowano pod względem zarówno estetycznym, jak i redaktorskim. Lovecraft doczekał edycji, na jaką zasługują wyłącznie najważniejsze postaci historii literatury zagranicznej, co dobitnie świadczy o tym, że jego pozycja na polskim rynku wydawniczym została ugruntowana.

W kolejnych latach wydawnictwo Vesper opublikowało dwa obszernie wybory dzieł omawianego autora: *Przyszła na Sarnath zagłada. Utwory niesamowite i fantastyczne* oraz *Nemesis i inne utwory poetyckie* – oba w twardych oprawach, opatrzone aparatem krytycznym. Ta sama oficyna w 2019 r. zaczęła publikację kunsztownych albumów, w których opowiadania Lovecrafta wydrukowano na tle monumentalnych ilustracji François Barangera. Do dziś w tej serii ukazały się trzy książki: *Zew Cthulhu* i dwa tomy *W górach szaleństwa*. Na rok 2023 planowane jest wydanie *Zgrozy w Dunwich*. Dzieła pisarza publikowały także inne oficyny. W latach 2017–2021 nakładem Zyska i S-ki ukazały się *W górach szaleństwa i inne opowiadania*, *Bestia w jaskini i inne opowiadania* oraz *Obserwatorzy spoza czasu*. W przeciwieństwie do wcześniejszych edycji z tego wydawnictwa, wszystkie liczą przeszło pięćset stron, posiadają twarde oprawy oraz zostały wydane na papierze wysokiej jakości. Większy jest także ich format. Wzrost jakości i wiążący się z nim monumentalizm wydań pisarza są zauważalne nieuzbrojonym okiem.

Na rodzimy rynek zaczęło trafiać coraz więcej prac Lovecrafta. Oprócz niepublikowanych wcześniej w Polsce opowiadań były to poezje, listy oraz utwory współtworzone z innymi pisarzami. Zwrot w kierunku mało popularnych, szczególnie u masowego odbiorcy, gatunków, takich jak liryka czy korespondencja, podkreślał rosnący status Lovecrafta jako pisarza rozpoznawalnego, ale i zasłużonego. Co więcej, wydawcy zainteresowali się dziełami mistrzów autora *Zewu Cthulhu* – choćby lorda Edwarda Dunsany’ego – jak również książkami pisarzy nim zainspirowanych, w tym naśladowców. W sprzedaży pojawiły się publikacje Augusta Derletha, Thomasa Ligottiego, Victora LaValle’a, a także seria wydawnicza „Kroniki Arkham” oraz cykl gier paragrafowych *Choose Cthulhu*. Wszystkie miały wersje w twardej oprawie.

<sup>20</sup> Przekład otrzymał nagrodę „Literatury na Świecie”.

<sup>21</sup> M. Płaza, *W przeddzień potwornego zmartwychwstania*, w: H. P. Lovecraft, „*Zgroza w Dunwich*” i inne przerażające opowieści, tłum. M. Płaza, Poznań 2021, s. 788.

Ostatnia dekada świadczy o zmianie w postrzeganiu Lovecrafta na rodzimym rynku. Zainteresowanie nim stale rośnie i zdaje się, że trend ten będzie tylko przybierał na sile. Niewątpliwie jest to związane ze wzrostem popularności samego horroru. W ostatnich latach na rynku pojawiło się kilka wyspecjalizowanych w tym gatunku wydawnictw, takich jak Vesper, IX, Phantom Books, Dom Horroru i inne. W ich repertuarach znajduje się szerokie spektrum pozycji z zakresu literatury grozy: od niszowych animal horrorów oraz horrorów ekstremalnych, przez wznowienia klasycznych powieści, aż po publikacje autorów święcących tryumfy na zachodnich rynkach. Seria „Horror” pojawiła się w ofercie oficyny MAG, a Państwowy Instytut Wydawniczy wznowił swój popularny w PRL cykl *Opowieści niesamowite*.

Warto odnotować, że zmieniła się i forma wydawnicza reprezentujących ten gatunek książek. W większości przypadków nie przypominają już one amatorskich publikacji z początku lat dziewięćdziesiątych. Horrorzy są obecnie wydawane w twardych oprawkach, na papierze wysokiej jakości, nierzadko opatruje się je aparatem krytycznym. W wielu edycjach pojawiają się kunsztowne ilustracje. Zdarza się, że edytorska jakość kontrastuje z niskim poziomem samej literatury, czego najlepszym przykładem jest limitowana dwutomowa antologia *Sabat* zawierająca teksty zmarłego w czasie pandemii COVID-19 króla B-klasowego horroru Guya N. Smitha. Takie praktyki pokazują jednak, że wydawcy dokładają starań, by wydawać horrory w sposób atrakcyjny dla nabywcy i jednocześnie podnoszący ich rangę. O ile więc lata dziewięćdziesiąte były w Polsce złotą erą horroru pod kątem ilościowym, ostatnią dekadę można określić podobnym mianem w odniesieniu do jakości ich szaty edytorskiej.

Tłumaczenie rozwoju marki Lovecrafta samą tylko popularnością reprezentowanego przezeń gatunku jest jednak zbyt daleko idącym uproszczeniem. Nie daje ono także odpowiedzi na pytanie, co sprawiło, że nieznanymi trzydzieści lat temu szerokiemu odbiorcy w Polsce pisarz obecnie stanowi symbol literackiej grozy. Zrozumienie tej kwestii ułatwi przyjrzenie się okładkom wydawanych w ostatniej dekadzie rodzimych edycji Lovecrafta. Jak zauważa Magdalena Lachman:

Tak samo jak plakat, okładka nastawiona jest na szybką komunikację, czytelność przesłania, silną rozpoznawalność, także referencję. Twórca może za jej pomocą maksymalnie efektywnie wyeksponować siebie i swój przekaz, wskazać na źródło inspiracji, powinowactwa artystyczne czy pokoleniowe, tradycję konkretnego typu obrazowania albo zdystansowany do niego stosunek, a zarazem łatwo mu formułować czy wzmacniać światopoglądowe lub estetyczne credo<sup>22</sup>.

<sup>22</sup> M. Lachman, *Okładkowy stan posiadania (w literaturze najnowszej)*, „Teksty Drugie” 2012, nr 6, s. 101–117.

Jak już zaznaczono, od roku 2012 Lovecrafta zaczęto wydawać lepiej. Na wzrost jakości ukazujących się w ostatniej dekadzie edycji niebagatelny wpływ mają także ilustracje zdobiące ich okładki. Mamy tu do czynienia ze starannie dopracowanymi kompozycjami ściśle już związanymi z treścią dzieł autora z Providence. Na grafikach pojawiają się twory od razu kojarzące się z pisarzem: gargantuiczne morskie bestie – przede wszystkim Cthulhu – macki, cyklopowe (używając języka autora) budowle, fantastyczne krajobrazy kontrastujące z małutkimi postaciami ludzi. Warto odnotować, że w tożsamy sposób wydawane są inne produkty medialne nawiązujące do dzieł Lovecrafta: gry, filmy czy komiksy. W każdym z nich ikonografia składa się z tego samego zestawu charakterystycznych elementów. Dochodzi do standaryzacji marki.

Gdy na okładkach widnieje podobizna pisarza (np. w przypadku wydania zbioru listów i esejów *Koszmary i fantazje* z 2013 r. czy serii „Kroniki Arkham”), jest, jak wcześniej, otaczana sztafażem typowym dla uniwersum Cthulhu: okultyistycznymi symbolami, kośćmi, fantastycznymi potworami, mistycznymi księgami i, po raz kolejny, mackami, które stały się symbolem tego świata przedstawionego. Pojawiający się na grafikach autor to w zasadzie nie Lovecraft pisarz, ale Lovecraft symbol, Lovecraft prorok Wielkich Przedwiecznych, Lovecraft produkt medialny. Ów twór niewiele ma wspólnego z człowiekiem, którego obraz wyłania się nam z licznych biografii i opracowań: nudnym, introwertycznym i nieporadnym życiowo samotnikiem, którego historia nie ma żadnego potencjału mitotwórczego. Co innego stworzone przez niego literackie uniwersum, na które składają się liczne książki, komiksy, filmy, gry (planszowe, wideo, fabularne), zabawki, utwory muzyczne i wiele innych. Na tych produktach często nie brakuje i wizerunków Lovecrafta, który jednak nie jest przedstawiany jako twórca tego wielkiego projektu medialnego, ale jego część. W świadomości masowego odbiorcy pisarz przetrwał jako *Lovecraft*: popkulturowy symbol, fragment uniwersum czy też – używając terminologii Michała Zająca – składnik Produktu Totalnego, przez co badacz rozumie: „komunikaty symboliczne kultury dla dzieci, których postaci medialne tworzą rozbudowany system przekazów mogący pojawić się w każdym z (lub przynajmniej w znacznej liczbie) kontaktów odbiorcy z kulturą jako taką”<sup>23</sup>. Są to więc intermedialne, wysoce ustandaryzowane marki o globalnym zasięgu, w których zanika granica między reklamą a jej przedmiotem. Kolejne produkty „sprzedają się” nawzajem, tworząc siatkę symbolicznych, intertekstualnych odniesień, stanowiącą w oczach odbiorcy jedną spójną opowieść, której ten doświadcza, z którą wchodzi w relacje. To zjawisko na wzór „wielkiego projektu *Witkowski*”, opisanego przez Antonika, tyle że w wydaniu globalnym.

<sup>23</sup> M. Zając, G. Leszczyński, *Książka i młody czytelnik. Zbliżenia, oddalenia, dialogi. Studia i szkice*, Warszawa 2013, s. 193.

Szkopuł w tym, że same w sobie dzieła Lovecrafta – rozproszone i w żaden sposób nieujednoliczone – stanowiły słaby materiał na Produkt Totalny czy choćby silną markę. Ich autor zresztą za życia zaledwie luźno wspominał o potrzebie ustrukturyzowania tworzonych przez siebie światów przedstawionych, opisując je w korespondencji pełnymi dystansu określeniami, takimi jak: „cały ten mój Cthulhuizm i Yog-Sothoteria”, „bezlądna teogonia czy raczej demonologia” oraz „cała ta menażeria”<sup>24</sup>. Te i podobne stwierdzenia w połączeniu z naśmiewaniem się z nielicznych fanów biorących wytwory wyobraźni Lovecrafta na poważnie<sup>25</sup> zdają się świadczyć o zdystansowanym stosunku pisarza do własnej twórczości. I nawet jeśli zgodzić się z Mikołajem Kołyszka, że autor *Zewu Cthulhu* w pełni świadomie tworzył, a następnie uzupełniał swoje uniwersum<sup>26</sup>, to owa teza w najmniejszym stopniu nie tłumaczy dzisiejszej popularności pisarza i jego dzieła. Trudno uznać także, że tę kwestię wyczerpuje konstatacja wspomnianego badacza, iż: „Elementem zapewniającym mitologii Cthulhu sukces jest z jednej strony jej podobieństwo do mitologii naturalnych [...], z drugiej jej antydogmatyczność i związana z tym labilność, dążenie do potencjalnej zgodności z naukową wiedzą i gloryfikowanie postaci naukowców, co zdecydowanie odróżnia ją od fundamentalistycznych oblicz światowych religii”<sup>27</sup>. Nie neguję, że oba te aspekty mogły mieć wpływ na popularność Lovecrafta i jego dorobku. Żaden z nich nie zostałby jednak do dziś zbadany, gdyby nie dwa inne czynniki – wewnętrzny i zewnętrzny – które pozwoliły kolejno ustrukturyzować markę Cthulhu i zafascynować nią masowego odbiorcę. Mowa tu po pierwsze o tym, że Lovecraft nigdy nie ujął swoich pomysłów w jednolity, zamknięty system, a po drugie o silnie związanej z tym faktem popularyzatorskiej działalności Augusta Derletha, za sprawą którego dzieła autora z Providence trafiły do szerokiego grona odbiorców. I nie chodzi tu wyłącznie o to, że ów korespondencyjny przyjaciel Lovecrafta zebrał jego utwory i wydawał je regularnie w założonym przez siebie wydawnictwie Arkham House. Znacznie istotniejszy jest fakt, że dokonał on wielu nadużyć, które jednak pozwoliły na wyzwolenie popkulturowego potencjału uniwersum Cthulhu. Podpisywał on część swoich utworów nazwiskiem Lovecrafta oraz podrabiał jego listy, czym doprowadził do znaczącego uproszczenia i ustandaryzowania stworzonej przez przyjaciela mitologii. Derleth, szukający nawiązań do chrześcijaństwa, oparł ją na dychotomicznej walce dobra ze złem. Wprowadził do niej takie elementy jak bunt przeciw bogom czy starcia opozycyjnych względem siebie sił, dodatkowo usystematyzował Lovecraftowskie byty podług żywiołów...

<sup>24</sup> S. T. Joshi, op. cit., s. 854.

<sup>25</sup> M. Kołyszko, *Groza jest święta. Mitologia literacka Howarda Phillipsa Lovecrafta i jej analiza dokonana antropologiczną metodą Claude'a Lévi-Straussa*, Szczecinek 2020, s. 49.

<sup>26</sup> Ibidem.

<sup>27</sup> Ibidem, s. 144.

Wszystko to sprawiało, że dość chaotyczne i nie zawsze kompatybilne pomysły obdarzonego nieprzeciętną wyobraźnią pisarza zaczynały tworzyć spójny system.

Największym oszustwem Derletha było sfałszowanie listu, w którym Lovecraft rzekomo wyłożył główną ideę swojego światopoglądu: „Wszystkie moje opowiadania, choć niezwiązane ze sobą, oparte są na podstawowej wiedzy i legendach, że nasz świat niegdyś zamieszkiwała inna rasa, która poprzez praktykowanie czarnej magii utraciła swą pozycję i została wydalona ze swych siedzib, jednak czeka w ukryciu poza granicami naszego poznania, gotowa do ponownego przejęcia władzy na ziemi”<sup>28</sup>. Ten szarlataniński wybieg pozwolił Derlethowi nie tylko uprawomocnić własne nadużycia, ale także zamknąć mitologię Lovecrafta w narracyjną ramę, która stała się źródłem późniejszego sukcesu. Jednocześnie uczynił z samego pisarza natchnionego wizjonera, która to postać doskonale uzupełnia uniwersum. I choć wielu badaczy, z Joshim na czele, jednoznacznie ocenia te praktyki jako haniebne, trudno oprzeć się wrażeniu, że bez nich spuścizna urodzonego w Providence twórcy prawdopodobnie przepadłaby w mroku dziejów. To Derleth tchnął w nią drugie życie i uwypuklił jej światotwórczy potencjał. Kołyszko stwierdza wręcz, że „bez Derletha nie zaistniałaby iskra, która pchnęła Sandy’ego Petersena do stworzenia systemu RPG *Zew Cthulhu*, a bez niego prawdopodobnie Cthulhu nie rozgościłby się tak w popkulturze”, dodając, iż w sztuce reklamy Lovecraft nie umywał się do swojego wydawcy<sup>29</sup>.

Paradoksalnie ten popkulturowy, światotwórczy potencjał nie eksplodowałby, gdyby Lovecraft zostawił po sobie spójne i dopracowane uniwersum. Fakt, że na jego dorobek składają się pełne białych plam fragmenty, sprawił, iż Derleth, a po nim inni zaczęli je uzupełniać, a następnie rozwijać. Stworzyli wokół niego swoisty fandom, a autora otoczyli kultem jako piewecę Wielkich Przedwiecznych. Zdarzało się, że sam pisarz, jak w powieściach Edwarda Lee, zostawał bohaterem historii osadzonych w zapoczątkowanym przez siebie uniwersum. Tym samym intermedialny projekt *Lovecraft* stopił się z przedsięwzięciem opatrzonym sztyldem *Cthulhu*. I choć w przywoływanej wcześniej biografii Joshi zdemaskował i jednoznacznie potępił wspomniane fałszerstwo, nie było to w stanie zatrzymać raz rozpoczętego procesu. Owszem, zagorzali fani pisarza wyrażali oburzenie działaniami Derletha i je piętnowali, głosy te nie wpływały jednak na masowego odbiorcę, obcującego z kolejnymi odsłonami – gramami, filmami, komiksami, książkami – samonapędzającej się marki.

Od czasu wydania wspomnianej gry fabularnej *Cthulhu* wybija się na niepodległość. O popularności tego projektu świadczy fakt, że w 2018 r. w kampanii crowdfundingowej polskiej wersji jego siódmej edycji zebrano ponad milion

<sup>28</sup> S. T. Joshi, op. cit., s. 685.

<sup>29</sup> M. Kołyszko, *Tak, Derleth nas oszukał – ale jednak był wielki*, w: A. Derleth, *Maska Cthulhu*, tłum. R. Jarosiński, Kraków 2020, s. 207, 208.

złotych (tysiąc siedemset osiemdziesiąt dwa procent zakładanego na początku celu). Było to rekordem fundowania społecznościowego nad Wisłą<sup>30</sup>. Co ciekawe, na okładkach kolejnych podręczników i książek wchodzących w skład serii wydawniczej próżno szukać nazwiska Lovecrafta. Podobizna pisarza znajduje się dopiero na stronie przedtytułowej. Wydrukowano ją na krwistoczerwonym tle, w otoczeniu – a jakże! – złowieszczych macek. To zresztą nie powinno dziwić – autor stanowi tu składnik uniwersum.

\*

Na wielki medialny projekt *Lovecraft* składa się obecnie szeroka gama produktów: od książek, przez filmy czy gry, aż po ubrania i różnego rodzaju gadzety. Wszystkie one napędzają wzajemnie swoją sprzedaż i obiecując szereg intensywnych doświadczeń, zawłaszczają wyobraźnię odbiorcy popkultury. Ten, poprzez wchodzenie w relacje z marką, ma poczucie ciągłego związku z uniwersum, niejako bycia jego częścią. To silne oddziaływanie jest jednym z dwóch istotnych czynników świadczących o renomie projektu *Lovecraft*. Drugi stanowi masowość. Tym samym autorytet przedsięwzięcia jest ściśle związany z marką, a wręcz od niej zależny. To ona go legitymizuje. Nie powinien zatem dziwić fakt, że pisarz został tu sprowadzony do roli znaku towarowego czy symbolu sugerującego masowemu odbiorcy konkretne wrażenia, w tym wypadku doświadczenie kosmicznej grozy. Ten *Lovecraft* ma jednak już niewiele wspólnego z mieszkającym w Providence introwertykiem. Jest tylko reklamą, tylko obietnicą...

## Bibliografia

- Antonik, Dominik, *Autor jako marka*, „Teksty Drugie” 2012, nr 6, s. 62–76.
- Antonik, Dominik, *Autor jako marka. Literatura w kulturze audiowizualnej społeczeństwa informacyjnego*, Kraków 2014.
- Bauman, Zygmunt, *Socjologia*, tłum. J. Łoziński, Poznań 1990.
- Hojka, Bożena, *Okładka książkowa z perspektywy komunikacyjnej*, w: *W poszukiwaniu odpowiedniej formy. Rola wydawcy, typografa, artysty i technologii w pracy nad książką*, red. M. Komza, Wrocław 2012.
- Houellebecq, Michel, *H. P. Lovecraft. Przeciw światu, przeciw życiu*, tłum. J. Giszczak, Warszawa 2020.
- Joshi, S. T., *H. P. Lovecraft. Biografia*, tłum. M. Kopacz, Poznań 2010.

---

<sup>30</sup> Więcej informacji na stronie kampanii crowdfundingowej ([https://wspieram.to/zewctulhu\\_rpg](https://wspieram.to/zewctulhu_rpg)) i w wywiadzie z Darią Pilarczyk, koordynatorką projektu – vide D. Pilarczyk, *Cel osiągnęli w 23 minuty i pobili rekord polskiego crowdfundingu! Rozmawiamy z wydawcą gry fabularnej Zew Cthulhu, która rozpalila internet*, rozm. przepr. K. Chwast, <https://rozrywka.spidersweb.pl/zew-ctulhu-rpg-zbiorka-crowdfunding> (d.d. 24.05.2023).

- Kołyшко, Mikołaj, *Groza jest święta. Mitologia literacka Howarda Phillipsa Lovecrafta i jej analiza dokonana antropologiczną metodą Claude'a Levi-Straussa*, Szczecinek 2020.
- Kołyшко, Mikołaj, *Tak, Derleth nas oszukał – ale jednak był wielki*, w: A. Derleth, *Maska Cthulhu*, tłum. R. Jarosiński, Kraków 2020.
- Krzyńska-Nawrocka, Eliza, *Glosy grozy*, w: G. N. Smith, *Sabat. Antologia*, t. 2, red. S. Sokołowski, tłum. Ł. Orbitowski et al., Szczecinek 2021.
- Kwaśna, Karolina, *Potworne czy nienazwane? Szkice o polskich przekładach opowiadań Howarda Phillipsa Lovecrafta*, Katowice 2021.
- Lachman, Magdalena, *Okladkowy stan posiadania (w literaturze najnowszej)*, „Teksty Drugie” 2012, nr 6, s. 101–117.
- Luboń, Arkadiusz, *Stuletnia weird fiction z Providence we współczesnej Polsce. Recepcja translatorska i konwencje przekładowe w tłumaczeniach prozy Howarda Phillipsa Lovecrafta na przykładzie polskich wersji opowiadania „Dagon”*, „Tematy i Konteksty” 2018, nr 8 (13), s. 223–246.
- Mikułski, Jakub, *Howard Phillips Lovecraft: autor, dzieło i jego recepcja wydawnicza w Polsce. Zarys problematyki*, „Studia o Książce i Informacji” 2013, nr 32, s. 31–43.
- Narbutowicz, Przemysław, *Sprzedać książkę po okładce. Techniki perswazji na okładkach książek literackich wydawanych w Polsce*, Warszawa 2012.
- Pilarczyk, Daria, *Cel osiągnęli w 23 minuty i pobili rekord polskiego crowdfundingu! Rozmawiamy z wydawcą gry fabularnej Zew Cthulhu, która rozpalila internet*, rozm. przepr. K. Chwast, <https://rozrywka.spidersweb.pl/zew-cthulhu-rpg-zbiorka-crowd-funding> (d.d. 24.05.2023).
- Płaza, Maciej, *W przeddzień potwornego zmartwychwstania*, w: H. P. Lovecraft, „Zgroza w Dunwich” i inne przerażające opowieści, tłum. M. Płaza, Poznań 2021.
- Rewera, Mirosław, *Fragmentaryzacja i autonomia autorytetu*, w: *Przemiany i wartości stylów życia w ponowoczesności*, red. J. Daszykowska, M. Rewera, Warszawa 2010.
- Rychlewski, Marcin, *Książka jako towar, książka jako znak. Studia z socjologii literatury*, Gdańsk 2013.
- Zajac, Michał, Leszczyński, Grzegorz, *Książka i młody czytelnik. Zbliżenia, oddalenia, dialogi. Studia i szkice*, Warszawa 2013.

**PAWEŁ BERNACKI** – dr, Uniwersytet Wrocławski. Absolwent filologii polskiej na Uniwersytecie Wrocławskim. Na tej samej uczelni w 2016 r. obronił rozprawę doktorską *Polska książka artystyczna po 1989 roku. O relacjach między tekstem literackim a wizualną formą dzieła*. Od 2016 r. jest też pracownikiem Zakładu Książki Współczesnej i Edytorstwa w Instytucie Nauk o Informacji i Mediach Uniwersytetu Wrocławskiego. W swoich artykułach i wystąpieniach konferencyjnych podejmuje tematykę związaną ze współczesną sztuką książki, literaturą grozy, nowymi formami publikowania oraz gram i ich związkami z bibliologią. Interesują go także kwestie dotyczące wykorzystania nowych technologii w edukacji oraz innowacyjnych metod nauczania.