
„Literatura *Young Adult*: konteksty – obiegi – recepcja”
Ogólnopolska konferencja naukowa, 9-10 października 2025 r.

W ciągu ostatnich kilku lat w Polsce *young adult* stało się niezwykle popularnym hasłem, otwierającym wielokierunkowe dyskusje związane z rynkiem książki, sposobami uczestniczenia w kulturze przez młodych ludzi, modami czytelnickimi czy też jakością literacką utworów adresowanych do młodych dorosłych. Masowo przybywa powieści YA, tak polskich, jak i tłumaczonych, i wylaniają się nowe gatunki, np. hybrydyczne *romantasy*. Powstają coraz to nowe imprinty wydawnicze specjalizujące się w literaturze YA, jak Prószyński Young (Prószyński i S-ka), We need YA (Wydawnictwo Poznańskie), You&YA (MUZA), Moondrive (Wydawnictwo Otwarte), Jaguar (Marginesy) czy Must Read (Media Rodzina). Dynamicznie rozwijają się strategie popularyzacji i promocji tejże literatury oraz komunikacji jej czytelniczek i czytelników – przede wszystkim poprzez media społecznościowe, jak Instragram i TikTok, a także YouTube. Z internetowych kanałów komunikacji coraz częściej korzystają wydawnictwa i biblioteki, a także bookinfluencerki i bookinfluencerzy – osoby mające duży wpływ na wybory czytelnicze młodych dorosłych i zazwyczaj same należące do tej grupy wiekowej (dzięki którym tak dużą popularność zyskały w Polsce powieści Adama Silvery, Holly Black, Rebeki F. Kuang, Weroniki Ancerowicz i wielu innych).

Fenomen *young adult* przyciąga uwagę publicystek i publicystów, dociekających przyczyn popularności literatury YA (artykuły na ten temat ukazały się m.in. w „Tygodniku Powszechnym”, „Piśmie”, „Newsweeku”, OKO.press czy gazecie.pl), a także środowisk pedagogicznych, zaniepokojonych wzorcami życiowymi i wartościami propagowanymi zwłaszcza przez powieści pierwotnie publikowane na Wattpadzie, jak *Trylogia Hell* Katarzyny Barlińskiej czy *Rodzina Monet* Weroniki Marczak. Podkreślana jest jednak także otwartość

literatury YA na autentyczne problemy, doświadczenia i potrzeby młodych dorosłych – przybywa powieści z reprezentacją osób queerowych, utworów poruszających kwestie szeroko pojętej różnorodności, zdrowia psychicznego, niesprawiedliwości społecznych itd.

Young adult to zatem znacznie więcej niż literatura – to społeczności młodych ludzi i wspólnoty oparte na wspólnych przeżyciach lekturowych; to dynamicznie rozwijający się segment rynku książki; to sposoby, w jakie komunikują się ze sobą w Internecie sami młodzi dorośli – Bookstagram, BookTok i inne. *Young adult* to, mająca swoje źródło w literaturze, kultura partycypacji. Zapraszamy więc do podjęcia rozważań nad tym wieloaspektowym fenomenem kulturowym, społecznym i rynkowym. Przyjmując za cezurę rok 2020 – to właśnie w roku wybuchu pandemii literatura i kultura young adult w Polsce (i nie tylko) zaczęły się dynamicznie rozwijać – wierzymy, że minionych kilka lat daje już odpowiedni dystans, by rozpocząć tego rodzaju analizy. Proponowane przez nas obszary problemowe – uwzględniające perspektywę polską oraz zagraniczną – są następujące:

- definiowanie i re-definiowanie *young adult* z różnych perspektyw – rynkowej, socjologicznej, psychologicznej itd.; literatura *young adult* a literatura młodzieżowa
- kryteria definicyjne literatury YA/ literatury młodzieżowej w perspektywie porównawczej (w Polsce, w Europie, poza Europą)
- eksploatowane schematy, motywy i tematy literatury YA; fenomen „tropów” (*enemies to lovers, love triangle* itd.)
- nowe odmiany gatunkowe (np. *romantasy*)
- mody czytelnicze, modne osoby autorskie, modne tytuły
- geneza i historia literatury YA
- literatura YA a literatura NA
- metodologia badań literatury i kultury YA i proponowane kierunki rozwoju tej metodologii
- wyzwania przekładu literatury YA (tabu obyczajowe w tłumaczeniu i cenzura, obcość kulturowa i sposoby jej oddania w przekładzie...)
- fascynacja „amerykańskością” literatury YA i jej odbicia w strategiach autorów i tłumaczy
- young adult jako wspólnota przeżyć lekturowych i platforma wymiany doświadczeń
- young adult jako trening wrażliwości społecznej

- fenomen Wattpada
- specyfika i dynamika rodzimego rynku książki YA w perspektywie porównawczej (wydawnictwa, strategie promocyjne, targi książki itd.)
- YA w mediach społecznościowych – fenomen BookToka, Bookstagrama, vlogi, podcasty
- adaptacje i ekranizacje literatury YA
- „uniwersalność” literatury YA
- recepcja literatury YA w środowiskach dorosłych osób czytających.

Wyszczególnione tu tematy nie wyczerpują oczywiście zaproponowanej problematyki; czekamy także na zagadnienia sformułowane przez Państwa.

Uprzejmie prosimy o przesyłanie zanonimizowanych abstraktów (max. 300 słów) wraz z krótkim biogramem (100 słów) na adres: konferencjajoungadult@gmail.com.

Dane afiliacyjne (imię, nazwisko, afiliacja, tytuł wystąpienia) prosimy załączyć w osobnym dokumencie.

Udział w konferencji jest wolny od opłat.

Miejsce: Instytut Romanistyki, Wydział Neofilologii UW, ul. Dobra 55, Warszawa

Terminarz:

do **15 lipca** – nadsyłanie zgłoszeń;

15 sierpnia – decyzja komitetu naukowego;

15 września – opublikowanie programu konferencji.

Przewidujemy publikację artykułów w numerze tematycznym punktowanego czasopisma naukowego *Dzieciństwo. Literatura i kultura* (publikacja ukaże się w 2026 roku)

<https://www.journals.polon.uw.edu.pl/index.php/dlk>