

Sylvia Marciniak

Instytut Nauk o Informacji i Mediach

Uniwersytet Wrocławski

e-mail: sylvia.marciniak@uwr.edu.pl

Obco brzmiące tytuły w repertuarze współczesnych polskich wydawców książek dla młodzieży – moda czy konieczność?

DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/TSB.2023.006>

STRESZCZENIE: Wzrost znaczenia literatury dla młodzieży i jej gatunkowe wyodrębnienie się spośród literatury dziecięcej i romansów zwiększają możliwość badania jej jako samodzielnego przedmiotu. Artykuł poświęcony jest książkom młodzieżowym, a w szczególności ich tytułom. Celem badania jest sprawdzenie, jaki odsetek książek dla młodzieży wydanych w Polsce stanowi tytuły w języku angielskim. Analiza została wykonana z wykorzystaniem metody bibliograficznej i metody porównawczej opartych na selektywnie dobranej próbie badawczej z dziewięciu różnych wydawnictw. We wstępie oszacowano, jakie jest znaczenie literatury *young adult* i *new adult* na polskim rynku wydawniczym. W analizie brano pod uwagę następujące elementy: osoba tłumacza, język oryginału, wydawnictwo, rok wydania, przynależność kulturowa, serie wydawnicze w kontekście tytułu. Artykuł jest próbą ustalenia, czy zwiększająca się tendencja nadawania publikowanym w Polsce książkom angielskich tytułów to konieczność wydawców, czy chwilowa moda.

SŁOWA KLUCZOWE: literatura dla młodzieży, *young adult*, *new adult*, tytuły książek

*A niechaj narodowie wždy postronni zna-
ją, iż Polacy nie gęsi, iż swój język mają.*

Mikołaj Rej

Gdy w 2021 r. pisałam, że literatura dla młodzieży jest segmentem rynku wydawniczego bardzo progresywnym, nie podejrzewałam, jak wielka okaże się skala tego zjawiska¹. Obecnie literatura *young* i *new adult* [dalej: YA i NA] święci ogromne triumfy i pod względem popularności przewyższa wiele wcześniej preferowanych gatunków literackich². Z tytułami książek młodzieżowych spotykamy się na każdym kroku. Ich zalew wymusza na wydawcach walkę o osiągnięcie przewagi konkurencyjnej i nakierowanie odbiorcy na konkretną publikację, na jej wyróżnienie w ramach dostępnego zbioru. W związku z tym ważne są: dobór odpowiednich pozycji, które sprostają wymaganiom rynkowym, wykorzystanie skutecznego marketingu, który trafi do grupy docelowej, oraz dobrze przemyślany i dopracowany proces wydawniczy – wydanie książki w odpowiednim czasie i w odpowiedni sposób.

Pierwszym etapem realizacji badania było zdefiniowanie kategorii YA oraz NA, a także ustalenie granicy między nimi (co nie jest jednoznacznie określone w literaturze przedmiotu). Badania pokazują, że nie istnieje jedno stałe określenie, które dokładnie wskazuje, gdzie kończy się literatura młodzieżowa, a gdzie zaczyna proza dla dorosłych. Niemniej jednak można zidentyfikować kilka czynników, które, choć w sposób względny, pozwalają na rozróżnienie tych kategorii. Pierwszy to wiek odbiorców. Zakłada się, że YA skierowana jest do osób młodszych (nie ma jednak jednej, ujednoliconej granicy wieku), a NA do starszych, które jeszcze nie chcą wejść w literaturę typową³ dla czytelników dorosłych (również brak stałej kategoryzacji wieku). Drugim czynnikiem jest tematyka książek. Uznaje się, że w literaturze NA pojawiają się następujące tematy: orientacja seksualna, zdrowie psychicz-

¹ S. Marciniak, *Zmiany i perspektywy rozwoju polskiego rynku literatury dla młodzieży*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” 2021, t. 12, nr 2, s. 125–156.

² O. Dawidowicz-Chymkowska, *Ruch Wydawniczy w Liczbach 2022 K* [online] [dostęp 20 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach/ruch-wydawniczy-w-liczbach-2022-k>.

³ Czyli jaką? Na to pytanie również nie ma stałej odpowiedzi.

ne, przemoc, kwestie społeczne, seks, sensualność itp., które na ogół są pomijane w literaturze YA⁴.

Omówiona typologia wskazuje, do jakiej grupy docelowej te gatunki miały pierwotnie należeć, lecz nie uwzględnia rzeczywistej grupy odbiorców. Wstępna analiza mediów społecznościowych poświęconych tematyce czytelniczej (tzw. booksmediów) przeprowadzona przez autorkę sugeruje, że teoretyczna grupa odbiorców nie w pełni pokrywa się z rzeczywistą. Okazało się, że wiele publikacji, które miały być klasyfikowane jako literatura NA, przeznaczona dla dorosłych, zyskało popularność również, a może przede wszystkim, wśród młodzieży. Jest to zjawisko dostrzegane przez różnych badaczy i instytucje. Biblioteka Narodowa w badaniu rynku wydawniczego w 2022 r. zasygnalizowała, że „należy zauważyć pewien problem kategoryzacyjny, który pojawił się wraz z wyodrębnieniem i rozrostem kategorii książek *young adult*, czyli tytułów o adresie czytelniczym sytuującym je pomiędzy młodzieżą a dorosłymi. Należy zaznaczyć, że kategoria ta w roku 2022 wyraźnie powiększyła zajmowany na rynku wydawniczym obszar. Obecnie książki te klasyfikowane są u nas różnie – część z nich trafia do literatury dla młodzieży, a część – do tej dla dorosłych (zwłaszcza romansowo-obyczajowej)”⁵. Pozwala to stwierdzić, że sami katalogerzy nie są pewni co do kategoryzacji wielu publikacji. W związku z powyższym w badaniu zdecydowano się uwzględnić zarówno literaturę YA, jak i NA, aby otrzymać najbardziej zbliżony współczynnik książek, które trafią do młodzieży.

⁴ Por. M. Cart, *The Value of Young Adult Literature*, [w:] YALSA [online] [dostęp 29 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.ala.org/yalsa/guidelines/whitepapers/yalit>; S. Stephen, *What is New Adult?*, [w:] *The Univeristy of Queensland* [online] [dostęp 29 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://alumni.uq.edu.au/what-new-adult>; W. Harrison, B. Ehlers, *What is Young Adult Literature? Definition and Examples*, [w:] *Oregon State University* [online] [dostęp 29 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://liberalarts.oregonstate.edu/wlf/what-young-adult-literature-definition-and-examples>; K. Kieffer, *What is New Adult Fiction?*, [w:] *Well-stories* [online] [dostęp 29 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.well-stories.com/blog/what-is-new-adult-fiction>.

⁵ O. Dawidowicz-Chymkowska, *Ruch Wydawniczy w Liczbach 2022 K* [online] [dostęp 20 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach/ruch-wydawniczy-w-liczbach-2022-k>.

Celem badania było sprawdzenie, jaki odsetek książek dla młodzieży (w tym książki YA, NA i literatura dla młodzieży) stanowią tytuły w języku angielskim. Materiał zebrano za okres od 1 stycznia 2021 r. do 31 maja 2023 r. Badania wykonano na tejże próbie badawczej z zastosowaniem metody bibliograficznej oraz analizy porównawczej. Zdecydowano się na zbadanie perspektywy wydawcy. W związku z tym wykorzystano do analizy tylko te publikacje, które na stronach ich twórców są oznaczone wprost jako skierowane do młodego odbiorcy. Ponadto tytuły pozyskiwano ze stron wydawców, a nieujednoliczone tytuły z Biblioteki Narodowej, co znacząco wpłynęło na wyniki.

Analiza jest próbą odpowiedzi na następujące pytania badawcze: Ile książek wydanych w latach 2021–2023⁶ ma tytuły w języku angielskim? Czy widoczna jest tendencja wzrostowa tego trendu, biorąc pod uwagę rok wydania? Czy są to głównie książki anglojęzycznych autorów, czy orientacja jest różna? Czy ta moda widoczna jest w całokształcie młodzieżowego rynku wydawniczego, czy też raczej dotyczy tylko kilku wydawnictw? Czy widoczna jest zależność między tytułem publikacji a osobą tłumacza? Jakie zależności pojawiają się między tytułami polskojęzycznymi a oryginałami? Jakie znaczenie mają serie w literaturze młodzieżowej i czy podlegają one modzie na anglicyzmy?

Bazę danych stworzono na podstawie stron internetowych dziewnięciu wydawnictw i imprintów wydawniczych⁷: Jaguar, beYA, We need YA, Feeria Young, You&YA, Young, Must Read, YA! oraz Wydawnictwo NieZwykłe. Przy ich doborze za wiążące uznano trzy kryteria:

- ustalona pozycja wydawnictwa/imprintu wydawniczego na polskim rynku,
- specjalizacja wydawnictwa/imprintu wydawniczego w literaturze dla młodzieży,
- posiadanie przed wydawnictwo/imprint wydawniczy strony internetowej oraz odpowiedni podział książek na kategorie (np. dla młodzieży, YA, NA itd.).

⁶ Do końca maja 2023 r.

⁷ *Słownik języka polskiego PWN* definiuje imprint jako „markę wydawniczą, pod którą wydawca publikuje określony rodzaj książek”, w tym przypadku będą to publikacje dla młodzieży. Zob. *Imprint w opisie bibliograficznym*, [w:] *Słownik języka polskiego PWN* [online] [dostęp 21 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/Imprinty-w-opisie-bibliograficznym;19332.html>.

Baza danych nie obejmuje wszystkich publikacji, które są popularne wśród młodzieży. Brakuje tu wielu książek, które w założeniu miały być przeznaczone tylko⁸ dla dorosłego czytelnika, ale w praktyce okazały się wydawniczymi hitami, także wśród młodszych odbiorców⁹. Jak wcześniej ustalono, podstawą analizy jest przyjęcie perspektywy wydawcy. Badanie kilku przykładowych publikacji wykazało, że porównanie marketingu konkretnego wydawnictwa z opisami bibliograficznymi książek stworzonymi przez pracowników Biblioteki Narodowej daje sprzeczne informacje (inaczej oznaczony odbiorca) lub te informacje w ogóle nie są uzupełnione. Również z tego powodu zdecydowano się na wykorzystanie w analizie tytułów od wydawców, a nie z innych źródeł.

Początkowo zgromadzono 683 publikacje za lata 2014–2023, z których 400 pozycji miało tytuły w całości polskojęzyczne (59%), 192 tytuły obcojęzyczne (28%) oraz 91 tytuły obco- i polskojęzyczne jednocześnie¹⁰ (13%). W związku z tym, że publikacje wyszukiwano na podstawie stron internetowych wydawnictw, które oferują jedynie tytuły niewyprzedane, uznano, że publikacje sprzed kilku lat nie dają zbioru pełnego, nie powinny więc stanowić podstawy badań. Zawężono zatem zasięg chronologiczny od roku 2021 do końca maja 2023 r., co pozwoliło na zgromadzenie 374 pozycji. W ramach stworzonej bazy danych brano pod uwagę następujące informacje: tytuł, autorstwo, wydawnictwo, rok wydania, tłumaczenie, język oryginału, tytuł oryginału, seria wydawnicza, liczba stron, przynależność kulturowa i gatunek (o ile został podany przez wydawcę).

W celu wprowadzenia w temat pokrótce scharakteryzowano obszary wpływające na gatunek i jego odbiorców. Publikacje YA i NA potraktowano jako gatunek literacki w przemyśle księgarskim, wydawniczym oraz marketingowym. Pozwoliło to na określenie, jakie czynniki wskazują na ponadprzeciętny fenomen literatury dla młodzieży w obrębie polskiego rynku wydawniczego.

⁸ Kategoria NA jest punktem granicznym między literaturą młodzieżową a publikacjami dla dorosłych, dlatego stanowi zakończenie zakresu materiałów analizowanych.

⁹ Na przykład książki Colleen Hoover, Any Huang, Emily Henry, Eleny Armas czy Sarah Adams.

¹⁰ W przeprowadzonych na potrzeby tekstu badaniach nazwano je tytułami mieszanymi.

Działalność księgarni

Empik, jako jedna z największych firm dystrybuujących książki w Polsce¹¹, 15 lutego 2023 r. zdecydowała się wyodrębnić w sklepie internetowym i wszystkich sklepach stacjonarnych kategorię YA, a równocześnie utrzymać istniejący wcześniej regał *książki dla młodzieży*. Julia Kasicka, menadżer kategorii YA, podkreśliła, że książki te w założeniu mają być kierowane do starszej młodzieży¹². W praktyce trudno jednak znaleźć twardy paradygmat, który dzieliłby książki na literaturę dla młodzieży, YA, NA i romanse. Wiele innych, pomniejszych księgarni, podchwyciwszy ten trend, również wprowadziło u siebie tę kategorię (np. Gandalf, Świat Książki).

Popularność gatunku

Zmiany wprowadzone w Empiku spowodowane były zwiększającą się popularnością i sprzedażą książek YA. Jak wspomniano, w 2022 r. sprzedaż tytułów dla młodzieży wzrosła dwukrotnie¹³. Analiza *Top 100 bestsellerów tygodnia Empiku*¹⁴ pokazała, że literatura młodzieżowa znacznie w nich przeważa. Wykaz gatunków występujących w zestawieniu od najbardziej do najmniej popularnych wyglądał następująco: YA (41%), romans (24%), psychologia (8%), kryminały/thrillery (6%), literatura dla młodzieży (5%), biografie (3%), literatura obyczajowa (3%), reportaże (2%), literatura piękna obca (2%), fantastyka (2%), literatura piękna polska (1%), erotyki (1%), literatura obyczajowa

¹¹ *Empik marketplace w 2023 roku*, [w:] *Rynek książki* [online] [dostęp 29 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://rynek-ksiazki.pl/aktualnosci/empik-marketplace-w-2023-roku/>.

¹² *Empik wyodrębnia kategorię Young Adult z oferty książkowej* [online] [dostęp 20 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://news.empik.com/229734-empik-wyodrebnia-kategorie-young-adult-z-oferty-ksiazkowej>.

¹³ *Empik wyodrębnia...*, dz. cyt.

¹⁴ Wykaz publikowany cotygodniowo na stronie www.empik.pl wskazujący najchętniej kupowane publikacje.

wa (1%), zdrowie (1%), zainteresowania (1%)¹⁵. Warto jednak podkreślić, że w ramach romansów pojawiło się wiele tytułów, które w zamysśle miały być skierowane do dorosłego odbiorcy, ale w praktyce okazało się, że znaczna część z nich jest poczytna także, a może przede wszystkim, wśród młodzieży¹⁶. Zagadnienie to ma się stać przedmiotem kolejnego artykułu.

Działalność wydawnictw

W 2022 r. w badaniach przeprowadzonych przez Bibliotekę Narodową zauważono, że:

w stosunku do 2021 zmalał udział literatury pięknej, i to znacznie, bo aż o 5 p.p., wzrósł za to udział literatury dla dzieci (o 3 p.p.), a także komiksów oraz dwóch gatunków literatury popularnej – literatury fantastycznej i romansowo-obyczajowej (w każdym przypadku wzrost o 1 p.p.)¹⁷.

W badaniu wskazano także, że od 2013 r. liczba wydawanych pozycji literatury dla młodzieży spadła o 2 p.p. Jak zauważają badacze:

wynika ono zapewne z tego, że – obok prozy fabularnej dla nastolatków, z której składa się głównie kategoria literatury dla młodzieży – pojawiły się i zaczęły zyskiwać na znaczeniu także inne typy twórczości dla młodych odbiorców – zwłaszcza przeznaczone dla nich komiksy, ale również poradniki oraz literatura typu *young adult*¹⁸.

¹⁵ Analiza wykonana na stronie Empik, *Top 100 w kategorii Książki*, stan na 19–26 czerwca 2023 r.

¹⁶ Przykładami takich tytułów są: I. Nowaczyk, *Because of You*; A. Negrońska, *True friends*; C. Hoover, *It Ends with us*; A. Hazelwood, *The Love Hypothesis*; E. Armas, *The Spanish Love Deception*; E. Maise, *Marriage for One*; A. Adams, *The Cheat Sheet* i wiele innych.

¹⁷ O. Dawidowicz-Chymkowska, *Ruch Wydawniczy w Liczbach 2022 K*, [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach/ruch-wydawniczy-w-liczbach-2022-k>, s. 35.

¹⁸ Tamże.

Coraz wyraźniej zwiększa się także znaczenie *bookmediów* w opracowywaniu przyszłego planu tytułowego – obejmującego spis publikacji, które wydawnictwo ma zamiar wydać w kolejnym roku, zestawionych według ich tematyki. Coraz częściej przedstawiciele oficyn, w osobach specjalistów ds. promocji i specjalistów ds. mediów społecznościowych, wskazują, że to właśnie popularność danej publikacji na TikToku, Instagramie czy YouTube zachęca do podjęcia próby jej wydania, gdyż zazwyczaj wchodzi na rynek ze wstępnie zarysowanym marketingiem. Osoby oczekujące wydania zagranicznej publikacji w Polsce już stanowią docelową grupę odbiorców, a zasięgi, które wykazują media społecznościowe, potwierdzają to zjawisko i zwiększają szansę na sukces ekonomiczny. Sami wydawcy chwalą się tym, umieszczając na okładkach napisy sygnalizujące tę popularność. Jako przykład posłużyć może nagłówek „Sensacja TikToka”, który pojawił się na okładce publikacji Eleny Armas *The Spanish Love Deception* czy Ali Hazelwood *The Love Hypothesis*. Okazuje się jednak, że zabieg ten w ogóle nie jest konieczny, ponieważ książki takie jak: Casey McQuiston *Red, White & Royal Blue*, Madeline Miller *Pieśń o Achillesie*, Colleen Hoover *It ends with us*, Taylor Jenkins Reid *Siedmiu mężów Evelyn Hugo*, Edyty Prusinowskiej *Opowiem o tobie gwiazdom*¹⁹ i wiele innych stały się *viralami*²⁰ w mediach społecznościowych już przed ich wydaniem w Polsce i w konsekwencji bardzo szybko zyskały ogromną popularność.

Innym wydawniczo-marketingowym trikiem stosowanym przez wydawców w ostatnim czasie jest wykorzystywanie platformy Wattpad, czyli:

strony internetowej oraz aplikacji mobilnej umożliwiającej publikację opowiadań, wierszy, *fan fiction* i wielu innych gatunków lite-

¹⁹ Zob. m.in. M. Bajgier, *Książki popularne na TikToku* [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://kulturalnemedial.pl/literatura/ksiazki-popularne-na-tiktoku/>; Z. Żelazny, *Booktok, czyli książki, które zdobyły popularność na TikToku. 5 pozycji idealnych na wakacje* [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.eska.pl/news/booktok-czyli-ksiazki-ktore-zdobyly-popularnosc-na-tiktoku-5-pozycji-idealnych-na-wakacje-aa-SQ8j-ih7n-oyQD.html>.

²⁰ Ciekawa lub śmieszna treść (np. filmik, zdjęcie, slogan), która bardzo szybko rozprzestrzenia się w Internecie. Cyt. za: *Viral*, [w:] *Słownik języka polskiego* [online] [dostęp 1 września 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://sjp.pl/viral>.

rackich przez nieodkrytych pisarzy o zróżnicowanym warsztacie pisarskim²¹.

Magdalena Adamus²², twórczyni internetowa zajmująca się szeroko rozumianą popkulturą, w tym także czytelnictwem i książkami, wskazuje, że wśród najbardziej poczytnych polskich autorów na młodzieżowym rynku wydawniczym wyróżniają się:

Katarzyna Barlińska znana jako Pizgacz (autorka trylogii *Hell*), Weronika Marczak (*seria Rodzina Monet*) czy Marta Łabęcka (*seria Flaw(less)*). Wszystkie łączy jedno – zaczynały od publikowania na Wattpadzie²³.

Ponadto autorka artykułu zauważyła, że po ogromnym sukcesie trylogii *Hell* wydawcy przystąpili do przeszukiwania platformy w celu wyłapywania kolejnych „prawdopodobnych bestsellerów”. Poza tym zaczęli zachęcać autorów do samodzielnego zgłaszania się do wydawców, licząc, że ci przyjdą z już gotowym materiałem i całą rzeszą fanów. Magdalena Adamus jako przykład podała wydawnictwo Must Read, które stworzyło specjalną serię wydawniczą *Must Read Stories* obejmującą publikacje powstałe na Wattpadzie. Podobnie wydawnictwo beYA stworzyło serię *A wattpad book*, a wydawnictwo NieZwykłe, skupione na literaturze NA, znane jest głównie z masowego wydawania historii z Wattpada²⁴.

Oczywiście Polska nie jest pod tym względem wyjątkiem. W podobny sposób powstały: seria *After Anny Todd*, *Zmierzch* Stephanie Meyer, powieść *The Love Hypothesis* Ali Hazelwood, czyli bestsellery rynku zachodniego. Obecnie polscy wydawcy wykorzystują trzy główne za-

²¹ Wattpad, [w:] Wikipedia. Wolna encyklopedia [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Wattpad>.

²² M. Adamus, *Młodzi dorośli trzęsą rynkiem wydawniczym. Przyglądamy się literaturze young adult*, „Krytyka Polityczna” [online] 18 lutego 2023 [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/magdalena-adamus-mlodzi-dorosli-young-adult-literatura-rynek-wydawniczy/>.

²³ Tamże.

²⁴ Tamże.

biegi marketingowe odnoszące się do młodzieżowej fascynacji platformą Wattpad:

1. Podawanie na okładce liczby wyświetleń na Wattpad, np.
 - a) Lilly Purdon, *Mój crush* – „28,5 milionów odsłon na Wattpad”;
 - b) Isabelle Ronin, *W pogoni za Veronicą* – „259 milionów odsłon na Wattpad”;
 - c) Yuen Wright, *The Hoodie Girl* – „81 milionów odsłon na Wattpad”.
2. Podawanie na okładce informacji, że książka pochodzi z Wattpada, ale bez wskazywania liczby odsłon, np.
 - a) Alex Light, *Nie zakocham się* ze wskazaniem serii *a wattpadbook*;
 - b) Layla Wheldon, *Dance, sing, love* z dopiskiem *ROMANS #1 na wattpad.com*;
 - c) Blair Holden, *Bad boy's girl* z informacją *fenomen wattpada*.
3. Podawanie tylko nicku z Wattpada jako autora albo nicku wraz z imieniem i nazwiskiem, np.
 - a) PS Herytier a.k.a Pizgacz – trylogia *Hell*;
 - b) Zuzanna Wólczyńska Strawberry_y3 – *Let me know*;
 - c) Vanila – *Ognista tajemnica*.

W ostatnich latach coraz więcej wydawnictw, w związku z rosnącym zainteresowaniem literaturą okołomłodzieżową, zdecydowało się na stworzenie imprintów wydawniczych zajmujących się piśmiennictwem dla tej grupy wiekowej (głównie YA, NA) (tab. 1).

Tabela 1. Wykaz przykładowych wydawnictw i prowadzonych przez nich imprintów młodzieżowych

Nazwa wydawnictwa	Nazwa imprintu
Grupa Wydawnictwa Poznańskiego	We need YA
Feeria	Feeria Young
Grupa Wydawnicza Helion	beYA
Media Rodzina	Must Read
MUZA	You&YA
Wydawnictwo Kobiectwo	Young

Tab. 1. Wykaz... (cd.)

Nazwa wydawnictwa	Nazwa imprintu
Wydawnictwo Otwarte	Moondrive
Zielona Sowa	Books4YA
Znak	OdyseYA
Grupa Wydawnicza Foksal	YA!

Źródło: opracowanie własne.

Analizując imprinty wydawnictw młodzieżowych, wyraźnie można dostrzec dwa trendy, jeśli chodzi o ich nazwy: 1) wykorzystywanie skrótu YA, 2) wykorzystywanie anglojęzycznych wyrażen i sformułowań.

W związku z rosnącą popularnością literatury dla młodzieży wydawcy zdecydowali się nie tylko wydawać nowe dzieła, lecz także ponownie wydać te, których nakłady zostały już dawno wyczerpane. Przykładami takich publikacji są te zawarte w tab. 2.

Tabela 2. Wykaz przykładowych publikacji wznowionych

Tytuł książki	Autor	Data 1. pol. wydania	Data wydania wzn.
<i>Morze spokoju</i>	Katja Millay	2014	2023
<i>Anna i pocałunek w Paryżu</i> ²⁵	Stephanie Perkins	2013	2023
<i>Hopeless</i>	Coleen Hoover	2014	2022
<i>Powietrze, którym oddycha</i>	Brittainy C. Cherry	2016	2022
<i>Tysiąc pocałunków</i>	Tillie Cole	2017	2022
<i>Zaczekaj na mnie</i>	Jennifer L. Armentrout	2014	2023
<i>Na krawędzi nigdy</i>	J.A. Redmerski	2014	2022

Źródło: opracowanie własne.

²⁵ Drugie wydanie nosi tytuł *Anna and the French Kiss*.

Wydawcy literatury dla młodzieży, jak i tej adresowanej do innych grup wiekowych opierają się często na modach czytelniczych, wyczuwając w nich stosunkowo łatwy sposób na wypromowanie kolejnych bestsellerów i powiązany z tym zysk. Magdalena Adamus początek popularności literatury dla młodzieży upatruje w fenomenie serii o Harrym Potterze i ogólnej popularności „magii” w literackim świecie. Zauważyła bowiem:

I chociaż nie jest to zjawisko charakterystyczne wyłącznie dla książek młodzieżowych – cała literatura gatunkowa opiera się na powtarzalnych motywach, gdyż czytelnicy lubią to, co już znają – to właśnie do *young adult* przylgnęła łatka kategorii wtórnej, pełnej oklepanych motywów, które zawsze zdają się kopiować czegoś innego²⁶.

Kolejnymi przykładami tej „opłacalnej wtórności” stały się romanse paranormalne, których fenomen rozpoczęła saga *Zmierzch* S. Meyer, oraz dystopie zapoczątkowane przez trylogię *Igrzyska śmierci* Suzanne Collins. W tym samym czasie pojawiły się coraz głośniejsze tytuły dla młodzieży obejmujące tematykę dużo trudniejszą, mniej infantylną, jak: choroby (np. John Green, *Gwiazd naszych wina*), rasa i tożsamość (Angie Thomas, *Nienawiść, którą dajesz*) czy orientacja seksualna (Becky Albertalli, *Simon oraz inni homo sapiens*)²⁷. W tym wypadku moda czytelnicza, rozumiana jako krótkotrwałe zjawisko wzmożonego zainteresowania określonym autorem, gatunkiem, rodzajem literackim, obejmuje tematykę danej powieści i powtarzające się motywy. Czy jednak mówiąc o tytułach, a zwłaszcza o tytułach obco brzmiących, coraz bardziej widocznych na tradycyjnych i wirtualnych półkach z książkami dla młodzieży, możemy traktować je jako kolejny etap w rozwoju literatury YA i czy stanowią one konieczność rynku literackiego, czy to tylko kolejna, krótkodystansowa moda?

Paulina Strzałkowska na łamach „Bibliotekarza” zauważyła, że tłumaczenia tytułów od zawsze były problematyczne i niejednokrotnie były zmieniane, aby dopasować je do polskiej rzeczywistości,

²⁶ M. Adamus, dz. cyt.

²⁷ Tamże.

bądź tłumaczono je dosłownie, co w konsekwencji zabijało „ukryty w nich” żart słowny. W związku w powyższym coraz więcej autorów i wydawców decydowało się na pozostawienie oryginalnych tytułów²⁸. Czy tendencja ta naprawdę jest tak mocno widoczna na współczesnym rynku wydawniczym? Analiza stworzona na potrzeby tego tekstu wykazuje, że tak.

Analiza tytułów publikacji dla młodzieży wydanych w Polsce od stycznia 2021 r. do końca maja 2023 r.

Tytuł a język

W ramach analizy podzielono wszystkie dzieła na trzy zasadnicze kategorie:

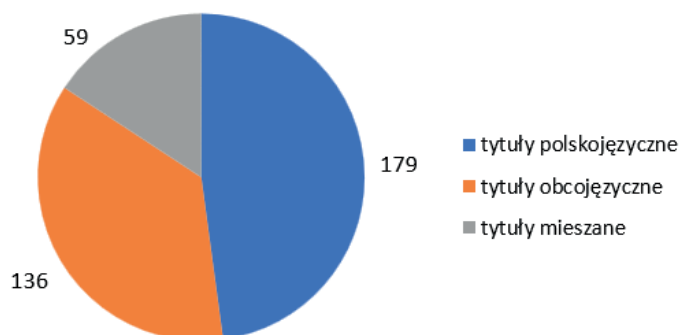
- tytuły polskojęzyczne,
- tytuły obcojęzyczne (głównie w języku angielskim²⁹),
- tytuły mieszane (mające polsko- i obcojęzyczne części składowe).

Tytuły polskojęzyczne stanowią 48% wszystkich uwzględnionych publikacji dla młodzieży. Publikacje z obcojęzycznymi tytułami to 36%, a mieszane 16%. Fakt, że zarówno książki z kategorii drugiej, jak i trzeciej mają tytuł lub jego część w obcym języku, oznacza, że ponad połowę zgromadzonych w bazie publikacji, z dziewięciu różnych wydawnictw, stanowią tytuły, które choć w części opierają się na pomysłach i marketingu zachodniego rynku książkowego.

²⁸ P. Strzałkowska, *Czy młodzi ludzie jeszcze czytają? Miejsce literatury młodzieżowej w Polsce*, „Bibliotekarz” 2022, nr 12, s. 8.

²⁹ Dwukrotnie pojawiają się tytuły wykorzystujące słowa z języka hiszpańskiego.

Liczba publikacji ze względu na język tytułu

Wykres 1. Liczba publikacji ze względu na język tytułu ($N = 374$)

Źródło: opracowanie własne.

W przypadku tytułów tłumaczonych na język polski dostrzegalne są trzy sposoby ich formułowania. Pierwszy polega na dosłownym tłumaczeniu tytułu angielskiego. Przykładami takich zabiegów mogą być: Madeleine Roux, *Księga żywych sekretów* (tyt. oryg. *The Book of Living Secrets*); Tess Sharpe, *Dziewczyny, którymi byłam* (tyt. oryg. *The Girls I've Been*); Isabel Sterling, *Ten sabat nie upadnie* (tyt. oryg. *This coven won't break*); Sonora Reyes, *Przewodnik lesbijki po katolickiej szkole* (tyt. oryg. *The lesbian's guide to catholic school*); Kelly Yang, *Spadochrony* (tyt. oryg. *Parachutes*); J.A. Redmerski, *Na krawędzi zawsze* (tyt. oryg. *The edge of always*); Laura Zimmermann, *Oczy mam tutaj* (tyt. oryg. *My eyes are up here*); Lynn Painter, *Lepiej niż w filmach* (tyt. oryg. *Better Than the Movies*).

Inny sposób polega na tłumaczeniu tytułów z wprowadzeniem do nich niewielkich zmian z powodów marketingowych, w zależności od pomysłu tłumacza czy też podpisanej umowy. Sposób ten obrazują następujące przykłady: Lauren Price, *Grzeczni chłopcy nie kradną staniaków* (tyt. oryg. *Bad boy stole my bra*); Julia Walton, *Słowa na ścianie* (tyt. oryg. *Words on bathroom walls*); Kerri Maniscalco, *Jak upolować Drakulę* (tyt. oryg. *Hunting Prince Dracula*); Tracy Deonn, *Zrodzeni z legendy* (tyt. oryg. *Legendborn*); Emma Lord, *Gdy nadarzy się okazja* (tyt. oryg. *When You Get the Chance*); Susan Dennard, *Luminariusze* (tyt. oryg. *The Luminarius*).

Trzecim, najrzadziej spotykanym scenariuszem jest ten, w którym wydawca decyduje się na diametralną zmianę. W tym wypadku tłumaczenie zagranicznej publikacji dostaje tytuł wciąż dopasowany do okładki i tematyki, ale całkiem inny niż oryginalny. Przykładów można dopatrywać się w następujących książkach: Alex Light, *Nie zakocham się!* (tyt. oryg. *The Upside of Falling* – dosł. Zalety upadania); Laura Steven, *Nic wam nie jestem winna* (tyt. oryg. *Exact opposite of okay* – dosł. Dokładne przeciwieństwo ok); Rachael Lippincott i Alyson Derrick, *Ona i ona* (tyt. oryg. *Shegets the girl* – dosł. Ona dostaje dziewczynę); Emma Mills, *Na drugim końcu lata* (tyt. oryg. *This adventure end* – dosł. Koniec tej przygody); Cora Reilly, *Pragnienie, by być blisko* (tyt. oryg. *Not meant to be broken* – dosł. Nie ma być złamany/a); Beth Garrod, *Wybierz mnie!* (tyt. oryg. *Take a chance on me* – dosł. Daj mi szansę).

W przypadku publikacji, w których wydawca zdecydował się na wykorzystanie tytułu w języku obcym, na ogół pozostawia się ten sam tytuł co w dziele oryginalnym³⁰. Przykładami są: Laura Kneidl, *Someone to stay*; Yuen Wright, *The Hoodie Girl*; Emily J. Taylor, *Hotel Magnifique*; Bianca Iosivoni, *A Fate Darker Than Love*; Amo Jones, *Flip Trick*; Beth Garrod, *All I Want for Christmas*; Sophie Gonzales, *Perfect on paper*.

Można jednak dostrzec jeszcze dwa inne sposoby postępowania. Wydawnictwo Feeria Young przy okazji książek uniwersum *Stranger Things* dołączało nazwę tej serii do tytułu, aby podsunąć czytelnikom odpowiednie skojarzenie, i tak też ją reklamowało, np. A.R. Capetta, *Stranger Things: Rebel Robin* (tyt. oryg. *Rebel Robin*). Ciekawsze rozwiązania zastosowano przy okazji dzieł Stacey Marie Brown wydanych nakładem Wydawnictwa NieZwykłego. Opublikowano wówczas książkę pod anglojęzycznym tytułem, ale innym niż oryginalny. Tym sposobem książka *Shattered love* w Polsce została wydana jako *The Boy She Hates*, a *A Broken love* jako *The Boy Who Isn't Hers*.

W sytuacjach, w których wydawcy decydowali się na połączenie słów lub wyrażeń należących zarówno do języka rodzimego, jak i obcego, pojawiało się kilka schematów. Pierwszy to połączenie oryginalne-

³⁰ Oczywiście zasada ta tyczy się jedynie publikacji zagranicznych przetłumaczonych na język polski.

go tytułu z polskim podtytułem³¹, np. Adiba Jaigirdar, *The Henna Wars*. *Miłość pisana henną* (tyt. oryg. *The Henna Wars*); Jennifer Lynn Barnes, *The Inheritance Games. Tom II. Dziedzictwo Hawthorne'ów* (tyt. oryg. *The Hawthorne Legacy. An Inheritance Games Novel*); Kacen Callender, *Felix Ever After*. *Na zawsze Felix* (tyt. oryg. *Felix Ever After*); Ali Hazelwood, *Love on the brain*. *Gdy miłość uderza do głowy* (tyt. oryg. *Love on the brain*); Sophie Gonzales, *Only mostly devastated*. *Prawie w totalnej rozpyszce* (tyt. oryg. *Only Mostly Devastated*).

Drugi schemat polegał na wykorzystaniu oryginalnych nazw własnych: imion, nazwisk, miejsc, rzeczy itd. Lawrence Venuti wyróżnił dwie techniki tłumaczenia nazw własnych: 1) udomowienie, kiedy tłumacz kładzie nacisk na kulturę docelową, a nie oryginalną, chodzi więc o wszelkie zabiegi, które dostosowują nazwę do języka odbiorców przekładu, i 2) egzotyzacja, czyli pozostawienie nazwy identycznej bądź zbliżonej do tej oryginalnej³².

Zauważono bowiem:

Nazwy własne w dowolnym tekście pełnią przede wszystkim funkcję indywidualizującą, określając pojedyncze istoty oraz rzeczy, a także wyodrębniając poszczególne obiekty z otaczającej rzeczywistości pozajęzykowej. W utworze literackim mogą ponadto stać się nośnikami wartości artystycznych przypisanych im przez autora, służyć zamierzonemu celowi wyrazu całego dzieła artystycznego³³.

Ta indywidualizacja ma bardzo istotne znaczenie w tytułach, ponieważ wyodrębnia daną historię spośród innych – przyciąga odbiorców do konkretnych postaci, miejsc, rzeczy. Amerykanizacja kultury i powszechność języka angielskiego powodują, że w literaturze YA

³¹ W wybranych przypadkach angielski tytuł w polskim wydaniu stanowi też nazwę serii.

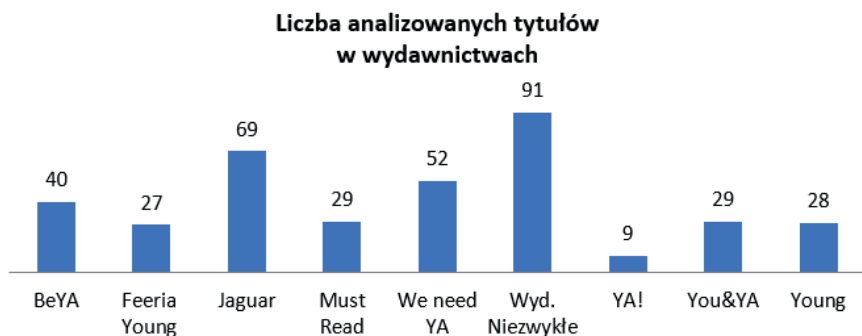
³² L. Venuti, *The Translator's Invisibility*, Routledge 1995; M. Maras, *Egzotyzacja i domestykacja w polskim tłumaczeniu powieści „Harry Potter i Kamień Filozoficzny” J. K. Rowling*, „Forum Filologiczne Ateneum” 2018, nr 1, s. 88.

³³ K. Rymut, *Onomastyka literacka a inne dziedziny badań nazewnictwa*, [w:] *Onomastyka literacka*, pod red. M. Biolik, Olsztyn 1993, s. 15–17; M. Abramowska, *O nazwach własnych w polskim i angielskim przekładzie sztuki Дракон Eugeniusza Szwarca*, „Acta Polono-Ruthenica” 2022, nr 22, s. 107.

i NA, inaczej niż w książkach dziecięcych, częściej wykorzystuje się technikę egzotyzacji i pozostawia się tytuł (lub jego część) w oryginalnej formie stanowiącej imiona lub nazwy miejsc. Przykładami takich rozwiązań są: James Brandon, *Ziggy, Stardust i ja* (tyt. oryg. *Ziggy, Stardust & me*); Emily M. Danforth, *Złe wychowanie Cameron Post* (tyt. oryg. *The miseducation of Cameron Post*); Alice Oseman, *Nick i Charlie* (tyt. oryg. *Nick and Charlie. A Heartstopper novella*); Victoria Schwab, *Niewidzialne życie Addie LaRue* (tyt. oryg. *The Invisible Life of Addie LaRue*); Malinda Lo, *Ostatniej nocy w klubie Telegraph* (tyt. oryg. *Last Night at the Telegraph Club*).

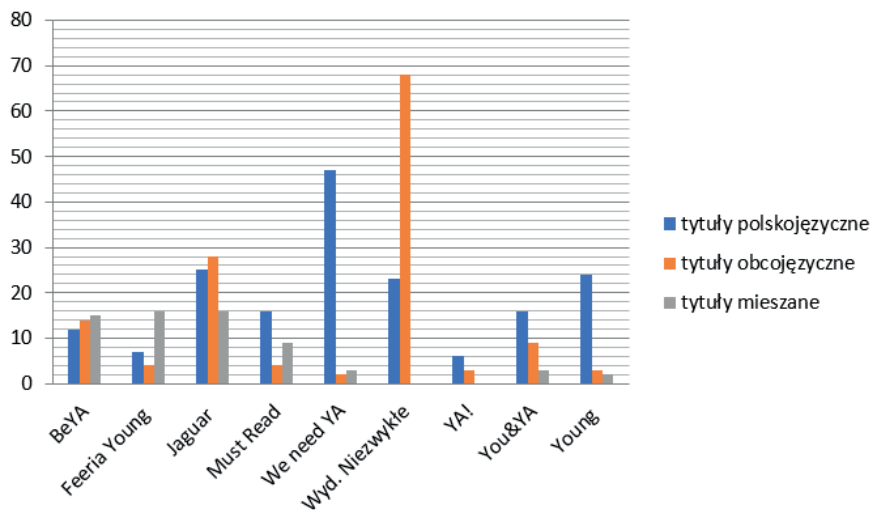
Trzeci, rzadziej spotykany, schemat łączenia rodzimych i obcych słów oraz zwrotów to decyzja wydawcy, aby przy okazji literatury rodzimej dodać anglojęzyczną nazwę cyklu oraz polski podtytuł. Sytuacja taka miała miejsce w przypadku książek z cyklu *Hell*, jak: *Start a Fire. Runda pierwsza* czy *Burn the Hell. Runda trzecia* autorstwa Katarzyny Barlińskiej vel P.S. HERYTIERA – „Pizgacz” czy *FortunateEm Scars. Blizny zapisane na skórze*. Czasem zdarzało się także, że wydawca zachowywał anglojęzyczne sformułowania, dlatego że były one już tak mocno zakorzenione w mowie polskiej, że ich zrozumienie nie nastroczało żadnych trudności, np. Lilly Purdon, *Mój crush* (tyt. oryg. *Crush on Mr. Bad Boy*) i Nicole Nwosu, *Bad boy i chłopczyca* (tyt. oryg. *The Bad Boy and the Tomboy*).

Tytuł a wydawnictwo



Wykres 2. Liczba analizowanych tytułów książek dla młodzieży w ramach wydawnictw ($N = 374$)

Źródło: opracowanie własne.



Wykres 3. Podział tytułów na polsko-, obcojęzyczne oraz mieszane w stosunku do wydawnictw ($N = 374$)

Źródło: opracowanie własne.

Na wykresie 3 wyraźnie zauważalne jest, że tytuły polskojęzyczne przeważają w repertuarze następujących wydawnictw: We need YA, Must Read, YA!, You&YA i Young. Wszystkie są stosunkowo nowymi imprintami wydawniczymi skupionymi na twórczości YA. Jedynie marginalnie pojawiają się tytuły obcojęzyczne (głównie w języku angielskim) oraz mieszane.

Tytuły obco brzmiące, głównie anglojęzyczne, przeważają z kolei u następujących wydawców: Jaguar oraz Wydawnictwo NieZwykłe. Przy okazji analizy publikacji pierwszego z wymienionych przedsiębiorców wydaje się to naturalnym rozwiązaniem. Wydawnictwo Jaguar od wielu lat kojarzone jest z publikacjami YA i NA autorów niemieckojęzycznych. W Niemczech moda na tytuły angielskie obecna jest od wielu lat, nie dziwi więc, że polski wydawca decyduje się na pozostawienie zaproponowanego nagłówka oraz utrzymanie tej tendencji przy książkach autorów anglojęzycznych w celu zachowania spójności między nimi. Przykładami autorów, których tytuły w całości bądź w większości wykorzystują język angielski, są: Mona Kasten, Lena Kiefer, Ava Reed, Alice Oseman, Bianca Iosivoni i inni.

Zadziwiające jest z kolei wykorzystywanie tytułów anglojęzycznych przez Wydawnictwo NieZwykłe. Przedsiębiorca nie tylko zwykle pozostawiał nagłówki angielskie (np. Penelope Douglas, Jay Crownover, Rina Kent, Julia Wolf, Ella Fields i in.), lecz także nadawał anglojęzyczne tytuły publikacjom autorstwa rodzimych autorek (np. Aleksandry Negrońskiej, Igi Daniszewskiej, Julii Kubickiej, Sandry Lech, Weroniki Ancerowicz, Izabelli Nowaczyk). Tymczasem tytuły mieszane przeważają w wydawnictwie beYA (np. trylogia *Hell* K. Barlińskiej czy cykl *Flaw(less)* Marty Łabęckiej³⁴) oraz Feeria Young (np. seria Scotta Cawthona *Five Nights at Freddy's*³⁵).

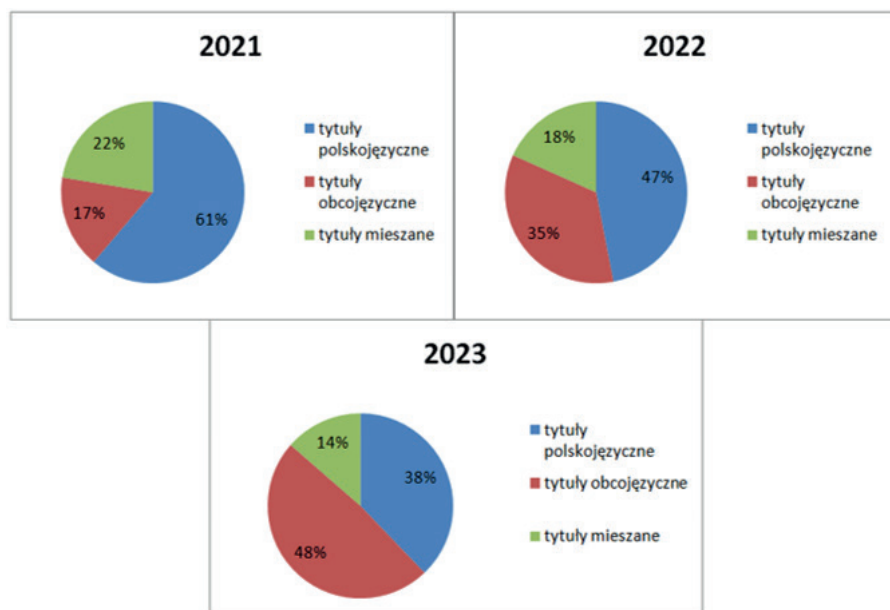
Tytuł a rok wydania

W analizowanym zbiorze znalazły się publikacje wydane od początku 2021 do połowy 2023 r. Z 2021 r. w bazie pojawiło się 67 publikacji,

³⁴ Np. M. Łabęcka, *All of Your Flaws. Przypomnij mi naszą przeszłość*.

³⁵ Np. S. Cawthon, *Five Nights at Freddy's Klify* Tom 7.

z 2022 – 164, a z pierwszego półrocza 2023 r. – 143. Świadczy to o szybko rosnącym zapotrzebowaniu i popycie na literaturę dla młodzieży. Jak zatem kształtował się podział na język tytułu ze względu na rok wydania?



Wykres 4. Podział analizowanych tytułów ze względu na rok wydania (N = 374)

Źródło: opracowanie własne.

Jak widać na załączonych wykresach, tendencja nadawania anglojęzycznych tytułów w repertuarze wydawnictw specjalizujących się w literaturze młodzieżowej ulega znacznym przekształceniom. W odniesieniu do 2021 r. można mówić o wyraźnej przewadze tytułów polskojęzycznych i dosyć częstym łączeniu w tytułach co najmniej dwóch języków. W kolejnym roku sytuacja się zmieniła. Nadal przeważały tytuły w języku rodzimym, ale w znacznie mniejszym stopniu niż w 2021 r. Całkowita zmiana zaszła w roku 2023, kiedy to pierwszy raz zaczęły przeważać tytuły zagraniczne. Oznacza to, że w ponad poł-

wie z nich wykorzystano język inny niż polski. Zastanawiające jest, czy w drugim półroczu 2023 r. i w kolejnych latach ta tendencja się utrzyma, czy też okaże tylko chwilową modą.

Wydawnictwo We need YA od pewnego czasu zaczęło wstawiać rozliczne infografiki dotyczące czytelnictwa i literatury. W jednej z podserii zadawano odbiorcom pytania i proszono o odpowiadanie na nie w komentarzach. W dniu 6 maja 2023 r. na Facebooku i Instagramie tejże oficyny pojawiło się pytanie: „czy tytuły książek należy tłumaczyć, a jeśli nie, to dlaczego”³⁶.

Odpowiedzi okazały się mocno zróżnicowane, pojawili się zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy tego trendu. Oto niektóre z odpowiedzi:

Nietłumaczenie tytułu na język polski jest czasem najlepszym wyjściem, wtedy gdy oryginalny tytuł lepiej oddaje treść książki, lub kiedy trudno w polskim oddać odcienie tytułu, to zresztą widać, to wie się i czuje.

Jestem za tłumaczeniem i dodaniem oryginału np. na dole okładki, bo jednak dużo osób nie zna języków obcych i może to ich odstraszyć. Póki co jest to głównie j. angielski, ale jakbym zobaczyła tytuł np. po niemiecku, to bym pewnie nie ruszyła.

Czasami jak kupuję książki przez internet to się zastanawiam czy nie kupuję wersji anglojęzycznej, tłumaczenie tytułu pod tym względem ułatwiłoby mi zakup, poza tym jak nie znam obcego języka to nie rozumiem tytułu, o ile jest to pojedyncze słowo, które można wrzucić w translator to nie ma problemu, gorzej jak jest w tym głębszy sens, wtedy nie rozumiem, fajnie by było przetłumaczone.

Czasem tytuł trzeba poczuć. Mimo tłumaczeń słowo jest wieloznaczne, a język na który jest tłumaczone może tego nie odzwierciedlać.

³⁶ We need YA, *Czy tytuły książek należy tłumaczyć, a jeśli nie, to dlaczego?* [online] [dostęp 29 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.facebook.com/profile/100063539845638/search/?q=tytu%C5%82y>.

Uwielbiam ten trend, łatwiej mi rozpoznawać zagraniczne książki jeśli tytuł jest taki sam i jeśli szata graficzna jest podobna do oryginału.

Osobiście wolę kiedy tytuł też jest tłumaczony (chyba, że to nazwa własna). Dodatkowo mogę powiedzieć, że pracując jako księgarz często spotykam się z tym, że czytelnicy omijają nietłumaczone tytuły. Dopiero kiedy sama im pokażę daną książkę to zaczynają się nią interesować. Często też zdarza się, że przychodzą pytając o książkę z własnym tłumaczeniem tytułu, bo wstydzą się wymówić na głos po angielsku czego szukają...

Mnie obojętnie, ale jakbym miała wybrać to tłumaczone. I rozumiem też wyjątki od tłumaczenia, bo czasem się nie da lub lepiej pozostać tytuł oryginalny (nazwy własne lub coś takiego kluczowego, co w popkulturze jest znane), wtedy oryginalny i polski podtytuł.

Dla mnie tytuły po angielsku są po prostu bardziej estetyczne, przetłumaczone są okej ale ja wolę oryginały³⁷.

Widać zatem, że mimo skłonności do nadawania anglojęzycznych tytułów opinie czytelników są mocno podzielone. Trudno jednoznacznie ustalić, które stanowisko wygrywa, ale można domniemywać, że młodsze pokolenie prędzej wybrałoby tytuły zagraniczne ze względu na stałe obycie z językiem i mediami, z kolei starsi i bardziej konserwatywni odbiorcy woleliby tłumaczenia. Zależność tę można dostrzec u samych wydawców, ponieważ ci także są w tym względzie podzieleni (wykres 3).

Tytuł a język oryginału

Analiza wykazała, że wydawcy książek dla młodzieży zazwyczaj korzystają z przekładów z języka angielskiego (237 publikacji). Magdalena Adamus zauważyła, że:

³⁷ Pisownia oryginalna.

[...] Na polskim rynku *young adult* wyraźnie dominują przekłady z angielskiego, a dzięki temu, że wydawnictw młodzieżowych jest coraz więcej, nowości z zagranicy ukazują się u nas szybciej. Również dzięki samym czytelnikom, którzy śledzą zagraniczne listy bestsellerów, czytają konkretne pozycje w oryginale i często sami dopraszają się ich tłumaczenia na polski³⁸.

Prócz tego pojawiły się przekłady z niemieckiego (24 publikacje), koreańskiego (1), francuskiego (1), norweskiego (1)³⁹. Pozostałe 110 pozycji to dzieła napisane w języku polskim, które nie wymagały tłumaczenia. Dokładnej analizie podlegać będą jedynie publikacje anglojęzyczne i rodzime, ponieważ tylko one ukazują wyniki reprezentatywne dla całego środowiska.



Wykres 5. Tytuły publikacji dla młodzieży przetłumaczonych z języka angielskiego ($N = 237$)

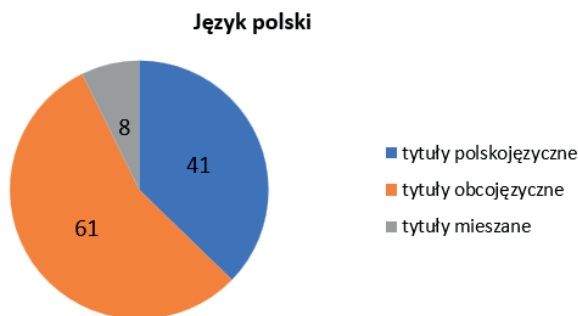
Źródło: opracowanie własne.

W przypadku literatury tłumaczonej z języka angielskiego, która przeważa, jeśli chodzi o piśmiennictwo *YA* i *NA*, mimo wszystko nadal więcej jest tych z tytułami polsko brzmiącymi. Większość tytułów pochodzi z USA i Wielkiej Brytanii, ale pojawiają się także pozycje z Kana-

³⁸ M. Adamus, dz. cyt.

³⁹ Oczywiście język nie jest reprezentantem przynależności kulturowej.

dy, Nowej Zelandii, Irlandii, Australii, Bangladeszu i Południowej Afryki. Jedynie 27% stanowią tytuły obcojęzyczne, a 20% mieszane.



Wykres 6. Tytuły polskich publikacji dla młodzieży ($N = 110$)

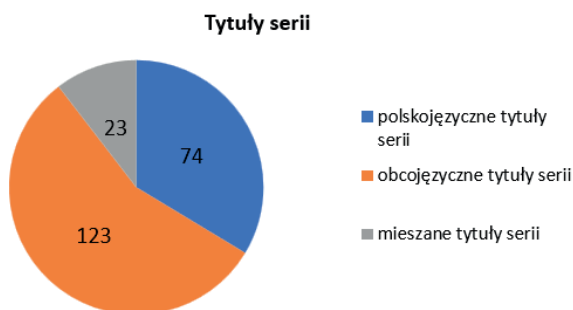
Źródło: opracowanie własne.

W przypadku pozycji polskich autorów sprawa jest dość nietypowa. Okazuje się, że przeważają wśród nich publikacje o anglojęzycznych tytułach, które stanowią aż 57%. Tytuły polskojęzyczne otrzymało 33% publikacji, a mieszane 10%. Oznacza to, że ponad połowa publikacji rodzimego autorstwa skierowanych do młodzieży, a wydanych w ostatnich latach w Polsce ma anglojęzyczne tytuły. Jest to pokłosie panującej od niedawna tendencji wyszukiwania przez wydawców najpoczytniejszych autorów na platformie Wattpad. Młode polskie autorki bardzo często przychodzą z gotową historią, która niejako ma „udawać” twór amerykański. W związku z tym w historiach tych wykorzystywane są zagraniczne imiona i miejsca, wydarzenia typowe dla amerykańskiego wieku dojrzewania, a także, co wynika z amerykanizacji treści, tytuły. Takie zabiegi praktykują m.in. Wydawnictwo Nie-Zwykłe, You&YA, Editio Red i beYA.

Tytuł a seria wydawnicza

Analiza zebranych publikacji wykazała, że spośród 374 książek 221 stanowią publikacje, które należą do jakiejś serii wydawniczej. Serie są dla wydawców opłacalne, ponieważ na dłuższy czas przyciągają ewentualnego „klienta”. Od pojawienia się mody na Bookstagram coraz częściej się mówi, że kolekcjonerstwo książek jest prawie tak ważne jak ich czytanie, o czym świadczą piękne i mocno eksponowane zbiory młodych instagramerek.

Do badania tytułów serii wydawniczych wykorzystano tę samą klasyfikację. Zostały one podzielone na trzy typy: polskojęzyczne, obcojęzyczne i mieszane.



Wykres 7. Analiza tytułów serii publikacji dla młodzieży ($N = 220$)

Źródło: opracowanie własne.

Okazało się, że wyraźna jest tendencja do nadawania seriom tytułów obcojęzycznych – dotyczyła ona 56% analizowanych publikacji. Jaka jest zależność między zagranicznym tytułem serii a tytułami samych książek? W 20 przypadkach anglojęzyczny tytuł serii nadany został publikacjom z polskojęzycznym tytułem. Aż 71 razy zarówno seria, jak i książka miały tytuły obcojęzyczne. To właśnie ta skłonność wydawców przeważa. Ponadto w 32 przypadkach anglojęzyczny tytuł serii dostały książki o tytułach mieszanych. Warto wskazać, jakie formy nadawania tytułów seriom wydawcy wybierają:

- Nadawanie tego samego tytułu serii i publikacji (zazwyczaj pierwszej części cyklu lub publikacji jednotomowej), np. Phil Stamper, *Golden Boys* (tyt. serii *Golden boys*); Monica Murphy, *One Week Girlfriend* (tyt. serii *One Week Girlfriend*); Julita Sarnecka, *Swap* (tyt. serii *Swap*); Jennifer Lynn Barnes, *The Inheritance Games. Tom I* (tyt. serii *The Inheritance Games*); Aleksandra Kondraciuk, *Venom* (tyt. serii *Venom*).
- Nadawanie seriom tytułów, które mocno i jednoznacznie korespondują z tytułami publikacji, np. Izabella Nowaczyk, *Thanks to You* oraz *Because of You* (tyt. serii *You*); Aleksandra Negrońska, *True Friends* oraz *Bad Friends* (tyt. serii *Friends*); Lena M. Bielska, *Challenge accepted* (tyt. serii *Challange*); Zblendowana, *Secretgame* (tyt. serii *Secret*); Heather Walter, *Malice* oraz *Misrule* (tyt. serii *Malice Duology*).
- Nadawanie publikacjom i seriom niezwiązanych nazw, np. Ava Reed, *Madly*, *Truly* oraz *Deeply* (tyt. serii *In love*); Rina Kent, *Deviant King*, *Twisted Kingdom* oraz *Steel Princess* (tyt. serii *Royal Elite*); Monika Rutka (rumotka), *Ashes*, *Flame* oraz *Spark* (tyt. serii *The Chain*).

Serie z polskojęzycznymi tytułami pojawiały się w co trzeciej spośród 220 publikacji (34%). Przeważały przy tym sytuacje, w których polskojęzycznym tytułom serii towarzyszyły polskojęzyczne tytuły publikacji, czego przykładem są następujące pozycje: Elizabeth Lim, *Snując zmierzch* (tyt. serii *Krew gwiazd*); Jennifer L. Armentrout, *Królestwo ciała i ognia* (tyt. serii *Krew i popiół*); Rena Barron, *Żniwiarz dusz* (tyt. serii *Królestwo Dusz*); Agata Polte, *Prosty zakład* (tyt. serii *Prosta zabawa*); Annette Marie, *Mroczny wymiar. Trylogia mistrza magii. Tom 1* (tyt. serii *Trylogia mistrza magii*). Trzykrotnie polski tytuł serii nadany został książkom o tytułach anglojęzycznych, jak np. Bianca Iosivoni, *A Fate Darker Than Love. Tom 1* (tyt. serii *Ostatnia bogini*) czy Raven Kennedy, *Gild* (tyt. serii *Saga o złotej niewolnicy*). W przypadku jednej serii pojawiła się zależność: seria z nazwą polskojęzyczną a tytuł mieszany – Laura Savaes, *Za kurtyną: Perygeum* oraz *Za kurtyną: Apogeum* (tyt. serii *Za kurtyną*).

Jedynie 10% nazw serii wydawniczych stanowią te mieszane. Zazwyczaj zawierają one nazwy własne – nazwiska, nazwy miejsc, ale także słowa stanowiące integralną część tytułu czy treści. Ilustru-

ją to następujące publikacje: Mackenzi Lee, *Poradnik dla dżentelmena o występku i cnocie. Rodzeństwo Montague. Tom 1* (tyt. serii *Rodzeństwo Montague*); Adam Faber, *Raz więdźmie śmierć* (tyt. serii *Saga Rodu Bies*); Taran Matharu, *Contender. Wyzwanie* (tyt. serii *Contender. Zawodnik*); P.C. Cast, Kristin Cast, *Spells trouble. Więdźmi czar* (tyt. serii *Siostry z Salem*); K. Barlińska vel P.S. HERYTIERA – „Pizgacz”, *Start a Fire. Run-da pierwsza* (tyt. serii *Hell*).

Tytuł a tłumacz

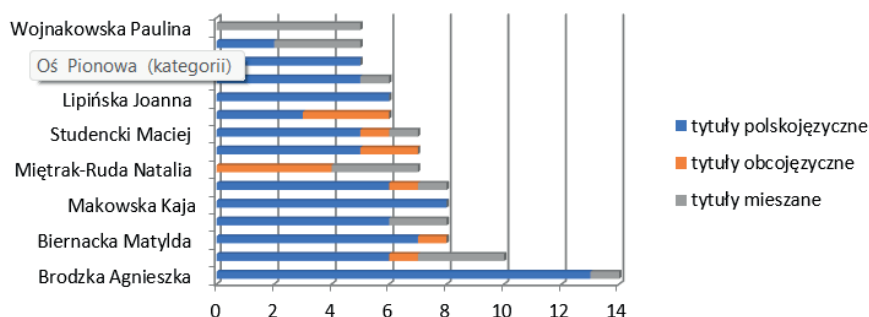
W związku z przeważającą liczbą publikacji zagranicznych, które zostały przełożone na język polski, nie sposób nie wspomnieć o tłumaczach. Wydaje się, że od momentu wydania *Ani z Zielonego Wzgórza* jako *Anne z Zielonych Szczytów* w tłumaczeniu Anny Bańkowskiej coraz częściej dostrzega się rolę wysiłku tłumacza w działalności wydawniczej. Dzięki temu zauważalny jest nowy trend, który nakazuje umieszczać nazwiska tłumaczy na okładce, co stanowi formę docenienia ich niełatwej pracy. W przypadku literatury młodzieżowej duże zasługi w tym zakresie ma Wydawnictwo We need YA, które nie dość, że stara się tłumaczyć tytuły książek, to akcentuje także zasługi tłumaczy, uwzględniając ich nazwiska na okładce. Wydaje się, że trend ten będzie się nasilać⁴⁰. Oczywiście nie sposób zapomnieć o tym, że w kwestii nadawania tytułów publikacjom tłumacz ma wpływ na książki, nad którymi pracuje, ponieważ to on zna je najlepiej. Jednak ostatnie słowo zwykle należy do wydawcy, działu marketingu, agencji literackiej i wielu innych osób, które są zaangażowane w projekt⁴¹.

Analizie poddano tylko tych tłumaczy, którzy w omawianym okresie przełożyli pięć lub więcej publikacji. W ten sposób wyodrębniono 15 tłumaczy, którzy spełnili to kryterium. Zauważono, że osoby

⁴⁰ Wykaz wszystkich wydawnictw, które czasem lub zawsze wykorzystują dane tłumacza na okładce, dostępny jest na stronie *Stowarzyszenie Tłumaczy Literatury* [online] [dostęp 30 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://stl.org.pl/tlumacze-na-okladki/>.

⁴¹ A. Tomczyk, *Czy tłumacz(ka) ma wpływ na tytuł książki?* [online] [dostęp 2 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: https://www.instagram.com/p/Cjr9_UUNP-kw/?img_index=1.

z większą liczbą przekładów częściej podpisują się pod tymi z tytułami polskojęzycznymi niż obcojęzycznymi i mieszanymi.



Wykres 8. Stosunek książek przełożonych przez jednego tłumacza ze względu na wybór języka tytułu

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Jakie ogólne trendy można zauważyć po wykonanej analizie? Czy polski rynek wydawniczy rzeczywiście staje się kopią rynku amerykańskiego? I czy ta moda, bo dochodzę do wniosku, że nie konieczność, to przyszłość YA? Wydaje się, że pod pewnymi względami tak. Nasuwają się bowiem następujące konkluzje:

- Literatura młodzieżowa, obyczajowa i romanse najbardziej kojarzone są z anglojęzycznymi tytułami.
- Ponad połowa zgromadzonych publikacji miała tytuły w całości bądź w części obcojęzyczne.
- Tytuły anglojęzyczne nie wynikały z nazw własnych, jak to bywało wcześniej, ale nietłumaczone są także te tytuły, które bez problemu mogłyby zostać przełożone.
- Jeśli publikacja przyszła do wydawcy z Wattpada, to z dużym prawdopodobieństwem ma angielski tytuł i treść wykorzystującą anglojęzyczne miejsca i imiona.

- Nie ma stałego trendu, jeśli chodzi o wydawców, niektórzy z nich, jak Wydawnictwo NieZwykłe, preferuje tytuły anglojęzyczne, a inne, jak We need YA, polskojęzyczne.
- Ta swoista moda ma tendencję wzrostową i publikacji z obco brzmiącymi tytułami jest coraz więcej.
- Większy odsetek tytułów zagranicznych jest w publikacjach rodzimych niż w tłumaczonych z języka angielskiego.
- Serie w wydawnictwach młodzieżowych są bardzo popularne i częściej występują serie anglojęzyczne niż polskojęzyczne.
- Znaczenie tłumacza w działalności wydawniczej wyraźnie rośnie. Staje się on reklamą publikacji.
- Czytelnicy nie są jednomyślni, jeśli chodzi o aprobatę tego trendu.

Oczywiście analiza obejmująca okres 2,5 roku nie jest w stanie określić z całą pewnością, czy nadawanie publikacjom dla polskiej młodzieży anglojęzycznych tytułów jest jedynie modą, a nie koniecznością, ale wskazuje na taką możliwość. Wydaje się, że to czytelnicy jako odbiorcy mogą kształtować rynek i decydować o tym, jakie publikacje będą wydawane oraz jaki język tytułów będzie dominował. To ich wybór bowiem ma kluczowe znaczenie dla określenia tego, co będzie dla wydawców opłacalne. Planowane jest też ponowienie w przyszłości badań, które obejmą dłuższy zasięg chronologiczny i większą liczbę wydawnictw.

Skoro jest tyle tytułów anglojęzycznych i skoro są wydawane kolejne, to czy wpływa to na sprzedaż publikacji? Okazuje się, że nie do końca. Oczywiście nietłumaczenie tytułów jest trendem typowo reklamowym, ale Łukasz Chmara, zajmujący się marketingiem wydawnictwa We need YA⁴², zauważył, że książki z przetłumaczonymi tytułami sprzedają się znakomicie⁴³. Skąd więc ta moda na ich nietłumaczenie? Magdalena Adamus na swoim Instagramie kilkakrotnie poszukiwała odpowiedzi na to zawiłe pytanie i dzięki swojej wiedzy oraz pomo-

⁴² W momencie publikacji artykułu Ł. Chmara zatrudniony jest w Wydawnictwie Time4YA.

⁴³ Ł. Chmara, *Dlaczego tłumaczenie tytułów jest ważne?* [online] [dostęp 2 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: https://www.instagram.com/p/Cg19ZJl-MVVI/?img_index=1.

cy obserwujących doszła do następujących wniosków: 1) „wydawcy nie chcą tłumaczyć tytułów dlatego, że te oryginalne są już opatrzone w social mediach i książki są do nich przyzwyczajone”; 2) „tłumaczenie tytułu wymaga przerobienia okładki, uzyskania dostępu i praw do oryginalnego literonictwa, a co czasem tę okładkę może zepsuć”; 3) „przez zanglizowanie popkultury młodszym odbiorcom angielski kojarzy się bardziej cool, a wszystko co jest polskie jest krindzowe”⁴⁴. Adamus zauważyła również, że w książkach fantasy bardzo często ważny jest skrótowiec, którym następnie w rozmowach, hashtagach posługuje się młodzież. Tym sposobem HP oznacza *Harry’ego Pottera*, GoT to *Gra o tron*, a ACOTAR to *A Court of Thorns and Roses Series*. Wydawana w Polsce, już wspomniana, książka J.L. Barnes *The Inheritance Games* w mediach kojarzona jest ze skrótowcem TIG⁴⁵. Piotr Chojnacki w odpowiedzi na internetową dyskusję cytuje wydawcę:

Młodzież jest opatrzona z okładką oryginału na Instagramie, z tytułem też, więc nie wprowadzamy zamieszania, jedziemy z oryginałem. Po polsku co najwyżej drobnym drukiem pod spodem⁴⁶.

Adrian Tomczyk z Wydawnictwa Znak również poruszył ten temat. Zauważył i wyartykułował trzy zasadnicze kwestie:

1. nikt nie zostawia tych tytułów, bo nie potrafi wymyśleć polskiego przekładu lub odpowiednika,
2. jako wydawca nabywam prawa do wykorzystania projektu oryginalnego, to w zamian otrzymuję pliki otwarte, czyli okładkę na warsztach, na której graficzka/k może umieścić tłumaczenie tytułu⁴⁷,
3. wydawnictwo to nie dotowane przez państwo instytucje kultury [...]. Standardy narzuca rynek, czytelniczki/cy⁴⁸.

⁴⁴ CatusGeekus, *Ang. tytuły* [online] [dostęp 7 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.instagram.com/catusgeekus/>.

⁴⁵ Tamże.

⁴⁶ Tamże.

⁴⁷ To niejako neguje jeden z wyżej wskazanych argumentów.

⁴⁸ A. Tomczyk, *Tłumaczenie tytułów* [online] [dostęp 21 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: https://www.instagram.com/p/CisYge4MoqN/?img_index=1.

Kończąc wypowiedź, stwierdził, że wybór oryginalnego tytułu zamiast tłumaczenia to tylko jego dostosowanie do odbiorcy, a wydawca, jak każdy przedsiębiorca, chce zarobić, dlatego podejmuje właśnie takie, a nie inne ryzyko⁴⁹.

I na zakończenie celny cytat Łukasza Chmary:

Uważam, że tłumaczenie tytułów powinno być jedną z podstawowych zasad, którymi polscy wydawcy (w trosce o język) powinni się kierować. A po co? Ażeby te osoby, które po angielsku nie czytają, mogły po dany tytuł sięgnąć bez większych oporów. tzw. inkluzyjność. Bo czy nie warto dbać o nasz język i dać osobom czytającym obcować z myślą, że mimo iż tytuł oryginalny brzmi super, to polski również może? A może, zaręczam!⁵⁰

Bibliografia

- Abramska Magdalena, *O nazwach własnych w polskim i angielskim przekładzie sztuki* Дракон Eugeniusza Szwarca, „Acta Polono-Ruthenica” 2022, nr 22, s. 107–117.
- Adamus Magdalena, *Młodzi dorośli trzęsą rynkiem wydawniczym. Przyglądamy się literaturze young adult*, „Krytyka Polityczna” [online] 18 lutego 2023 [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://krytyka-polityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/magdalena-adamus-mlodzi-dorosli-young-adult-literatura-rynek-wydawniczy/>.
- Bajgier Miłosz, *Książki popularne na TikToku* [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://kulturalnemedial.pl/literatura/ksiazki-popularne-na-tiktoku/>.
- CatusGeekus, *Ang. tytuły* [online] [dostęp 7 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.instagram.com/catusgeekus/>.
- Chmara Łukasz, *Dlaczego tłumaczenie tytułów jest ważne?* [online] [dostęp 2 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: https://www.instagram.com/p/Cg19ZJIMVV1/?img_index=1.

⁴⁹ Tamże.

⁵⁰ Ł. Chmara, dz. cyt.

- Dawidowicz-Chymkowska Olga, *Ruch Wydawniczy w Liczbach 2022 K* [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach/ruch-wydawniczy-w-liczbach-2022-k>.
- Empik wyodrębnia kategorię *Young Adult* z oferty książkowej [online] [dostęp 20 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://news.empik.com/229734-empik-wyodrebnia-kategorie-young-adult-z-oferty-ksiazkowej>.
- Harrison Wayne, Ehlers Bec, *What is Young Adult Literature? Definition and Examples*, [w:] *Oregon State University* [online] [dostęp 29 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://liberalarts.oregonstate.edu/wlf/what-young-adult-literature-definition-and-examples>.
- Imprint w opisie bibliograficznym, [w:] *Słownik języka polskiego PWN* [online] [dostęp 21 maja 2024]. Dostępny w World Wide Web: <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/Imprinty-w-opisie-bibliograficznym;19332.html>.
- Maras Melisa, *Egzotykcja i domestykacja w polskim tłumaczeniu powieści „Harry Potter i Kamień Filozoficzny” J. K. Rowling*, „Forum Filologiczne Ate-neum” 2018, nr 1, s. 87–99.
- Marciniak Sylvia, *Zmiany i perspektywy rozwoju polskiego rynku literatury dla młodzieży*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” 2022, nr 2, s. 125–156.
- Strzałkowska Paulina, *Czy młodzi ludzie jeszcze czytają? Miejsce literatury młodzieżowej w Polsce*, „Bibliotekarz” 2022, nr 12, s. 6–10.
- Tomczyk Adrian, *Czy tłumacz(ka) ma wpływ na tytuł książki?* [online] [dostęp 2 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: https://www.instagram.com/p/Cjr9_UUNPkw/?img_index=1.
- Tomczyk Adrian, *Tłumaczenie tytułów* [online] [dostęp 27 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: https://www.instagram.com/p/CisYge4MoqN/?img_index=1.
- Viral, [w:] *Słownik języka polskiego* [online] [dostęp 1 września 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://sjp.pl/viral>.
- Wattpad, [w:] *Wikipedia. Wolna encyklopedia* [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Wattpad>.
- We need YA, *Czy tytuły książek należy tłumaczyć, a jeśli nie, to dlaczego?* [online] [dostęp 29 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.facebook.com/profile/100063539845638/search/?q=tytu%C5%82y>.
- We need YA, *Czy tytuły książek należy tłumaczyć, a jeśli nie, to dlaczego?* [online] [dostęp 29 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.instagram.com/p/Cr5cPz2trS1/>.

Żelazny Zuzanna, *Booktok, czyli książki, które zdobyły popularność na TikToku. 5 pozycji idealnych na wakacje* [online] [dostęp 31 lipca 2023]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.eska.pl/news/booktok-czyli-ksiazki-ktore-zdobyly-popularnosc-na-tiktoku-5-pozycji-idealnych-na-wakacje-aa-SQ8j-ih7n-oyQD.html>.

Foreign-sounding titles in the repertoire of contemporary Polish publishers of books for young people – fad or necessity?

ABSTRACT: The increasing importance of literature for young people and the separation from children's literature and romances increases the possibility of studying it as an independent subject. The article is devoted to books for young people, and, in particular, titles of those books. The study aims to check what percentage of books for young people published in Poland have titles in English. The analysis was performed using bibliographic and comparative methods based on a selectively chosen research sample from nine different publishing houses. The introduction assesses the importance of young adult and new adult literature in the Polish publishing market. The analysis took into account such elements as the translator, the original language, the publishing house, the year of publication, cultural affiliation, and the publishing series in the context of the title. The article is an attempt to decide whether the increasing tendency to give English titles to books published in Poland is a necessity of publishers or a fad.

KEYWORDS: youth literature, young adult, new adult, book titles