

**Kludia Pocheć**

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

ORCID: 0009-0003-5346-0027

## Charakterystyka polskiej literatury dla młodzieży początku XXI wieku. Przykład *Fanfika* Natalii Osińskiej

### Wprowadzenie

W ostatnich latach literatura młodzieżowa stała się jednym z najszybciej rozwijających się segmentów rynku wydawniczego. Co więcej, jest to proces dynamiczny, zależny od wielu zmiennych czynników. Jednym z nich są media społecznościowe, które od czasu pandemii zyskały dominujący wpływ na kształtowanie czytelniczych upodobań lub promocji konkretnych tytułów. Przestrzeń medialna stała się integralną częścią kultury literackiej, za pomocą której wydawnictwa kształtują rynek wydawniczy. Polskie badania nad literaturą młodzieżową skupiają się jednak głównie na aspekcie historycznym, literaturoznawczym bądź psychologicznym. Wciąż brakuje kompleksowych analiz współczesnych zainteresowań literackich nastolatków, które obecnie stanowią tak ważny element całego polskiego rynku wydawniczego. Tymczasem początek XXI wieku w polskiej literaturze młodzieżowej to czas przełamywania dotychczasowych tematów tabu, takich jak seksualność, tożsamość płciowa czy problemy związane z dojrzewaniem. Literatura LGBTQ+ wprowadza postaci i relacje, które wcześniej były marginalizowane lub wręcz nieobecne w polskich książkach dla młodzieży.

Celem artykułu jest omówienie ewolucji, cech i roli literatury młodzieżowej w kontekście zachodzących zmian cywilizacyjnych. W swojej pracy opisuję współczesną kulturę czytelniczą w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem wpływu mediów społecznościowych na społeczność literacką oraz rynek wydawniczy. Jako przykład reprezentujący literaturę YA dla Generacji Z oraz jej stosunek do nowych mediów i tożsamości wybrałam jedną powieść Osińskiej, dobitnie ilustrującą te zmiany. Dzięki temu artykuł podkreśla zarówno zmieniający się charakter literatury młodzieżowej, jak i jej znaczenie w dyskusji na temat tożsamości i technologii w życiu współczesnych młodych ludzi.

Na końcu analizuję powieść Natalii Osińskiej *Fanfik*, która stanowi przykład współczesnej literatury skierowanej do młodzieży. Książka odzwierciedla obecne założenia dotyczące tego gatunku oraz obrazuje młodzieżową literaturę LGBTQ+, rozwijającą się na obecnym rynku wydawniczym. W analizie wykorzystano podejście interpretacyjne, skupiające się na sposobie przedstawiania postaci LGBTQ+ oraz ich reprezentacji w polskiej literaturze młodzieżowej, a także na badaniu wpływu tych przedstawień na kształtowanie tożsamości oraz percepcji czytelniczej. Interesuje mnie sposób, w jaki przedstawiani są bohaterowie LGBTQ+, oraz ich psychoseksualność. Odnoszę się przy tym do szerszych kontekstów kulturowych, takich jak homofobia i transfobia w polskiej przestrzeni publicznej.

## Charakterystyka pokolenia Z

Młodzież to specyficzna grupa społeczna, która nie poddaje się jednoznacznym kategoryzacji, charakterystycznym dla socjologicznych badań nad pokoleniami. Kształt tej grupy społecznej wynika z charakteru okresu dorastania. Jest to czas cechujący się nasiloną potrzebą niezależności, a także zaburzeniami społecznego funkcjonowania (Kędzior 2008: 9). Na specyfikę grupy społecznej, jaką jest młodzież, składa się również brak ustalonych granic wiekowych. Młodość to stan przejściowy pomiędzy dzieciństwem a dorosłością, którą każdy osiąga w innym wieku. Ponadto jest to czas, w którym młodzi ludzie zdobywają wykształcenie, a także uczą się i przystosowują do nowych ról społecznych. Często dochodzi również do negacji norm narzucanych przez system. To moment, w którym nastolatki poszukują własnej tożsamości oraz przynależności grupowej (Kędzior 2008: 9). Media społecznościowe mają ogromny wpływ na zmiany pokoleniowe wśród młodzieży, kształtując jej wartości, sposób komunikacji, postrzeganie świata i relacje międzyludzkie. Każda kolejna platforma wprowadza nowe modele interakcji, które oddziałują na zachowania i normy społeczne młodych ludzi.

Mianem pokolenia Z określa się osoby urodzone po 1995 roku, w dobie powszechności technologii, Internetu oraz innych urządzeń mobilnych (Chomicka 2022: 94). Data ta ma jednak charakter niejednoznaczny oraz jest różnorodnie interpretowana. Zdaniem ekspertów przynależność do generacji Z powinna być zależna nie od wieku, lecz od sposobu wychowania w cyfrowej rzeczywistości i nabytych umiejętności (Bodzioch 2012).

W XXI wieku młodzież spędza swój wolny czas znacznie częściej w świecie online, a także preferuje pośrednictwo technologii w kontaktach z rówieśnikami. Krótkie, dynamiczne formy komunikacji, które dominują na platformach takich jak TikTok, Snapchat i Instagram Stories, mają ogromny wpływ na sposób, w jaki młodzież konsumuje i tworzy treści. Platformy do szybkiej komunikacji, takie jak WhatsApp, Messenger czy Discord, sprawiają, że młodzież na co dzień korzysta z natychmiastowych wiadomości tekstowych, głosowych lub wideo. Zmienia to sposób, w jaki młodzi ludzie nawiązują relacje i utrzymują kontakty towarzyskie. Często dążą również do aktywnego kreowania własnego wizerunku, naśladując internetowe gwiazdy i osoby publiczne.

Kształtujący się światopogląd młodzieży stanowi istotny element intelektualnego oraz społecznego rozwoju. Kluczowym aspektem dotyczącym postrzegania generacji Z w dyskursie społecznym jest jej otwartość wobec tematu tożsamości płciowej oraz orientacji psychoseksualnej. Media społecznościowe, choć często promują wyidealizowane wizerunki życia, paradoksalnie spowodowały wzrost wartości takich jak autentyczność i szczerść. Postęp technologiczno-medialny sprawił, iż dostęp do szeroko rozumianej wiedzy stał się znacznie łatwiejszy. Tym samym współczesna młodzież zyskała nowe media, za pomocą których mogła w dogodny i szybszy sposób zdobywać wiedzę oraz dzielić się własnymi doświadczeniami związanymi z dorastaniem. Jest to zapewne jeden z czynników przyczyniających się do tak wysokiej samoświadomości nastolatków w zakresie odczuć związanych z własną tożsamością bądź orientacją seksualną. Młode pokolenia są bardziej inkluzywne i otwarte na różnorodność niż wcześniejsze. Badania pokazują, że pokolenie Z i millenialsi mają zbliżone poglądy na wiele kwestii społecznych i politycznych, ale różnią się od siebie pod kilkoma względami, odzwierciedlającymi specyficzny kontekst kulturowy, w którym dorasta młodzież. 66% przedstawicieli pokolenia Z i 62% millenialsów uważa, że osoby Czarne są traktowane mniej sprawiedliwie niż Białe w USA, co sugeruje silne poczucie niesprawiedliwości społecznej wśród młodych ludzi. Generacja Z częściej niż millenialsi zna osoby, które preferują neutralne zaimki płciowe (35% w porównaniu z 25% millenialsów). Młodsze pokolenia są też bardziej zaangażowane na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatycznym, a także bardziej skłonne do udziału w aktywnościach, takich jak wolontariat czy protesty (Tyson, Kennedy, Funk 2021).

## Rynek wydawniczy książek dla młodzieży w Polsce

Współczesny rynek wydawniczy w znacznym stopniu różni się od swego socjalistycznego poprzednika. Z biegiem lat, aż do czasów obecnych, popyt stał się nadrzędnym czynnikiem kształtującym ofertę wydawniczą. Według danych opublikowanych przez Bibliotekę Narodową w jednym z wydań *Ruchu Wydawniczego w Liczbach* od początku lat 90. produkcja książek dla dzieci i młodzieży wzrosła pięciokrotnie. Głównym powodem tak dużego powiększenia liczby tytułów tego działu literatury jest transformacja całego rynku książki. W kraju doszło nie tylko do zmian społeczno-gospodarczych, lecz także do uproszczenia technik wydawniczych. Zmiany te dały również szansę innym osobom oraz instytucjom na publikowanie własnych książek (Laskowska 2017: 201). Zainteresowanie młodzieży nowymi odsłonami literatury jest widoczne w danych raportu Biblioteki Narodowej z 2022 roku. W roku tym do kategorii literatury dla młodzieży zostało zakwalifikowanych 388 tytułów. To zdecydowanie więcej niż w latach 2020 i 2021, choć mniej niż w latach 2016–2019 (Laskowska 2017: 43). Wraz ze zwiększającą się popularnością literatury dla młodzieży rozszerzają się również jej zakres tematyczny oraz format, w jakim jest wydawana. Jednym z najważniejszych są komiksy oraz powieści graficzne adresowane do młodzieży. W ostatnich latach wzrasta liczba tego typu publikacji oraz ich rynkowe znaczenie.

Współczesny rynek wydawniczy, szczególnie w kontekście literatury dla dzieci i młodzieży, przeszedł nie tylko transformację technologiczną i społeczną, ale również

kulturową. Jednym z istotnych aspektów tej zmiany jest rosnące znaczenie kultur fanowskich, które odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu popytu i rozwoju rynku wydawniczego. Kultury te, złożone z oddanych grup fanów danej serii, gatunku literackiego lub medium (np. komiksy, powieści graficzne, manga), mają istotny wpływ na to, jakie treści i w jakiej formie są publikowane. Fanowskie opowiadania, ilustracje czy adaptacje wizualne stają się nieodłączną częścią fenomenu literatury młodzieżowej. Serwisy takie jak Wattpad, Archive of Our Own czy fanowskie fora tematyczne przyciągają miliony użytkowników, którzy piszą własne opowiadania na bazie istniejących światów literackich. Wzrasta liczba adaptacji książek młodzieżowych na różne formaty multimedialne, jak filmy, seriale czy gry komputerowe. To zjawisko jest w dużej mierze napędzane przez fanów, którzy aktywnie wspierają i promują takie inicjatywy. Kultury fanowskie wywierają ogromny wpływ na rozwój literatury młodzieżowej, szczególnie w kontekście promocji książek poprzez media społecznościowe. Fani i fanki często stają się ambasadorami ulubionych książek, recenzując je na blogach, TikToku czy Instagramie, co zwiększa zasięg i popularność danego tytułu.

### Początki współczesnej literatury młodzieżowej XXI wieku

Współczesna literatura, skierowana zarówno do dzieci, jak i młodzieży, charakteryzuje się dużą różnorodnością podejmowanych tematów oraz form literackich. W pierwszej dekadzie XXI wieku liczne utwory nawiązujące do kanonu literatury zyskały nowy „kostium” tematyczny i ilustracyjny (Matras-Mastalerz 2013: 117). Autorzy świadomie zaczęli podejmować trudną tematykę, dotychczas pomijaną w literaturze dla młodych odbiorców, oraz przełamywać panujące tabu. Początek XXI wieku jest związany ze znacznym poszerzeniem się oferty literatury skierowanej do młodzieży. Przyczyną tego czytelniczego zjawiska jest cykl powieści o Harrym Potterze napisany przez J.K. Rowling i wydany w 1997 roku (Laskowska 2017: 204). Sukces serii stał się początkiem zarówno rozwoju licznych odmian fantastyki młodzieżowej, jak też zróżnicowania oraz ożywienia całego rynku książki dla młodych odbiorców. Nastolatki w celu rozrywkowym, zamiast do gier i telewizji, zaczęli ponownie sięgać po książki dostępne w ofercie wydawniczej (Laskowska 2017: 204).

Początek literatury młodzieżowej XXI wieku nieodzownie powiązany jest również z twórczością Stephanie Meyer, autorki bestselleru *Zmierzch*, która zapoczątkowała oraz spopularyzowała motyw wampiryzmu w literaturze skierowanej do nastolatków. Sukces pierwszego tomu miał swoje przełożenie na wysoki zysk wydawniczy (Laskowska 2017: 204).

Istotnym elementem w badaniach oraz rozważaniach na temat współczesnej literatury dla młodzieży jest obserwacja dynamicznego rozwoju tego gatunku literatury. Rynek wydawniczy nie tylko ulega ciągłej zmianie, lecz także jest zależny od preferencji czytelników. Wskutek tego badacze są w stanie zaobserwować, jaki motyw przewodni fikcyjnych historii wzbudzał największe zainteresowanie wśród nastoletnich odbiorców w danym roku. Po etapie magii oraz wampirów na rynku pojawił się kolejny absorbujący „trend”, jakim była literatura dystopijna. Jolanta Laskowska określa książki z tego gatunku literatury mianem powieści fantastycznonaukowej,

przedstawiającej mroczną wizję przyszłości (Laskowska 2017: 204). Jednym z przykładów jest trylogia *Igrzyska śmierci* autorstwa Suzanne Collins, która w 2012 roku osiągnęła spektakularny sukces wydawniczy. Podobną popularność zyskała również saga *Niezgodna* Veroniki Roth oraz trylogia *Więzień labiryntu* Jamesa Dashnera. Każda z wymienionych pozycji obecnie posiada własną adaptację filmową (Laskowska 2017: 204).

Interesującym fenomenem rynku książkowego stała się również trylogia Ransom Riggsa zatytułowana *Osobliwy dom Pani Peregrine*. To powieści z pogranicza fantastyki i thrillera, które znalazły odbiorców nie tylko wśród młodych czytelników (Laskowska 2017: 204–205). Seria stworzona przez Riggsa jest przykładem uniwersalności literatury skierowanej do młodzieży. Coraz częściej sięgają po nią również osoby dorosłe, nienależące do docelowej grupy odbiorczej (Laskowska 2017: 205).

Ponadto w ostatnich latach wśród młodzieży wzrosło zainteresowanie literaturą obyczajową. Świadczy o tym triumf książki Johna Greena *Gwiazd naszych wina*, która w 2014 roku znalazła się na światowych listach bestsellerów w dziale literatury młodzieżowej (Laskowska 2017: 205). Podobną przychylność czytelników zyskały również kolejne tytuły tego autora, w tym *19 razy Katherine* i *W śnieżną noc*. Co więcej, równie zauważalną popularność wśród nastoletnich czytelników zyskały dwie książki obyczajowe Gayla Formana, zatytułowane *Zostań, jeśli kochasz* i *Wróć, jeśli pamiętasz*. O fenomenie literatury obyczajowej skierowanej do młodzieży może świadczyć seria książek *Jeździecjada* autorstwa Małgorzaty Musierowicz. Cykl stworzony przez polską autorkę zyskał zainteresowanie od momentu wydania pierwszego tomu w 1977 roku i trwa on do dziś. W 2022 roku seria została na nowo wydana, w formie e-booków i audiobooków (Laskowska 2017: 205).

Oferta wydawnicza z każdym rokiem staje się coraz bardziej zróżnicowana pod względem treści oraz formy. Książki zmieniają się również pod względem estetycznym. Istotnym elementem wydawniczym jest nie tylko treść powieści, lecz również jej format, wygląd, a także sposób wydania (Laskowska 2017: 208). Kultury fanowskie mogą być jednym z narzędzi, które pomagają zniwelować problem spadającej aktywności czytelniczej w Polsce. Fanowskie społeczności angażują młodych ludzi w twórczość literacką i pomagają w budowaniu emocjonalnych więzi z literaturą. Wymuszają one na wydawnictwach tworzenie bardziej różnorodnych, wizualnie atrakcyjnych i interaktywnych publikacji. Dzięki tym społecznościom książki stają się czymś więcej niż tylko produktem – stają się częścią większej kultury, w której młodzież aktywnie uczestniczy. Współpraca szkół, bibliotek i wydawnictw z młodzieżowymi społecznościami może skutecznie przeciwdziałać trendowi spadającego czytelnictwa.

## Wpływ nowych mediów na czytelnictwo młodzieży w Polsce

W czasach powszechnego dostępu do Internetu kultura czytelnicza w znacznym stopniu oddaliła się od elitarnych wzorców. Rozwój kultury oraz całej społeczności czytelniczej nastąpił nie tylko wraz z rozwojem rynków wydawniczych, lecz także platform społecznościowych. Stały się one medialnym przekątnikiem, łączącym społeczność czytelniczą z całego świata. Bronwyn Reddan uważa społeczny aspekt czytania za

wieloletni oraz nieodzowny element całej kultury literackiej (Reddan 2022: 1). Osoby czytające książki używają literatury w interakcjach społecznych, co pozwala im między innymi w identyfikowaniu się z konkretną grupą społeczną. W 2020 roku wraz ze wzrostem czytelnictwa w Polsce rozszerzyła się również docelowa grupa odbiorców literatury. Wraz z szybkim wzrostem popularności czytelnictwa, w społeczności literackiej pojawiło się nowe słownictwo dotyczące sposobu czytania czy definiowania samej grupy. Jednym z nich jest słowo *książkara*, które w 2020 roku zostało wpisane przez Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego do internetowego słownika neologizmów w polszczyźnie. Według definicji *książkara* to dziewczyna lub kobieta czytająca dużo książek oraz lubiąca czytanie (Dec 2020). Słowo to bardzo szybko zdobyło popularność wśród młodych czytelników korzystających z mediów społecznościowych. Twitter (obecnie X) stał się internetową przestrzenią, w której młodzież dzieli się własnymi recenzjami oraz opiniami na temat książek (Kucharczyk 2023). Użytkownicy nie tylko opisują uczucia towarzyszące im podczas lektury, lecz także promują tytuły oraz stale obserwują rynek wydawniczy, w tym nadchodzące premiery. Pod hasztagiem #TwitteroweKsiążkary codziennie można dostrzec wiele nowych postów, które przedstawiają rozbudowaną społeczność literacką (Kucharczyk 2023). Co istotne, internetowa działalność czytelników jest widoczna również na innych platformach, takich jak TikTok czy Instagram (Kucharczyk 2023).

Media społecznościowe, jak już wspomniałam, są istotnym elementem działalności oraz funkcjonowania współczesnej kultury literackiej. Za ich pomocą użytkownicy kreują internetową przestrzeń zrzeszającą czytelników na konkretnej platformie (Adamus 2022). Innym istotnym elementem medialnej działalności czytelniczej jest nieograniczony dostęp oraz zasięg, jaki umożliwiają media społecznościowe. Użytkownik Instagrama prowadzący konto promujące i recenzujące książki może uzyskać zasięgi wykraczające poza kraj, w którym mieszka. W ten sposób twórczość wielu użytkowników promujących czytelnictwo na platformach społecznościowych zyskuje znaczne zainteresowanie również na skalę światową. Jest to świadectwem rosnącego zainteresowania czytelnictwem wśród młodzieży oraz szybkiego rozwoju rynków wydawniczych. Złożoność oraz skalę internetowej społeczności czytelniczej oddaje chociażby fakt, iż do powszechnej mowy weszły takie nazwy, jak BookTok czy Bookstagram. Są to terminy używane w kontekście mediów społecznościowych, takich jak TikTok i Instagram, na których użytkownicy publikują własne opinie, recenzje oraz rekomendacje dotyczące książek, autorów oraz poszczególnych gatunków (Diaz 2023).

Wzrastająca popularność kont poświęconych książkom oraz ich czytaniu doprowadziła do powstania nowych kategorii oraz pojęć kulturowych. W artykule *Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok* Bronwyn Reddan posługuje się terminem *cultural intermediary*, oznaczającym „kulturowego pośrednika”. Zdaniem autorki obecnie w społeczności czytelniczej rolę wspomnianego pośrednika pełnią *bookfluencers* (Reddan 2022: 1). To osoby, które poprzez swoje konta na portalach społecznościowych dzielą się recenzjami książek lub opiniami na temat bieżących wydarzeń dotyczących rynku wydawniczego. Bookfluencer jest angielskim neologizmem, łączącym słowo *book* (pol. książka) oraz *influencer*, czyli określenie na osobę, która zdobyła popularność w Internecie i korzysta z niej, wpływając na swoich widzów oraz

ich światopogląd (Słownik języka polskiego PWN 2017). Według Reddan bookfluencerzy są mikrocelebrytami kultury czytelniczej, opierającymi swoją twórczość oraz internetowy wizerunek na fakcie, iż czytają książki. Tym samym mogą utożsamiać się z czytelniczą społecznością oraz zyskiwać uwagę i wyższy status społeczny (Marwick 2017: 1–3). Najważniejszym elementem dla całej książkowej branży i jej influencerów jest ich wizerunek oraz reputacja medialna (Marwick 2017: 1–3). Każda osoba polecająca książki musi najpierw zdobyć zaufanie swoich odbiorców. Jednym z często wykorzystywanych przez bookfluencerów sposobów jest dzielenie się własnymi preferencjami czytelniczymi. Co więcej, wizerunek medialny musi sprawiać pozory autentyczności, aby widzowie mogli się z nim utożsamiać, a tym samym ufać przedstawianym recenzjom (Albrecht 2017).

Zdecydowaną przewagę liczebną w medialnej społeczności czytelniczej mają kobiety. Youtuberki i instagramerki mówiące o książkach były obecne w internetowym dyskursie literackim od samego początku (Adamus 2022). Za pomocą takich platform jak Youtube czy Instagram w przestrzeni medialnej zaczęły pojawiać się pierwsi bookfluencerzy. Przez pierwsze lata były to główne kanały nadawcze służące twórcom internetowym do tworzenia własnych treści związanych z literaturą. Jednak w ciągu ostatnich lat pojawiło się nowe medium społecznościowe, które zyskało uwagę nie tylko młodych czytelników, lecz także wydawców. TikTok to aplikacja społecznościowa, która pozwala użytkownikom na nagranie krótkiego (od 60 sekund do 10 minut) filmu, na którym można wybrać konkretną ścieżkę audio, na przykład piosenkę, tekst z filmu, fragment skeczu kabaretowego lub innego filmu wrzuconego wcześniej na platformę (Stępiak 2022). Ponadto w aplikacji dostępne są również różne filtry graficzne, naklejki i napisy, które można umieścić w nagraniu filmie. Wraz z wzrastającą popularnością tej platformy wielu czytelników zaczęło umieszczać autorskie, krótkie filmy przedstawiające ich recenzje oraz opinie na temat książek. W ten sposób powstał BookTok, który podobnie jak BookTube i Bookstagram, zrzesza społeczność czytelników z całego świata. Aplikacja dostarczała użytkownikom innowacyjnych technik i form, wówczas niedostępnych na innych platformach społecznościowych. W wyniku tego twórcy zyskali dostęp między innymi do rozbudowanych oraz kreatywniejszych sposobów mówienia o książkach. Z czasem BookTok przebił popularnością wszelkie inne literackie media oraz internetowe platformy. Szybko i skutecznie zaczął wpływać na preferencje czytelnicze, a tym samym również na rynek wydawniczy (Adamus 2022).

Na ten moment w księgarniach Barnes & Noble, dostępnych w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej, widoczne są stoliki z podpisem „BookTok kazał mi to przeczytać” (Adamus 2022). Podobne zabiegi promocyjne zaczęły pojawiać się również w Polsce. Na stronie księgarni internetowej Gandalf.com.pl widoczna już jest zakładka #BookTok. Przedtem żadna inna społeczność internetowa nie była w stanie zobaczyć przeznaczonych specjalnie dla nich sklepowych wystawek. Istotny jest również fakt, że amerykański rynek wydawniczy należy do czołowych komponentów całego przemysłu literackiego i posiada znaczny wpływ na pozostałe. Zdaniem Magdaleny Adamus Polski BookTok nie jest tak rozwinięty jak jego amerykański odpowiednik, lecz udaje mu się tę różnicę szybko nadrobić. W 2022 roku hashtag #booktokpolska na TikToku

osiągnął liczbę ponad 420 milionów wyświetleń (Adamus 2022). Na platformie pojawia się coraz więcej kont zarówno czytelników książek, jak i polskich wydawnictw. Za przyczynę sukcesu BookToka uznaje się przede wszystkim pandemię z 2020 roku. W trakcie lockdownu osoby niezwiązane wcześniej z czytaniem zaczęły sięgać po książki, które stanowiły nową rozrywkę i nie wymagały kontaktu z innymi ludźmi. Potwierdzają to raporty Biblioteki Narodowej o stanie czytelnictwa w 2020 roku. Zgodnie ze statystykami 42% respondentów deklaruowało przeczytanie co najmniej jednej książki, całej lub we fragmentach. Osoby czytające potrzebowały miejsca, w którym mogłyby się dzielić odczuciami podczas lektury. Prosty format oraz dostęp filmów na TikToku był najłatwiejszym sposobem na spełnienie ich pragnień (Adamus 2022).

Co istotne, literatura młodzieżowa jest najpopularniejszym gatunkiem promowanym przez użytkowników BookToka. Wynika to z faktu, iż znaczną część tej społeczności internetowej stanowią nastolatki oraz młodzi dorośli (Adamus 2022). W przeciwieństwie do innych platform, TikTok posiada proste narzędzia, za pomocą których użytkownicy mogą tworzyć własne treści. Z tego powodu BookTok nie wymaga estetycznych zdjęć lub specjalistycznego sprzętu i nauki montażu, jak w przypadku platformy Instagram czy YouTube. Do publikowania własnych filmów potrzebny jest wyłącznie smartfon i edytor wideo wbudowany w aplikację. Charakterystyczną cechą BookToka jest również jego wtórność. Format publikowanych filmów opiera się na powielaniu istniejących trendów oraz bazy gotowych dźwięków (Adamus 2022). Wskutek tego pod jednym hasztagiem mogą znajdować się tysiące podobnych do siebie pod względem technicznym wideo. Część dostępnych filmów wykorzystuje również ten sam podkład muzyczny, ale zmienia kontekst poprzez nawiązanie do konkretnej książki (Adamus 2022).

Mimo swojej popularności aplikacja posiada ograniczenia, które utrudniają użytkownikom tworzenie treści. Przede wszystkim jest to krótki format czasowy filmów. Konsumenci TikToka są przyzwyczajeni do bardzo zwięzłych i oszczędnych w słowach wideo. Limit ten nie pozwala na wykorzystywanie BookToka do tradycyjnego recenzowania książek czy dyskusji na temat literatury. Zdecydowana większość dostępnych filmów opiera się na formacie krótkich poleceń, jak na przykład „5 książek, po których nie mogłam się pozbierać” (Adamus 2022). Ponadto BookTok opiera się na emocjach i odczuciach czytelników podczas lektury. Odbiorcy publikowanych filmów nie zdobędą istotnych informacji o fabule lub języku danej książki. Zamiast tego będą wiedzieć, jakie uczucia towarzyszyły innym podczas lektury oraz jak długo ktoś po niej płakał. Literatura jest promowana jako pakiet przeżytych emocji, których może dostarczyć swoim czytelnikom (Adamus 2022).

Kolejnym istotnym elementem TikToka, wpływającym na odbiór umieszczanych na nim treści, jest algorytm. Za jego pomocą aplikacja dostosowuje wyświetlane filmy specjalnie pod konkretnego użytkownika. W praktyce skutkuje to dostarczaniem odbiorcom BookToka wyłącznie jednego rodzaju treści, na przykład filmów dotyczących powieści romantycznych. Algorytm nie poszerza zakresu zainteresowań czytelników, a wręcz je ogranicza. Kreuje mylne przekonanie, że inne treści dostępne na aplikacji nie istnieją (Adamus 2022). Wskutek tego użytkownicy TikToka cały czas widzą przychylnie opinie na temat konkretnej i niezmienniej puli książek. Obecnie do listy



najczęściej polecanych tytułów należą między innymi *Okrutny książę* Holly Black, seria *Dwory* Sarah J. Maas, powieści Taylor Jenkins Reid czy *Szóstka wron* Leigh Bardugo. Interesującym efektem BookToka jest również sposób, w jaki popularyzuje on nie tylko nowości, lecz także starsze książki, które dzieli już kilka lat od premiery. To tytuły, które tuż po publikacji nie zyskały dużego rozgłosu, a do ich pozycji na liście bestsellerów przyczynił się marketing szeptany (Rams 2021). Przykładem są takie powieści jak wydana w 2011 roku *Pieśń o Achillesie* Madeline Miller oraz *Nasz ostatni dzień* Adama Silvery'ego z 2017 roku (Rams 2021).

Innym istotnym tematem związanym z literaturą promowaną na BookToku jest zainteresowanie scenami erotycznymi. Wśród społeczności internetowej widoczna jest tendencja nie tylko do promowania książek posiadających wątki erotyczne, lecz także wymagania takowych scen. Pisarki książek młodzieżowych, między innymi autorka serii *Czerwona królowa* Victoria Aveyard, zaczęły publicznie wypowiadać się na temat presji fanek domagających się pisania scen erotycznych (Adamus 2022). Jest to niepokojąca sprawa dla części użytkowników bookmediów, gdyż dotyczy literatury skierowanej do młodzieży, a nie dorosłych. Aktualne zainteresowanie wśród młodzieży erotyką jest efektem zacierania się granic pomiędzy dwoma literackimi podgatunkami, jakimi są *young adult* (YA; książki o nastolatkach dla nastolatków) i *new adult* (NA; historie o studentach i młodych dorosłych) (Adamus 2022). W ciągu ostatnich dwóch lat powstał również nowy problem kategoryzacyjny związany z pojawieniem się książek *young adult* na polskim rynku wydawniczym. Książki *new adult* są przeznaczone dla starszych i dojrzałych czytelników, mających więcej niż 19 lat. Jednak to *young adult* w ciągu ostatniej dekady stało się jednym z najpopularniejszych i najlepiej sprzedawanych kategorii literackich na całym globie. Wydawcy przypisują książki *new adult* do kategorii *young adult* w imię większego zysku oraz łatwiejszego marketingu. Dochodzi również do sytuacji, gdy wydawnictwa, chcąc wydać popularne na BookToku tytuły, myślą ich kategoryzację i błędnie zakładają, iż oba te zbiory składają się z podobnych książek. Przykładem jest wydawnictwo literatury młodzieżowej (*young adult*) You & Ya, które wydaje książki z motywami erotycznymi, przeznaczonymi dla starszych odbiorców (*new adult*), takie jak *Krew i popiół* Jennifer L. Armentrout (Adamus 2022). Nastoletnie czytelniczki znajdują w literaturze reklamowanej jako młodzieżowa dokładnie opisane sceny erotyczne, dlatego oczekują podobnych motywów również w innych pozycjach z tego gatunku (Adamus 2022).

*Young adult*, nazywane również „literaturą dla młodych dorosłych”, jest wciąż dość nowym gatunkiem w polskim dyskursie literaturoznawczym, wskutek czego widoczna jest różnica w definicji tego gatunku. Termin *young adult* po raz pierwszy pojawił się w latach 50. w Stanach Zjednoczonych Ameryki i miał być określeniem literatury nieprzynależącej zarówno do powieści dla dzieci, jak i dorosłych. Dlatego też w badaniach literaturoznawczych można spotkać się ze stosowaniem gatunku *young adult* jako odpowiednika rodzimej literatury młodzieżowej (Herman 2024: 148). Jednak według części badaczy obie kategorie literackie nie powinny być używane zamiennie. Kluczową różnicą mają być grupy docelowe, do których się odnoszą, w szczególności ich potrzeby, upodobania oraz wiek (Herman 2024: 148). *Young adult* docelowo ma być kierowane do osób pomiędzy 14. a 21. lub 15. a 25. rokiem życia, tym samym

poruszana w nim tematyka powinna być poważniejsza lub brutalniejsza niż w powieściach dla młodszych odbiorców (Herman 2024: 148). Przedstawione problemy oraz sprzeczności wynikają z faktu, iż *young adult* jest kategorią zapożyczoną z amerykańskiego rynku książki, niewystępującą wcześniej w takiej formie w polskiej przestrzeni literackiej. Możliwe, że dyskusja na temat tego, co należy do *young adult*, a co nie, będzie trwała jeszcze przez następne lata.

Interesującym aspektem dotyczącym polskiego rynku wydawniczego jest także tendencja do wydawania historii opublikowanych na Wattpadzie. Jeśli historia zyska odpowiednią liczbę wyświetleń i zainteresowanie, wtedy z dużym prawdopodobieństwem zostanie wydana w formie książki (Adamus 2022). Obecnie polski rynek wydawniczy jest pełen nowych książek, które początkowo pojawiły się na tej platformie. Niejednokrotnie zajmują one pierwsze miejsca na liście bestsellerów w księgarniach, takich jak Empik czy Tania Książka. Wraz ze wzrostem ich popularności pojawiły się liczne kontrowersje związane z wydawnictwem NieZwykłym, które na ten moment jest czołowym wydawcą tego typu powieści. W jego książkach pojawiają się liczne błędy składniowe, ortograficzne lub logiczne, co sugeruje brak wcześniejszej korekty i redakcji, którą każda książka powinna przejść przed wydaniem. Na niekorzyść wydawnictwa wpływa również liczba wydawanych książek w ciągu miesiąca – na stronie wydawnictwa w zapowiedziach na drugą połowę miesiąca znajduje się ponad dwanaście powieści (Wydawnictwo NieZwykłe 2024). Przy tak dużym nakładzie niemożliwe jest przeprowadzenie dokładnej korekty bądź redakcji każdej pozycji. W związku z tym książki wydawane przez NieZwykłe są powszechnie uważane za niedopracowane zarówno warsztatowo, jak i merytorycznie. Jednak faktem jest, że dla wielu polskich pisarek Wattpad staje się pierwszym krokiem do rozpoczęcia pisarskiej kariery. Przykładem może być Katarzyna Barlińska, autorka trylogii *Hell*, której książki na tej platformie zyskały od 14 do 16 milionów wyświetleń, a po wydaniu przez wydawnictwo Editio Red zyskały popularność również na BookToku. Na tym nie kończą się wspólne powiązania pomiędzy obiema platformami. Przed wszystkim czytelnicza społeczność TikToka przejęła z opowiadań dostępnych na Wattpadzie nomenklaturę dotyczącą identyfikowania motywów występujących w powieści (Adamus 2022). Pojawiły się nowe hasła, za pomocą których czytelnik może wyszukiwać nowe pozycje do przeczytania. Oprócz znanych już wcześniej określeń, jak trójkąt miłosny czy zakazany związek, pojawiły się znane z Archive of Our Own i Wattpada kategorie, między innymi *there is only one bed*, *enemies to lovers*, *grumpy and sunshine* lub „*Who did this to you?*” (Adamus 2022). Brak polskiego tłumaczenia tych haseł wynika z charakteru platform, na których są stosowane. Zarówno Wattpad, jak i BookTok stawiają na powszechne anglicyzmy, co wpływa również na rynek wydawniczy. W przeciągu ostatnich 3 lat zauważalna jest tendencja polskich wydawców do nietłumaczenia zagranicznych tytułów, znanych czytelnikom z BookToka. Wydawcy literatury młodzieżowej i romansów wykorzystują angielskie tytuły również przy wydaniach książek polskich autorek, w szczególności tych opublikowanych wcześniej na Wattpadzie. Wykorzystywane przez użytkowników TikToka motywy oraz tropy (Chesson 2024) do kategoryzowania książek są jednoznaczne. Odwołują się nie tylko do tematu przewodniego historii, lecz także do występujących w niej scen, atmosfery i cech charakteru

głównych bohaterów (Adamus 2022). Czytelnicy za pomocą platformy szukają tytułów realizujących poszczególne hasła i formy, które znają i lubią. Ponadto młodzi odbiorcy literatury nie muszą już czytać książki, aby wiedzieć, co się w niej znajduje. Za pomocą znanych kategorii mogą z góry dowiedzieć się, po jakie historię sięgają i czego mogą oczekiwać. Popularność terminologii używanej w internetowej przestrzeni zwróciła uwagę wydawców. Marketing wydawnictw reklamuje więc literaturę dla młodzieży pod znanymi tropami, które mają ułatwić zdobycie popularności na platformie (Adamus 2022).

Obecnie BookTok stanowi istotne medium zarówno dla wydawnictw, jak i nastoletniej społeczności czytelniczej. Jest to również kolejny etap demokratyzacji dyskusji o książkach zapoczątkowanej wraz z rozwojem Internetu (Adamus 2022). Dyskusja na temat literatury nie należy już wyłącznie do sfery kultury wysokiej i akademickiej. Aktualnie każdy posiadacz konta społecznościowego może zostać recenzentem i dzielić się własnymi opiniami na temat dowolnej lektury. Co więcej, ostatnie lata rozwoju przyniosły również istotne zmiany w kwestii wydawniczej. Za pomocą platform internetowych, takich jak TikTok, młodzi czytelnicy obserwują nie tylko polskie, lecz także zagraniczne rynki wydawnicze. Nastolatkomie są na bieżąco z listami bestsellerów oraz trendami występującymi za granicą. Ponadto mają dostęp do oryginalnych, anglojęzycznych wydań, które ukazują się szybciej niż w Polsce. Wskutek tego czytelnicy mają większe wymagania wobec wydawnictw oraz ich pracy. Wśród medialnej narracji polskich bookmediów widoczne są dyskusje na temat karygodnych błędów lub pomyłek popełnianych przez wydawnictwa (Adamus 2022).

Po dokonaniu ogólnej charakterystyki internetowej grupy czytelniczej obecnej na TikToku zauważalny jest duży wpływ mediów społecznościowych zarówno na czytelników, jak i na rynek wydawniczy. BookTok jest jak dotąd kluczowym medium, które jako pierwsze zaczęło w widoczny sposób kształtować kulturę literacką wirtualną rzeczywistością. Ponadto platforma ta wywiera pozytywny wpływ na polską kulturę czytelniczą. Za jej pomocą użytkownicy promują między innymi książki skierowane do młodzieży, o tematyce równościowej i mniejszościowej (Adamus 2022). W ostatnich latach liczba książek młodzieżowych zaangażowanych społecznie znacznie wzrosła. Młodzi czytelnicy są zainteresowani książkami, dzięki którym mogą utożsamić się z literackimi bohaterami. Oprócz tego media społecznościowe pomagają w popularyzowaniu czytania literatury. Jest to ważny aspekt w szczególności dla Polski, która od lat zmagą się z niskim wskaźnikiem czytelnictwa. Istnieje duże prawdopodobieństwo, iż młodzież obecnie czytająca literaturę popularną w przyszłości sięgnie również po inne gatunki, na przykład reportaże. Znacznie mniejsze szanse mają na to osoby, które stronią od wszelkiego czytania (Adamus 2022).

## **Reprezentacja społeczności LGBTQ+ w literaturze młodzieżowej na przykładzie *Fanfika* Natalii Osińskiej**

Literatura LGBTQ+ pozwala czytelnikom zobaczyć różnorodność modeli relacji, które różnią się od heteronormatywnego wzorca, dominującego w przestrzeni publicznej i kulturowej. Poprzez przedstawianie różnych form związków i relacji literatura

LGBTQ+ wprowadza czytelników w świat, w którym kluczowym elementem w polu etyki jest akceptacja różnorodności. Za ich pośrednictwem młodzież może odkrywać własną tożsamość, bez względu na uprzedzenia rówieśników lub środowiska, w jakim funkcjonuje (Niewielska 2021: 153).

Kluczową rolę dla polskiej literatury LGBTQ+ odegrała powieść Michała Witkowskiego *Lubiewo*, wydana w 2004 roku, a także początek trzeciej fali emancypacji homoseksualnej, rozpoczętej w 2003 roku kampanią społeczną *Niech nas zobaczą* (Niewielska 2021: 151–152). Data ta ma charakter umowny, gdyż utwory literackie o tematyce LGBTQ+ publikowano już w latach 90. XX wieku oraz wcześniej. Wątki homoerotyczne pojawiały się w twórczości takich polskich pisarzy jak Witold Gombrowicz czy Jarosław Iwaszkiewicz (Niewielska 2021: 152). *Lubiewo* Witkowskiego zyskało miano bestsellera i pojawiło się w obrębie zainteresowania krytyków oraz badaczy. Od tego momentu postacie LGBTQ+ stały się elementem literackiego kanonu w polskich powieściach dla dorosłych. Podobnego przełożenia nie widać w książkach młodzieżowych, wśród których pozycje skupiające się na reprezentacji osób queer są wciąż nieliczne.

Nieheteronormatywni i transpłciowi nastolatki przez długi czas nie pojawiali się w polskiej literaturze dla młodzieży w sposób świadomy, wyraźny i pełnowymiarowy, a ich tożsamości psychoseksualne i płciowe były ignorowane, upraszczane lub przedstawiane w sposób nieadekwatny do ich realnego doświadczenia (Niewielska 2021: 159). Ich obecność byłaby zaburzeniem istniejącego przez lata tabu dotyczącego „jedynego słusznego orientacji”. Jeśli natomiast autorzy bądź autorki decydowali się na wprowadzenie takowych postaci do swoich utworów, nie wyrażali ich psychoseksualności i tożsamości płciowej w sposób bezpośredni (Niewielska 2021: 159). Po raz pierwszy o homoseksualności wśród pozornie heteroseksualnej młodzieży w sposób otwarty napisała Krystyna Boglar w *Kolacji na Titanicu*, wydanej w 1991 roku (Niewielska 2021: 153). Był to jednak wątek dotyczący postaci pobocznej. Dodatkowo jego wyznaczenie dotyczące orientacji seksualnej zostało zredukowane do wzmianki w pamiętniku. Bohater bał się wyznać wprost prawdę swoim rówieśnikom z powodu lęku przed niezrozumieniem i wykluczeniem z grupy. Powieść Boglar jest jedyną polską książką młodzieżową wydaną w XX wieku, zawierającą postać reprezentatywną dla społeczności LGBTQ+. Następną polską powieścią zawierającą nieheteroseksualnego bohatera jest książka *Musisz to komuś powiedzieć* Barbary Ciwoniuk z 2010 roku (Niewielska 2021: 153). Również i w tym utworze postać queer nastolatka nie należy do pierwszoplanowych, a o jego rozterkach czytelnik dowiaduje się z listu, który bohater napisał do głównej bohaterki powieści. Autorzy i autorki poruszający kwestię osób LGBTQ+ skupiali się wyłącznie na ich nieheteroseksualności i związanych z nią obawach oraz rozterkach. Zapominali o prozaicznych czynnościach czy sytuacjach, z którymi osoby queer również mają do czynienia, jak chociażby relacje romantyczne. Tendencję tę zmienia dopiero Natalia Osińska w książce *Fanfik* z 2016 roku, w której relacja romantyczna pomiędzy dwoma głównymi nastoletnimi queerowymi bohaterami jest eksponowana na pierwszym planie (Niewielska 2021: 160).

Osińska jest pierwszą polską autorką, która na kartach powieści młodzieżowej przedstawia związek dwóch nieheteronormatywnych nastolatków – Tośka i Leona

(Reszczyńska-Urban 2019: 223). Obaj wraz z odnajdywaniem się w nowej rzeczywistości zaczynają odczuwać silne wzajemne przywiązanie, przekształcające się następnie w romantyczne uczucie. Autorka koncentruje się przede wszystkim na przedstawieniu drogi, jaką przechodzi transpłciowy Tosiek w celu zrozumienia samego siebie i odkrycia swojej tożsamości płciowej i seksualnej. Wątek Leona pełni funkcję bardziej drugoplanową, lecz nadal jest on jedną z ważniejszych postaci w całej powieści. Historia obu dorastających bohaterów LGBTQ+ rozgrywa się w miejskich przestrzeniach Poznania (Niewielska 2021: 160).

Natalia Osińska była pierwszą polską autorką, która w swojej twórczości stworzyła wielowymiarową reprezentację społeczności LGBTQ+. *Fanfik* jest również pierwszą polską powieścią młodzieżową, w której głównym bohaterem jest dorastający trans chłopak. To samo dotyczy innych powieści Osińskiej, takich jak *Fluff*, gdzie pojawia się postać niebinarna – nieidentyfikująca się z żadną płcią (Niewielska 2021: 160). Prawdziwe jest w tym przypadku stwierdzenie, że Osińska jest pionierką na polskim rynku literatury młodzieżowej, zwłaszcza jeśli chodzi o powieści queerowe.

Debiutancka książka Natalii Osińskiej to powieść, która pod wieloma względami wyróżniła się na polskim rynku wydawniczym w 2016 roku. Przede wszystkim autorka skupia znaczną część uwagi czytelnika na relacji romantycznej dwojga głównych nieheteronormatywnych bohaterów. Ponadto jako pierwsza w polskiej literaturze młodzieżowej porusza temat transpłciowości – dotychczas pojawiał się on wyłącznie w tekstach autobiograficznych, takich jak: *Byłam mężczyzną* Ady Strzelec (1992) czy *Brudny róż* Kingi Kosińskiej (2015) (Reszczyńska-Urban 2019: 222). Zdaniem Alicji Fidowicz brak postaci reprezentujących społeczność LGBT+ w polskiej literaturze dla młodzieży i dzieci jest wciąż znamieny (Fidowicz 2016: 60). Naprzeciw tej tezie wychodzi Osińska, która w swojej powieści tworzy postać Tośka (trans chłopaka) i – co więcej – umieszcza go w roli głównego bohatera. Podobnie jak rówieśnicy, licealista zmaga się z wieloma problemami związanymi z wiekiem dorastania – brakiem samoakceptacji i przynależności, zagubieniem, a nawet depresją. Bohater na początku powieści ma zaledwie szesnaście lat i uczęszcza do poznańskiego liceum. Mieszka z zapracowanym ojcem (Marcinem), który nie spędza czasu ze swoim dzieckiem. Jest fachowcem budowlanym, prowadzącym własną firmę oraz pracującym na zlecenia. Działalność nie przynosi jednak dużych zysków, czego skutkiem są ciągłe nadgodziny. Wskutek tego mężczyzna nie spełnia się w roli ojca – całą odpowiedzialność za wychowanie zrzuca na swoją szwagierkę. Idalia jest siostrą zmarłej matki bohatera. Cio-cia nieustannie powtarza siostrzeńcowi, jak „powinny wyglądać” dziewczyny w jego wieku. Ten, jeszcze przed tranzycją, próbuje dostosować się do „dziewczyńskiego świata”, w który bezustannie jest wpisywany przez innych. Relację pomiędzy Tosią a jej ciotką Idalią można interpretować z perspektywy badań nad konstrukcją płci, relacjami władzy, normami społecznymi i rolami rodzinnymi. Autorka wykorzystuje postać Idalii do eksploracji tematów związanych z tożsamością płciową, autonomią jednostki czy też wpływem otoczenia na jednostkę.

Protagonista nie czuje przynależności do świata swoich rówieśniczek. Czuje natomiast, że do nich nie pasuje, zarówno pod względem wyglądu, jak i charakteru.

Sam nazywa się „głupią Tośką”, „popieprzoną dziewczyną” albo „jednym wielkim problemem” (Osińska 2016: 80–89). To zachowanie wynika z dyskomfortu spowodowanego dysforią płciową. Według definicji psychiatrycznych jest to stan będący przeciwieństwem euforii. Osoba doświadczająca dysforii zmagają się z przygnębieniem, niepokojem, niezadowolaniem, a nawet z depresją (Majcherek 2022: 146). Jest to syndrom dolegliwości psychosomatycznych, występujących u osób odczuwających niezgodność z przypisaną przy urodzeniu płcią biologiczną (Majcherek 2022: 146).

Przełomem w życiu postaci staje się moment, w którym bohater trafia przemoczone do kawalerki Leona, który bez wahania udziela mu pomocy, pożyczając suche ubrania. Następnie Tosiek przypadkowo zerka w lustro przymocowane do drzwi szafy i nie może oderwać wzroku od osoby, którą w nim widzi. To pierwsza inicjacja do nowej roli płciowej, przedstawiona przez Osińską w powieści. Tosiek po raz pierwszy widzi samą siebie bez „upiększaczy” stosowanych przez ciocię bohaterki. Zamiast „głupiej Tośki” dostrzega w lustrze zupełnie nieznanego do tej pory chłopaka. Od tego momentu zaczyna kwestionować swój dotychczasowy wygląd i zachowanie. Zdaje sobie sprawę, że przez cały ten czas czuła się zagubiona we własnym ciele, gdyż nie utożsamiała się z przypisaną jej płcią żeńską. W celu uzyskania odpowiedzi na narastające się pytania szuka potrzebnych informacji w Internecie. Jest zafascynowana androgynicznymi profilami modeli i modelek na Instagramie. Osoby widoczne na zdjęciach określa mianem „nierealnie pięknych, jak z innego świata” (Osińska 2016: 110). Nareszcie odnajduje społeczność, z którą może się utożsamiać. Przeglądając zdjęcia, czuje się, jakby po latach „odnalazła wreszcie ślady istnienia własnego gatunku” (Osińska 2016: 110). Znacznie lepiej czuje się w krótkich włosach i męskiej koszulce, gdyż to właśnie ten wygląd odzwierciedla faktyczną płć postaci. Od tej pory rozpoczyna kompleksowy etap tranżycji zarówno na poziomie społecznym, jak i osobistym. Kluczowym etapem w procesie tranżycji społecznej głównego bohatera jest wsparcie, jakie okazuje mu najbliższa rodzina.

Początkowo relacje Tośka z najbliższymi są skomplikowane. Czuje się zagubiony i niezrozumiany już w dzieciństwie, gdy jako dziecko używał przy swoich rodzicach imienia „Daniel”, chcąc upodobnić się do jednego z przedszkolnych kolegów. Ciocia Idalia początkowo nie akceptuje zmian w wyglądzie Tośka. Nie traktuje siostrzeńca poważnie, kiedy po raz pierwszy widzi go bez makijażu i w starych, męskich ubraniach. Nie chce wypuścić siostrzeńca z domu w stanie tak przez nią nieakceptowalnym. Co więcej, Idalia nadal zwraca się do bohatera *deadnamem* i żeńskimi zaimkami. Nie zmienia stosowanego słownictwa nawet po zwróceniu uwagi, aby używała wobec Tośka innego imienia. Dopiero z czasem dostrzega, jak uprzedzenia i niezrozumienie wpłynęły negatywnie na jej relacje z siostrzeńcem. Pod koniec akcji powieści kobieta staje się największą sojuszniczką głównego bohatera. Po rozmowie Idalii z dyrekcją nikt z władz szkoły nie wspomina już o Tosi Graczyk. Nauczyciele odtąd nazywają Tośka „Graczykiem” (deklinacja nazwiska), a dodatkowo nastolatek jest pod stałą opieką grona pedagogicznego (Reszczyńska-Urban 2019: 228).

Osińska nie tworzy w *Fanfiku* jednowymiarowych postaci. Pokazuje, jakie skutki niesą za sobą krzywdzące poglądy i dyskryminacja wobec osób LGBT+. Idalia jest przykładem osoby, która przez swoje uprzedzenia prawie straciła najbliższego

członka rodziny. Nie doszło do tego dzięki zrozumieniu, wsparciu i akceptacji, którymi kobieta się wykazała. Zrozumiała, że Tosiek będąc trans chłopakiem jest szczęśliwszy i może być w pełni sobą. Co więcej, jest on nadal równie wartościową i ważną postacią w jej życiu.

W świadomości bohatera widać wyraźny podział na życie „przed” i „po” rozpoczęciu tranzytacji. Życie „przed” należy do „głupiej Tośki”, która jest dla niego ucieleśnieniem wszystkich negatywnych cech, jakie w sobie posiadał (nieśmiałość, bierność, niska samoocena). Sytuacja wygląda inaczej w etapie „po”, w którym Tosiek postrzega siebie samego jako „inną” osobę. Dlatego też przez długi czas Tosiek postrzega swoją „nową osobowość” w samych superlatywach. Wraz z rozpoczęciem tranzytacji w postaci Osińskiej pojawia się chęć zmiany swojego dotychczasowego życia. Autorka poprzez opis zmian zachodzących w bohaterze przedstawia nastoletnim czytelnikom, jak istotny wpływ na życie i samoocenę ma tożsamość płciowa. Co więcej, Osińska za pomocą prostych form obrazuje życie osób transpłciowych przed rozpoczęciem tranzytacji i społecznym *coming outem*. Przeżycia Tośka związane z odkrywaniem własnej tożsamości są emblematyczne dla społeczności LGBTQ+. Queer czytelnicy i czytelniczki mogą utożsamić się z jego emocjami, uczuciami i zachowaniem. Każda trudność napotkana na jego drodze odzwierciedla drogę, jaką część trans nastolatków i trans nastolatek musi przeżyć, aby w pełni móc wyrażać swoją osobowość.

W dalszej części powieści autorka przedstawia, w sposób interesujący i wnikliwy, realia życia w Polsce. Tosia pochodzi z biednej rodziny, w której ojciec musi całymi dniami poświęcać się pracy fizycznej, aby móc zarobić pieniądze. Co więcej, Tosiek wychowuje się bez matki, a jej miejsce zastępuje ciotka o silnym charakterze, która jako jedyna ma czas, by zajmować się dorastającym bohaterem. Osińska porusza również kluczowy temat homofobii i transfobii widocznej w polskiej przestrzeni publicznej od lat. W *Fanfiku* Tosiek doświadcza ich chociażby poprzez pogrożki oraz podrzucane do plecaka liściki zawierające seksualne podteksty. Odczuwa ją również Leon, który po swoim *coming outcie* jako gej, zostaje odrzucony przez rodzinę. Raport Kampanii Przeciw Homofobii potwierdza, iż wiele osób queer zmagają się z podobnym problemem. Według danych z lat 2019–2020 aż 37% procent osób ukrywa swoją orientację seksualną lub tożsamość płciową przed rodziną (KPH 2021: 15–16). Historia obu bohaterów jest literackim odzwierciedleniem realnych problemów, jakich doświadczają osoby queer w Polsce. Wszystkie wymienione wątki fabularne przyczyniają się do poczucia realności prezentowanych przez autorkę wydarzeń. Nastoletni (queer lub nie) czytelnicy mogą utożsamić się z bohaterami i sytuacją, w jakiej się znajdują – zwłaszcza gdy też nie czują akceptacji środowiska lub wychowuje ich tylko jeden rodzic. Obecnie wiele powieści należących do gatunku literatury młodzieżowej i *young adult* przedstawia historię bohaterów mieszkających za granicą (Stany Zjednoczone, Wielka Brytania). Dotyczy to zarówno pozycji zagranicznych przetłumaczonych na język polski, jak i książek polskich autorek i autorów (w szczególności tych wywodzących się pierwotnie z Wattpada). *Fanfik* Natalii Osińskiej staje w opozycji do tego typu zabiegów. Tosiek uczęszcza do publicznego liceum w Poznaniu i mieszka w zwykłym, podłużnym bloku razem z tatą. Tym samym autorka osadza fabułę powieści w realiach, z jakimi może mieć styczność każdy polski nastolatek.

Książka Natalii Osińskiej stała się jedną z najważniejszych współczesnych powieści młodzieżowych wydanych w Polsce. Jako pierwsza przedstawiła realia polskiej rzeczywistości z perspektywy trans nastolatka. Tym samym autorka poszerzyła oraz wpłynęła na rozwój polskiej literatury LGBTQ+. Nastoletni queerowi czytelnicy wreszcie zyskali bohatera literackiego, z którym mają możliwość się utożsamić. Ponadto *Fanfik* Natalii Osińskiej jest pierwszą polską powieścią młodzieżową, która porusza temat transpłciowości i relacji queer w sposób realistyczny i autentyczny. W książce zostają poruszone ważne tematy, takie jak dysforia płciowa, tranzycja, homofobia i transfobia, a także akceptacja i wsparcie dla osób LGBTQ+. Autorka pokazuje, jak ważne jest, by młodzi ludzie mieli możliwość identyfikowania się z bohaterami literackimi, którzy reprezentują ich doświadczenia, zwłaszcza jeśli chodzi o kwestie tożsamości płciowej i seksualnej. *Fanfik* otwiera nowy rozdział w polskiej literaturze młodzieżowej, dając głos nowym, dotychczas pomijanym, osobom.

## Bibliografia

- Adamus Magdalena. 2022. „BookTok kazał mi to przeczytać”. <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/magdalena-adamus-booktok-co-czytaja-nastolatki/> (dostęp: 4.02.2024).
- Albrecht Katharina. 2017. *Positioning BookTube in the publishing world: An examination of online book reviewing through the field theory*. Leiden University.
- Bodzioch Karolina. 2012. „Pokolenie C. Nowa odsłona pokolenia Y?”. <https://hrstandard.pl/2012/01/04/pokolenie-c-nowa-odslona-pokolenia-y/> (dostęp: 28. 02.2024).
- Całek Agnieszka. 2021. „Pokolenie Z – próba diagnozy”. *Zeszyty Prasoznawcze* nr 64(245).
- Chesson Dave. 2024. „A Complete List of Book Tropes: Everything You Need to Know”. <https://kindlepreneur.com/book-tropes/> (dostęp: 06.10.2024).
- Chomicka Angelika, Cież Magdalena. 2022. „Psychologiczna charakterystyka pokolenia Z. Przegląd badań”. *Humanistic Corpus* nr 44.
- Chrobak Małgorzata. 2019. *Bohater literatury dziecięcej i młodzieżowej z okresu PRL-u. Między kreacją a recepcją*. Kraków.
- Dawidowicz-Chymkowska Olga. 2023. „Ruch Wydawniczy w Liczbach” (t. 75: 2022 Książki). Biblioteka Narodowa. Warszawa.
- Dec Tomasz. 2020. „Najnowsze słownictwo polskie”. <https://www.nowewyrazy.pl/haslo/ksiazkara.html> (dostęp: 4.02.2024).
- Diaz Anahy. 2023. “What is BookTok? These readers say TikTok has changed their reading habits”. <https://www.today.com/popculture/books/what-is-booktok-meaning-rcna70362> (dostęp: 4.02.2024).
- Fidowicz Alicja. 2016. „Bohater nieheteronormatywny w powieści Nad czarną wodą Haliny Górskiej”. *Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ. Nauki Humanistyczne* nr 15(4).
- Herman Anouk. 2024. „Polska literatura young adult z reprezentacją LGBTQ+ w kontekście neoliberalnej asymilacji podmiotów queerowych”. *Przegląd Kulturoznawczy* nr 1(59).
- Kędzior Jolanta. 2008. *Młodzież jako specyficzna kategoria społeczna*. W: Kurzępa Jacek, Lisowska Alicja, Pierchalska Agnieszka. *Współczesna młodzież pomiędzy Eros a Thanatos*. Wrocław.



- KPH. 2021. Mirosława Makuchowska (red.). Sytuacja społeczna osób LGBTQIA w Polsce. Raport za lata 2019–2020. Przegląd najważniejszych danych. Warszawa.
- Kucharczyk Katarzyna. 2023. „Parę słów o «książkarach». Czyli o tym jak młodzi ludzie zmieniają rynek wydawniczy”. <https://plus.nowosci.com.pl/pare-slow-o-ksiazkarach-czyli-o-tym-jak-mlodzi-ludzie-zmieniaja-rynek-wydawniczy/ar/c13-17845351> (dostęp: 4.02.2024).
- Laskowska Jolanta. 2017. „Rynek książki dla dzieci i młodzieży w Polsce”. *Jednak Książki: Gdańskie Czasopismo Humanistyczne* nr 7.
- Lepalczyk Irena. 1965. Problemy czytelnicze uczniów szkół średnich. Warszawa.
- Majcherek Janusz Andrzej. 2022. „Dysforia płciowa u adolescentów i preadolescentów jako wyzwanie pedagogiczne”. *Lubelski Rocznik Pedagogiczny* nr 41(2).
- Majewska Magda. 2015. „Czytanie jako praktyka społeczna [rozmowa o badaniach czytelnictwa]”. <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/badanie-czytelnictwa-roman-chymkowski-wywiad/> (dostęp: 4.02.2024).
- Marwick Alice. 2007. „Microcelebrity, Self-Branding, and the Internet”. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. 1–3. <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeos1000>.
- Matras-Mastalerz Wanda. 2013. Nowe tendencje, zadania i funkcje współczesnej literatury dziecięco-młodzieżowej. W: *Kultura czytelnicza dzieci i młodzieży. Szkice bibliologiczne*. Antczak Mariola, Brzuska-Kępa Alina, Walczak-Niewiadomska Agata (red.). Łódź.
- Niewielska Malwina. 2021. „Zarys historii amerykańskiej i polskiej młodzieżowej literatury LGBT”. *Dzieciństwo. Literatura i Kultura* nr 3(1).
- Osińska Natalia. 2016. *Fanfik*. Warszawa.
- Peszko Kamila. 2016. „Popularność mediów społecznościowych wśród różnych generacji”. *Marketing i Zarządzanie* nr 4(45).
- Rams Damian. 2021. „Marketing szeptany”. <https://www.damianrams.pl/marketing-szeptany/#0-marketing-szeptany-%E2%80%93-co-to-jest-> (dostęp: 7.02.2024).
- Reddan Bronwyn. 2022. „Social reading cultures on BookTube, Bookstagram, and BookTok”. *Synegr* nr 20(1).
- Reszczyńska-Urban Katarzyna. 2019. „Inicjacje bohaterów nieheteronormatywnych w Fanfiku i Slashu Natalii Osińskiej”. *Dzieciństwo. Literatura i Kultura* nr 1(1).
- Rogoż Michał. 2013. *Wydawcy literatury dla dzieci i młodzieży (1945–1989)*. W: *Literatura dla dzieci i młodzieży (1945–1989)* (t. 3). Heska-Kwaśniewicz Krystyna, Tałuc Katarzyna (red.). Katowice.
- Słownik języka polskiego PWN. 2017. <https://sjp.pwn.pl/mlodziejowe-slowo-roku/haslo/influencer;6368873.html> (dostęp: 5.02.2024).
- Stępnia Julia. 2022. *TikTok – co to jest i jak wykorzystać w marketingu marki*. <https://cyrekdigital.com/pl/baza-wiedzy/tiktok/> (dostęp: 6.02.2024).
- Tyson Alec, Kennedy Brian, Funk Cary. 2021. „Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue”. <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/gen-z-millennials-stand-out-for-climate-change-activism-social-media-engagement-with-issue/> (dostęp: 5.10.2024).
- Wydawnictwo NieZwykłe, „Zapowiedzi” <https://wydawnictwoniezwykle.pl/zapowiedzi> (dostęp: 13.11.2024).

### Streszczenie

Celem niniejszego artykułu jest charakterystyka współczesnej literatury młodzieżowej i wpływu mediów społecznościowych na jej rozwój. Artykuł przybliży sylwetkę pokolenia Z, które kształtuje współczesny rynek wydawniczy oraz jest docelowym odbiorcą tejże literatury. Przytaczane są również trendy w czytelnictwie młodzieży, które ukształtowały obecny rynek książki. Artykuł w szczególności analizuje w nurcie kulturoznawczym, jak nastoletnia społeczność czytelnicza oraz wydawnictwa wykorzystują nowe media w celu dyskusji o literaturze lub jej promocji. Za pomocą przytoczonych źródeł omawiana jest również rola literatury LGBTQ+, która w ostatnich latach zyskuje na popularności i pozwala przedstawiać bardziej realistyczne i różnorodne modele relacji w literaturze dla młodzieży. Końcowa część pracy skupia się na książce *Fanfik* Natalii Osińskiej, będącej przykładem młodzieżowej powieści queerowej.

### Characteristics of Polish Literature for Young People in the Early 21<sup>st</sup> Century: The example of “Fanfik” by Natalia Osińska

#### Abstract

The aim of this article is to characterize contemporary young adult literature and the influence of social media on its development. The article highlights the profile of Generation Z, which shapes the current publishing market and serves as the target audience for this literature. It also discusses the trends in youth reading that have shaped the present book market. In particular, the article analyzes, within a cultural studies framework, how the teenage reading community and publishers use new media to discuss and promote literature. Additionally, through cited sources, it addresses the role of LGBTQ+ literature, which has gained popularity in recent years and allows for more realistic and diverse models of relationships in young adult literature. The final part of the paper focuses on the book “Fanfik” by Natalia Osińska, which serves as an example of queer young adult fiction.

**Słowa kluczowe:** literatura dla młodzieży, media społecznościowe, rynek wydawniczy, Booktok, literatura LGBTQ+

**Keywords:** young adult literature, social media, publishing market, Booktok, LGBTQ+ literature

**Klaudia Pocheć** – absolwentka kulturoznawstwa i wiedzy o mediach na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Obecnie kontynuuje naukę na tym samym uniwersytecie na studiach magisterskich: HR w mediach i organizacjach międzynarodowych. Głównym polem jej debiutujących zainteresowań badawczych jest współczesna literatura skierowana do młodzieży oraz osób queer.