

Bożena Hojka

Elżbieta Jamróz-Stolarska

University of Wrocław (Poland)

### **Controversy on the children's book market as a reflection of cultural changes in Poland**

The unique role of children's literature as a tool for the intergenerational transfer of not only literary but also social and cultural content makes the children's book market have its own specificity (Zajac 2000; Ewers 2009; Evans 2015). On the one hand, treating the book as an element shaping the children's system of values, a vehicle for ideas and ideology, and on the other hand, its simultaneous functioning as a product and a commodity subject to the economic laws of the market, causes tensions to appear at every stage of its "life", which can lead to the emergence of controversies understood as "a divergence of opinions which entails discussions and disputes" (*Słownik języka polskiego PWN*). This applies to the whole communication circuit of the book, starting from the creative and publishing process, to distribution and promotion, to the readership reception and social evaluation (Darnton 1982; van der Weel 2000). Assuming that controversies reflect, and thus reconstruct, the historically changing systems of norms in a given culture (as they are often conceived as a result of an attempt to transcend them), we would like to analyze selected examples of controversial publishing ventures in the area of the Polish children's book market in the context of social and cultural changes in Poland in the 20th and early 21st century. The presented analysis will attempt to find an answer to the question to what extent social expectations of adult intermediaries (*mediators* – Ewers 2009) towards children's books – which in turn derive from a specific cultural conceptualization of children and childhood (Męczkowska-Christiansen 2010) – influence the book market, determining and shaping its mechanisms. The discussed phenomena will concern both the origin of controversy in this area and the use of (potential) controversy as a strategy in publishing activities.

**Keywords:** children's book market in Poland, controversies on the book market, publishers of children's books in Poland, promotion of children's books

**Bożena Hojka** (bozena.hojka@uwr.edu.pl) is Assistant Professor at the University of Wrocław (Poland). Her research interests concern the relationship between text and image in various types of publications, with particular emphasis on educational books for children, widely

understood publishing and communication theory. Currently she is conducting research on picture- and illustrated dictionaries for children. She is a member of The Centre for Research on Children's and Young Adult Literature at the University of Wrocław.

**Elżbieta Jamróz-Stolarska** (elzbieta.jamroz-stolarska@uwr.edu.pl) is Assistant Professor at the University of Wrocław (Poland). She has published widely on the children's book market, design and illustration. Her major recent work is *Serie literackie dla dzieci i młodzieży w Polsce 1945-1989. Produkcja wydawnicza i ukształtowanie edytorskie* [*Fiction Series for Children and Young Adults in Poland 1945-1989: Book Market and Design*] (Warszawa, 2014). She is also a co-author of a monography *Lilipucia rewolucja. Awangardowe wydawnictwa dla dzieci i młodzieży w Polsce w latach 2000-2015* [*A Lilliputian Revolution: Avant-garde Publishers for Children and Young Adults in Poland 2000-2015*] (Warszawa 2018). She is a cofunder and a member of The Centre for Research on Children's and Young Adult Literature at the University of Wrocław.

### **Kontrowersje na rynku książki dla dzieci jako odzwierciedlenie przemian kulturowych w Polsce**

Wyjątkowa rola literatury dla dzieci jako narzędzia międzypokoleniowego transferu treści nie tylko literackich, ale także społecznych i kulturowych, sprawia, że również rynek książki dla dzieci ma własną specyfikę (Zajac 2000; Ewers 2009; Evans 2015). Z jednej strony traktowanie książki jako elementu kształtującego dziecięcy system wartości, nośnika idei i ideologii, a z drugiej jednoczesne jej funkcjonowanie jako produktu i towaru podlegającego ekonomicznym prawom rynku powoduje, że na każdym etapie jej „życia” mogą pojawiać się napięcia sprzyjające rodzeniu się kontrowersji rozumianej jako „rozbieżność opinii pociągająca za sobą dyskusje i spory” (*Słownik języka polskiego PWN*). Dotyczy to całego obiegu komunikacyjnego książki, począwszy od procesu twórczego i wydawniczego, poprzez dystrybucję i promocję, aż do czytelnickiej recepcji i społecznej oceny (Darnton 1982; van der Weel 2000). Przyjmując założenie, że kontrowersje odzwierciedlają, a tym samym pozwalają zrekonstruować obowiązujące w danej kulturze zmienne historycznie systemy norm (ponieważ rodzą się często w wyniku próby ich przekraczania), chciałobyśmy w swoim wystąpieniu przeanalizować wybrane przykłady budzących kontrowersje przedsięwzięć wydawniczych z obszaru polskiego

rynku książki dziecięcej w kontekście przemian społecznych i kulturowych w Polsce w XX i na początku XXI wieku. Zaprezentowana analiza będzie stanowiła próbę znalezienia odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu społeczne oczekiwania dorosłych pośredników (*mediators* – Ewers 2009) wobec książki dla dzieci – będące z kolei pochodną określonej kulturowej konceptualizacji dziecka i dzieciństwa (Męzkowska-Christiansen 2010) – wpływają na rynek książki, determinując i kształtując jego mechanizmy. Omawiane zjawiska będą bowiem dotyczyły zarówno genezy kontrowersji w tym obszarze, jak i wykorzystywania (potencjalnych) kontrowersji jako strategii w działalności wydawniczej.

**Słowa kluczowe:** rynek książki dla dzieci w Polsce, kontrowersje na rynku książki, wydawcy książki dla dzieci w Polsce, promocja książki dla dzieci