

**Ewelina Troka**

Uniwersytet Gdański

ewelina.troka13@gmail.com

## **Romans w bibliotece: możliwości wykorzystania literatury popularnej w kreowaniu usług dla czytelników. Zarys historii romansu**

**Słowa kluczowe:** romans, literatura romansowa, kampanie marketingowe, kampanie informacyjne, oferta usługowa biblioteki, promocja biblioteki

**Abstrakt:** Literatura romansowa, choć przez wielu niedoceniana, stanowi integralną część kulturowego krajobrazu różnych krajów, w tym Polski. Jej początki sięgają wiele wieków wstecz, kiedy społeczeństwa przenosiły na papier opowieści o miłości, namiętnościach i dylematach serca. Współczesne romanse, choć często bardziej skomplikowane i zróżnicowane, wciąż odnoszą się do tych uniwersalnych tematów, które przyciągają czytelników. Romans może stać się również elementem działania marketingowego biblioteki, która używając książek o tej tematyce lub wybranych motywów literackich, może urozmaicić swoją ofertę oraz przygotować chwytliwy przekaz marketingowy. W artykule zaprezentowano specyfikę literatury romansowej, jej typy, historię i krótką charakterystykę w kontekście możliwości, jakie daje ona bibliotekarzom pracującym nad kampaniami marketingowymi oraz przygotowaniem nowej, niestandardowej oferty usługowej. Przegląd oparto na literaturze przedmiotu oraz analizie aktywności bibliotek.

**Keywords:** romance, romance literature, marketing campaigns, informational campaigns, library service offerings, library promotion

**Abstract:** Romance literature, despite being undervalued by many, constitutes an integral part of the cultural landscape in various countries, including Poland. Its origins date back to centuries when societies transcribed tales of love, passions, and heart dilemmas onto paper. Contemporary romances, though often more complex and varied, still address these universal themes that captivate readers. Romance novels can also serve as a component in library marketing strategies; by utilizing books of this genre or specific literary motifs, libraries can diversify their offerings and craft compelling marketing messages. This article presents an overview of romance literature, including its types, history, and a brief characterization, within the context of the opportunities it offers librarians working on marketing campaigns to develop innovative service offerings. The review is based on subject literature and an analysis of library activities.

## Wstęp

Od lat dziewięćdziesiątych XX w. na polskim rynku wydawniczym można zaobserwować dynamiczne zmiany w segmencie literatury romansowej, co wpływa także na ofertę bibliotek. Te zmiany, będące odbiciem globalnych trendów, ale też specyfiki krajowego rynku, stały się przedmiotem niniejszego artykułu. W jego ramach starano się omówić fenomen romansów, ze szczególnym uwzględnieniem możliwości ich wykorzystania w promocji bibliotek oraz w celu urozmaicenia ich tradycyjnej oferty usługowej.

Jednym z ważniejszych elementów analizy było ustalenie wpływu tak zwanych harlequinów i romansów kieszonkowych na polski rynek wydawniczy oraz ofertę bibliotek. Harlequiny, jako jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek wydawniczych w segmencie literatury romansowej, od lat dostarczają czytelnikom historie miłosne w konkretnym, często schematycznym stylu. Warto postawić pytanie, jak wpływają one na odbiór i postrzeganie literatury romansowej w Polsce? Czy klasyczne wzory narracyjne harlequinów odpowiadają na oczekiwania polskiego czytelnika? Czy można zaobserwować tendencje do poszukiwania nowych, mniej konwencjonalnych opowieści miłosnych?

Nie można zapomnieć także o fenomenie romansów kieszonkowych, które choć często lekceważone przez krytyków, zdobyły szerokie grono oddanych fanów. Te niewielkie książeczki, dostępne w każdym kiosku, a następnie w licznych bibliotekach, stały się dla wielu wręcz synonimem literatury romansowej. Czym więc owe romanse kieszonkowe różnią się od innych form literackich? Jakie miejsce zajmują w sercach polskich czytelników?

W kontekście globalnych zmian społeczno-kulturowych oraz dynamicznie rozwijającego się rynku wydawniczego w Polsce, badanie literatury romansowej, jej czytelnictwa oraz oferty bibliotek staje się nie tylko ciekawym tematem badawczym, ale również ważnym elementem analizy współczesnych trendów kulturowych.

## Czym jest literatura popularna?

Rozważania na temat romansu oraz jego użyteczności w bibliotekach należy zacząć od sprecyzowania, czym jest literatura popularna, do której zaliczany jest także romans. Typ literatury popularnej z samej definicji obejmuje utwory przeznaczone dla szerokiego kręgu czytelników, posiada bogatą historię i gromadzi w sobie różnorodne gatunki. Literatura ta charakteryzuje się kilkoma cechami, które przyczyniają się do jej szerokiej dostępności i zainteresowania nią. Są to między innymi:

- łatwość czytania (literatura popularna zazwyczaj pisana jest przystępnym językiem z prostą i płynną narracją, dynamiczną akcją, która utrzymuje zainteresowanie czytelnika);
- poruszanie powszechnych tematów, bliskich czytelnikom, związanych z miłością, przygodą, intrygą, rozwojem osobistym, walką dobra ze złem, stanowiących uniwersalne aspekty ludzkiego życia;

- płynne tempo i rozrywkowy charakter (dynamiczna akcja, napięcie – skupienie na emocjach i rozrywce czytelnika; wątki sensacyjne, przygodowe, humorystyczne);
- dostępność i rozpowszechnienie (jest to typ literatury łatwo dostępnej w księgarniach, bibliotekach, również w formie e-booków i audiobooków).

Należy jednak mieć na uwadze, że definicja literatury popularnej może być elastyczna i różnić się w zależności od kontekstu kulturowego i czasu. Pojęcie literatury popularnej pojawiło się i ewoluowało bowiem wraz z rozwojem literatury i kultury powszechnej na przestrzeni lat. Termin ten częściej zaczął być używany i zyskał na znaczeniu w XIX w. Wraz z rozwojem społeczeństwa przemysłowego i wzrostem czytelnictwa, zauważono potrzebę odróżnienia literatury popularnej od tzw. literatury wysokiej, uznawanej za prestiżową. W Polsce określenie to zaczęło być używane do opisywania twórczości takich pisarzy, jak Henryk Sienkiewicz czy Bolesław Prus, których dzieła były cenione przez krytyków, jak i czytelników z różnych grup społecznych. Wtedy też wykształcono, udoskonalono i rozwinięto odmiany literatury popularnej. Przykładowo z powieści historycznej wyłoniła się powieść wojenna, z powieści sentymentalnej – melodramat, a później różne odmiany powieści miłosnej. Zaszła też pierwsza typowa dla dzieł literatury jej komercjalizacja. Pierwszeństwo w produkcji wydawniczej uzyskały utwory aprobowane przez czytelników [10, s. 64–66; 39, s. 310–312].

Wraz z rozwojem literatury masowej i mediów (czasopism, gazet *etc.*) literatura popularna stała się trwałym i istotnym elementem kultury czytelniczej. Obejmuje ona w większości książki, które mają na celu zapewnienie rozrywki, emocji i relaksu. Jednak pojęcie to wciąż się rozwija. Gatunki, style i tematy nadal się zmieniają, dostosowując do upodobań czytelników oraz kontekstu społecznego i kulturowego. Najpopularniejszymi są:

- powieść sensacyjna/thriller, w ramach których rozwinęło się wiele podgatunków – thriller psychologiczny, sensacja medyczna, kryminał, thriller szpiegowski;
- powieść historyczna;
- literatura fantastyczna, która obejmuje fantastykę naukową/sci-fi, fantasy, horror;
- literatura młodzieżowa;
- powieść romantyczna/obyczajowa.

Oczywiście są to tylko niektóre przykłady gatunków popularnych w Polsce, bo przecież można by również wymienić westerny, które właściwie wyszły już z mody, bądź teksty Nieliterackie, takie jak na przykład senniki, czy poradniki, które także dostępne są na półkach bibliotek.

## **Produkcja, dystrybucja i odbiór literatury popularnej**

Kluczową cechą literatury popularnej jest to, że spełnia ona zazwyczaj oczekiwania czytelników. Autorzy tego typu utworów bardzo często nastawieni są na zaspokojenie potrzeb swoich odbiorców, nierzadko wchodząc z nimi w interakcje, także w ramach różnego rodzaju imprez czytelniczych organizowanych przez księgarnie, wydawnictwa czy biblioteki

[szerz. zob. 35]. Zdarza się, że odkładają na bok swoje ambicje o indywidualnej i oryginalnej ekspresji twórczej na rzecz sukcesu wydawniczego i zadowolenia czytelników. Wielu z nich dopiero po kilku próbach otrzymuje aprobatę wydawnictw, co może przynieść sukces, także ten finansowy. Największym wyróżnieniem i korzyścią, dla twórców tego typu literatury jest uznanie ich dzieła za bestseller [39, s. 313–314].

W obecnych czasach bestsellerem określane są książki, które zyskują uznanie czytelników, a co za tym idzie – sukces na rynku, który da się zauważyć poprzez liczbę sprzedanych egzemplarzy i zyski, jakie przynoszą [39, s. 32]. Książki uznane powszechnie za bestsellery częściej też pojawiają się w księgozbiorach bibliotecznych – bądź to z inicjatywy bibliotekarzy, bądź też samych czytelników, którzy proszą o ich zakupienie. Z drugiej zaś strony biblioteki, organizując spotkania z autorami, mogą w pewnym stopniu przyczynić się do popularyzacji ich twórczości.

Ważną rolę w wykreowaniu silnej pozycji książki na rynku, oprócz autora, pełni także wydawnictwo. Jest ono pośrednikiem między autorem a czytelnikiem, a także przedstawicielem potrzeb tych drugich. Jego zadaniem jest maksymalizacja zysków, dzięki wzbudzeniu zainteresowania poprzez dobrą promocję książki i atrakcyjne formy dystrybucji. Kroki podejmowane przez wydawnictwa powinny być starannie zaplanowane. Od kosztów produkcji, wybrania odpowiedniego tytułu, formatu, okładki, napisania zachęcającego blurba, po sposób reklamowania. Wszystkie te działania mają wpływ na późniejszy odbiór produktu, który musi przyciągnąć nabywcę swoją tematyką, wyglądem, chwytliwym hasłem, recenzjami czy też po prostu ceną. Literatura popularna czytana jest dla rozrywki, „zabicia czasu”, ucieczki od problemów, codzienności. Cenionymi przez odbiorców aspektami, oprócz cech wizualnych, są wrażenia i emocje dostarczone w czasie lektury, silne kontrasty (dobro-zło, życie-śmierć itp.), brak nużących opisów, konkretność zdarzeń i wiele innych [39, s. 314–315].

Powszechnym zjawiskiem jest tworzenie grup miłośników kryminału, sci-fi, fantasy, romansu, horroru, literatury wojennej itd. Powstają więc kluby książkowe, które prowadzą regularne spotkania, chociaż w obecnych czasach częściej takie kluby/grupy działają na portalach społecznościowych. Logując się na tak zwane social media, z łatwością można znaleźć grupę czy też konto, które są poświęcone danemu gatunkowi literatury bądź ogólnie książkom. Użytkownicy dzielą się tam swoimi opiniami i przemyśleniami na temat ostatnio przeczytanych pozycji oraz szukają rekomendacji książek odpowiadających ich wymaganiom. Podobnie w bibliotekach organizowane są spotkania miłośników książki, dyskusje, prezentacje czy spotkania z autorami różnych gatunków. Placówki te, chcąc zmienić swój image, sięgają też coraz częściej po narzędzia elektroniczne, przygotowując m.in. profile bądź kanały w mediach społecznościowych, poświęcone własnej pracy oraz samej literaturze, także tej popularnej [31; 26]. Za sprawą mediów społecznościowych i komunikacji elektronicznej zwiększa się również zasięg tzw. marketingu szeptanego, który ma w promocji książki olbrzymie znaczenie [33], rośnie także rola merchandisingu elektronicznego, a więc wizualnej promocji biblioteki [34]. Biblioteka, która chce być nowoczesną i atrakcyjną dla czytelników placówką, musi być mobilna – w sensie elektronicznym, ale także w zakresie otwartości na przygotowywanie nowych, interesujących usług oraz form obsługi klienta [szerz. zob. 30].

## Literatura romansowa nieodłącznym elementem literatury popularnej. Krótka historia romansu

Mówiąc o literaturze popularnej, nie można pominąć literatury romansowej, potocznie zwanej romansem. Na przestrzeni lat jej znaczenie i forma zmieniały się. Początkowo romanse oznaczały dłuższe opowiadanie z wątkiem heroiczno-rycerskim oraz miłosnym. Później, w pierwszej połowie XIX w., nazywano tak większą formę narracyjną. Jednak z czasem wywarła ją powieść. Wówczas pojęcie romansu zostało przypisane do utworów nacechowanych niezwykle postaciami i fabułą utrzymaną w tematyce miłosnej. Romanse rozwijały się tak na marginesie literatury elitarnej do końca XIX w., a w latach czterdziestych i pięćdziesiątych zaczął wchodzić w krąg literatury popularnej – to wtedy utrwalił się wzorzec popularnego romansu, który zdecydowanie różnił się od literatury wysokiej [39, s. 535–536; 17, s. 45–48]. Żeby zrozumieć, jak bardzo zmieniło się postrzeganie i definicja znanego nam dzisiaj romanse, wymienione zostaną jego najważniejsze cechy, charakteryzujące go na przestrzeni czasu.

Historia gatunku sięga starożytności. Wtedy powieść grecka łączyła w sobie przygodę i miłość, a schematy jej fabuły do dziś mają duży wpływ na kulturę masową. W średniowieczu miłość została przypisana sferze duchowej – była więc przede wszystkim czysta, wybacząca, idealna, tristaniczna. Renesans docenił cnotę, spokój ducha i harmonię, jednak chwalił także życie i jego zmysłowe rozkosze. W XVII w. bohaterkę uczyniono obiektem do zdobycia przez głównego bohatera. Pojawił się też model kobiety fatalnej, modliszki itp. Później sławę przejęła powieść sentymentalna, która zdecydowanie różniła się od średniowiecznych i renesansowych romanse. Nacisk został w niej położony na przedstawienie uczuć bohatera, które rządzą jego życiem. Miłość często była opisywana jako dar od siły wyższej. Była czysta, cnotliwa, ale też trudna. Pojawił się także model małżeństwa, które stało się wyraźnie pożądane przez postacie kobiece. W XIX w. nastąpił punkt zwrotny. Jane Austyn oraz siostry Brontë ukazały wtedy bohaterki, które potrafią odtrącić swoich zalotników, ale też dały im prawo do uczucia, wyznania go ukochanemu i możliwość działań, aby to uczucie spełnić. Z czasem męski bohater zaczął odgrywać mniejszą rolę, lecz wciąż musiał zachwycać, zarówno swoją partnerkę, jak i czytelniczkę, wyglądem, pozycją społeczną czy intelektem [39, s. 536–538; 17, s. 17–48; 23, s. 5–6, 43; 16, s. 184–190].

W pierwszych dziesięcioleciach XX w. powstały powieści zeszytowe. Większość utworów posiadała wątki melodramatyczne i bardzo często realizowały one schemat fabularny Pięknej i Bestii oraz Kopcjuszka. Widoczna była tu intertekstualność romanse – polski romanse popularny sytuował się obok literatury wysokiej. Naśladował i wzorował się na przedstawionej w niej miłości i modelach bohaterów. Nawiązywano również do mitów, baśni czy folkloru.

Dzięki rozwojowi druku, umasowieniu wydawnictw zajmujących się literaturą popularną, które często związane były z zakładami prasowymi, pojawieniu się filmu i ograniczeniu analfabetyzmu, gatunek bardzo intensywnie rozwinął się w dwudziestolecie międzywojennym i odciął od twórczości wysokoartystycznej. W przypadku niektórych czytelników zaczął pełnić funkcje terapeutyczne. Zdołał też rozprzestrzenić się na inne obszary społeczne [39, s. 538–546; 17, s. 48–54].

Po II wojnie światowej, wraz z dalszym rozwojem techniki i przemianami społecznymi (zanik analfabetyzmu, emancypacja kobiet), pojawiły się możliwości masowej dystrybucji i odbioru romansu. Okazję tę świetnie wykorzystało założone w 1949 r. kanadyjskie wydawnictwo Harlequin, które w Polsce funkcjonowało od 1991 r. Oficyna wydawała książki masowo. Były krótkie, a ich fabuła bardzo monotematyczna, przez co czytelnicy nie przykuwali uwagi do nazwisk autorek ani samych tytułów. Obok harlequinów istniała też druga odmiana romansów, w których to nazwisko autorki miało znaczenie – nazywane były romansami „środką”. Jednakże trudno jest wyznaczyć wyraźną granicę pomiędzy jednymi a drugimi [39, s. 342; 17, s. 54–56].

Na przestrzeni lat można było zaobserwować zmiany społeczne i kulturowe, wraz z którymi zmieniał się również gust czytelnika, a co za tym idzie – treść, klimat i priorytety powieści romansowych. Wydawnictwo Hachette Polska (pierwotnie Hachette Livre Polska), założone w 2000 r., przygotowało serię nazwaną *Romanse wszech czasów*, która świetnie odzwierciedlała te przemiany. Seria została zaplanowana na 80 tomów. Hasłami reklamowymi były: „pierwsze w historii dzieła, które na zawsze uwolniły kobiety z gorsztów”, „nieprzemijająca wartość” czy też „kolekcja najpiękniejszych powieści o miłości” [13]. W oparciu o tytuły wybrane do serii, jak i korzystając z opinii badaczy, warto wymienić niektóre z ważniejszych romansów, które przyczyniły się do rozwoju gatunku. Są to zatem *Pamela, czyli cnota nagrodzona* autorstwa Samuela Richardsona, wydana po raz pierwszy w 1740 r., uważana za jedną z pierwszych nowoczesnych powieści w literaturze angielskiej; *Duma i uprzedzenie* z 1813 r., która jest jedną z najbardziej cenionych i znanych powieści Jane Austin, ukazującą społeczne i małżeńskie obyczaje wśród angielskiej klasy średniej pod koniec XVIII w.; *Dziwne losy Jane Eyre*, napisana przez Charlotte Brontë w 1847 r. o miłości, samodzielności, determinacji i walce o własne miejsce w społeczeństwie silnej i niezależnej kobiety; *Trędowata* autorstwa Heleny Mniszkówny, wydana w 1925 r. będąca jednym z najważniejszych dzieł w polskiej literaturze międzywojennej, stanowiąca głębokie studium charakterów, ilustrujące relacje międzyludzkie.

Choć wspomniane tytuły to niewątpliwie kamienie milowe w historii romansu, warto podkreślić, że stanowią jedynie pewien wybór istotnych tekstów, które przyczyniły się do kształtowania kanonu literatury romansowej. Każde z tych dzieł wniosło znaczący wkład do ewolucji gatunku, definiując pewne standardy narracyjne i tematyczne oraz inspirując kolejne pokolenia badaczy i czytelników. W obszernym korpusie literatury romansowej nie brakuje jednak innych, równie ważnych powieści, które zasługują na uwagę.

## **Odmiany romansu kiedyś i dziś. Najpopularniejsze motywy w romansach**

Na przestrzeni wieków romans popularny miał wiele odmian, które z pewnością różniły się od tych dzisiejszych, lecz mimo to wciąż można dopatrywać się w nich wspólnych czynników. Nowoczesne romanse do pewnego stopnia inspirowane są dawnymi, ale przez zmiany społeczne i kulturowe stały się odmienne. Aby rozmawiać o współczesnych gatunkach, należy więc najpierw wspomnieć o ich poprzednikach.

Te kierowane do kobiet musiały spełniać ich wymogi i oczekiwania. Stąd **romans sentymentalny**, który skupiał się przede wszystkim na przedstawieniu uczuć, emocji i moralności bohaterów. Charakterystyczną cechą był nacisk kładziony na wyrażenie miłości, tęsknoty i niezwyklej wrażliwości postaci. Bohaterowie stawiani byli ciągle przed różnymi konfliktami moralnymi i dylematami. Musieli wybierać pomiędzy uczuciami a moralnością czy obowiązkami. Ich uczucie przedstawione jako droga do doskonałości moralnej było siłą, która pomagała im się rozwijać. Innymi elementami występującymi w tym podgatunku były też pejzaże słowiańskie, listy i pamiętniki oraz przyjaźń i platoniczna miłość [39, s. 540; 23, s. 51]. Podobnie było z **romansem dworkowym** – obecne były w nim opisy przyrody i krajobrazu, trudności miłosne, ale również szlacheckie tło społeczne, jego wartości i etykieta. Kochankowie często zmagali się z konfliktami klasowymi. Analogicznie zbudowane były **romanse z życia sfer wyższych** – były to historie nieszczęśliwe, które opowiadały o nieudanych lub przymusowych małżeństwach. Komplikacje, jakie napotykali bohaterowie, były najczęściej spowodowane przez różnice społeczno-obyczajowe. Powieści te skupione były na emocjach i problemach płci pięknej, przez co stały się powodem do rozmów na temat emancypacji kobiet. W **romansie salonowym** ważnym elementem było z kolei tło miejskie. Akcja toczyła się w salonach, teatrach, restauracjach itp. Miejsca te były idealnym tłem do przedstawienia wszelkiego rodzaju intryg towarzyskich, kwestii społecznych i obyczajowych. Dialogi bohaterów ukazywały ich umiejętność dyskusowania, ale też złożone charaktery. **Romansy buduarowe** z kolei odkrywał tajemnice wewnętrznego życia kobiet i stawiał je w centrum uwagi. Wątek rozgrywał się najczęściej w prywatnych wnętrzach, co sprzyjało ukazywaniu intymności, tajemnic, marzeń, a nawet lęków bohaterek. Ważne były relacje nie tylko między parami heteroseksualnymi, ale też między płcią piękną – zarówno przyjacielskie, jak i te bardziej intymne. Łamane były tematy tabu, takie jak emancypacja kobiet, niewierność i pragnienia seksualne. Współczesnym odpowiednikiem tej odmiany jest romans erotyczny, nazywany też pornograficznym. Innym rodzajem powieści miłosnych były **romanse kresowe** i **antybolshewickie**. Najważniejsze w nich było przedstawienie tła historycznego, konfliktów narodowościowych, walki o niepodległość i tęsknoty za utraconym domem. Relacje bohaterów rozwijały się w trudnych warunkach wojennych, co dodawało dramatyzmu ich miłości [39, s. 340–341; 23, s. 51].

Współczesny romans odbiega od omówionych odmian historycznych. Najbardziej oczywistym przykładem jest różnica w przedstawieniu tła społecznego i kulturowego. Życie arystokracji i klas wyższych zastępowane jest dziś bardziej zróżnicowanym tłem. Bohaterowie pochodzą z różnych środowisk kulturowych, religijnych i etnicznych, przez co mogą odkrywać nowe formy związków i relacji społecznych. Dynamika stosunków między partnerami również uległa zmianie. Postacie kobiece potrafią być silne i niezależne. Nie są już tylko obiektem miłości czy „damą w opałach”, potrzebującą ochrony męczyzny, co odzwierciedla postępującą emancypację kobiet (trzeba jednak zaznaczyć, że schemat ten nie został całkowicie porzucony). Zmieniła się również tematyka i konflikty. Oprócz tych związanych z zazdrością czy nieodwzajemnioną miłością, są również te mające związek z pracą, codziennym życiem czy oczekiwaniami społeczeństwa. Miłość nie jest już tylko siłą dźwigającą moralne wyzwania. Współczesne romanse dążą do większego realizmu i autentyczności w przedstawianiu emocji i relacji opartych na równości i wzajemnym zrozumieniu.

Dzięki temu czytelnicy łatwiej utożsamiają się z bohaterami i ich doświadczeniami [23, s. 11, 17–20; 39, s. 543].

Romans jako gatunek jest bardzo płynny. Nie ogranicza zakresu swojej fabuły, ram czasowych, miejsc. Odznacza się wyjątkową różnorodnością, przez co jego odmiany powiązane są niekiedy z innymi gatunkami literackimi, ale też między sobą. Najliczniej reprezentowaną odmianą jest **romans współczesny**. Jego akcja osadzona jest w dzisiejszych realiach i kulturze. Świat, w którym żyją bohaterowie, jest taki sam jak ten czytelnika. Dzięki temu relacje między nimi są bardziej zrozumiałe i dostępne. Postacie stają przed rzeczywistymi problemami i wyzwaniem, z którymi mogą się utożsamiać także odbiorcy książek. Elementy zawarte we współczesnych powieściach pozwalają ponadto na identyfikację w czasie. Czytelnik jest w stanie rozpoznać, w jakim mniej więcej okresie osadzeni są bohaterowie, chociażby poprzez opisy technologii, która ich otacza (telefony komórkowe, media społecznościowe itp.) [23, s. 43–45]. Sama lektura jest źródłem rozrywki, ale także pozwala na refleksje nad współczesnymi normami.

Z kolei **romans historyczny** przenosi odbiorców w odległe dla niego czasy i miejsca, często sięgając do różnych epok. Nacisk postawiony jest tu na odwzorowanie niegdyś obyczajów, norm społecznych i ogólnej atmosfery. Wydarzenia historyczne, które mają miejsce w tle utworu, wpływają na życie bohaterów. Miłość jest dla nich spoiwem, gdy wspólnie pokonują przeszkody, aby być razem. Ta odmiana gatunku może być też źródłem edukacji o danej epoce, wydarzeniach, ludziach czy nawet kostiumach i architekturze [22], choć większość informacji ma powtórkowy i mało wnikliwy charakter, zdarza się też, że są błędne lub nieścisłe.

Następne dwie odmiany gatunku bardzo się ze sobą zazębiają – do tego stopnia, że ich nazwy często stosowane są naprzemiennie. Mowa o **romansie paranormalnym i fantastycznym**. Łączą one w sobie elementy nadprzyrodzone, fantastyczne lub science fiction z tematem miłości. Pojawiają się w nich istoty i/lub zjawiska nadprzyrodzone, takie jak wampiry, wilkołaki, duchy, anioły czy wróżki. Bardzo często sami bohaterowie są ich przedstawicielami. Nieraz też wybraniek jest stworzeniem innej rasy. Ich losy pełne są epickich wydarzeń i przygód, konfliktów i przeciwności, które muszą pokonać, aby być razem. Wszechobecne są elementy magii, technologii przyszłości lub innych fantastycznych conceptów [22].

**Romans kryminalny** z kolei jest połączeniem powieści miłosnej z elementami tajemnicy i zbrodni, ale to miłość i relacje między bohaterami odgrywają najważniejszą rolę. Zagadki, morderstwa, intrygi, tajemnicze wydarzenia i widmo niebezpieczeństwa są tłem dla głównego wątku. Czytelnik przygląda się śledztwom, w trakcie których dochodzi do procesu zmiany i rozwoju – tak samo jak rozwija się uczucie. Tego typu historie są kombinacją napięcia, adrenaliny oraz namiętności [22].

Najbardziej kontrowersyjnym wydaje się romans erotyczny, który skupia się na elementach seksualnych i namiętnych relacjach między partnerami. Sceny miłosne i opisy fizycznej bliskości są centralnymi elementami tego typu powieści. Opisy te są tutaj bardziej wyraźne i szczegółowe niż w innych rodzajach romansu [22]. Postacie często posiadają silne potrzeby i pragnienia. Przedstawione sceny ukazują różne style i preferencje seksualne.



Wśród tytułów tej odmiany gatunku można znaleźć takie, które ukazują kwestie równości płci, akceptacji różnorodności seksualnej i tożsamości płciowej oraz zdrowego i bezpiecznego seksu.

Zdecydowanie mniej seksualnych treści prezentują romanse młodzieżowe, często określane jako **romanse young adult**. Skupiają się one na relacjach między bohaterami w wieku młodzieńczym. Kierowane są głównie do młodszych czytelników, choć starsi też mogą czerpać przyjemność z takiej lektury [22]. Postacie doświadczają w nich swoich pierwszych miłosnych uczuć i relacji. Dorastają, odkrywają swoją tożsamość i szukają swojego miejsca na ziemi. Stawiają czoła różnym przeciwnościom losu – różnicom społecznym, konfliktom rodzinnym, presji rówieśników i trudnościom związanym z dorastaniem. Obok przyjaźni, rodziny i szkoły, to miłość jest centralnym motywem fabuły. Romanse YA obejmują szeroką gamę tematów i niekiedy nawiązują nimi do wcześniej wymienionych odmian gatunku – od romansów paranaukowych i fantastycznych po historyczne i współczesne. Utwory tego podgatunku pomagają młodym ludziom poznawać i rozumieć swoje własne uczucia i doświadczenia. Często dostarczają także ważnych przekazów o szacunku, równości i akceptacji drugiego człowieka.

Podsumowując, przedstawiono jedno z najbardziej popularnych odmian romansu, który nieustannie się rozwija. W kontekście zmian należy wspomnieć jeszcze o jednym bardzo ważnym aspekcie porządkowania tego rodzaju twórczości piśmienniczej. Czytelnicy, wydawnictwa i sieci sklepów, oprócz posługiwania się kategoriami podgatunkowymi, upodobali sobie używanie do tego celu motywów, które występują w książkach. Owe motywy często nazywane są z języka angielskiego tropami. Można je znaleźć w niemal każdym rodzaju literatury, ale to właśnie romans najbardziej słynie z dostarczania czytelnikom poszukiwanych scenariuszy historii. Ich czytelnicy mają często tendencję do sięgania po te pozycje, które wydają się znajome. Właśnie dlatego tropy stały się bardzo efektywną formą reklamy. Bardzo często przedstawiane są w języku angielskim i w formie hashtagów. Mogą dotyczyć bohaterów – ich charakterów, dynamiki między nimi czy nawet profesji zawodowej, a także okoliczności ich spotkania, świata przedstawionego itp. Przeglądając portale społecznościowe i strony internetowe wydawnictw oraz sklepów dystrybuujących książki, możliwe było wyselekcjonowanie tych tropów, które powtarzają się najczęściej i wydają się najbardziej popularne.

Zdecydowanie regularnie wykorzystywanym motywem jest motyw „**od wrogów do kochanków/od nienawiści do miłości**” (z języka angielskiego *enemies to lovers/hate to love*). Jak sama nazwa wskazuje, główni bohaterowie z początku nie pałają do siebie sympatią (zazwyczaj spowodowane jest to jakimś nieporozumieniem). Z czasem udaje im się pokonać różnice, jakie ich dzielą, a wszystkie negatywne uczucia przekształcają się w miłość. Ten trop często idzie w parze z innymi, jak na przykład „**wymuszona bliskość**” (z angielskiego *forced proximity*), który ma sprawić, że bohaterowie się do siebie zbliżą. W opozycji stoi natomiast model „**od przyjaciół do kochanków**” (z angielskiego *friends to lovers/childhood friends to lovers*). Początkowo czysto koleżeńska relacja przeradza się w coś więcej. W naturalny i niewymuszony sposób bohaterowie zbliżają się do siebie – ich miłość rozwija się powoli, na

gruncie wzajemnego szacunku i zaufania, ale nie znaczy to, że ten proces musi być dla nich prosty. Mogą bić się z myślami, bać się utraty przyjaciela bądź odrzucenia.

Obok motywów odnoszących się bezpośrednio do relacji między bohaterami, pojawiają się też te, które mają związek z sytuacjami, w jakich się znaleźli. Można do nich zaliczyć „**udawany związek**” (z angielskiego *fake relationship*), gdzie główne postacie z jakichś powodów decydują się udawać parę, choć tak naprawdę nie łączą ich żadne uczucia. Robią to, żeby wzbudzić w kimś zazdrość, uniknąć nacisków ze strony rodziny czy dla korzyści biznesowych. W trakcie realizowania swojego planu są blisko siebie, poznają się i w pewnym momencie uświadamiają sobie, że ich uczucie do „wspólnika” rośnie. Natomiast w powieściach z wątkiem „**drugiej szansy na miłość**” (z angielskiego *second chance love*) zwykle pojawia się jeden bądź dwóch bohaterów, którzy byli wcześniej w związku, ale z jakiegoś powodu go zakończyli. Przeszłość stanowi tutaj element, który jest powodem wyrzutów sumienia, bólu, strachu przed nową relacją i budzi wątpliwości. Przechodząc przez te wszystkie trudności, z pomocą drugiej osoby kochankowie są w stanie uzdrowić stare rany i zacząć żyć terazniejszością. „**Trójkąt miłosny**” (z angielskiego *love triangle*) jest popularny w literaturze romansowej, ale jednocześnie nieco kontrowersyjny. Opowiada o bohaterze lub bohaterce, którzy mają uczucia do dwóch różnych osób jednocześnie, bądź dwie osoby są nim/nią zainteresowane w tym samym czasie. Często dwie osoby, które tworzą ten trójkąt, reprezentują różne aspekty życia głównej postaci. Staje wtedy ona przed trudnym wyborem, kogo tak naprawdę kocha i co jest dla niej najważniejsze. Takie okoliczności są w stanie stworzyć intensywne napięcie, które lubi tak wielu czytelników.

Istnieje jeszcze wiele innych motywów, które budzą zainteresowanie wśród fanów romansów, np. różnica wieku, zakazana miłość, ze sportem w tle, romans biurowy, mafijny, lekarski itd. Tak samo jak sam gatunek, przechodzą one ciągłą ewolucję. Pokazują trudności, zmartwienia ludzkiego serca, odzwierciedlają przemiany w pojmowaniu miłości. W kolejnych latach, wraz z rozwojem kulturowym i społecznym, z pewnością nadal będzie można obserwować zmieniające się trendy w motywach, które wszystkie razem tworzą obraz definiujący gatunek romansowy. Omówione tropy mogą stanowić punkt wyjścia dla działań marketingowych biblioteki, mogą także w jakiś sposób korelować z jej działaniami w celu zainteresowania i pozyskania czytelnika. Przykładowo literatura YA mówiąca o potrzebie zrozumienia inności, wsparcia czy akceptacji może być promowana wraz z podobnymi wykładami dla tejże młodzieży, przygotowanymi w kooperacji z psychologiem. Trzeba jednak pamiętać, że nie każdy temat może być przez bibliotekę swobodnie wykorzystany, a niektóre zagadnienia, zwłaszcza te bardziej kontrowersyjne, mogą budzić oburzenie niektórych grup czytelników, choć także motywować ich do dyskusji – zatem spotkania dyskusyjne dotyczące książek zawierających drażliwe zagadnienia mogą okazać się niezwykle burzliwe, co oznacza jednak, że literatura jest źródłem fermentu i punktem wyjścia do dalszych polemik.

## Budowa, cechy i podstawowe zasady współczesnego romansu

Miłość, pasja, napięcie i nieuniknione przeszkody, które muszą zostać pokonane, by dwoje ludzi mogło znaleźć wspólne szczęście – to esencja romansu, który jest bardzo rozpoznawalnym i lubianym na świecie gatunkiem literackim. Choć w swej współczesnej formie jest stosunkowo młodą i płynną formą, to wciąż opiera swoją budowę na dawnych schematach. Pamela Regis w książce pod tytułem *A natural history of the romance novel* podaje definicję tego gatunku. Według autorki „powieść romantyczna to dzieło prozatorskie, które opowiada historię zalotów i zaręczyn jednej lub więcej bohaterek” [24, s. 31], ale zaznacza, że musi spełniać też pewne warunki strukturalne. Wymienia osiem niezbędnych narracyjnych elementów, bez których historia nie może być nazywana romansem.

Pierwszym podstawowym punktem jest nakreślenie świata przedstawionego [24, s. 39]. Autor powinien zdefiniować społeczeństwo, ukazać zasady i realia, w jakich żyją bohaterowie. Przedstawia jego wady, skorumpowanie i ingerencję w przyszłą relację protagonistów – ogranicza ich, uciesnia. W niektórych książkach, takich jak *harlequiny*, świat przedstawiony jest ledwo zarysowany, a wiodące postacie są jedynymi, jakie poznaje czytelnik. Często w tym momencie, jeszcze na początku powieści, dochodzi do ich pierwszego spotkania [24, s. 40]. Dzieje się ono w czasie rzeczywistym dla akcji bądź w formie retrospekcji. Już wtedy można powoli zaobserwować rysującą się przeszkodę czy też konflikt, który nastąpi później [24, s. 40–42]. Wszystkie następujące wydarzenia powoli pokazują, z jakich powodów para nie będzie mogła być razem. Sama bariera może mieć formę wewnętrzną, gdzie problemem są uczucia, dylematy jednego z bohaterów (najczęściej kobiety), lub zewnętrzną, gdzie to okoliczności stają się przeszkodą – sytuacja finansowa/bytowa, geograficzny dystans, zasady społeczne i wiele innych. Niemniej cały czas widoczne jest rosnące między bohaterami uczucie [24, s. 42], które może mieć podłoże w przyjaźni, wspólnych celach albo też trudnościach lub po prostu w pociągu seksualnym. Do deklaracji miłości może dojść w każdym momencie historii, nie ma co do tego zasady [24, s. 42–43]. Może to być miłość od pierwszego wejrzenia albo moment uwieczniający koniec komplikacji, z jakimi mierzyli się bohaterowie. Zdaniem Regis w każdym romansie powinien również nastąpić moment „rytualnej śmierci” [24, s. 43–45]. Jest to punkt, w którym to wydaje się, że kochankowie utknęli w sytuacji bez wyjścia, a szczęśliwe zakończenie nie jest już takie pewne. Jednak zarówno bohaterowie, jak i czytelnik otrzymują nową informację, dzięki której dochodzi do rozwiązania problemu [24, s. 45–46]. Bardzo często dotyczy ona kobiecej postaci, zwłaszcza gdy podłożem były jej wewnętrzne przeżycia i emocje. Zaczyna ona rozumieć siebie, dostrzega szczerść i prawdziwość uczuć ukochanego oraz otwarcie je odwzajemnia. Finalnym elementem i jednocześnie perfekcyjnym zakończeniem powinny być zaręczyny dwójki bohaterów [24, s. 46–47].

Autorka wymienia jeszcze trzy inne aspekty, które często pojawiają się w romansach, ale zaznacza, że ich obecność nie jest obowiązkowa. Są nimi ślub, taniec lub/i uroczystość (Regis traktuje je jako jeden punkt), a także wygnanie „kozła ofiarnego” (którym jest postać przeciwna związkowi dwójki bohaterów) lub jego nawrócenie/przemiana [24, s. 47–48]. Wyznaczone przez Regis ramy, mimo że bardzo sztywne, zdają się dobrze definiować wcześniejszą formę omawianego gatunku, choć w dzisiejszych czasach wzór ten jest naginany.

Jedną z kluczowych i najbardziej zauważalnych zmian jest brak konieczności szczęśliwego zakończenia i stereotypowych zaręczyn. Współcześni pisarze literatury romansowej, idąc za ewolucją społeczną i kulturową, eksperymentują z formułą, wprowadzają nowe elementy, mieszają ze sobą gatunki, bawią się konwencjami. Niemniej jednak wciąż w pewnym stopniu opierają swoją twórczość na omówionym schemacie. Warto nadmienić, że regularnie pojawiającym się w romansach wątkiem są książki, biblioteka oraz bibliotekarze, choć nie w każdym przypadku w pozytywnym ujęciu. Zdarza się, że powielane są i utrwalane stereotypy dotyczące samej instytucji, jak i wyglądu oraz zachowania jej pracowników – zarówno bibliotekarek, jak i bibliotekarzy [szerz. zob. 15].

## **Romans jako literatura kobieca**

Czym jest literatura kobieca? Wbrew pozorom jest to bardzo trudne pytanie, które nurtuje zarówno czytelników, jak i badaczy. Nie istnieje jedna spójna, uznawana przez wszystkich definicja, a nawet pojawiają się głosy, że jej nie ma lub że nie powinno się używać tego określenia. To ostatnie stwierdzenie wiąże się z problem wyznaczenia granicy między literaturą kobiecą a męską, a także z zarzutem stosowania tego pojęcia wyłącznie w celach reklamowych. Czy zatem istnieje coś takiego jak literatura kobieca? Wydaje się, że tak – skoro pojawiają wydarzenia z nią związane – na przykład Festiwal Literatury Kobiecej „Pióro i Pazur”. Literatura ta wyłania się jako ważne i często niedoceniane źródło perspektywy, doświadczenia i ekspresji.

Po raz pierwszy pojęcie to pojawiło się w drugiej połowie XIX w., kiedy to zauważono dzieła tworzone przez kobiety. Od samego początku, wchodząc w dotychczasowy męski świat literatury, pisarki spotykały się z krytyką. W okresie dwudziestolecia międzywojennego Irena Krzywicka zarzucała im zbytnią drobiazgowość, ozdobność wypowiedzi i nadużywanie metafor. Z drugiej strony słychać było głosy przeciwnie. Stanisława Przybyszewska uznała, że kobiety co najwyżej używają charakterystycznego nacechowania stylistycznego, które nie pojawia się w powieściach tworzonych przez mężczyzn, a stosowane przez panie metafory są formą obrony przed negatywnymi komentarzami [20, s. 122]. Aleksandra Złotnicka przytoczyła w swojej pracy, podobny zresztą, pogląd Elizy Orzeszkowej. Twierdziła, że najważniejsze są talent, umiejętności i pracowitość autorek, a także że nie powinno się oceniać ich twórczości przez pryzmat płci [38, s. 67]. Jednak trzeba podkreślić, że nie zawsze płeć autorki uważana jest za czynnik klasyfikujący dany utwór do kategorii literatury kobiecej. Zwłaszcza w latach dziewięćdziesiątych XX w. dyskusja na ten temat bardzo się ożywiła. Powodem był wzrost twórczości kobiet na polskim rynku wydawniczym. To wiązało się z nowymi próbami definicji tego zjawiska, ale też w ogóle próbami dowodzenia jego nieistnienia. Konsekwencją był znaczny wzrost ilości badań, jakie powstały na ten temat i rozpowszechnienie perspektywy płci w literaturze.

Twórczość kobiet z jednej strony była postrzegana jako bunt przeciwko tradycjom patriachalnym i chrześcijańskim, a z drugiej zauważono – w szczególności w romansach – schematyzację kobiecości i utrwalanie jej stereotypów [38, s. 61–64]. Trochę inną propozycję rozumienia omawianego dyskursu zaproponowała Grażyna Borkowska w swoim

tekście *Metafora drożdży: co to jest literatura/poezja kobieca*, gdzie pisała: „wszędzie tam, gdzie akcentuje się płciowość podmiotu mówiącego, wszędzie tam, gdzie ujawnia się związek między ciałem a tekstem – mamy do czynienia z przypadkiem literatury/poezji kobiecej. Bez względu na biologiczną płć faktycznego autora” [4, s. 44]. Podobnie zdaniem Ewy Krasowskiej najważniejszym wyznacznikiem są wyraziste, dokładnie skonstruowane postaci bohaterki lub kilku bohaterek [20, s. 124]. Te stwierdzenia zdecydowanie poszerzają rozumienie literatury kobiecej, ale na pewno nie kończą dyskusji na jej temat. Można przecież znaleźć wiele rozmaitych badań, w których dochodzono do innych wniosków. Helene Cixous w swojej pracy zatytułowanej *Śmiech Meduzy* mówi: „nie da się zdefiniować sposobu kobiecego pisania [...], jest to niemożliwość wynikająca z samej jej istoty i w przyszłości też tak pozostanie, bo nie da się steoretyzować tej działalności, zamknąć jej, poddać regułom, co nie oznacza, że jej nie ma!” [7, s. 155]. Dyskusja na temat istnienia literatury kobiecej i jej właściwości nie jest zakończona. Nie wiadomo też, czy kiedyś będzie można ją zamknąć. Mimo to na potrzeby artykułu zostanie roboczo przyjęta następująca definicja: literatura kobieca jest literaturą pisaną przez kobiety i o kobietach, o ich doświadczeniach, triumfach i tragediach, a więc o ich życiu, które w historii było bardzo często pomijane.

Szczególnie żywa jest debata, w której literaturę kobiecą rozpatruje się w kontekście feminizmu (to także ciekawe zagadnienie, które mogą podjąć biblioteki w ramach rozmaitych zajęć, warsztatów czy dyskusji z czytelnikami). Dla wielu rola romansu jest niejednoznaczna i przez to stanowi temat licznych kontrowersji. Aby zagłębić się w to zagadnienie, należałoby najpierw przyrzeć się definicji ruchu feministycznego. *Encyklopedia PWN* podaje, że jest to „nazwa bardzo szerokiego ruchu o charakterze politycznym, społecznym, kulturowym i intelektualnym, którego różne orientacje, szkoły, teorie i badania łączy wspólne przekonanie, że kobiety były i są przedmiotem dyskryminacji” [8]. Feministki walczą o prawa kobiet, o ich pozycję w społeczeństwie, o to, by miały te same możliwości i szanse życiowe co mężczyźni. Badają i szukają przyczyn braku równouprawnienia oraz wizji, w której to kobieta jest tą „inną i gorszą”.

Zdania krytyki feministycznej na temat literatury kobiecej i romansu są podzielone. Nie przemawia ona jednym głosem, nie jest określona z góry procedurą badawczą ani nauką kobiecego myślenia, nie próbuje też stworzyć nowej definicji kobiecości. W stosunku do literatury jest sposobem mówienia o książkach [9, s. 246–247]. Poglądów odnośnie romansów i ogólnie kobiecej twórczości jest wiele. Zazwyczaj opinie dzielą się na te negatywne i pozytywne, chociaż znajdują się też i takie, które stoją pośrodku sporu. Z jednej strony pojawiają się głosy krytyczne wobec tego typu twórczości, argumentujące, że narzuca ona normy określające to, co jest „kobiece” i „męskie”, utrwalając jednocześnie stereotypy głęboko zakorzenione w kulturze. To właśnie ten stary utarty obraz kobiecości jest jednym z głównych argumentów przeciwstawiania się romansom. Podkreślanie inności autorki i bohaterki jako kobiety, jej nadmiernej wrażliwości, delikatności itp. Z drugiej strony pisarkom zarzuca się, że nie mają „własnego języka” i mówią o kobietach w „języku męskim” [12, s. 9–10]. Niektóre feministki uważają, że literatura popularna nie stara się przełamać tej stygmatycznej „inności” kobiet, a wręcz przeciwnie – utrwała ten obraz, a nawet go gloryfikuje; pokazuje patriarchalny i seksistowski schemat, któremu feminizm tak bardzo się sprzeciwia.

Najwięcej takich pozycji znajdziemy w kategorii harlequinów. Pokazują one przyjęte w tradycjach zachodu role płci. Mężczyzna – silny, pewny siebie, niezależny, na wysokim stanowisku, pan swojego losu, a kobieta – wrażliwa, delikatna, z mniejszymi sukcesami zawodowymi, matka i żona. To właśnie przedstawianie jej jako rodzicielki, pani domu, dążącej do wyjścia za mąż, jest najbardziej krytykowane. Przez wszechobecny schemat „Kopciuszka” trudno jest znaleźć miejsce dla feminizmu [9, s. 256–257; 18, s. 94–100].

Jest też jednak druga strona medalu krytyki romansów, a zwłaszcza tych nam współczesnych. Książki te różnią się już od stereotypowych harlequinów. Dalej używają ich modelu, ale jednocześnie go kwestionują. Zazwyczaj przemycają w sobie jakiś rodzaj buntu, który gdyby się przyjrzeć, okazuje się typowy dla tego gatunku. Czytelnik widzi tę oczywistą formę – miłość dwójki bohaterów, ich wspólne zmagania i szczęśliwe zakończenie, ale może też dostrzec ukryte przesłanie. Czy obraz kobiety zajmującej się domem, będącej matką musi być równoważny z czymś negatywnym? Przecież bycie matką, chęć zawarcia związku małżeńskiego nie jest zbrodnią. Dzięki miłości bohaterka zdobywa rodzaj „władzy” emocjonalnej, trudnej do osiągnięcia w rzeczywistości. Według wielu samo ukazanie świata oczami kobiety stanowi sprzeciw wobec męskiej hegemonii w kulturze [25, s. 191–192]. Tworzy to potencjał dla romansu do bycia gatunkiem postępowym, odzwierciedlającym głębokie pragnienia kobiet oraz stanowiącym komentarz i krytykę społecznych realiów. Nowe utwory mogą pomnażać marzenia, przedstawiać nieskrępowaną miłość homoseksualną. Sam zwyczajowy schemat może występować w formie intertekstu, służącego do kwestionowania i odwracania tradycji. Idąc za tym myśleniem, można by nawet zająć głos w obronie harlequinów, które mogą ukazywać marzenia o świecie, w którym rządzi miłość [25, s. 194–196].

Kilka ważnych uwag w obronie romansów wygłosiła na konferencji naukowej TED Aaf Tienkamp. Badaczka zauważyła, że książki te, pisane przez kobiety, dla kobiet, o kobietach i ich życiu są ich reprezentacją w historii, która tak często pomijała ich istnienie. To właśnie w romansach są one głównymi bohaterkami, mogą mówić o kobiecych (i nie tylko) problemach, które często były tematem tabu, jak np. antykoncepcja, międzyrasowe związki, prawo do poślubienia wybranej przez siebie osoby, pokonywanie problemów psychicznych czy też po prostu seksualna wolność, która wcześniej była przeznaczona wyłącznie dla mężczyzn. Kobiety w utworach tych przeciwstawiają się oczekiwaniom społeczeństwa czy też kontrolującej rodzinie, spełniają marzenia, a na swojej drodze spotykają partnera lub partnerkę, którzy będą je akceptować i wspierać [28]. Podobne założenia głosi również Jessica Van Slooten, która uważa, że romanse są profeministyczne, pokazują wymarzone światy, gdzie nieważna jest płeć, orientacja czy pochodzenie, dają komfort i radość z czytania [29]. Z kolei Tienkamp w swojej przemowie przytoczyła wypowiedź autorki romansów Mayi Rodale, która stwierdziła: „powieści romantyczne były – i dalej są – niebezpiecznymi książkami, które raz po raz pokazują kobietom, że są tego warte” [28].

Dla niektórych romanse i literatura kobieca mają negatywny, stereotypowy i antyfeministyczny wydźwięk, podczas gdy inni będą je postrzegać jako nieodłączny element literatury światowej. Zamiast skupiać na nich krytykę, warto zastanowić się nad okolicznościami, które skłaniają czytelników do sięgania po tego typu pozycje i spróbować wykorzystać

zainteresowanie nimi do debaty nad literaturą, rolą kobiet w społeczeństwie, ich celami i motywacjami, co można z dużym powodzeniem realizować w murach bibliotek – bądź to w formie naukowej debaty, bądź też w nieskrępowany i przystępny dla szerokiej publiczności sposób.

## Romans kieszonkowy

Książki od zawsze były symbolem wiedzy, kultury i ludzkiej kreatywności – integralnym elementem cywilizacji. Pełniły rolę kronikarzy, dokumentując wydarzenia, tradycje i myśli, dzięki czemu realizowały też funkcję komunikacyjną. Dziś są także narzędziem edukacyjnym, umożliwiającym indywidualny rozwój każdego człowieka, ale też dla wielu źródłem rozrywki. Znane od wieków, ulegają ciągłym przeobrażeniom i rozwojowi – od rękopisów, przez formę drukowaną aż po wersje elektroniczne. Wśród tak wielu wariantów książek znajduje się tak zwana wersja kieszonkowa. Choć trudno wskazać, kiedy po raz pierwszy pojawiły się te małe formaty, to wiadomo, że już w średniowieczu mnisi sporządzali miniaturowe kodeksy pełniące rolę osobistych modlitewników. Za przykład można podać ewangelię z początku VIII w., znaną pod nazwą *Ewangeliarz św. Kutberta*, której wymiary wynosiły zaledwie 138 na 92 milimetry [5]. Z kolei wiek XIX był okresem postępu przemysłu, co wpłynęło na rozwój technologii druku i dystrybucję książek. Masowa produkcja sprawiła, że książki stały się bardziej dostępne. Wydania kieszonkowe zyskały wówczas szczególną popularność wśród klasy robotniczej, która torowała sobie dostęp do edukacji i czytelnictwa. Sama książka kieszonkowa była obecna już w latach trzydziestych w Ameryce i Anglii jako tańsza alternatywa pełnowymiarowych wydań.

W Polsce dopiero po upadku komunizmu w 1989 r. nastąpił okres intensywnej transformacji i otwarcia się rynku wydawniczego. Dało to ludziom dostęp do szerokiego wachlarza literatury, która wcześniej była im nieznana lub trudno osiągalna. Pojawiły się więc wydawnictwa i książki zachodnie, w tym romans kieszonkowy [27, s. 19]. Warto nadmienić, że w okresie PRL-u dostęp do zachodniej literatury był znacząco ograniczony, chociaż niektóre pozycje były tłumaczone i publikowane. Niedzisiejsze władze promowały socrealizm jako oficjalną estetykę w literaturze. Preferowane były pozytywne aspekty życia w komunizmie, postacie robotników i chłopów jako bohaterów, a także idealizowanie systemu. Dzieła polskich pisarzy, którzy wyemigrowali i publikowali za granicą w Polsce, były często zakazane. Mimo to krążyły w kraju w formie „drugiego obiegu”, czyli nieoficjalnej podziemnej dystrybucji [6, s. 13, 16, 32; 3, s. 144].

Sam termin „książek kieszonkowych” (z języka angielskiego *pocket-book*) odnosi się do utworów datowanych na XX w. i później. Swoją popularność zawdzięczają zapotrzebowaniu na lekkie, tanie i przenośne wydania po okresie II wojny światowej. Pomimo początkowej niechęci ze strony wydawnictw i edytorów, ich pozycja stopniowo rosła. Pełna ekspozycja rynku polskiego na romanse kieszonkowe miała miejsce głównie w latach dziewięćdziesiątych XX w. Główną grupę ich czytelników stanowiły kobiety – spragnione historii, które skupiały się na emocjonalnych i romantycznych doświadczeniach. Historie te stanowiły dla nich formę ucieczki od codziennych trudności. Wydawnictwa zagraniczne szybko dostrzegły

ten potencjał i zaczęły wprowadzać swoje tytuły. Ich strategie marketingowe, atrakcyjny wygląd publikacji i stosunkowo niska cena z powodzeniem przyciągały czytelników. Nie bez znaczenia była także zintensyfikowana reklama takich pozycji [36]. Książki te stały się na tyle popularne, że zaczęły gromadzić je również biblioteki.

### **Charakterystyczne cechy treściowe i wizualne romansów kieszonkowych**

Romanse kieszonkowe zwykle projektowane są tak, aby były wygodne do noszenia i czytania w podróży – właśnie dlatego są znacznie mniejsze od standardowych egzemplarzy. W przeważającej większości ich okładki są wykonane z miękkiego materiału, zazwyczaj papieru o wysokiej gramaturze lub kartonu. Ze względu na format i często uproszczoną produkcję, są tańsze w wykonaniu, a co za tym idzie – tańsze dla czytelnika. W zależności od gatunku, okładki mogą być bardziej stonowane i minimalistyczne lub bogato zdobione. Najczęściej jednak, aby zaoszczędzić na kosztach, rezygnuje się z dodatkowych detali, takich jak tłoczenia czy foliowania. Trzeba jednak pamiętać, że wydania kieszonkowe lat dziewięćdziesiątych i te znane nam dzisiaj różnią się od siebie.

Romanse kieszonkowe posiadają charakterystyczne cechy nie tylko jeśli chodzi o stronę wizualną, ale także treść. Fabuła najczęściej skupia się na zawiłościach związków uczuciowych, zwłaszcza tych, które prowadzą do tradycyjnie pojmowanego finału w postaci „żyli długo i szczęśliwie”. W trakcie rozwoju akcji główni bohaterowie przechodzą przez różne trudności, nieporozumienia bądź konflikty, które jednak zawsze prowadzą do rezolucji i ugruntowania uczucia. Czynniki takie, jak lojalność, zdrada, pasja czy przeznaczenie, są nieodłącznymi składnikami wielu takich historii. Romanse kieszonkowe nie są jednolite. Mogą zawierać pewne podgatunki, takie jak romans historyczny, który przynosi czytelnika w odległe epoki, erotyczny, gdzie nacisk kładziony jest na fizyczną stronę relacji, czy paranauralny, w którym elementy fantastyczne przeplatają się z uczuciami.

Jeśli chodzi o aspekt czysto wizualny, jak sama nazwa wskazuje, romans kieszonkowy przystosowany jest do łatwego przenoszenia – jego mniejszy format jest idealny do czytania w podróży. Okładki są często pełne kolorów i bogate w detale. Zazwyczaj przedstawiają bohaterów w scenach pełnych pasji lub intymności, czasem nawet w dramatycznych pozach. Kolorystyka zachowana jest raczej w jasnej i intensywnej tonacji, ma bowiem od razu przyciągnąć wzrok czytelnika. Tytuły napisane są dużą, ozdobną czcionką, podkreślającą intensywność zawartości. Często zdobione są symbolami, takimi jak serca, róże czy koronki, które dodatkowo wzmacniają romantyczny charakter powieści. Wszystkie te składowe tworzą razem rozpoznawalny produkt, który od dziesięcioleci przyciąga uwagę miłośników literatury romantycznej. Porównując romans kieszonkowy z innymi książkami tego formatu, można stwierdzić, że wyróżnia się on swoją ekspresyjnością. Większość tych drugich jest bardziej stonowana i minimalistyczna, dostosowując się do różnorodności tematów i gatunków, które obejmują (ale także do preferencji wydawnictwa). Podczas gdy rozmiar jest podobny dla obu form, to romans kieszonkowy ma bardziej specyficzne i wyróżniające się aspekty wizualne.



## Wydawnictwa oferujące romanse kieszonkowe

Choć postępująca cyfryzacja i coraz większa oferta ebooków stanowi zagrożenie dla papierowych książek, to wydania kieszonkowe wciąż z sukcesem funkcjonują na rynku. Przetrwały próbę czasu, dostosowując się do zmieniających się warunków i potrzeb czytelnika. Ich rozmiar i cena mimo wszystko ciągle jeszcze przyciągają. W Polsce, jak i na świecie, wiele wydawnictw zauważyło potencjał tego rynku i zaczęło specjalizować się w publikowaniu wydań kieszonkowych. Jak podaje Ewelina M. Szyszkowska w swojej pracy *Odmiany uczuć: popularny romans kieszonkowy w Polsce 1990–2000*, na początku tego okresu co najmniej jedenaście wydawnictw próbowało swoich sił w produkcji serii romansów. Autorka wymieniła między innymi oficyny Arlekin, Kantor Wydawniczy SAWW, ASP, Aramis, Beta Books, Phantom Press, Saga, Geminus czy Pol-Nordica. Każda z nich posiadała jedną lub więcej serii romansów kieszonkowych o pewnych charakterystycznych cechach. Te silnie zaakcentowane edytorsko wychodziły od: Aramis, Arlekin, Beta Books, Kantoru Wydawniczego SAWW, Phantom Press i Pol-Nordiki. Wydawane były książki autorek i autorów austriackich, niemieckich, polskich, amerykańskich, a także angielskich. Część z tych wydawnictw oferowała „romanse o schematycznej budowie fabuły i naiwnie optymistycznym zakończeniu” (najbardziej znane w tym obszarze produkcji było wydawnictwo Arlekin) [27, s. 22–25]. Charakterystycznym zabiegiem było umieszczanie przez edytorów notek wydawniczych o fabule na okładkach, a w następnych częściach podawanie tytułów już udostępnionych w serii. Z czasem, po 1994 r., na polskim rynku dało się zauważyć znaczącą dominację oficyny Arlekin, a także Pol-Nordiki. Inne wydawnictwa zakończyły swoją działalność bądź zmieniły swoje nazwy i/lub profil. Oczywiście cały czas obok pocketbooków figurowały nieco większe lub pełnowymiarowe formaty [27, s. 26–28].

Aktualnie na polskim rynku wydawniczym nie ma zbyt wielu wydawców specjalizujących się wyłącznie w wydaniach kieszonkowych. Ze wszystkich wcześniej wymienionych przetrwał właściwie tylko Arlekin, obecnie znany pod nazwą Harper Collins Polska. Jednymi z bardziej znanych oficyn i w miarę regularnie publikujących „kieszonkowce” są: Wydawnictwo KobiECE, Filia, Wydawnictwo Niezwykłe, Akurat, Muza, Bellona i Amber. Inne wydawnictwa traktują mniejsze formaty jako dodatkową alternatywę dla oryginalnych większych wersji – często proponując je czytelnikom w okresie wakacyjnym lub w ramach jakiejś promocji. Najczęściej i najłatwiej znaleźć je na stronach internetowych wydawnictw lub w supermarketach czy kioskach. Często występują też w zbiorach bibliotek publicznych, choć raczej nie są kupowane z inicjatywy bibliotekarzy, lecz pozyskiwane w ramach darów od czytelników, którzy chcą się podzielić kupionymi przez siebie egzemplarzami. Niektóre biblioteki rezygnują jednak z włączania wydań kieszonkowych do księgozbiorów, podkreślając ich niski poziom i konieczność skupienia się na bardziej ambitnej literaturze.

## Zalety i wady wydań kieszonkowych

Wydania kieszonkowe zdobyły ogromną popularność ze względu na wiele korzystnych cech. Przede wszystkim są one wyjątkowo poręczne. Ich niewielkie rozmiary sprawiają, że łatwo można je schować do torebki, plecaka czy nawet do kieszeni. Umożliwia to czytanie

w dowolnym miejscu i czasie – w komunikacji miejskiej, pociągu, na wycieczce czy podczas przerwy w pracy. Zachęcająca jest też przystępna cena. W porównaniu z tradycyjnymi publikacjami, wydania kieszonkowe są zazwyczaj tańsze w produkcji, co przekłada się na ich niższą cenę detaliczną. To z kolei sprawia, że literatura staje się bardziej dostępna dla szerszego grona czytelników. Dodatkowo wydania kieszonkowe często wprowadzają na rynek mniej znanych autorów lub tytuły, które niekoniecznie odniosłyby sukces w większym formacie. Dzięki temu czytelnicy mają szansę odkryć nowe, fascynujące historie i perspektywy. Estetyka wydań kieszonkowych często jest bardzo nowoczesna i świeża, co przyciąga wielu czytelników. Z drugiej strony ograniczona objętość książek determinuje ich prostotę, co powoduje, że taką formą literacką parają się mniej wprawieni autorzy, nie chcą też po nie sięgać czytelnicy poszukujący bardziej ambitnej literatury.

Pocket-booki niewątpliwie służą jako doskonałe narzędzie promocji autorów i wydawnictw, stanowiąc jednocześnie atrakcyjną ofertę dla osób, które mogą nie być pewne, czy chcą inwestować w pełnowymiarową edycję. Wielu czytelników decyduje się na zakup kieszonkowej wersji, by później, przekonani o wartości treści, zakupić droższe wydanie lub inne tytuły tego samego autora. W wielu krajach, zwłaszcza tam, gdzie cena książki w twardych okładkach może być poza zasięgiem przeciętnego czytelnika, edycje te stanowią ważne źródło wiedzy i rozrywki. Ponadto jeśli chodzi o estetykę, mogą one stać się dla miłośników literatury cennym elementem kolekcji. Ich unikalne okładki, często różniące się od standardowych edycji, przyciągają uwagę i dodają różnorodności na półkach z książkami.

Mimo licznych zalet, książki te nie są pozbawione wad. Jedną z nich, dla wielu znaczącą, jest ich niska trwałość. Z racji niewielkiego rozmiaru i miękkiej okładki są bardziej podatne na uszkodzenia, takie jak zagniecenia, rozdarcia, zabrudzenia, rozklejenia. W przeciwieństwie do książek w twardych okładkach, nie zapewniają one tak dobrej ochrony wnętrza egzemplarza. Długotrwałe użytkowanie może powodować wytarcie stron i oprawy, które częściej wykonywane są z materiałów niskiej jakości. Może to mieć istotne znaczenie dla bibliotek, które starają się gromadzić raczej trwałe tytuły, które będzie mogła przeczytać większa liczba czytelników. Należy pamiętać, że dla tych instytucji poza ceną samej książki znaczenie ma także nakład pracy bibliotekarza oraz koszt wprowadzenia pozycji do księgozbioru bibliotecznego.

Znacznym mankamentem może okazać się również jakość druku. By obniżyć koszty produkcji, niektóre wydawnictwa korzystają z gorszej jakości papieru lub tuszu, co może wpływać na komfort czytania. Dla niektórych czytelników istotna może być także mniejsza dbałość o detale graficzne czy brak dodatkowych materiałów, takich jak ilustracje czy przypisy, co obniża standard odbioru treści. Dodatkowo ze względu na ograniczone miejsce, tekst może być bardziej „stłoczony”, z mniejszymi marginesami i ciasnymi interliniami, co niektórym osobom (a zwłaszcza tym z problemami ze wzrokiem) może przeszkadzać. Istnieje też opinia, że wydania kieszonkowe są „mniej wartościowe” w porównaniu z tradycyjnymi wydaniem. Niekiedy postrzegane są jako uproszczone wersje oryginalnych tytułów. Na koniec, w kontekście ekologii, warto nadmienić, że chociaż wydania kieszonkowe zużywają mniej surowców w procesie produkcji oraz transportu i magazynowania, to ich krótka żywotność może oznaczać, że są one częściej wymieniane i szybciej utylizowane,

co ma niebagatelne znaczenie dla bibliotek, w których proces przyjęcia tego typu książki do księgozbioru (wprowadzenie do katalogu *etc.*) jest niewspółmiernie długi w stosunku do późniejszego jej użytkowania, o czym zresztą była już mowa wcześniej.

W kontekście ewolucji literatury i dostępu do książek, należy podkreślić, że wydania kieszonkowe stanowią ważny krok w kierunku umożliwienia czytania szerokiej publiczności. Zapewniają one równowagę między dostępnością a jakością, pozwalając czytelnikom na wybór formatu odpowiedniego dla ich potrzeb i preferencji. Mimo pewnych ograniczeń tej formy publikacji, jej trwałe miejsce na rynku książki podkreśla wartość i znaczenie tego typu pozycji. Dla wielu czytelników stanowią one kompromis, który pozwala na korzystanie z literatury w dowolnym miejscu i czasie, bez konieczności rezygnacji z lektury. Niemniej jednak podczas wyboru odpowiedniego rozmiaru publikacji, warto zastanowić się nad wszystkimi aspektami, zarówno pozytywnymi, jak i negatywnymi, aby dokonać świadomej decyzji.

### **Czytelnictwo literatury romansowej. Od Harper & Brothers i William Collins & Sons do HarperCollins**

Wydawnictwo HarperCollins Publishers ma długą i bogatą historię, sięgającą już początków XIX w. Przez lata stało się jednym z najważniejszych i najbardziej rozpoznawalnych graczy na światowym rynku wydawniczym. Historia tej instytucji jest nierozdzielnie związana z ewolucją literatury popularnej i stanowi klucz do zrozumienia, jak kształtuje się globalny krajobraz literacki. Szczególnie interesującym aspektem działalności HarperCollins jest zaangażowanie się tego wydawnictwa w publikowanie serii *Harlequin* – romansów, które zdobyły sobie na całym świecie rzeszę wiernych czytelników. Literatura ta, bardzo często nazywana również „literaturą kobiecą”, odgrywa ważną rolę w kulturze masowej, uznając pragnienia, marzenia i wyzwania stojące przed kobietami.

Historia wydawnictwa ma swoje początki już w XIX w., a dokładniej w marcu 1817 r., kiedy to w Nowym Jorku powstała mała drukarnia braci Jamesa i Johna Harpera, prowadzona pod nazwą J. & J. Harper. Publikowali oni książki znanych literackich gigantów, jak Mark Twain, Charles Dickens czy John F. Kennedy. Dwa lata później w 1819 r. w Glasgow powstało wydawnictwo William Collins & Sons, które zdobyło sławę dzięki edycjom *Biblii*, atlasom, słownikom oraz dziełom takich legend literatury, jak Agatha Christie, J.R.R. Tolkien, C.S. Lewis i H.G. Wells. W późnych latach osiemdziesiątych XX w. wydawnictwa połączyły się w jedno pod nazwą HarperCollins Publishers z główną siedzibą w Nowym Jorku. Obecnie działają w wielu krajach na świecie, pozostając częścią News Corporation [14].

Obecnie HarperCollins posiada w swoim portfolio ponad sto dwadzieścia podmarek i co roku wydaje blisko dziesięć tysięcy tytułów w szesnastu różnych językach. Imponujący katalog wydawnictwa zawiera ponad 200 tys. książek w formie tradycyjnej, ale też elektronicznej. Oferuje beletrystykę, literaturę faktu, przewodniki kulinarne, a nawet literaturę dziecięcą. W swoich szeregach ma wielu wybitnych pisarzy reprezentujących różnorodne gatunki literackie – siostry Brontë, Agathę Christie, J.R.R. Tolkiena, Charlesa Dickensa

i innych. Wielu z nich zdobyło prestiżowe nagrody literackie, takie jak Nobel czy National Book Award. W Polsce wydawnictwo pojawiło się w 1991 r. pod nazwą Arlekin – Wydawnictwo Harlequin Enterprises i prowadzone było przez Ninę Kowalewską, a później Barbarę Joźwiak. Zadebiutowało na rynku polskim seriami *Harlequin*, które cieszyły się niemałym zainteresowaniem ze strony czytelniczek, ale ich wielki rozmach marketingowy spowodował również brak sympatii ze strony innych wydawców. Zaplecze finansowe firmy pozwalało bowiem na niespotykaną dotąd kampanię reklamową, która obejmowała między innymi przestrzeń telewizyjną (hasłem przewodnim było „Harlequin to ogrody miłości”). Firma z łatwością mogła sobie pozwolić na wykupowanie praw autorskich, które otrzymywała od redakcji amerykańskiej, angielskiej i kanadyjskiej. Polskie oficyny krytykowały schematyczność treści i formy harlequinów. Krytykowane były również wymogi co do ilości stron (około 160), rozdziałów oraz zakresy tematyczne. Jednak ta powtarzalność i identyczność pozycji okazała się atrakcyjna dla wielu czytelników. Wydawane tytuły były dostępne przez miesiąc, a niesprzedane egzemplarze wysyłano po tym okresie na przemiał. W 1996 r. marka odniosła wielki sukces rozpoznawalności, a jej nazwa *Harlequin* zapisała się na kartach *Słownika języka polskiego*.

### **Perspektywy wykorzystania literatury romansowej i jej kontekstów kulturowych podczas projektowania usług bibliotecznych oraz przekazów marketingowych bibliotek**

Literatura romansowa w bibliotece to przede wszystkim bogactwo tytułów po które chętnie sięgają czytelnicy, głównie w celu relaksu. W zależności od typu biblioteki, jej wielkości oraz potrzeb odbiorców kolekcje tych książek są bardzo bogate lub stanowią reprezentację jedynie najważniejszych tytułów, często zakwalifikowanych do klasyki literatury. Jednak romanse mogą służyć bibliotece nie tylko w ten podstawowy sposób. Wiele bibliotek za ich sprawą próbuje zainteresować czytelników swoją ofertą, opracowując chwytliwe slogany reklamowe bądź przekazy informacyjne. Romanse są także często bazą do ciekawych projektów i zajęć bibliotecznych.

Przykładem może być komunikat informacyjny przygotowany przez Miejską Bibliotekę Publiczną w Działdowie, który dotyczył kampanii Narodowe Czytanie *Ballad i romanсів* Adama Mickiewicza, zatytułowany *Romans w bibliotece* [19]. Wprowadzenie takiego sformułowania na witrynie bibliotecznej miało zapewne w założeniu przyciągnąć uwagę większej liczby czytelników i w konsekwencji zwiększenie zasięgu akcji. Podobnego sloganu użyła Gminna Bibliotek Publiczna w Wiszni Małej, która swój wpis na stronie internetowej zatytułowała: *Przeżyj romans w bibliotece*. Tym razem chodziło o zachęcenie do czytania literatury romansowej w związku ze zbliżającymi się walentynkami. Jak można było przeczytać na stronie: „Od 12 do 15 lutego w Gminnej Bibliotece Publicznej będą Państwo mogli przeżyć niesamowity romans. Wystarczy odwiedzić Bibliotekę i sięgnąć po książkę z czerwonym serduszkiem. Zapraszamy!” [11]. Akcji towarzyszył specjalny plakat reklamowy (zob. il. 1).

Ilustracja 1. Plakat reklamowy GBP w Wiszni Małej



Źródło: [oksir.wiszniamala.pl/przezyj-romans-w-bibliotece/](http://oksir.wiszniamala.pl/przezyj-romans-w-bibliotece/).

Podobnie do odwiedzin zapraszała Biblioteka Raczyńskich, pisząc o organizowanym przez siebie „dniu romantycznym” [2], a także Biblioteka Publiczna w Książu Wielkopolskim, która zachęcała do „romansu z biblioteką” oraz „flirtu z książkami”, poza literaturą przygotowując także comiesięczne zabawy o tej właśnie tematyce [1] (zob. il. 2). Z kolei w ramach Nocy Bibliotek, w 2019 r. opracowano zabawę zatytułowaną „Flirt z Markiem Hłaską”. W związku z 85. rocznicą urodzin i 50. rocznicą śmierci autora ustanowiono Marka Hłaskę patronem edycji Nocy Bibliotek pod hasłem „Znajdźmy wspólny język”. W ramach projektu „Nocny Marek” przygotowano program poświęcony życiu i twórczości pisarza: czytano książki autora, wyświetlano filmy według jego scenariusza, a także organizowano związane z pisarzem zabawy tematyczne. Wspomniany „Flirt z Markiem Hłaską” to gra literacka składająca się z 32 kart do gry i 320 zadań, wykorzystujących cytaty z prozy i listów autora. Organizatorzy podkreślali, że zabawa stanowi przede wszystkim formę „flirtu z literaturą” o charakterze edukacyjnym i integracyjnym. Natomiast zasady gry zostały wyjaśnione następująco: „Rozdajemy karty wszystkim uczestnikom spotkania. Każdy wybiera jeden cytat ze swojej karty i przekazuje ją wybranej osobie, podając numer. W odpowiedzi otrzymuje tę samą lub inną kartę ze wskazaniem numeru odpowiedzi. W ten sposób nawiązujemy i rozwijamy relacje ze sobą nawzajem i z literaturą” [37].

Ilustracja 2. Plakat reklamowy Biblioteki Publicznej w Książu Wielkopolskim



**Źródło:** <https://ck-ksiazwlpk.pl/wdaj-sie-w-caloroczny-romans-z-ksiaska-biblioteka/>.

Choć trudno jest zaprezentować wszystkie przykłady akcji, w których użyta została literatura romansowa oraz bazujące na niej slogany reklamowe, to już ta krótka egzemplifikacja pokazuje, że romans stanowi potencjalnie ciekawy motyw w marketingu bibliotek. Może również być źródłem inspiracji do organizacji różnorodnych akcji przygotowywanych dla czytelników, wiązać się zarówno z lekką rozrywką i zabawą, jak też zachęcać do poważnych studiów nad polską oraz światową literaturą z tego obszaru. Jak można przeczytać w jednym z opracowań: „Dużym zainteresowaniem w mniejszych instytucjach kultury cieszy się marketing niskobudżetowy, oparty na prostych działaniach, możliwy do zrealizowania przez niewielkie zespoły pracowników. Niekiedy pisze się wręcz o kreatywnych niskobudżetowych metodach marketingu niekonwencjonalnego” [32, s. 64]. Zaprezentowane przykłady niewątpliwie do tego typu rozwiązań należą – zatem każda, nawet najmniejsza biblioteka, może podjąć działania zmierzające do lepszej komunikacji z otoczeniem, mające

na celu zwrócenie uwagi na placówkę i jej ofertę. Ponadto marketing wsparty badaniami czytelnictwa, preferencji i zachowań czytelników [21] może znacząco wpłynąć na opracowanie i popularyzacje atrakcyjnych i poszukiwanych przez użytkowników usług oraz wydażeń, także tych bazujących na literaturze popularnej.

## Bibliografia

1. BIBLIOTEKA PUBLICZNA W KSIĄŻU WIELKOPOLSKIM. *Wdaj się w całoroczny romans z książką biblioteczką!* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://ck-ksiazwlpk.pl/wdaj-sie-w-caloroczny-romans-z-ksianska-biblioteka/>. Stan z dnia 12.12.2023.
2. BIBLIOTEKA RACZYŃSKICH. „*Ballady i romanse*” – coś się zaczyna. *Dzień romantyczny w Bibliotece Raczyńskich. Narodowe Czytanie* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://bracz.edu.pl/event/ballady-i-romanse-cos-sie-zaczyna-dzien-romantyczny-w-bibliotece-raczyńskich/>. Stan z dnia 12.12.2023.
3. BIS Katarzyna. Bunt czy egzaltacja? Atrybut młodości w literaturze popularnej na przykładzie wybranych powieści dla dziewcząt z okresu PRL-u. In KURAN Michał (red.). *Starość i młodość w literaturze i kulturze*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2016, s. 139-145. ISBN 978-83-7969-662-8.
4. BORKOWSKA Grażyna. Metafora drożdży: co to jest literatura/poezja kobieca. *Teksty Drugie*. 1995, nr 3/4, s. 31-44. ISSN 0867-0633.
5. BRITISH LIBRARY. *Digitised manuscripts* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [https://archive.is/20130419163940/http://www.bl.uk/manuscripts/FullDisplay.aspx?ref=Add\\_MS\\_89000](https://archive.is/20130419163940/http://www.bl.uk/manuscripts/FullDisplay.aspx?ref=Add_MS_89000). Stan z dnia 28.09.2023.
6. BUDROWSKA Kamila. *Literatura i pisarze wobec cenzury PRL (1948-1958)*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 2009. ISBN 978-83-7431-230-1.
7. CIXOUS Helene. Śmiech Meduzy. *Teksty Drugie*. 1993, nr 4/6, s. 147-166. ISSN 0867-0633.
8. Feminizm. In *Encyklopedia internetowa PWN* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/feminizm;3900322.html>. Stan z dnia 25.11.2023.
9. FILIPOWICZ Halina. Przeciw „literaturze kobiecej”. *Teksty Drugie*. 1993, nr 4/6, s. 245-258. ISSN 0867-0633.
10. FULIŃSKA Agnieszka. Dlaczego literatura popularna jest popularna? *Teksty Drugie*. 2003, nr 4, s. 55-66. ISSN 0867-0633.
11. GMINNA BIBLIOTEKA PUBLICZNA W WISZNI MAŁEJ. *Przeżyj romans w bibliotece* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [oksir.wiszniamala.pl/przezyj-romans-w-bibliotece/](https://oksir.wiszniamala.pl/przezyj-romans-w-bibliotece/). Stan z dnia 12.12.2023.
12. GRABOWSKA Barbara. Czy literatura „kobieca” przyczynia się do poszerzania wspólnoty „nas”? *Ruch Filozoficzny*. 2008, nr 4, s. 697-708. ISSN 0035-9599.
13. HACHETTE POLSKA. *Romanse wszech czasów* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://kolekcja-romanse.pl>. Stan z dnia 20.11.2023.
14. HARPERCOLLINS POLSKA. *O nas – historia* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://harpercollins.pl/pl/cms/o-nas-historia-30.html>. Stan z dnia 27.11.2023.
15. KITLIŃSKA Maja. Książka i biblioteka w oczach „Amora”, czyli ich wizerunek w literaturze romansowej lat 90. XX wieku. *Bibliotekarz Zachodniopomorski*. 2002, nr 1, s. 44-50. ISSN 0406-1578.
16. KŁOSIŃSKA Krystyna. *Feministyczna krytyka literacka*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2010. ISBN 978-83-226-1972-8.
17. MARTUSZEWSKA Anna. *Architektonika literackiego romansu*. Gdańsk: Słowo/obraz terytoria, 2014. ISBN 978-83-7453-245-7.
18. MARTUSZEWSKA Anna, PYSZNY Joanna. *Romanse z różnych sfer*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2003. ISBN 83-229-2392-9.

19. MIEJSKA BIBLIOTEKA PUBLICZNA W DZIAŁDOWIE. *Romans w bibliotece* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.dzialdowo.pl/romanse-w-bibliotece/>. Stan z dnia 12.12.2023.
20. NIEDŹWIEDŹ Joanna. Społeczny obieg „literatury kobiecej” w środowisku czytelniczek lubelskich bibliotek. In DYMMEL Anna (red.). *Bestsellery, literatura popularna, odbiorcy: empiryczne badania współczesnego czytelnictwa*. Lublin Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2009, s. 121–148. ISBN 978-83-227-2980-9.
21. ORZOŁ Monika, WOJCIECHOWSKA Maja. Badania czytelnictwa jako instrument diagnozy nawyków i zachowań czytelniczych użytkowników bibliotek. Geneza i stan obecny. *Biblioteka i Edukacja*. 2021, nr 20, s. 65–86. ISSN 2299-565X.
22. *Podgatunki romansu* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [https://www.rwa.org/Online/Romance\\_Genre/About\\_Romance\\_Genre.aspx](https://www.rwa.org/Online/Romance_Genre/About_Romance_Genre.aspx). Stan z dnia 20.11.2023.
23. RAMSDELL Kristin. *Romance fiction: a guide to the genre*. Colorado: Bloomsbury Publishing, 1999. ISBN 978-1591581772.
24. REGIS Pamela. *A natural history of the romance novel*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2003. ISBN 978-0812215229.
25. SETECKA Agnieszka. Romans – przejaw zwyczajstwa czy klęski kobiet? O romansie dawniej i dziś. In BORKOWSKA Grażyna, SIKORSKA Liliana (red.). *Krytyka feministyczna – siostra teorii i historii literatury*. Warszawa: Instytut Badań Literackich PAN, 2000, s. 187-199. ISBN 83-87456-66-7.
26. STĘPIEŃ Justyna. Facebook, Instagram, a może blog? Gdzie promują się biblioteki?. *Zarządzanie Biblioteką*. 2021, nr 1, s. 23–35. ISSN 2081-1004.
27. SZYSZKOWSKA Ewelina Maria. *Odmiany uczuć: popularny romans kieszonkowy w Polsce 1990–2000*. Warszawa: Biblioteka Narodowa, 2003. ISBN 83-7009-424-4.
28. TIENKAMP Aaf. *Everything you think you know about romance novels is wrong* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [https://www.ted.com/talks/aaf\\_tienkamp\\_everything\\_you\\_think\\_you\\_know\\_about\\_romance\\_novels\\_is\\_wrong](https://www.ted.com/talks/aaf_tienkamp_everything_you_think_you_know_about_romance_novels_is_wrong). Stan z dnia 25.11.2023.
29. VAN SLOOTEN Jessica. Romance novels are feminist [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [https://www.ted.com/talks/jessica\\_van\\_slooten\\_romance\\_novels\\_are\\_feminist](https://www.ted.com/talks/jessica_van_slooten_romance_novels_are_feminist). Stan z dnia 25.11.2023.
30. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Mobilna biblioteka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2021. ISBN 978-83-65741-68-4.
31. WOJCIECHOWSKA Maja. *Elektroniczny wizerunek biblioteki*. Gdańsk: Wydawnictwo Ateneum – Szkoły Wyższej, 2008. ISBN 978-83-61079-01-9.
32. WOJCIECHOWSKA Maja. Istota marketingu w sektorze kultury. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023, s. 55–66. ISBN 978-83-89316-82-0.
33. WOJCIECHOWSKA Maja. Marketing szeptany – instrument propagandy współczesnych bibliotek? In KUŹMINA Dariusz (red.). *Bibliologia polityczna*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2011, s. 398–405. ISBN 978-83-61464-88-4.
34. WOJCIECHOWSKA Maja. Merchandising – wizualna promocja biblioteki. Wprowadzenie do problematyki. *Zarządzanie Biblioteką*. 2011, nr 1, s. 63–85. ISSN 2081-1004.
35. WOJCIECHOWSKA Maja. The readership indicators in Poland and programs promoting the reading. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)*. 2016, nr 5, s. 39–48. ISSN 2241-1925.
36. WOJCIECHOWSKA Maja. Współczesne formy reklamy książki. *Zarządzanie Biblioteką*. 2009, nr 1, s. 97–110. ISSN 2081-1004.
37. WOJCIECHOWSKA Maja, ORZOŁ Monika. Imprezy kulturalne realizowane w ramach Nocy Bibliotek jako przykład formy promocji biblioteki. *Biblioteka i Edukacja*. 2021, nr 19, s. 109–130. ISSN 2299-565X.
38. ŻŁOTNICKA Aleksandra. Polska literatura kobieca na przełomie XIX i XX wieku. *Tekstura. Rocznik Filologiczno-Kulturoznawczy*. 2019, t. 8, s. 61–79. ISSN 2392-1404.
39. ŻABSKI Tadeusz (red.). *Słownik literatury popularnej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2006. ISBN 83-229-2767-3.