



CALL FOR PAPERS 2026

Numer 2/2026

(Nie)Czytanie literatury

Termin nadsyłania tekstów: **15 maja 2026 r.**

Redakcja części tematycznej: dr hab. **Ksenia Olkusz**

Redakcja proponuje podjęcie tematu „(nie)czytania literatury”, proponując autorom i autorkom skupienie się na kilku kluczowych obszarach. Jeden z nich obejmowałby refleksję odnoszącą się do **problemu czytelnictwa** — tendencji spadkowej w ostatnich dekadach, jej przyczynach oraz możliwych alternatywach dla tradycyjnego czytania. Kolejny obszar byłby poświęcony analizie zjawisk czytelniczych i obejmowałby nie tylko statystyki czy trendy, lecz i społeczne, kulturowe oraz psychologiczne aspekty fenomenu czytelnictwa.

Redakcja zachęca także do nadsyłania artykułów dotyczących m.in. **alternatywnych sposobów obcowania z literaturą** — poprzez słuchanie czy oglądanie (podcasty, audiobooki, adaptacje filmowe i gry cyfrowe), a nawet aktywność fizyczną i zaangażowanie innych zmysłów (liberatura, literatura interaktywna, VR, media społecznościowe i grupy literackie). Warto zastanowić się, jakie mogą być konsekwencje społeczno-kulturowe tego trendu. Czy istnieją skuteczne strategie lub inicjatywy mające na celu zwiększenie zainteresowania literaturą i czytelnictwem w różnych grupach społecznych?

Zachęcamy, aby artykuły z reprezentowanych przez autorów dyscyplin poszerzały pole badawcze również o takie zagadnienia, jak **współczesny rynek wydawniczy czy socjologia literatury**. Istotne byłyby takie tematy, jak: self-publishing i vanity-publishing (różne formy samopublikowania), literatura w internecie i przestrzenie/zjawiska, takie jak np. WattPad.

Ostatnim, nie mniej ważnym przedmiotem refleksji będą w tym numerze **krytyka literacka i jej przemiany**, a więc: krytyka „wysoka”, profesjonalna, związana ze środowiskiem naukowym, opozycja (?) nagrody literackie a recenzje internetowe, „bookstagram”, blogi/strony recenzenckie, sponsoring, influencerzy.

Proponowane tematy otwierają możliwość interdyscyplinarnych rozważań, łącząc nauki humanistyczne, socjologię, psychologię oraz nauki o mediach.

Zgłoszenia: zrl@uni.lodz.pl

UWAGA! W związku z dużym zainteresowaniem numerami „wolnymi”, bez tematu głównego, Redakcja otworzyła Dział Stały, co oznacza, że w obu numerach w roku publikowane są teksty niezwiązane z tematami tomów, prezentujące aktualne wyniki badań z interesujących nas dyscyplin. Szczegółowe informacje dot. typów tekstów znajdują się [na stronie](#) czasopisma.

Zgłoszenia prosimy przysyłać wyłącznie na adres Redakcji: zrl@uni.lodz.pl