

Dorota PIEKARCZYK

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

e-mail: dorota.piekarczyk@poczta.umcs.lublin.pl

<http://orcid.org/0000-0002-8859-7897>

**FUNKCJE INFORMACJI O SERII WYDAWNICZEJ
(NA PRZYKŁADZIE OKŁADEK KSIĄŻEK
POPULARNONAUKOWYCH)**

W ciągu ostatnich lat możemy obserwować wzmożone zainteresowanie okładkami różnorodnych publikacji. Przyczyniło się do tego zrozumienie, że okładka jest interesującym poznawczo przedmiotem badań. Dostrzeżono, że nie tylko poprzedza ona recepcję tekstu właściwego, ale i (z tego powodu) w dużym stopniu steruje jego interpretacją. Okładkę można więc uznać, jak przekonująco wykazał Marcin Rychlewski (2013: 84–107), za związaną z mechanizmem prerecepcji. Sama okładka nie jest oczywiście wyznacznikiem sposobu postrzegania przez odbiorców, jednak będąc rodzajem interpretacji handlowej, parafrazy w innym systemie znakowym, ukierunkowuje recepcję czytelniczą. Dlatego każdy tekst „dociera do czytelnika w formie niejako już zinterpretowanej”, a interpretacja, jaką się mu podsuwa na okładce, wyznaczana jest na etapie produkcji książki i kreuje „nie tylko oczekiwania odbiorców, ale i style lektury” (Rychlewski 2013: 106–107). Z tego względu roli okładki w społecznym procesie obiegu i odbioru publikacji nie można nie doceniać.

Zauważono także, że okładka, stanowiąc rodzaj złożonego paratektstu, akompaniamentu towarzyszącego tekstowi, jest również sferą transakcji między autorem, wydawcą a czytelnikiem, której przedmiotem jest tekst bazowy (zob. Genette 1987: 8). Dlatego też okładka

wygląda tak, jakby była specjalnie zainscenizowana w celu uobecnienia osób, które przyczyniły się do powstania książki i bezpiecznego wysłania jej w świat; bezpiecznego, to znaczy zapewniającego tekstowi, dla którego

powstała, jak najlepsze przyjęcie. (...) Na paratekstualnej scenie pojawiają się zatem: autorzy, edytorzy, potencjalni i, niekiedy, także rzeczywisci czytelnicy (Szajnert 2000: 49–50).

Przede wszystkim jednak podkreślono perswazyjny wymiar okładki – to, że jej zadaniem jest sprawienie, by publikacja zaistniała w obiegu publicznym i dotarła do odbiorcy. Na przykład według Marcina Światały okładka to „jedno z podstawowych i najskuteczniejszych narzędzi marketingowych w rękach branży wydawniczej”, którego celem „jest ukształtowanie wizerunku książki”, bowiem „jedynie projekt wyróżniający się na półce sklepowej i odróżniający się od pozostałej oferty wydawniczej ma szansę zostać zauważonym przez potencjalnego nabywcę” (Światały 2005: 30–31).

Zrozumienie roli okładki i funkcji, jakie pełni, spowodowało, że zainteresowanie nią uległo dziś także nasileniu i wyprofilowaniu. Obok ujęć specjalistycznych, np. designerskich czy księgoznawczych (np.: Dunin 2003, Biały 2008, Rypson 2011, Socha 2012, Bierkowski, Repucho 2017), pojawiają się też prace ukazujące walory kulturotwórcze i estetyczne okładki, jej aspekty komunikacyjne, funkcjonalne czy retoryczne (Szczęśniak 2012; Hojka 2012; Rychlewski 2013). Przedmiotem badań, a często także i oceny, jest np. artystyczny kształt opraw (np.: Lachman 2012a; Rychlewski 2013), ich informacyjny, a przede wszystkim perswazyjny wymiar (Piętkowa 2001, 2014ab; Loewe 2007; Rychlewski 2011, Lalak 1994), funkcje i ranga ich wykładników (Hojka 2012), związek okładek z konkretnymi stylami, gatunkami, nurtami czy formami podawczymi (np. ze stylem i gatunkami literackimi – Dunin 1993; Szajnert 2000; Lachman 2012a,b; Rychlewski 2011, 2013; naukowymi – Piętkowa 2001, 2004a,b; Bierkowski, Repucho 2017, z literaturą fantasy – Stępień 2002; Zlot 2014).

Niewątpliwie do takiego stanu przyczyniły się tendencje, jakie obecnie obserwujemy na rynku wydawniczym, a zwłaszcza dominująca z nich, którą Bożena Witosz ujmuje następująco:

Dzisiaj tekst, zanim stanie się medium porozumienia autora z czytelnikiem, musi najpierw zwrócić jego uwagę, ponieważ (...) zmieniły się oczekiwania i gusty odbiorców, którzy (...) chcą być przekonywani i angażowani, dlatego też funkcja informacyjna splata się z funkcją perswazyjną, a założona przezroczystość języka ustępuje pola kreacji. Magneseśm przyciągającym uwagę potencjalnego nabywcy jest okładka książki i tytuł publikacji. (Witosz 2009: 169)

Dążenia wydawców do tego, by to ich wytwory przyciągały wzrok potencjalnego czytelnika, sprawiają w konsekwencji, że o uwagę odbiorcy walczą obecnie niezwykle liczne atrakcyjnie opakowane publikacje, a „sytuację książek można porównać do towarów w hipermarkecie, gdzie w natłoku wrażeń, prowadzącym do oczopląsu i percepcyjnego rozproszenia, tylko nieliczne z opakowań skupiają na sobie uwagę” (Rychlewski 2013: 17).

To, że okładka jest tą częścią książki, którą najwcześniej zauważa potencjalny czytelnik i której przekaz dociera do niego pierwszy, sprawił, że badacze traktują okładkę jako rodzaj wizytówki książki, jej marketingowe opakowanie. Podkreślają zatem służebny wobec tekstu zasadniczego charakter okładki. I rzeczywiście, głównym celem okładki jest przedstawienie książki i zachęcenie czytelnika do lektury. Widniejące na niej teksty, np. opis wydawniczy, nota o autorze, fragmenty recenzji mają „służyć informowaniu i rekomendowaniu, czyniąc z utworu produkt” (Loewe 2007: 86).

Jednak nie wszystkie okładkowe przekazy podporządkowane są zadaniu prezentowania tekstu zasadniczego. Takiemu celowi nie służą parateksty pojawiające się na okładkach bardzo często, np. informacje o serii wydawniczej, adres strony internetowej, nazwa czy logo wydawnictwa. Pomimo to ich funkcje i znaczenie, choć zauważone, nie były dotąd przedmiotem szczególnego zainteresowania, zwłaszcza ze strony językoznawców. W niniejszym artykule chciałabym zatem przyjrzeć się bliżej pierwszemu z wymienionych – informacjom o serii – by zbadać, jak są budowane i jakie szczegółowe zadania pełnią.

Na przedmiot opisu wybrałam parateksty z okładek publikacji popularnonaukowych. Stało się tak nie bez powodów. Wybrałam je po pierwsze dlatego, że parateksty te towarzyszą tekstom, które realizują ambitne zadanie popularyzacji nauki. Do zadań popularyzacji należy bowiem nie tylko przybliżenie i uprzyśtępnienie szerokiemu ogółowi społeczeństwa wiedzy naukowej, ale też przekazywanie informacji o wpływie nauki na rzeczywistość i rozwój cywilizacji, budzenie i zaspokajanie zainteresowania światem nauki, jego dokonaniem, widocznymi w nim tendencjami, uczenie naukowego sposobu myślenia, budowanie autorytetu nauki i zaufania do niej, tworzenie pomostu między wiedzą naukową a potoczną, kształtowanie światopoglądu i postaw odbiorców, uczenie ich rozumienia rzeczywistości (zob. np. Sewerski 1968: 39–42, Gajda 1990, Starzec 1999: 24–26, Cyboran 2008: 18–21). Po drugie, o wyborze tych paratek-

stów zadecydowało to, że eskortują dzieła wprowadzające do świata nauki, który często wywołuje opory, bariery i nie kojarzy się z przyjemną lekturą (nauka tradycyjnie postrzegana jest jako dziedzina trudna, hermetyczna, wymagająca wysiłku intelektualnego, tłumaczona językiem mało zrozumiałym). Po trzecie to, że mają przekonać czytelników, iż lekturze publikacji warto poświęcić wolny czas (literatura popularnonaukowa zaliczana jest do tzw. rynku wolnego czasu).

Z tych trzech powodów publikacje popularnonaukowe wydały się mi interesującym przedmiotem badań: uważam, że to właśnie na okładkach tych książek jak w soczewce powinniśmy móc zaobserwować najważniejsze i najciekawsze zabiegi czy sposoby pozwalające wydawcom zrealizować założone cele, np. przyciągnąć uwagę potencjalnych nabywców, zaapelować do ich różnych zespołów motywacyjnych (ich psychiki, potrzeb, aspiracji, ograniczeń itp.).

1. CZYM JEST SERIA WYDAWNICZA?

Spośród różnych wydawanych zbiorów książek serię wyróżnia to, że tworzy „ciąg samoistnych publikacji o nieokreślonym terminie zakończenia edycji, związany wspólną problematyką, wspólnym tytułem i (lub) znakiem uwidocznionym na okładce i karcie tytułowej, jednolitym formatem oraz szatą graficzną” (*Słownik wydawcy* 1997: 167). Serię tworzą więc odrębne książki (o własnych tytułach), które łączy wspólna tematyka i nazwa serii. Jak podkreślają badacze (Kowalska 2007: 109), seria tworzona jest z myślą o tym, by była znakiem rozpoznawalnym, który funkcjonuje wśród osób zainteresowanych (nie tylko czytelników, ale także bibliotekarzy, wydawców czy księgarzy).

Nazwa czy logo to obligatoryjne, ale nie jedyne sygnały, jakie charakteryzują serię. Innymi elementami, które dodatkowo sygnalizują ciąg publikacji, są: wspólny format, druk, podobne okładki (np. ich kolorystyka, typografia). Podobieństwo szaty graficznej nie jest jednak niezbędnym wyznacznikiem książek tworzących cykl. Niemniej umożliwia ono czytelnikowi szybką orientację w publikacjach i sprawia, że są one szybciej identyfikowane, klasyfikowane i zapamiętywane.

Na marginesie warto odnotować, że sam leksem *seria* jest najczęściej używanym określeniem ciągu publikacji. Wchodzące w skład ciągu publikacje mogą być jednak określane mianem *biblioteki*, *biblioteczki* czy *cy-*

klu (Kowalska 2007). Niejednokrotnie określenia te stanowią komponent samej nazwy serii, np.: *Seria z Marsem*, *Złota Seria Literatury Popularnonaukowej*, *Biblioteka Problemów*.

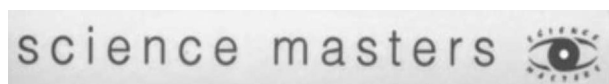
Wspomniałam już, że pojawiające się na okładce książki informacje o serii wydawniczej budują jeden z tych paratekstów, którego tematem nie jest oferowana książka. Paratekst taki charakteryzuje zatem daną publikację jedynie w sposób pośredni: nie odnosi się bowiem do jej treści czy autora i nie zawiera oceny książki, ale sytuuje ją w „sztucznym” kontekście – w kontekście innych książek, wybranych przez wydawcę jako reprezentujące ideę kryjącą się w nazwie serii. Podstawowym i oczywistym celem tego paratekstu jest więc prezentacja samej serii, w której skład wchodzi dana pozycja książkowa.

2. FORMA INFORMACJI O SERII

Analiza zgromadzonego przez mnie materiału (obejmującego ponad trzysta publikacji popularnonaukowych) pozwala stwierdzić, że zamieszczana na okładce informacja o serii może przybierać różną formę i zawierać zróżnicowane dane. Po pierwsze, może być bardzo krótka, ograniczona jedynie do nazwy serii, np.: *Wiedza i Życie – Orbity Nauki*, *Na Ścieżkach Nauki*, *Na Ścieżkach Umysłu*, *Pejzaże Myśli* (Prószyński i S-ka); *Science Masters* (Świat Książki); *Niezwykli Nieprzeciwni Niezapomniani* (Świat Książki); *Poznać i Zrozumieć Człowieka*, *Poznać i Zrozumieć Świat* (Gruner + Jahl Polska [Focus]); *Science Masters* (CIS); *Nauka i Religia*, *Punkty Przełomowe* (Znak); *Nowa Psychologia*, *Cały Ten Mózg* (Medium); *Monstrualna Erudycja* (Egmont); *Magia*, *Tradycja*, *Rzeczywistość* (Wydawnictwo Muza); *Nauka dla Ciekawych* (Wydawnictwo AGH); *Mistrzowie Psychologii*, *Blżej Psychologii* (Smak Słowa); *Nasza Historia* (Wydawnictwo eSpe); *Szerokie Horyzonty* (GWP); *Złota Seria Literatury Popularnonaukowej*, *Myśli i Ludzie* (Wiedza Powszechna); *Jednostka – Kultura – Społeczeństwo* (GWP); *Patrzę*, *Podziwiam*, *Poznaję* (Arkady); *Biblioteka Problemów* (Wiedza Powszechna); *Biblioteka Myśli Współczesnej*, *Rodowody Cywilizacji*, *Życie Codzienne*, *Biografie Sławnych Ludzi* (Państwowy Instytut Wydawniczy); *Biblioteka Klasyków Filozofii*, *Biblioteka Klasyków Psychologii* (Wydawnictwo Naukowe PWN); *Klasyka Informatyki* (Wydawnictwa Naukowo-Techniczne); *Nowe Horyzonty* (Rebis); *Z Wagą* (W.A.B.); *Człowiek Poznaje Świat* (Wydawnictwo Iskry); *Kontrasty i Kontrowersje*, *Nowe Ścieżki*

Edukacji (Dobra Literatura); *Wielcy Odkrywczy, Wielkie Odkrycia* (Zielona Sowa); *Tajemnice Historii, Tajemnice Przeszłości* (Amber); *A To Polska Właśnie* (Wydawnictwo Dolnośląskie), *Sekrety Nauki i Techniki* (Prokop); *Spotkania z Przyrodą* (Multico), *Bliżej Siebie* („Charaktery”), *W Kręgu Codzienności* (Volumen).

Po drugie, może przybierać formę charakterystycznego znaku graficznego występującego samodzielnie lub – co znacznie częstsze – towarzyszącego nazwie¹:



Science Masters (Wyd. Cis)



Seria z Marsem (Demart)



Z Głowy (Znak)



Na Ścieżkach Nauki
(Prószyński i S-ka)

Po trzecie, informacje o serii mogą dodatkowo tworzyć jedno- lub kilkuzdaniowy tekst ciągły lub tekst z wyczeniem. Tekst ciągły tworzą informacje mające postać krótkiego opisu serii, np. jej celu, zamysłu wydawcy:

Każdy tom z serii W KRĘGU CODZIENNOŚCI jest zbiorem esejów
wybitnych historyków europejskich, którzy analizując rozmaite
przejawy życia: społecznego, religijnego, naukowego,
ekonomicznego i politycznego dają pełny obraz
człowieka danej epoki poczynając
od starożytności po
współczesność.

(*Człowiek renesansu* 2001)²

¹ Wykorzystane w artykule ilustracje okładek to zdjęcia własne.

² Jeśli tekst pojawia się w niezmienionej postaci na wszystkich książkach z serii, podaję jedynie nazwę wydawnictwa, jeśli natomiast jest dostosowywany do konkretnej publikacji, to zamieszczam jej skrócony adres. Przytaczając teksty, zachowuję pisownię zgodną z oryginałem.

Natomiast tekst z wyliczeniem to nota o publikacjach już wydanych i/lub przygotowywanych do druku w ramach danej serii:

W serii *Monstrrrualna Erudycja* ukazały się:

Ta porażająca galaktyka

Krew, kości i cała reszta

Ta zabójcza matma

Niežnośna natura

Płomienne Olimpiady

Te paskudne robale

Fascynująca sztuka (Arnold 1999)

W tym ostatnim wypadku tytułom publikacji mogą towarzyszyć zdjęcia okładek, ewentualnie zdjęcia okładek mogą zastępować tekst z wyliczonymi tytułami.

Ze wskazanym zróżnicowaniem formalnym not o serii wiąże się też ich lokalizacja. I tak, informacja ograniczona jedynie do nazwy serii i/lub jej znaku graficznego pojawia się obligatoryjnie na płaszczyźnie przedniej okładki. Z reguły umieszczana jest na górze, ale może pojawić się także w części dolnej czy z boku strony. Brak stałego miejsca zdaje się świadczyć o tym, że z perspektywy wydawcy jej konkretne usytuowanie jest rzeczą drugorzędną. Znacznie ważniejsze jest to, by informacja taka była umieszczana konsekwentnie na wszystkich pozycjach wchodzących w skład serii. Ułatwia to bowiem szybką identyfikację serii i sygnalizuje ciągłość strategii wydawniczej. Rozbudowane noty o serii – właśnie z uwagi na swoją długość (w stosunku do krótkiego tytułu serii) – zamieszczane są natomiast na płaszczyźnie tylnej okładki lub skrzydełku prawym obwoluty, a zatem w miejscach – rzecz można – zarezerwowanych dla paratekstów edytorskich:

Wiara i Nauka jest serią poświęconą dziejom nauki i roli Kościoła w jej rozwoju. Fascynujące i dramatyczne losy różnych dyscyplin i stanowisko wobec nich Kościoła, nieraz kwestionowane, tworzyć będą zawsze tło książkę z tej serii, zarówno gdy mowa będzie o astronomii, fizyce, biologii, psychologii czy o różnych naukach teologicznych. Sylwetki uczonych i ich odkrycia, a także związane z nimi wyzwania dla wiary oraz dążenie do zharmonizowania tych dwóch obszarów – to wszystko tworzy historię człowieka, który chce coraz pełniej poznawać siebie, otaczający go świat i Stwórcę wszystkiego. (Clarke 2005)

Wydaje się, że nie bez powodu najbardziej eksponowane miejsca na okładce zajmują nazwy serii. Warto zatem przyjrzeć się im bliżej.

3. NAZWY SERII WYDAWNICZYCH

W wypadku publikacji popularnonaukowych nazwy serii są zwykle krótkie: – dwu-, trzy-, maksymalnie czteroczłonowe, ale pojemne, o formułach syntetycznych, ujawniających klucz doboru publikacji. Kluczem tym może być: podobna tematyka, dziedzina, przedmiot opisu, treść czy zakres publikacji. Pod względem formalnym zdecydowanie dominują nazwy zbudowane z: (1) członów rzeczownikowych współrzędnych, zwykle połączonych spójnikiem, (2) rzeczownika i określającej go przydawki w postaci: rzeczownika w dopełniaczu, przymiotnika, zaimka lub wyrażenia przyimkowego, (3) wyrażenia przyimkowych.

Przykładami nazw z pierwszej grupy są: *Nauka i Religia, Wiedza i Życie, Ludzie i Myśli, Narody i Cywilizacje, Człowiek i Społeczeństwo, Człowiek i Wszechświat, Jednostka – Kultura – Społeczeństwo, Magia, Tradycja, Rzeczywistość*. Człon rzeczownikowe nazw wskazują tu na równoprawne obszary tematyczne, jakich dotyczy dana seria, zakreślają zatem szerokie pole tematyczne publikacji. Często zapowiadają serię ukazującą np. relacje między nauką a innymi dziedzinami, np. religią, życiem.

Nazwy w postaci określeń rzeczownikowych dopełniaczowych (uzupełnianych niekiedy członem przymiotnikowym) występują znacznie częściej: *Pejzaże Myśli, Mistrzowie Psychologii, Science Masters, Biblioteka Myśli Współczesnej, Rodowody Cywilizacji, Biografie Sławnych Ludzi, Biblioteka Klasyków Filozofii, Tajemnice Historii, Seria Psychologii Społecznej, Sekrety Nauki i Techniki*. Są też bardziej zróżnicowane. Człon nadrzędny, czyli rzeczownik w mianowniku, wskazuje w nich na: (1) nazwany wprost obszar, temat czy przedmiot opisu publikacji (*mistrzowie, tajemnice, rodowody, nauka, życie, horyzonty, historia, sekrety*), (2) obszar, w jakim sytuuje się seria, ale ujęty w sposób metaforyczny (*pejzaże, orbity*), (3) samą serię (*seria, biblioteka*) lub specyfikę gatunkową publikacji (*biografie*). Natomiast rzeczownik w dopełniaczu (z ewentualnym dodatkowym określeniem przymiotnikowym) pełni funkcję ograniczającej przydawki i zawęża spektrum możliwych przedmiotów opisu do wybranej ich grupy. Człon podrzędny może zatem wskazywać na zawężenie serii np. do samej nauki (określenie takie jest przydatne, zwłaszcza gdy człon nadrzędny nie sugeruje związku z nauką, np.: *Science Masters, Orbity Nauki, Sekrety Nauki i Techniki*), określonej dziedziny nauki (*Seria Psychologii, Tajemnice Historii*), wybranej tematyki (*Rodowody Cywilizacji, Biografie Sławnych Ludzi*) czy czasu (*Biblioteka Myśli Współczesnej*).

Podobne funkcje pełnią nazwy złożone z rzeczownika i określającego go przymiotnika, zaimka lub wyrażenia przyimkowego, np. *Punkty Przełomowe, Tajemnice Nauki, Życie Codzienne, Nowe Horyzonty, Wielcy Odkrywczy, Wielkie Odkrycia, Nasza Historia, Seria z Marsem, Nauka dla Ciekawych, Spotkania z Przyrodą, Nauka po Prostu, Nauka bez Tajemnic*. Rzeczowniki odsyłają do zjawisk czy obszarów zagadnień, jakich dotyczą publikacje z serii (*tajemnice, życie, horyzonty, historia, nauka*), nazywają samą serię (*seria*) lub metaforycznie określają jakieś jej aspekty (np. leksem *punkty* zwraca uwagę na przedmiot opisu – wydarzenia ważne, nazwa *spotkania* uwypukla interakcyjny wymiar tekstów), a człony określające są wykładnikami sprecyzowania wskazanego obszaru czy aspektu (w kolejności: *historii, codzienne, nowe, nasza, bez tajemnic, z Marsem, zwrotne, z przyrodą*). Ujawniany w nazwach klucz doboru publikacji może zdradzać zarówno kryteria naukowe i tematyczne, jak i pozanaukowe, i pozatematyczne (np. kryterium odbiorcy: *Nauka dla Ciekawych*, kryterium ważności, bliskości czy atrakcyjności dla odbiorców: *Wielcy Odkrywczy, Wielkie Odkrycia, Nasza Historia, Biografie sławnych ludzi, Złota Seria*).

W jeszcze większym stopniu na „usytuowanie” publikacji z serii w abstrakcyjnej przestrzeni dyskursu wskazują nazwy o postaci wyrażień przyimkowych: *Na Ścieżkach Nauki, Na Ścieżkach Umysłu* i nazwy z przysłówkami: *Blżej Siebie, Blżej Psychologii*. Użycie w nich zarówno przyimków, jak i przysłówków o funkcjach lokalizujących pozwala bowiem na wyznaczenie zakresu tematyki serii (dotyczącej przecież abstrakcyjnych domen pojęciowych, np.: NAUKA, UMYŚL, PSYCHOLOGIA) w kategoriach obiektów przestrzennych, doświadczanych przez nas bezpośrednio. Nazwy takie tworzone są jednak dużo rzadziej.

Jak widać, wśród nazw serii zdecydowanie dominują połączenia w mianowniku, a więc połączenia, które są efektem nominalizacji formuły tematycznej. Dlatego na ich tle wyjątkowo prezentują się (nie licząc zresztą) nazwy o postaci zdań lub równoważników zdań: *Człowiek Poznaje Świat; Myślę, Mówię, Piszę po Polsku; Patrę, Podziwiam, Poznaje; Poznać i Zrozumieć Człowieka; A To Polska Właśnie*. Odmiennościami w ich ukształtowaniu formalnym towarzyszy tu odmienność treściowa. Cztery pierwsze przykłady nie tyle bowiem charakteryzują same serie, ile określają procesy (oceniane zwykle jako pozytywne i pożądane: poznanie, myślenie, podziwianie, rozumienie), w jakie może zaangażować się czytelnik pod wpływem lektury książek, a w odzwierciedlaniu tych

procesów najlepiej sprawdza się właśnie formuła zdania. Ostatnia przywołana nazwa natomiast wykorzystuje strukturę równoważnika zdania o funkcji prezentującej (dodatkowo opartego na konstrukcji wskazującej: *to jest X*), ponieważ informuje o książkach, które pokazują, jaka jest Polska właśnie.

Warto zaznaczyć, że choć nazwy serii wskazują np. na pewne wybrane obszary wiedzy, to jednocześnie są na tyle pojemne, że nie ograniczają tematów publikacji do jednoznacznego, ściśle określonego zbioru. Przeciwnie, nazwy formułowane są tak, by obejmowały szerokie spektrum publikacji. Stąd np. tak duży udział metafor w tytułach: *Orbity Nauki, Na Ścieżkach Nauki, Na Ścieżkach Umysłu, Rodowody Cywilizacji, Pejzaże Myśli, Nowe Ścieżki Edukacji, Nowe Horyzonty*. Metafory bowiem należą do określić „mglistych”, nieprecyzyjnych, których znaczenia nie można wyeksplikować bezpośrednio w prosty sposób, i które pozostawiają spory margines swobody interpretacyjnej. Są to jednocześnie określenia atrakcyjne, budzące skojarzenia pozytywne: z rozległą, swobodną przestrzenią (*orbity, pejzaże, horyzonty*), ze spontanicznością, wędrowaniem (*ścieżki*), początkiem życia (*rodowody*) itp.

Co więcej, zebrane przykłady wskazują, że dążenie do budowania nazw waloryzujących pozytywnie jest wyraźnym celem wydawców. Stąd odwołania do kategorii pojęciowych, które kojarzone są dobrze, mile, budzą zaufanie czy które są pożądane, np. odwołania do: doniosłości, wagi (*Punkty Przełomowe; Wielcy Odkrywczy, Wielkie Odkrycia; Z Wagą*), bliskości, swojskości (*Nasza Historia; Życie Codzienne; A To Polska Właśnie*), mistrzostwa, nieprzemijającej wartości (*Science Masters; Biblioteka Klasyków Filozofii; Biblioteka Klasyków Psychologii*), doskonałości, luksusu (*Złota Seria Literatury Popularnonaukowej*), sławy (*Biografie Sławnych Ludzi*), nowości, aktualności (*Nowe Horyzonty; Biblioteka Myśli Współczesnej*) lub do kategorii, które są atrakcyjne, intrygujące, zaskakujące (*Tajemnice Historii; Kontrasty i Kontrowersje; Monstrualna Erudycja*), interesujące (*Nauka dla Ciekawych*).

Sygnalizowana wyżej atrakcyjność jest bardzo pożądaną przez wydawców cechą nazw. Dlatego też osiągnięta jest na wiele innych sposobów. Przyczynia się do niej już sama krótkość nazw, uzyskiwana dzięki elipsie (np. w nazwie *Patrę, Podziwiam, Poznają* zredukowany został składnik wskazujący ma obiekt czynności) i nominalizacji (wykorzystuje ją większość przywołanych nazw). Wydobyć atrakcyjności sprzyjają również powtórzenia w sferze składniowej (paralelność struktur składnio-

wych, np. *Wielcy Odkrywczy, Wielkie Odkrycia; Myślę, Mówię, Piszę po Polsku*), którym nierzadko towarzyszą powtórzenia w sferze leksykalnej (*wielcy, wielkie*) czy wprowadzone aliteracje (*Patrzę, Podziwiam, Poznaję; Niezwykli Nieprzeciętni Niezapomniani*). Wszystko to razem sprawia, że nazwy – niczym komunikaty reklamowe (zob. np. Bralczyk 2004) – stają się oryginalne, sugestywne, budzą pozytywne skojarzenia i zapadają w pamięć.

Przed wszystkim jednak nazwy serii mają wzbudzić w odbiorcach określone przekonania – mają zasugerować im, że wydawca nie publikuje książek przypadkowych czy np. obliczonych jedynie na sukces komercyjny, ale iż sam zaangażował się intelektualnie, zapoznał się z różnymi tekstami i zaproponował własną interpretację zagadnień, jakie warto czytelnikom przybliżyć. Nazwa serii ma więc sygnalizować przemyślaną strategię popularyzacji wiedzy, ciągłość tematyki, a jednocześnie ciągłość i spójność działań wydawcy.

Dla czytelnika z kolei nazwa serii ma stanowić rodzaj szybko identyfikowanego drogowskazu, który pozwala na wybieranie ścieżek lektury i rozeznanie w publikacjach wydawnictwa: „Przy dużej produkcji wydawniczej seria staje się czynnikiem orientującym czytelnika. (...) Nazwa i znak wydawniczy serii ułatwiają czytelnikowi odnalezienie książki i jej wybór” (Cybulski 1972: 34–35).

Jak wspomniałam wcześniej, nazwie serii może towarzyszyć także charakterystyczny znak graficzny. Znak taki może też być jedynym, widniejącym na okładce, sygnałem ciągu publikacji. Choć graficzne symbole serii nie leżą w obszarze mojego bezpośredniego zainteresowania, warto wskazać tu jednak, że tworzone są z myślą, by odpowiadały tematyce czy przeznaczeniu serii, ale przede wszystkim, by były łatwe do rozpoznania i zapamiętania (dlatego też tak często przy tworzeniu znaku wykorzystuje się artystycznie ujęty skrót nazwy serii), i aby w ten sposób wpływały na społeczne obrazy wydawnictw. Z racji tej funkcji rolę znaku serii można porównać do roli innego, obligatoryjnego elementu okładki – sygnetu wydawcy. Ten bowiem – jak dostrzegli badacze już dawno – ma pełnić szczególne zadania:

Zadaniem znaku firmowego jest przyzwyczajanie odbiorców do towarów danej firmy, stwarzanie nawyku korzystania z jej usług, której znak symbolizuje wysoką jakość produkcji. Tak więc znak firmowy ma do spełnienia ważną funkcję reklamową jako czynnik utrwalania pozycji towaru i producenta na rynku. (Hussak 1972: 99)

4. CHARAKTERYSTYKA SERII

Dużo większe możliwości daje jednak wydawcom rozbudowany opis serii. Charakterystyka taka – od kilku- do kilkunastozdaniowej – pozwala przede wszystkim wyjaśnić cel stworzonej serii:

Seria Punkty Przełomowe uczy myśleć inaczej. (Znak)

Seria Jednostka – Kultura – Społeczeństwo przedstawia dzieła autorów, którzy odegrali ważną rolę w naukach społecznych XX wieku. (GWP)

seria szerokie horyzonty – wiedza z wyższej półki (sic!) (GWP)

Wykorzystywana jest także po to, by wskazać cechy publikacji wydanych (przygotowywanych) w jej ramach:

Seria OTWARTY UMYŚL

- zwięzłe książki, nastawione na użyteczne rezultaty;
- sama istota metod oraz praktyczne ćwiczenia;
- dla zajętych ludzi, którzy nie mają czasu na przebijanie się przez morze słów (Wydawnictwo Aha)

czy określić skalę zasięgu programu wydawniczego, intencję wydawców czy nawet misję wydawnictwa:

W serii Science Masters, wydawanej równocześnie w ponad trzydziestu językach na pięciu kontynentach ukazują się książki pisane przez najwybitniejszych współczesnych uczonych. Każdy z tomów Science Masters to zwięzła i przystępna – pisana przez uznanych naukowców, lecz w języku zrozumiałym również dla niespecjalistów – prezentacja obecnego stanu i dorobku ludzkiej wiedzy z wybranych dziedzin nauk ścisłych i przyrodniczych: od astronomii po zoologię. (CIS)

Seria Science Masters, czyli Mistrzowie Nauki ukazuje się na pięciu kontynentach. To książki wybitnych współczesnych naukowców przedstawiające obecny stan i dorobek ludzkiej wiedzy. (Świat Książki)

U progu nowego tysiąclecia wciąż aktualne jest pytanie o granice ludzkiego poznania. Być może teraz jest ono jeszcze ważniejsze niż kiedykolwiek wcześniej.

Niniejsza seria popularnonaukowa to próba znalezienia odpowiedzi na to pytanie.

NOWE HORYZONTY – a więc, wzorem dawnych żeglarzy, wyruszenie poza dotychczas znane obszary w poszukiwaniu nowych granic wiedzy na temat kosmosu, interpretacji zachowań ludzkich czy budowy mózgu.

Chcemy, aby były to książki NOWE: pierwsze polskie wydania prezentujące to, co w nauce światowej jest najnowsze.

Postaramy się też, aby były to HORYZONTY różnorodne, tak aby każdy zainteresowany współczesnością mógł znaleźć tu coś dla siebie, a ktoś, kto usiłuje stworzyć sobie obraz całościowy, miał szansę sięgnąć po książki różne, ale zawsze wybiegające ku przyszłości.

Otwórzcie więc przed sobą

NOWE HORYZONTY (Rebis)

W serii [Punkty Przełomowe – D.P.] ukazują się książki odkrywcze, przełomowe, pokazujące najnowsze osiągnięcia z dziedziny marketingu, nauk społecznych, a także opisujące najbardziej palące zagadnienia otaczającej nas rzeczywistości. Seria Punkty Przełomowe uczy myśleć inaczej. (Znak)

Na poziomie znaczeń literalnych opisy takie charakteryzują serie, ale jednocześnie kreują określone wizerunki wydawców, gdyż wydawcy „zdradzają” w nich swoje działania, zamysły i intencje. W przytoczonych przykładach wydawcy sugerują np., że autorzy, jakich wybierają, to ci, którzy cieszą się niekwestionowanym autorytetem („najwybitniejsi współcześni uczeni”), iż dokładają starań, by publikacje były dla odbiorców przyjazne (przystępne, zrozumiałe – pisane „w języku zrozumiałym również dla niespecjalistów”) i by przybliżały najbardziej aktualne badania, najważniejsze osiągnięcia i problemy („To książki [...] przedstawiające obecny stan i dorobek ludzkiej wiedzy”; to „pierwsze polskie wydania prezentujące to, co w nauce światowej jest najnowsze”; „W serii ukazują się książki odkrywcze, przełomowe, pokazujące najnowsze osiągnięcia”). W świetle takich opisów wydawcy jawią się jako osoby z misją, kierujące się pobudkami wyłącznie intelektualno-humanistycznymi, dobrem i potrzebami czytelnika („Postaramy się [...], aby każdy zainteresowany współczesnością mógł znaleźć tu coś dla siebie, a ktoś, kto usiłuje stworzyć sobie obraz całościowy, miał szansę sięgnąć po książki różne, ale zawsze wybiegające ku przyszłości”), zdolne podjąć zobowiązania i wywiązać się z nich („Chcemy, aby były to książki NOWE”, „Postaramy się też, aby były to HORYZONTY różnorodne”). Opisy takie stają się zatem elementem autopromocji marketingowej – kreują obraz wydawnictwa jako instytucji służącej dobru społecznemu, działającej po to, by zaspokoić wyższe, intelektualne potrzeby swoich odbiorców.

W opisach serii siłą rzeczy na plan pierwszy wysunięta jest jednak sama seria, a nie dana książka popularyzatorska czy publikująca ją wydawnictwo – to seria jest obiektem, który wydawca opisując, chwali. Być może też z tego względu jej charakterystyki pojawiają się na okładkach stosunkowo rzadko, ustępując miejsca przede wszystkim paratekstom poświęconym konkretnej publikacji.

Dużo częściej natomiast znajdujemy noty o publikacjach już wydanych i/lub przygotowywanych do druku w ramach danej serii. Niekiedy poświęcone jest im całe prawe skrzydełko obwoluty. Na standardową budowę takiej noty składają się: formuła wprowadzająca (typu: *W ramach serii X ukazały się/ w tej serii*) i wyliczenie zawierające tytuły publikacji i nazwiska ich autorów (ewentualnie wzbogacone o rok wydania) albo obrazy okładek:

Science Masters 2000
Początek Wszechświata John D. Barrow
Ostatnie trzy minuty Paul Davies
Pochodzenie człowieka Richard Leakey
Rzeka genów Richard Dawkins
Liczby natury Ian Stewart
Kraina pierwiastków Peter Atkins
Laboratorium Ziemia Stephen H. Schneidre
Natura umysłów Daniel C. Dennett
Jak myśli mózg William H. Calvin.
Świąteczko mydliczki George C. Williams
Dlaczego lubimy seks? Jared Diamond
Mózg Susan A. Greenfield
Samolubna komórka Robert A. Weinberg
Symbiotyczna planeta Lynn Margulis
Wzory na krzemowej płytce Daniel Hillis
Tylko sześć liczb Martin Rees

(Margulis 2000)

Czytelnikom znającym już daną serię (a przynajmniej wybrane pozycje publikowane w jej ramach) pozwala to usytuować książkę, którą trzyma w ręku, w kontekście innych, poznanych już prac, i poczynić pewne założenia co do jej np. tematyki, zawartości, stylu. Czytelnikom po raz pierwszy stykającym się z serią podsuwa propozycje kolejnych lektur i do nich zachęca. Oba te zadania w sposób znacznie ciekawszy pozwala zrealizować nota zawierająca zdjęcia okładek:



(Ridley, 1990)



(Biber, Leszczyński 2006)

Zdjęcia uatrakcyjnają bowiem przekaz, sprawiają, że staje się on bardziej dynamiczny, zróżnicowany, nadają mu odpowiedni nastrój, co wpływa na jego perswazyjność. Wykorzystanie elementów graficznych wzmacnia też siłę perswazyjną przekazu w inny sposób: jak bowiem dowodzą badania neuronaukowców, to właśnie obraz ma większe znaczenie dla pozyskania pierwotnej uwagi odbiorcy, a możliwości zapamiętywania przez człowieka informacji wzrastają sześciokrotnie, jeśli im on towarzyszy. Wydawcy mogą zatem liczyć, że informacje o danej serii, które zilustrowane są zdjęciami, lepiej utrwala się w pamięci odbiorcy.

Warto zauważyć, że w obu przedstawionych wyżej przykładach noty o publikacjach z serii zawierają zarówno zdjęcia okładek, jak i krótką charakterystykę poszczególnych książek. Tak zbudowane noty są najnowszą tendencją wydawniczą i zdają się ciekawym rozwiązaniem – z perspektywy zarówno nadawcy (który może bliżej zaprezentować inne swoje publikacje), jak i czytelnika (który otrzymuje informacje nie tylko o tym, co się ukazało w ramach serii, ale też o tym, czego publikacje dotyczą). Podstawowym zadaniem takich not jest wzbudzenie w odbiorcy chęci poznania zaprezentowanych publikacji z serii.

Funkcje bardzo podobne do not o publikacjach już wydanych (i/lub przygotowywanych do druku) przypisałabym też, wspomnianemu na po-

czątku, wyrazistemu projektowi graficznemu serii, który jest konsekwentnie realizowany w odniesieniu do wszystkich tytułów z ciągu. Mogą składać się na niego: podobny format książek, identyczne motywy czy znaki graficzne pojawiające się na okładkach, typografia okładki (w szczególności miejsce i sposób zapisu nazwy serii, tytułu, autora i wydawcy książki, ale też not biograficznych, streszczeń czy fragmentów recenzji). Czytelnikom, którzy znają już daną serię, pozwala to bowiem na szybką identyfikację i wstępną klasyfikację trzymanej książki (kolejnej pozycji z serii). Natomiast dla odbiorców niezaznajomionych z serią wyrazisty projekt graficzny stanowi wskazówkę identyfikacyjną, jaką mogą wykorzystać w przyszłości, rodzaj podpowiedzi kolejnych lektur i kierunkowskazu dla swoich czytelniczych zainteresowań.

Przedstawione analizy wskazują, że zamieszczane na okładkach informacje o serii mogą pełnić różnorodne funkcje. Ich rola nie ogranicza się bowiem – jak mogłoby się zdawać – do prezentacji samej serii. Wydawcy wyraźnie dbają o to, by służyły one przede wszystkim celom perswazyjnym. Świadczy o tym wyraźna tendencja do uatrakcyjniania przekazów, budowania nazw i opisów waloryzujących pozytywnie, przywoływania kategorii pojęciowych, które kojarzone są dobrze, mile, budzą zaufanie, czy które są pożądane. Parateksty takie mają zachęcać potencjalnego czytelnika do lektury, dostarczać argumentów do reklamy książki i całej serii, rozbudzić w nim trwalsze zainteresowanie książkami i ułatwić szybszą orientację w oferowanych mu publikacjach. W cele perswazyjne wpisuje się także to, że informacje o serii są bardzo istotnym elementem autoprezentacji nadawcy nadrzędnego – stają się znakiem rozpoznawczym wydawcy, pozwalają budować wizerunek i autorytet wydawnictwa. Nie można też zapominać o tym, iż dodatkowe funkcje nałożone są na wszelkie graficzne sygnały serii – wspólny, dobrze przemyślany projekt graficzny serii pełni funkcje estetyczne, a często nawet sprawia, że okładka staje się samodzielnym dziełem sztuki³.

³ Sama seria wydawnicza – na co zwrócili uwagę różni badacze – pełni oczywiście dużo więcej szczegółowych funkcji, np. wydawcom ułatwia dobór właściwych tytułów do publikacji, proces ich przygotowania i wykonania, a jednocześnie pozwala na obniżenie kosztów produkcji (gdyż opracowany dla serii wzorzec wykonania i szaty graficznej powtarza się w kolejnych tomach), natomiast bibliotekarzom i pracownikom informacji naukowej ułatwia indeksowanie książek, a później ich wyszukiwanie (zob. Cybulski 1972; Jamróz-Stolarska 2014: 15–22;). Analizując sygnały serii, zwracałam jednak uwagę jedynie na te funkcje, które pełnią parateksty o serii zamieszczane na okładce i które wpływają na decyzje odbiorcy trzymającego daną publikację w rękę.

Muszę przyznać, że w zebranych materiale bardzo trudno było mi znaleźć negatywne (pod różnym względem) przykłady paratekstów, co może świadczyć o tym, że wydawcy dbają, by sama koncepcja serii i zamieszczane na okładkach sygnały serii były zharmonizowane z publikacjami popularnonaukowymi, odpowiadały charakterowi tych prac i eksponowały ich cechy. Podstawowymi wyznacznikami stylu opracowań popularnonaukowych są bowiem: (1) ekspresywność i subiektywizm, (2) konkretność i obrazowość, (3) przystępność i wyrazistość, (4) dynamika, (5) symultatywność (rozumiana jako przyciąganie i angażowanie uwagi czytelnika zarówno tematem, jak i elementami graficznymi), (6) dialogowość⁴. Tę dbałość widać zwłaszcza w paratekstach, które mają za zadanie przełamać różne bariery psychiczne odbiorcy, jakie wywołane są utwalonym w naszej kulturze stereotypem nauki jako domeny trudnej, zawilej, abstrakcyjnej, oderwanej od życia, przeczącej zdrowemu rozsądkowi, hermetycznej. Opisy paratekstowe dążą do tego, by ten stereotyp obalić, by przekonać odbiorcę, że o trudnych, skomplikowanych zagadnieniach można mówić w sposób prosty, umożliwiający ich zrozumienie, iż pomost między wiedzą naukową a potoczną daje się zbudować. Warto także zauważyć, że niemałe znaczenie w paratekstach o serii ma wykorzystanie środków apelujących do różnych motywacji potencjalnych czytelników: ich psychiki, emocji, potrzeb, poczucia estetycznego itp. Wykorzystywane przez wydawców sposoby mówienia o serii są o tyle istotne, że mają przekonać do zjawiska pozytywnego – tak bowiem oceniana jest serializacja przez badaczy. Już Leon Bielas przekonywał, że serie stwarzają warunki, aby czytelnicy nie poprzestali na przeczytaniu jednej książki, ale przywykli do lektury ciągłej, systematycznej (Bielas 1969: 5). Dunin natomiast uznał serializację za jedno z najważniejszych odkryć w dziedzinie popularyzacji książki (1982: 160).

BIBLIOGRAFIA

- Biały A., 2008, *Formy opraw książkowych – dotyk skórzanej okładki czy wirtualna prezentacja*, w: *Dokąd zmierzamy? Książka i jej czytelnik*, red. J. Gaziński, Szczecin, s. 188–196.
- Bielas L., 1969, *Seria wydawnicza – kierunkowskaz*, „Przegląd Księgarski”, nr 9, s. 5–6.

⁴ Cechy te wymieniam za Anną Starzec (1999: 33–36), która dokonała przeglądu i oceny cech uznawanych przez różnych badaczy za wyróżniki stylistyczne tekstów popularnonaukowych.

- Bierkowki T., Repucho E., 2017, *Co mówią okładki? O jakości komunikatów wizualnych współczesnych edycji wydawanych przez bibliologów i dla bibliologów*, „Studia o Książce i Informacji”, 36, s. 11–27.
- Bralczyk J., 2004, *Język na sprzedaż*, Gdańsk.
- Cyboran B., 2008, *Nauczyciele akademicki a popularyzacja wiedzy*, Kraków.
- Cybulski R., 1972, *Serie książek kieszonkowych w Polsce w latach 1966–1970*, Warszawa.
- Dunin J., 1982, *Rozwój cech wydawniczych polskiej książki literackiej XIX–XX wieku*, Łódź.
- Dunin J., 1993, *Okladka i obwoluta w procesie komunikacji literackiej*, „Nowe Książki”, nr 1, 70–71.
- Dunin J., 2003, *Okladka i obwoluta jako komunikat. Wprowadzenie do problematyki*, w: *Sztuka książki. Historia, teoria, praktyka*, red. M. Komza, Wrocław, s. 81–90.
- Gajda S., 1990, *Współczesna polszczyzna naukowa: język czy żargon*, Opole.
- Genette G., 1987, *Seuils*, Paris.
- Hojka B., 2012, *Okladka książkowa z perspektywy komunikacyjnej*, w: *W poszukiwaniu odpowiedniej formy. Rola wydawcy, typografa, artysty i technologii w pracy nad książką*, red. M. Komza, E. Jabłońska-Stefanowicz, E. Repucho, Wrocław.
- Hussak T., 1972, *Reklama i propaganda książki*, Warszawa.
- Jamróż-Stolarska E., 2014, *Serie literackie dla dzieci i młodzieży w Polsce w latach 1945–1989. Produkcja wydawnicza i ukształtowanie edytorskie*, Warszawa.
- Kowalska M., 2007, *Literackie serie wydawnicze w Polsce w latach 1921–1999*, w: *Dokąd zmierzamy? Książka i jej czytelnik*, red. J. Gaziński, Szczecin, 109–126.
- Lachman M., 2012a, *Nie(d)ocenione usługi okładki*, w: *Stolice i prowincje kultury. Księga Jubileuszowa ofiarowana Profesor Alinie Kowalczykowej*, red. J. Brzozowski, M. Skrzypczyk, M. Stanisławski, Warszawa s. 566–584.
- Lachman M., 2012b, *Okladkowy stan posiadania (w literaturze najnowszej)*, „Teksty Drugie”, nr 6, s. 101–117.
- Lalak M., 1994, *Słowo kuszące. O perswazyjności tekstu okazjonalnego w książce literackiej*, w: *Rozgrywanie światów. Formy perswazji w kulturze współczesnej*, red. I. Iwasiów, J. Madejski, Szczecin, s. 291–300.
- Loewe I., 2007, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice.
- Piętkowa R., 2001, *Paratekst w tekstach naukowych – informacja i/lub reklama*, w: *Stylistyka a pragmatyka*, red. B. Witosz, Katowice, s. 201–211.
- Piętkowa R., 2004a, *Biogram i/czy prezentacja. Paratekst o autorze*, w: *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. II Gatunek a tekst*, red. D. Ostaszewska, Katowice, s. 230–245.
- Piętkowa R., 2004b, *Paratekstualność w dyskursie naukowym*, w: *Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki*, red. M. Ruszkowski, Kielce, s. 119–134.
- Rychlewski M., 2013, *Książka jako towar. Książka jako znak. Studia z socjologii literatury*, Gdańsk.
- Rypson P., 2011, *Nie gęsi. Polskie projektowanie graficzne 1919–1949*, Kraków.

- Sewerski M., 1968, *Społeczna rola literatury popularnonaukowej*, Wrocław.
- Słownik wydawcy*, 1997, oprac. B. Kalisz, Warszawa.
- Socha K., 2012, *Funkcjonalność, ekonomia i estetyka – podstawowe problemy tworzenia projektu typograficznego książki*, w: *W poszukiwaniu odpowiedniej formy. Rola wydawcy, typografa, artysty i technologii w pracy nad książką*, red. M. Komza, Wrocław, s. 147–160.
- Starzec A., 1999, *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Opole.
- Stępień T., 2002, *Tekst okładki*, w: *Dzieło literackie i książka w kulturze*, red. I. Opacki, Katowice, s. 502–510.
- Świtłała M., 2005, *Zachowanie konsumentów i marketing na rynku książki*, Warszawa.
- Szajnert D., 2000, *Osoba w paratekstach*, w: *Osoba w literaturze i komunikacji literackiej*, red. E. Balcerzan, W. Bolecki, Warszawa, s. 47–72.
- Szczeńniak K., 2012, *Okladka i obwoluta książki jako przedmiot badań interdyscyplinarnych*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne”, nr 2, 29–41.
- Witosz B., 2009, *Dyskurs i stylistyka*, Katowice.
- Złot I., 2014, *Okladki w wydawnictwach literatury fantazy i science fiction w Polsce w latach 2000–2012*, „Debiuty Bibliologiczno-Informatologiczne”, t. 2, s. 144–163.

CYTOWANE PRACE POPULARNONAUKOWE

- Człowiek renesansu*, 2001, red. E. Garin, Wydawnictwo Volumen, Warszawa.
- Clarke Robert 2005, *Nowe tajemnice Wszechświata*, Wydawnictwo WAM, Kraków.
- Arnold Nick, 1999, *Chemiczny chaos*, Wydawnictwo Egmont, Warszawa.
- Margulis Lynn, 2000, *Symbiotyczna planeta*, Wydawnictwo Cis, Warszawa.
- Matt Ridley, 1990, *Czerwona królowa. Pleć a ewolucja natury ludzkiej*, Rebis, Poznań.
- Biber Tomasz, Leszczyńscy Anna i Maciej, 2006, *Tajemnice władców Polski*, Wydawnictwo Publicat, Poznań.

FUNCTIONS OF PUBLISHING SERIES INFORMATION (BASED ON THE EXAMPLE OF POPULAR SCIENCE BOOK COVERS)

Summary

Starting with considerations on cover role and function, the author shows how scientific interest in covers has intensified and became profiled nowadays. At the same time, the author indicates that research emphasizes the supportive character of the cover with respect to the main text. The author notes that not all messages placed on covers serve that task. One of such elements is selected as the subject for analysis – information about series placed in popular science works – to examine how they are developed and what detailed tasks they serve. The analyses comprise different series signs (series name, mark,

descriptions, information about publications included in the series) and prove they have diverse functions: (1) they indicate the series (e.g. its scope, subject) and fix it in the memory of a reader (the basic task), but also (2) increase publication attractiveness, (3) suggest to the recipient that the publisher has developed a deliberate strategy for knowledge popularisation, cares about the continuity and consistency of its actions, (4) become an element of self-promotion in marketing – they create a picture of the publishing house as an institution that serves social interest, (5) allow the readers to make assumptions about a specific publication they encounter, and offer suggestions for further reading. Analyses have also shown that publishers usually ensure that the concept of the series and series signals placed on the covers are harmonised with popular science publications and correspond to their character.

Key words: book cover, paratext, popular science works, names of publishing series, self-presentation