

Dorota Piekarczyk

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

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

e-mail: [dorota.piekarczyk@poczta.umcs.lublin.pl](mailto:dorota.piekarczyk@poczta.umcs.lublin.pl)

## Jak kultura popularna wkracza na okładki publikacji popularnonaukowych

### Popular culture on the covers of popular science literature

#### Abstrakt

Zadaniem artykułu jest analiza tego, jak, w jakim celu i z jakim skutkiem elementy kultury popularnej przedostają się do komunikacji popularnonaukowej, która sytuuje się w ramach dyskursu uznawanego za wyższy – dyskursu naukowego. Autorka, wychodząc od ukazania roli, jaką obecnie w społeczeństwie odgrywa kultura popularna, koncentruje się na sposobach odwołania do niej na okładkach publikacji popularnonaukowych. Analizy wskazują, że sięganie po gatunki, motywy czy środki znane z kultury popularnonaukowej jest dla wydawców poręcznym narzędziem perswazji, które ułatwia realizację celów okładki jako „zaproszenia do wnętrza”. Obserwacja współczesnych okładek pozwala stwierdzić, że poczynania wydawców idą w dwóch głównych kierunkach: malują obraz publikacji popularyzatorskiej jako tekstu służącego celom rozrywkowym, ludycznym (co zbliża go do tekstów kultury masowej, ale obniża jego wartość poznawczą, merytoryczną) lub pokazują, w jaki sposób wykorzystane w publikacji elementy kultury popularnej zostały podporządkowane celom poznawczym (związek publikacji z nauką jest wtedy podkreślony, a sama nauka jest przedstawiana jako np. ciekawa, przyjemna, ekscytująca, przyjazna i łatwa w odbiorze). Autorka pokazuje, że stosowane przez wydawców sposoby powiązane są z zakładanym modelowym odbiorcą publikacji (w pierwszym wypadku adresatami są czytelnicy tekstów kultury popularnej, w drugim – odbiorcy bardziej świadomi, oczekujący rzetelnej wiedzy).

**Słowa kluczowe:** kultura popularna, literatura popularnonaukowa, językoznawstwo, okładka, perswazja

#### Abstract

This article is an attempt to determine why, how, and to what extent elements of popular culture become part of popular science communication, which belongs to higher-level, scientific discourse. The role of popular culture in contemporary society is first discussed. The focus then shifts to the ways in which its elements are used nowadays on the covers of popular science publications: by doing so, publishers invite the readers to engage in the process of reading. The technique is used in two main variants. A popular scientific publication may be presented as a form of ludic entertainment, which brings it closer

to mass culture but lowers its informative value. Alternatively, the elements of popular culture may be subjected to the publication's scientific aims so that science (and generally scholarship) is portrayed as interesting, attractive, exciting, pleasant and easy to follow. The two techniques are correlated with two models of assumed readers: those interested in popular culture or those who expect a more solid, scientific treatment of an issue.

**Key words:** popular culture, popular science publications, linguistics, cover, persuasion

Jedną z zauważalnych współcześnie w społeczeństwie tendencji jest nastawienie ludzi na poszukiwanie różnorodnych i niecodziennych wrażeń. Przekłada się to bezpośrednio na treści, sposób i jakość komunikowania się w obrębie różnych obszarów kultury popularnej. Przejawami tej tendencji są bowiem takie zjawiska, jak infotainment, tabloidyżacja, programy typu reality show, talk show, portale plotkarskie. W pesymistycznym ujęciu diagnoza tego stanu wygląda następująco:

[...] rozpowszechniane są treści nie kształcące i nie dające podstaw do orientacji w otaczającym świecie. Treścią przekazów, głównie telewizji, są blichtr bogactwa, przemoc, brutalność, przestępstwa i zbrodnie, gwałt, seks i pornografia – wszystko to w aurze ogłupiającego sentymentalizmu. Ta „strawa” nie wymaga myślenia, daje „dreszczyk” przygody i sensacji, ekscytuje, rozbudza apetyty [...]. (Nieciński 2007: 83)

Nie miejsce tu na socjologiczną czy antropologiczną analizę tego stanu (bardzo złożonego zresztą i dobrze już opisanego) i jego przyczyn<sup>1</sup>. Kilka uwag wydaje się jednak niezbędnych do naszkicowania tła niniejszych rozważań.

Postęp technologiczny, procesy globalizacyjne, konsumpcjonizm, ujednolicenie potrzeb odbiorców, wpływ nowych mediów, nastawienie na sukces i prestiż, presja rynku, wymóg dotarcia do jak największej grupy osób to tylko kilka czynników, które sprawiają, że żyjemy w kulturze sensacyjnych newsów, zbanalizowanych, zniekształconych, i ubarwionych emocjonalnie informacji, udramatyzowanych historyjek (Wenderlich 2015: 417). Z jednej strony takie przekazy kulturowe kształtują gusty i upodobania odbiorców oraz wpływają na ich postawy wobec świata. Często zamieniają odbiorców kultury w konsumentów kultury. Rozbudzają potrzeby, które odbiorcy muszą zaspokoić. Z drugiej zaś strony, jest także i odwrotnie – gdyż to, co się dzieje w sferze przekazów kulturowych, to odpowiedź na aktualne preferencje i oczekiwania odbiorców. A ci mają uproszczone zapotrzebowania intelektualne, szybko się nudzą, chcą być zaskakiwani, pożądają coraz mocniejszych wrażeń, sensacji, lubią podglądać życie innych, poznawać ich tajemnice. Do potrzeb takich odbiorców dostosowuje się kultura popularna.

<sup>1</sup> Zob. np.: Jagodziński 2002; Postman 2002; Kamińska-Szmaj, Piekot, Poprawa (red.) 2010; Piontek 2011.

Opisane tu zjawiska to tylko jedna – choć dziś bardzo widoczna – strona kultury popularnej. Uogólniając, kulturę tę charakteryzują treści, które „są łatwe w odbiorze, często bardzo skonwencjonalizowane oraz które zawierają wyraźne elementy rozrywkowe i tym samym przyciągają liczną publiczność” (Golka 2008: 146). By osiągnąć swój cel, kultura ta rezygnuje ze wszelkiej komplikacji i sięga po inne wyznaczniki atrakcyjności niż te, które uznawano tradycyjnie (wartości estetyczne) (Dobroczyński 2004: 106).

Jak podkreślają jednak badacze, kultura popularna nie jest wyłącznie „wszechogarniającą i ogłupiającą papką” (Burszta 2002: 15–17). Przeciwnie, jej oferta jest tak zróżnicowana, że każdy może znaleźć w niej swoje własne miejsce. Co więcej, jest nie tylko wszechobecna,

ale uległa również transformacji, z jednej strony w rodzaj filtra, poprzez który rzeczywistość jest przez nas oglądana i doświadczana, z drugiej zaś w podstawowe narzędzie, za pomocą którego potykamy się ze światem. Jest więc kulturą dominującą – nie tylko dlatego, że współcześnie to ona właśnie tworzy intersubiektywny świat [...], ale również dlatego, że pośredniczy w każdej innej próbie jego konstruowania, filtruje obce wobec niej znaczenia, reinterpretuje je i w podporządkowanej swojej logice formie, upowszechnia, kreuje ramy interpretacji rzeczywistości, sankcjonuje drogi jej poznawania i działania w jej obrębie. Analizować rzeczywistość społeczną oznacza dzisiaj badać skutki nowego statusu kultury popularnej i konsekwencje jej pośredniczącej roli, przyglądać się społecznemu światu, który uległ popularyzacji i medializacji, który zorganizowany jest wokół procesów konsumpcji, w którym warunkiem istotności, zdolności do wywierania wpływu przez cokolwiek i kogokolwiek jest konieczność dostarczania innym przyjemności. (Krajewski 2005: 7–8)

Nie dziwi zatem, że wskazane zjawiska przekraczają granice swojego „obiegu”, rozprzestrzeniając się na inne obszary. Jednemu z takich obszarów chciałabym poświęcić swoją uwagę, by pokazać, jak, w jakim celu i z jakim skutkiem elementy kultury popularnej przedostają się do komunikacji popularnonaukowej, która sytuuje się przecież w ramach dyskursu naukowego<sup>2</sup>.

Na przedmiot badań wybrałam nie same publikacje popularnonaukowe, a ich okładki<sup>3</sup>. Uważam bowiem, że okładki pełnią ważne funkcje społecznie, czego dowodzi kilka powiązanych ze sobą faktów.

Po pierwsze, okładka książki jest pierwszym przekazem, jaki dociera do odbiorcy. To za jej pomocą kontakt z potencjalnym czytelnikiem nawiązywany jest najszybciej. Najczęściej na jej podstawie odbiorca wyrabia sobie pierwsze

<sup>2</sup> Językoznawcy nie mają w tej sprawie jednoznacznego zdania. Koncepcja dominująca zakłada jednak, że styl popularnonaukowy to jeden z wariantów naukowego (zob. np. Gajda 1982, 1990).

<sup>3</sup> Problematyce okładek publikacji popularnonaukowych poświęcam przygotowywaną właśnie rozprawę (Piekarczyk, w druku). W niej też rozwijam szczegółowe tematy i wątki, które tu mogłam jedynie zasygnalizować (np. okładka jako komunikat, zadania popularyzacji nauki, charakterystyka tekstu popularyzatorskiego), oraz omawiam stan badań.

zdanie o książce. Okładka stanowi rodzaj wizytówki książki, a zarazem jej opakowanie: jej celem jest ukształtowanie odpowiedniego wizerunku książki; ma „służyć informowaniu i rekomendowaniu, czyniąc z utworu produkt” (Loewe 2007: 86). Dla wydawców jest zatem jednym „z podstawowych i najskuteczniejszych narzędzi marketingowych” (Świtała 2005: 30).

Po drugie, okładka tworzona jest tak, by samodzielnie pełniła funkcje komunikacyjne – wydawcy dbają o to, by była ukierunkowana na szybką komunikację, wyrazistość przesłania, rozpoznawalność i związaną z nią wyjątkowość. Dlatego też jej rola porównywana bywa do takich tekstów kultury, jak ulotka, afisz, plakat, okładka płyty.

Po trzecie, okładka stanowi szczególny rodzaj tekstu kultury, paratektu, który nie tylko „eskortuje” inny tekst<sup>4</sup>, ale poprzedza jego recepcję i (z tego powodu) w dużym stopniu steruje interpretacją tego tekstu przez czytelnika. Można ją zatem uznać, jak przekonująco wykazał Marcin Rychlewski (2013: 84–107), za związaną z mechanizmem prerecepcji. Interpretacja tekstu, jaką przygotowują wydawcy na okładkę już na etapie produkcji książki, sprawia, że każdy tekst „dociera do czytelnika w formie niejako już zinterpretowanej” (Rychlewski 2013: 106).

Po czwarte, zasięg oddziaływania okładki nie jest ograniczony do indywidualnych kontaktów odbiorcy z książką. Obszar jej oddziaływania jest nieporównanie większy, gdyż wykorzystuje się ją także przy innych formach promowania książki: zdjęcie okładki i teksty na niej widniejące umieszczone są w katalogach, na ulotkach wydawniczych, na stronach internetowych wydawnictw, księgarni, różnych serwisów wpisujących się w rynek książki.

Powyższe uwagi odnoszą się do każdej publikacji. Na okładki prac popularnonaukowych nałożone są jednak dodatkowe funkcje. Okładki tych książek wyróżnia przede wszystkim to, że towarzyszą tekstom, które realizują bardzo ambitne zadania popularyzacji nauki. Do zadań popularyzacji należy bowiem nie tylko przybliżenie i uprzyśpieszenie szerokiemu ogółowi społeczeństwa wiedzy naukowej, ale też przekazywanie informacji o wpływie nauki na rzeczywistość i rozwój cywilizacji, budzenie i zaspokajanie zainteresowania nauką, jej dokonaniem, tendencjami, uczenie naukowego sposobu myślenia, budowanie autorytetu nauki i zaufania do niej, tworzenie pomostu między wiedzą naukową a potoczną, kształtowanie światopoglądu i postaw odbiorców (zob. np. Gajda 1990; Starzec 1999: 24–26; Cyboran 2008: 18–21)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Pojęcie paratektu rozumiem zgodnie z koncepcją Gerarda Genette’a, jako „wszystkie sygnały dodatkowe pióra autora lub innych osób, tworzące otokę (zmienną) tekstu, niekiedy komentarz oficjalny lub półoficjalny” (Genette 1992: 320; zob. też Kita 1998: 94–100; Loewe 2007).

<sup>5</sup> Najobszerniejsze rozważania na temat tekstów popularnonaukowych (ich cech, roli, wyznaczników, zadań, relacji do tekstów naukowych itp.) przynosi monografia Starzec (1999).

Już zatem okładki powinny wprowadzić czytelnika do świata nauki, przekonać go, że warto uzupełnić edukację szkolną. Spełnienie tego zadania utrudniają jednak dwa fakty. Po pierwsze to, że nauka stereotypowo postrzegana jest jako dziedzina trudna, hermetyczna, wymagająca wysiłku intelektualnego, objaśniana językiem mało zrozumiałym, który wywołuje opory i nie kojarzy się z łatwą lekturą. Po drugie to, że literatura popularnonaukowa zaliczana jest do tzw. rynku wolnego czasu (a zatem jej lekturze czytelnik musi poświęcić wolny czas).

Wskazane tu czynniki świadczą o tym, jak istotną społecznie funkcję pełnią okładki, jak ważny jest ich obieg w kształtowaniu wiedzy i opinii o książce, a jednocześnie dowodzą, z jakim namysłem powinny być tworzone. Wydawcy, przygotowując publikacje popularnonaukowe i projektując ich okładki, muszą liczyć się przede wszystkim z tym, że na drodze odbiorcy do podjęcia decyzji o zakupie i lekturze książki mogą pojawić się różne opory i bariery psychiczne i to właśnie na okładce spoczywa ciężar ich przełamania.

Warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden fakt decydujący o specyfice i celach komunikacji popularnonaukowej. Jak akcentuje Anna Starzec (1999: 25), ze względu na to, że kontakt między popularyzatorem a odbiorcą nie ma charakteru zinstytucjonalizowanego, ale opiera się na całkowitej dobrowolności, na obie strony nałożone są dodatkowe wymagania. W wypadku nadawcy – bo to on bezpośrednio wpływa na kształt popularyzacji – koniecznością jest wykorzystanie zabiegów, które mają pozyskać uwagę odbiorcy i uatrakcyjnić mu proces poznawania nauki (np. przez dostosowanie treści i sposobu jej ujęcia do możliwości i oczekiwań odbiorcy). W wypadku odbiorcy tym wymaganiem jest właśnie poświęcenie swojego wolnego czasu na poznanie wiedzy naukowej. Skutkiem wymagań nakładanych na uczestników aktu komunikacji jest fakt, że komunikacja popularnonaukowa zawiera elementy oddziałujące nie tylko na intelekt, ale i emocje, wyobraźnię, elementy ludyczne, rozrywkowe. Dzięki nim odbiorca czuje, że poświęcając swój czas wolny na wysiłek intelektualny, ma jednocześnie sposobność do wypoczynku i rozrywki.

Dosyć oczywiste jest to, że wydawcy, by stworzyć skuteczne (przynajmniej według nich) „zaproszenie do wnętrza” (bo takim mianem określane jest okładka), wykorzystują bogaty repertuar środków nakłaniających. Uwagę potencjalnego czytelnika mają przykuć: projekt graficzny, odpowiednio tworzone opisy handlowe, noty o autorze, recenzje, hasła, a nawet informacje o atrakcyjnej cenie. W efekcie o uwagę odbiorcy walczą obecnie niezwykle liczne atrakcyjnie „opakowane” publikacje, a „sytuację książek można porów-

---

W niniejszych analizach do nich będę się odwoływała (ramy artykułu nie pozwalają bowiem na opis każdej kwestii szczegółowej).

nać 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). Każda z publikowanych książek musi zabiegać o nabywców, decydujących o jej sprzedaży, a w konsekwencji i o recepcji.

Jednym z takich sposobów zachęcania do lektury jest też eksponowanie na okładce autorskich odwołań do kultury popularnej, która w potocznym odczuciu jest niemal synonimem rozrywki i atrakcyjności. Podkreślając obecność takich elementów, wydawcy wpisują oferowane publikacje w długą tradycję łączenia treści naukowych z rozrywkowymi. Jednocześnie ich dążenia budzą uzasadnione obawy: strategia łączenia nauki z kulturą popularną może bowiem prowadzić do powstania karykaturalnego obrazu nauki, do tego, że popularyzacja nie będzie pełnić swoich zadań. Obserwacja praktyki wydawniczej stosowanej w tym względzie wydała mi się zatem podwójnie ważna i ciekawa.

Analiza stosunkowo bogatego materiału<sup>6</sup> pozwala mi przede wszystkim stwierdzić, że wpływ kultury popularnej na prace popularnonaukowe jest zauważalna, ale nie dominująca – co trzeba podkreślić – tendencją. Wydawcy, a także sami autorzy traktują kulturę popularną głównie jako arsenał pewnych gotowych gatunków, motywów i środków, do których odwołanie (lub których wykorzystanie) ma przekonać odbiorcę, że lektura książki zaspokoi inne potrzeby odbiorcy: rozrywki, doznawania emocji, zaspokajania wartości hedonistycznych. Wydawcy wszelkie odwołania do kultury popularnej traktują zatem jako poręczne narzędzie perswazji.

Na okładkach obecność elementów kultury popularnej ujawnia się na dwa podstawowe sposoby. Pierwszy z nich ilustrują poniższe przykłady:

- (1) Każdy kraj, każda epoka i każdy ustrój miały swoje skandale i afery. Niewolna była od nich również Druga Rzeczpospolita. W książce ukazane zostały różne odcienie skandalizującej historii politycznej okresu międzywojennego.

- Zamach na prezydenta Narutowicza,
- Zaginięcie generała Zagórskiego.
- Brześć i Bereza Kartuska

Druga Rzeczpospolita to jednak nie tylko polityka, to także afery z zakresu życia kulturalnego i towarzyskiego:

- Drugie małżeństwo prezydenta Mościckiego
- Kampanie literackie i społeczne Boya-Żeleńskiego
- Sprawa Gorgonowej (Koper 2013)

---

<sup>6</sup> Zgromadzony materiał badawczy tworzą konteksty pochodzące z ponad 250 różnorodnych publikacji popularnonaukowych wydanych w ciągu ostatnich trzydziestu lat. Zbierając go, starałam się wziąć pod uwagę publikacje: (1) z zakresu różnych dyscyplin naukowych, (2) przygotowane przez różne wydawnictwa, (3) kierowane do różnych odbiorców.

- (2) Piast – zbój i utracjusz
- Władysław Opolczyk – „polski Talleyrand”
  - Mroczne dzieje Samuela Zborowskiego
  - Moda, jej śmieszności i tajemnice
  - Jeremi Wiśniowiecki – bohater czy zbrodniarz?

W powszechnym mniemaniu Polska w przeszłości była krajem tolerancyjnym, w którym nie płonęły stosy, a prześladowani za przekonania intelektualności znajdowali bezpieczną przystań. [...] Przeglądając jednak karty starych kronik, dowiadujemy się, że karierowiczostwo, przekupstwo, oszustwa nieobce były naszym przodkom. Władcy uchodzący w powszechnej opinii za dobrych i sprawiedliwych, po bliższym poznaniu ukazują swoje drugie, okrutne oblicze...

Skrytobójstwa, zdrada, trucicielstwo i szpiedzy na usługach polskich monarchów – to wszystko znajdziemy na kartach książki. (Kienzler 2013)

- (3) Piotr Zychowicz opisuje zapomniane bestialskie zbrodnie popełnione przez Sowietów oraz wojnę wywiadowczą między II RP a ZSRS. W *Sowietach* znalazły się też opowieści o wielkich prowokacjach KGB i krwawych wewnętrznych czystkach. O gwałcicielach z Armii Czerwonej i kanibalach z łagrów GUŁagu. (Zychowicz 2016)
- (4) Opowieść o wielu zamkach, pałacach i ruinach zamieszkałych przez białe damy, czarne wdowy i rycerzy, mających często swoje „korzenie” w postaciach historycznych. Intrygujące miejsca i ich mieszkańcy z przeszłości zapraszają do odkrywania tajemnic. (Biber, Leszczyński 2006)

Sposób ten uznałabym za skrajny, ponieważ polega na mówieniu o tekście popularyzatora jako o przekazie kultury masowej, który np. odkrywa „mroczne karty”, długo skrywane lub dotąd niewyjaśnione tajemnice, ujawniania skandale, ciekawostki czy anegdoty (co koresponduje z dominującą i najbardziej widoczną tendencją w kulturze popularnej)<sup>7</sup>. Eksponowanie w okładkowych opisach wątków sensacyjnych, skandalizujących, niezwykłych czy nawet tylko nietypowych wynika z treści samych książek (ich tematykę sugerują wyraźnie już same tytuły, np.: *Tajemnice miejsc niezwykłych w Polsce*, *Tajemnice historii Polski*, *Mroczne karty historii Polski*, *Afery i skandale drugiej Rzeczypospolitej*). Można więc powiedzieć, że wydawcy mają ułatwione zadanie w zachęcaniu do kupna książek, gdyż już tematyka tekstów odpowiada dominującym gustom czytelniczym, niesie obietnice mocnych wrażeń, sensacji. Wydawcy, akcentując tak wyraźnie wskazane elementy, zacierają jednak granice między nauką i jej popularyzacją a kulturą skomercjalizowaną. Świadczy o tym słownictwo użyte do opisu książki

<sup>7</sup> Krajewski, zastanawiając się nad tym, dlaczego kultura popularna oparta jest na kategorii tajemnicy, pisze, iż ujawnienie tajemnic jest „najlepszym sposobem na przyciągnięcie i zatrzymanie uwagi widzów, ponieważ pozwala im tę wartość konsumować, wejść w jej posiadanie. [...] Tajemnice są zdradzane, ponieważ jest to najlepsza z możliwych do pomyślenia strategii marketingowych, zwiększających sprzedaż towarów i oglądalność programów” (Krajewski 2005: 173).

– dominuje leksyka wyrazista, emocjonalna, oceniająca, kojarzona z opowieściami miejskimi, prasą brukową, portalami plotkarskim, książkami sensacyjnymi i nazywająca typowe dla tych dyskursów motywy czy elementy świata, np.: *skandale i afery, skandalizująca historia, zaginięcie, skrytobóstwa, zdrada, trucicielstwo, szpiegdy, zbrodnie, wielkie prowokacje, czystki, gwałciciele, białe damy, czarne wdowy, intrygujące miejsca, tajemnica*. Odwołania do hedonistycznych potrzeb odbiorcy (przyjemności, ekscytacji) oraz podkreślanie sensacyjności i niezwykłości przedstawianych wydarzeń w sposób znaczący kształtują wyobrażenie tekstu popularnonaukowego: sugerują przewagę w nim elementów rozrywki (czasem trywialnej, dodam), osiągniętą kosztem treści poznawczych i merytorycznie istotnych.

Co więcej, wydaje się, że opisy takie przygotowywane są z myślą o czytelnikach literatury popularnej, a nie o odbiorcach literatury popularnonaukowej. To na tych pierwszych zdają się być ukierunkowane. Dowodzi tego również fakt, że w opisach nie znajdziemy żadnych innych merytorycznych informacji na temat książki, jej struktury, badań, na jakich opiera się autor, ani na temat samego autora (co pozwoliłoby np. budować jego autorytet). Cały opis i strategia przekonywania czytelnika oparte są natomiast na argumentach emocjonalnych; argumenty racjonalne, merytoryczne są nieobecne. Wydawcy starają się przekonać czytelnika, że oferowane publikacje w niczym nie przypominają naukowego wywodu, przeciwnie – mają więcej wspólnego np. z kryminałem czy powieścią sensacyjną. Dlatego czytelnik prac popularnonaukowych może przyjąć wobec takich opisów postawę sceptyczną: raczej obudzą one jego podejrzliwość co do wiarygodności i obiektywizmu popularyzatora (który opiera się na odpowiednio wyselekcjonowanych faktach, mitach, niejasnych przesłankach czy stronniczych opisach).

Wszystkie cytowane wyżej opisy pochodzą z publikacji z zakresu historii. To właśnie one, w stopniu większym niż inne prace, dążą do wywołania „dreszczyku przygody i sensacji” i okazują się „skażone” tabloidyzacją. Tak mocne nawiązania do kultury popularnej spotykamy jednak i w innych publikacjach:

- (5) *Seks na sześciu nogach* to pełna pasji książka o owadach. Owady fascynują autorkę z wielu powodów. Nie tylko dlatego, że jest ich więcej niż jakichkolwiek innych zwierząt (prawdopodobnie jest ich około dziesięciu trylionów – 10 000 000 000 000 000 000 owadów). Owady bez przerwy robią rzeczy, przy których najokropniejsze pomysły twórców horrorów wypadają błado. Genitalia samców pszczoły miodnej eksplodują po kopulacji, modliszki pożerają partnerów, a osy szmaragdowe wstrzykują jad do głów karaluchów, zamieniając je w najprawdziwsze zombie. Jednak oprócz licznych zupełnie dziwacznych zachowań, u owadów można zaobserwować także i takie, które są całkiem typowe dla ludzi: spotykają się, łączą w pary, kopulują, walczą, rozstają, a towarzyszy temu coś,



co można by określić jako uczucia. Żuki gnojowe opiekują się swoimi bezbronnymi młodymi. Mrówki hodują mszyce, przepędzają swe stada z pastwiska na pastwisko i gromadzą wydzielaną przez nie spadź.

Owady dowodzą niezbitą trudną do przyjęcia prawdę, że aby móc dokonywać wielkich rzeczy, niekoniecznie trzeba mieć duży mózg. A to z kolei każe nam się zastanowić, w jaki sposób umysł i, nie bójmy się tego słowa, duch wiążą się z mózgiem. Każe się też zastanowić, co to znaczy być człowiekiem. Czy to znaczy, że jest się inteligentnym?

Owady stopniowo zaczynają nam udzielać odpowiedzi na pytanie, co jest warunkiem posiadania osobowości, uczenia się, uczenia innych, wprowadzania zmian w otoczeniu. I, co zaskakujące i wymagające od nas znacznej pokory, wydaje się, że odpowiedź brzmi „niewiele”. (Zuk 2012)

Przywołany paratekst łączy różne poetyki, gdyż z założenia ma trafić w gusta różnych czytelników. Rozpoczyna go element emocjonalny (*pełna pasji książka o owadach*), za pomocą którego wydawca chciał zapewne przełamać stereotyp naukowca jako osoby badającej świat obiektywnie, z dystansu, przez „szkiełko i oko”. W opisie słownictwo nacechowane emocjonalnie i oceniające jest zresztą bardzo widoczne. Odnosi się zwłaszcza do tematu publikacji: *owady fascynują, najokropniejsze pomysły, horror, wypadać blado, najprawdziwsze zombie, dziwaczne zachowanie, przepędzać, zachowania typowe dla ludzi, uczucia, opiekują się swoimi bezbronnymi młodymi, dokonywać wielkich rzeczy, być człowiekiem* itp. Dzięki tej leksyce opis życia owadów zyskuje na plastyczności i atrakcyjności: świat owadów wydaje się bardziej różnorodny i zaskakujący niż świat ludzki (horror, zombie są tylko wytworami naszej wyobraźni, w świecie owadów są faktami), a niekiedy bardzo przypominający ludzki (zwyczajnie godowe, opieka nad potomstwem). Naszkicowany przy pomocy kilku obrazów świat życia owadów ma „wabić” odbiorcę skrajnościami: sensacyjnością i zwyczajnością, okrucieństwem i łagodnością, perwersją i normalnością. Odkrywanie emocjonujących zwykle – bo seksualnych – sfer życia oraz rozrywkę sygnalizują już tytuł i podtytuł publikacji: *Seks na sześciu nogach. Kto bzyka w trawie*, co zdaje się zdradzać wątki w niej dominujące.

Ten fragment opisu zapowiada odbiorcy lekturę „wciągającą”, rozrywkową, odkrywającą mroczne i „ludzkie” strony owadów, bliższą z jednej strony wrażeniom dostarczanym przez horrory, książki sensacyjne i literaturę erotyczną, a z drugiej – przez sagi rodzinne i romanse. Prawdopodobnie przyciągnie zatem zwolenników takich właśnie książek, ale raczej zniechęci tych, którzy chcą poszerzyć swą wiedzę, poznać naukowe wyjaśnienia zjawisk świata itp.

Wydaje się, że z myślą o tych ostatnich czytelnikach nadawca opisu dodał kolejne części, w których podkreśla, że cel książki jest jednak inny i bardziej

ambitny. Jest nim bowiem stawianie pytań fundamentalnych: „co to znaczy być człowiekiem”, „co jest warunkiem posiadania osobowości, uczenia się, uczenia innych”, a nie samo zebranie zaskakujących i szokujących faktów z życia owadów. Nadawca stara się tu przekonać odbiorcę („Owady dowodzą niezbitości”; „zaczynają nam udzielać odpowiedzi na pytanie...”), że poznając świat natury, człowiek lepiej poznaje samego siebie.

Obie części pozostają jednak w dysharmonii: różni je sposób opisu, słownictwo, przyjęta perspektywa opisu, nastawienie. Brak też między nimi związku, np. trudno wskazać, jakie zachowania owadów („zupełnie dziwaczne” – jak pożeranie partnera, zamienianie wrogów w zombie i „całkiem typowe dla ludzi” – jak spotykanie się i łączenie w pary) mogłyby dowodzić, „że aby móc dokonywać wielkich rzeczy, niekoniecznie trzeba mieć duży mózg”.

Wydawca chciał niewątpliwie zachęcić jak najszersze grono odbiorców. Część pierwsza miała przyciągnąć odbiorców niezainteresowanych przyrodą, a szukających właśnie rozrywki, sensacji, mających potrzebę łamania tabu, części pozostałe – pozyskać odbiorcę świadomego, który chce się czegoś nauczyć. Jednak wyraźny rozłam między częściami może przynieść skutek odwrotny: odbiorców zainteresowanych faktami sensacyjnymi może zniechęcić do książki, która stawia trudne pytania egzystencjalne; z kolei czytelników świadomych zrazić narzuconą ludzką perspektywą oglądu świata zwierząt i opisami zachowań, „przy których najokropniejsze pomysły twórców horrorów wypadają blado”.

Konkludując, opisany pierwszy sposób, w jaki wydawca przedstawia oferowaną publikację, sugeruje, że jej treść, forma i styl podporządkowane są funkcji rozrywkowej. Co więcej, sugeruje, że wydawca nie traktuje autorskich nawiązań do kultury masowej jako środków służących do przemycenia treści naukowych. Wydawca, eksponując informacje skandalizujące, ekscytujące, niepoważne, plotkarskie, które zaspokajają preferencje masowej publiczności, wysyła sygnał, że prezentowany tekst służy głównie celom ludycznym. Biorąc pod uwagę fakt, że opis wydawniczy jest elementem mechanizmu prerecepcji i narzuca odbiorcy „z góry” pewną gotową interpretację publikacji, trzeba założyć, że omawiany tu sposób może negatywnie wpłynąć na recepcję tekstu i mieć dalsze konsekwencje w realizowaniu przez publikację zadań popularyzatorskich<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Myślę tu zwłaszcza o dwóch sytuacjach. Pierwsza to taka, w której czytelnikiem jest osoba szukająca np. sensacji, którą opis wydawniczy zachęcił do lektury. Odbiorca taki nawet po przeczytaniu książki może utrzymać interpretację, jaką podsunął mu wydawca (gdyż przeczytał tylko interesujące go fragmenty lub tylko one zostały mu w pamięci). W tym wypadku zadania popularyzacji nie zostaną zrealizowane, a czytelnik może wysnuć wniosek, że popularyzacja nauki jest tożsama z rozrywką. Druga sytuacja to taka, w której

Tych skutków pozwala uniknąć drugi sposób nawiązywania do kultury popularnej: ukazywanie, że wykorzystane w publikacji elementy kultury popularnej zostały podporządkowane celom poznawczym:

- (6) Znakomite połączenie wykładu historycznego i literatury podróżniczej dla młodych czytelników. (Koper 2013)
- (7) Levitt i Dubner, para ciekawskich ekonomistów-detektywów, nie boi się żadnego, nawet najbardziej dziwnego tematu i znów próbuje zmienić nasz sposób myślenia o świecie, spoglądając nań z zupełnie nieoczekiwanej perspektywy. Autorzy powracają w tym *freakquelu* w wielkim stylu z jeszcze większą dawką zaskakujących pytań i niesamowitych opowieści. [...] Autorzy „Superfreakonomii” prowadzą śledztwa w sprawie lekarzy, którzy nie myją rąk, czy śmiertelnie groźnych huraganów, a nawet próbują rozwiązać problem globalnego ocieplenia i zbadać, czy ludzie z natury są altruistami, czy też egoistami. A wszystko to podane z dużą dawką humoru i szczyptą przekory. (Levitt, Dubner 2011)
- (8) Na dzieje składają się nie tylko daty i zdarzenia, wielkie procesy i struktury, ale i uczucia, osobowości, uzależnienia, nawiedzone teorie czy tajne gry. Ludzie, ich osobowości, mowa ciała i tajemnice. Książka ta usiłuje pokazać historię od tej właśnie strony; jednakże nie od strony anegdotycznej, jakby się wydawać mogło, ale wpływu owych nie docenianych czynników na bieg dziejów. Spróbujemy w tej książce spojrzeć na bieg dziejów postrzeganych jako „skandal”, by oddzielić ziarno prawdy historycznej od plew plotki i legendy; na sprawy alkoholizmu; szaleństw i dziwactw władców; na wychowywanie dzieci; szpiegostwo i prostytutkę; jak i na ludobójcze koncepcje stwarzane i realizowane przez ludzi o paranoicznych skłonnościach. (Besala 2011)
- (9) Sporo zagadek nadal czeka na wyjaśnienie, wciąż poznajemy nowe okoliczności wydarzeń i odkrywamy zaskakujące epizody. Autor odsłania przed nami niektóre tajemnice wojny, z pasją opowiada o ciekawych ludziach i zdumiewających faktach. (Karalus 2009)
- (10) O wynalazcach i ich dziełach jest ta książka. Ale nie bójcie się, nie będzie to nudny wykład. Przygotujcie się na wybuchy, wypadki, niespodziewane zwroty akcji, zaskakujące rozwiązania. Opowieść o wynalazkach może być równie ciekawa co najlepsza powieść sensacyjna. (Przewoźniak 2015)

Odwołania do kultury popularnej (literatury podróżniczej, *straszego kryminału*, prasy brukowej, powieści sensacyjnej) i motywów z niej znanych (*zagadki kryminalne; nawiedzone teorie, tajne gry, skandal, plotki i legendy; „sprawy alkoholizmu, szaleństw i dziwactw władców”, „szpiegostwo i prostytutka”, „ludobójcze koncepcje stwarzane i realizowane przez ludzi o paranoicznych skłonnościach”; „wybuchy, wypadki, niespodziewane zwroty akcji, zaskakujące rozwiązania”*) ukazane są w takich paratekstach jako efekt

---

osoba zainteresowana nauką zostaje zrażona przez opis wydawcy. Osoba taka w ogóle nie stanie się czytelnikiem. Może natomiast zrodzić się w niej przekonanie o obniżeniu się poziomu prac i obniżeniu wiarygodności naukowców, którzy oferują „komercyjną rozrywkę”.

zastosowania przez autora strategii nauki przez rozrywkę, zabawę lub jako element uatrakcyjnający przekazywane naukowe treści, ale nie jako treść główna publikacji. W ten sposób opisy nie tylko nie gubią związku publikacji z nauką, ale pokazują, że nauka nie musi być kojarzona z nudą, hermetycznością, niezrozumieniem, wysiłkiem poznawczym, ale może być ciekawa, przyjemna, ekscytująca, przyjazna i łatwa w odbiorze. Wydawcy wykorzystują fakt, że współcześnie to kultura popularna tworzy „intersubiektywny świat” (Krajewski 2005: 7), w którym żyjemy i przez który doświadczamy, i pokazują, że może stanowić ona pomost między wiedzą naukową a potoczną, rodzaj poręcznego narzędzia, które pozwala „przełożyć” teorie, zasady czy odkrycia naukowe na opisy zrozumiałe, proste i ciekawe dla każdego.

Argumentacja taka pojawia się szczególnie często przy publikacjach adresowanych do młodszych czytelników (przykł. [10]), co jest w dużym stopniu zrozumiałe. W systemie poznawczym młodszego czytelnika istnieje silny stereotyp wiążący naukę ze szkołą, obowiązkami, dyscypliną, ocenami, klasówkami, a więc z tym wszystkim, co zniechęca do kontaktu z nauką. Aby zatem do tego – w pełni dobrowolnego przecież – kontaktu zachęcić, potrzebne są dodatkowe argumenty. Jeden z ciekawszych przykładów takich zabiegów pochodzi z okładki książki *Księga matematycznych tajemnic*:

- (11) Po bestsellerowej serii „Gabinet matematycznych zagadek” przyszedł czas na „księgę” z łamigłówkami, anegdotami i ciekawostkami ze świata matematyki. Ian Stewart w przystępny, bardzo ciekawy i nierzadko zabawny sposób opowiada o dziedzinie, która zdaje się być niezbadaną tajemnicą. W tym tomie waszym przewodnikami po fascynującym świecie matematyki będą detektyw Hemlock Soames i jego pomocnik doktor John Watsup! Przygotujcie się na sporą dawkę ożywczej gimnastyki dla szarych komórek i świetną zabawę. Najtrudniejsze zagadnienia autor potrafi wyjaśnić z ogromnym poczuciem angielskiego humoru, obrazowo i przystępnie albo przedstawić w formie zagadek kryminalnych. Przy okazji dociekliwy czytelnik dowie się, jak wygrać na loterii... (Stewart 2015)

Zachęcanie czytelnika do lektury przez ukazanie takich cech książki, które podnoszą jej atrakcyjność (w tekście mowa o tym, że jest to *księga z łamigłówkami, anegdotami i ciekawostkami ze świata matematyki, z zagadnieniami przedstawianymi w formie zagadek kryminalnych*, o tym, iż autor np. nie naucza, ale *opowiada* o matematyce), nie powoduje tu zagubienia podstawowego celu popularyzacji – przybliżenia wiedzy naukowej i ćwiczenia procesów poznawczych. Ten cel i temat są w opisie mocno wyeksponowane (*świat matematyki*, „opowiada o dziedzinie, która zdaje się być niezbadaną tajemnicą”, „dawka ożywczej gimnastyki dla szarych komórek”). Nawiązanie do motywów kultury popularnej ma natomiast na celu pokazanie formy, w jaką „ubrane” zostały rozważania: ponieważ autor wybrał formułę nauki

przez zabawę, sięgnął po gatunki ludyczne – łamigłówki, anegdoty, ciekawostki i zagadki kryminalne. Te ostatnie, jak czytelnik może się spodziewać, są najbardziej charakterystyczne dla prezentowanej publikacji, skoro przewodnikami po niej są detektyw Hemlock Soames i doktor John Watsup, a zatem postaci mające swoje pierwowzory w bohaterach książek Artura Conana Doyle’a, twórcy najbardziej znanych angielskich opowieści kryminalnych. O humorystycznym zabarwieniu zagadek prezentowanych przez Stewarta świadczyć mają dodatkowo nazwiska bohaterów – z jednej strony wyglądają na niepoprawnie i karykaturalnie przytoczone nazwiska oryginalne, a z drugiej kryją w sobie dodatkowy potencjał semantyczny (ang. *hemlock* oznacza przecież szaleję, cykutę, zwrot *what’s up* znaczy ‘co się dzieje? co jest? jak leci? jak się masz?’), *soames* jest prawdopodobnie nawiązaniem do *same* ‘taki sam’).

Za specjalny sposób (i sytuujący się w wyżej omówionym) wprowadzania elementów kultury popularnej do opisów tekstów popularnonaukowych uznałabym zabiegi ukazujące autora w roli innej niż pisarza-naukowca, który chłodno i z dystansu opisuje daną rzeczywistość, np. w roli świadka, uczestnika jakichś zdarzeń, osoby czynnie zaangażowanej w coś, poznającej rzeczywistość własnymi zmysłami. Taki rodzaj nawiązań spotykamy zarówno w publikacjach z dziedziny humanistyki (przykł. [12]–[14]), jak i z dziedziny nauk ścisłych czy przyrodniczych (przykł. [15], [16]):

- (12) Piotr Świątkowski bez znieczulenia ukazuje obraz okrucieństw Niemców w Kraju Warty i szuka śladów wojny w naszych czasach. Odwiedza Polaka, który pomagał Niemcom w obozie w Chełmnie nad Nerem, razem z rodziną Franciszka Witaszka obala mit doktora-truciciela, wysłuchuje volksdeutscha, który nie czuje się winny, jedzie do niewielkiej wioski nad Prosną szukać ostatniego żyjącego świadka śmierci Żydów. (Świątkowski 2017)
- (13) Autor zagląda do rzymskich śmietników, egipskich mumii i wiktoriańskich ścieków, wyciągając niezwykle, zaskakujące, a czasem wręcz niedorzeczne ciekawostki o naszej przeszłości. (Jenner 2016)
- (14) Laurence Gardner, znany brytyjski historyk, [...] nie tylko podąża tropem Arki Przymierza. Odkrywa jej funkcje, działanie i „święte” właściwości, od Mojżesza, przez templariuszy, alchemików i masonów, po współczesną fizykę kwantową, naukę o antygravitacji, teleportacji i manipulowaniu czasoprzestrzenią. Fascynujące poszukiwania wiedzą od grobowców faraonów po nowoczesne laboratoria naukowe, składając się na intrygującą opowieść o zapomnianych sekretach starożytnego świata, Świętej Arki i jej zdumiewającej potęgi. (Gardner 2015)
- (15) Autor zagłębia się w związki fizyki, technologii, filozofii i sztuki z podróżami w czasie i opowiada o kulturowym rozwoju tej idei – od powieści H.G. Wellsa po telewizyjnego Doktora Who, od Prousta po Woody’ego Allena. Przygląda się też niezbyt wyraźnej granicy między science fiction a współczesną fizyką, by dojść do pytania, czym właściwie jest przeżywana przez nas chwila [...]. (Gleick 2018)

- (16) W swoich podróżach w czasie i przestrzeni Bryson spotyka i prezentuje nam gamę niezwykłych postaci – obraca się w towarzystwie zwykłych głupców, zdumiewających ekscentryków, obsesyjnych rywali, a także pasjonatów [...]. (Bryson 2016)

Atrakcyjność tych zabiegów, jak i sugerowana dzięki niej atrakcyjność samej publikacji, polega na: 1) dynamice opisu; 2) oddaniu zaangażowania autora w poznanie tematu. Dynamika osiągnięta jest tu przez ukazanie popularyzatora jako podmiotu działającego, robiącego coś w opisywanej przez niego rzeczywistości, czemu służą przede wszystkim czasowniki wskazujące na interakcję z otoczeniem (*szuka śladów, odwiedza Polaka, zagląda do śmietników, podąża tropem, odkrywa funkcje Arki Przymierza, spotyka postaci, obraca się w towarzystwie* itp.), a które czytelnik kojarzy zwykle z działaniami bohatera powieści przygodowej czy podróżniczej. Jednocześnie czasowniki te (ale także czasowniki percepcji: *przygląda się, wysłuchuje* itp.) wyrażają – powiązane z dynamiką – zaangażowanie autora: ponieważ w znaczeniach dosłownych oznaczają różnego rodzaju kontakt bezpośredni ze światem i obiektami w nim istniejącymi, pozwalają wydawcy mówić o autorze jako podmiocie doświadczającym bezpośrednio świata, jaki prezentuje. Dzięki nim we wszystkich zacytowanych paratekstach autorzy książek ukazani są jako ludzie, którzy, „wędrując” po dziejach czy miejscach, osobiście poznają opisywane przez siebie zdarzenia, rzeczy, zjawiska i ich doświadczają.

Choć świat poznawać można w różny sposób, to najwyższą wartość ma dla nas poznanie bezpośrednie, zmysłowe (zwłaszcza wzrokowe, słuchowe i dotykowe, por. *widzieć coś na własne oczy, naoczny dowód, ktoś jest czymś uchem, namacalny dowód/fakt*). Dlatego tworzone przez wydawców opisy działań autorów mają tak dużą siłę sugestii: wskazują, że omawiane w publikacji zagadnienia mają najwyższą wartość poznawczą, gdyż referowane są z „pierwszej ręki”, przez „naocznego świadka”.

Wydaje się, że atrakcyjność publikacji wzrasta w oczach czytelnika jeszcze bardziej, gdy taką czynną rolę – świadka i uczestnika zdarzeń – opis wydawniczy obiecuje także jemu:

- (17) Wraz z Else Roesdahl jesteśmy świadkami narodzin i zmięczenia kultury legendarnych zdobywców, ich wielkich bitew i codziennych gospodarskich wysiłków. (Roesdahl 2001)
- (18) Widzimy, jak często epokowe przełomy zdarzają się całkiem przypadkowo – chociażby ten związany z promieniowaniem reliktowym. [...] Śledzimy zawile losy odkryć, teorii i ich autorów – począwszy od Wielkiego Wybuchu do Modelu Standardowego i uciążliwego bozonu Higgsa. (Przystawa 2013)
- (19) Przed naszymi oczyma rozgrywa się wielka opowieść. Nie, jak często sobie wyobrażano, oddzielnej kultury, lecz żydowskiego uniwersum zanurzonego w świecie ludów, wśród których Żydzi się znaleźli (Schama 2016)

Pomimo że implikowane w opisach uczestnictwo odbiorcy w zdarzeniach (tak samo jak w wypadku autora) ma charakter jedynie mentalny, wyobrażeniowy, nie fizyczny i stanowi chwyt retoryczny obliczony na zaangażowania czytelnika, to wydaje się, że zabiegi takie są dobrymi przykładami wykorzystania odwołań do kultury popularnej. Sugerowane w opisach role tekstowe nadawcy i odbiorcy – jako podróżników, poszukiwaczy przygód – są na tyle sugestywne, wymowne i angażujące, że zachęcają czytelnika do lektury tekstu, przekonują go, że świat nauki może być równie fascynujący i niezwykły co fenomeny popkultury. Przekonują również odbiorcę, że trudne do wyobrażenia, odległe czasowo i przestrzennie zjawiska naukowe można zmienić w obrazy, których doświadczamy na co dzień, które dają się postrzegać zmysłami. Co więcej – i co według mnie jest najważniejsze – zabiegi takie sugerują odbiorcy, że lektura nie będzie dla niego przyswajaniem „gotowej” wiedzy, ale całym procesem poznawczym – procesem odkrywania i dochodzenia do wiedzy.

Podsumowując rozważania, trzeba stwierdzić, że odwołania do kultury popularnej są w opisach wydawniczych bardzo poręcznym narzędziem perswazji, umożliwiającym realizację podstawowego zadania okładki (zachęcenie do lektury publikacji). Użyte w przemyślany sposób, pozwalają wydobyć atuty publikacji, zaangażować emocje i wyobraźnię odbiorcy, pobudzić jego intelekt, nie gubiąc przy tym faktu, że praca popularnonaukowa nastawiona jest przede wszystkim na wartości poznawcze, nie hedonistyczne. Ten sposób wykorzystania odwołań – co trzeba skonstatować na plus – na okładkach dominuje. Opisy, które na pierwszym miejscu wskazują inne wartości, np. hedonistyczne, należą do nielicznych.

Próby pozyskania odbiorcy poprzez apelowanie do motywacji pozanaukowych czytelnika najczęściej zdarzają się natomiast na okładkach książek pseudopopularnonaukowych. Książki te, mające za przedmiot opisu zjawiska paranormalne, magiczne, obliczone są na ciągle wzmacnianie bodźców, a w efekcie na oszołomienie odbiorców, co mocno eksponują opisy z okładek. Temat ten, bardzo frapujący i istotny poznawczo oraz społecznie (ze względu na liczbę publikacji pseudopopularnonaukowych), zasługuje jednak na odrębną analizę.

### Literatura

- Burszta W. (2002): *Kultura popularna jako wspólnota uczuciowa*. „Kultura Popularna” nr 0, s. 11–18.
- Cyboran B. (2008): *Nauczyciele akademicy a popularyzacja wiedzy*. Kraków.
- Dobroczyński B. (2004): *III Rzesza popkultury i inne stany*. Kraków.
- Gajda S. (1982): *Podstawy badań stylistycznych nad językiem naukowym*. Warszawa-Wrocław.

- Gajda S. (1990): *Współczesna polszczyzna naukowa: język czy żargon*. Opole.
- Golka M. (2008): *Socjologia kultury*. Warszawa.
- Jagodziński T. (2002): *Przekleństwo inforozrywki*. „Znak” nr 2(251), s. 5–12.
- Kamińska-Szmaj I., Piekot T., Poprawa M. (red.) (2010): *Tabloidyzacja języka i kultury*. „Oblicza Komunikacji” nr 3. Wrocław.
- Kita M. (1998): *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*. Katowice.
- Kłoskowska A. (1983): *Socjologia kultury*. Warszawa.
- Krajewski M. (2005): *Kultury kultury popularnej*. Poznań.
- Loewe I. (2007): *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice.
- Nieciński W. (2007): *Konsumpcjonizm i kultura masowa. Krytyczna refleksja*. „Problemy Polityki Społecznej” nr 10, s. 81–88.
- Piekarczyk D. (w druku): *(Nie)oceniaj książki po okładce. Teksty na okładkach publikacji popularnonaukowych*.
- Piontek D. (2011): *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce*. Poznań.
- Postman N. (2002): *Zabawić się na śmierć: Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*. Tłum. L. Niedzielski. Warszawa.
- Rychlewski M. (2013): *Książka jako towar. Książka jako znak. Studia z socjologii literatury*. Gdańsk.
- Starzec A. (1999): *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*. Opole.
- Światała M. (2005): *Zachowanie konsumentów i marketing na rynku książki*. Warszawa.
- Wenderlich P. (2015): *Kultura masowa – aktywni konsumenci, bierni obywatele? Implikacje w sferze publicznej*. „Świat Idei i Polityki”. T. 14, s. 413–430.

### Cytowana literatura popularnonaukowa

- Besala J. (2011): *Na zakrętach historii*. Warszawa.
- Biber T., Leszczyński A. i M. (2006): *Tajemnice władców Polski*. Poznań.
- Bryson B. (2016): *Krótką historią prawie wszystkiego*. Poznań.
- Gardner L. (2005): *Zapomniane sekrety Świętej Arki*. Warszawa.
- Gleick J. (2018): *Podróże w czasie*. Poznań.
- Jenner G. (2016): *Milion lat w jeden dzień*. Warszawa.
- Karalus M. (2009): *Tajemnice II wojny światowej*. Poznań.
- Kienzler I. (2013): *Mroczne karty historii Polski*. Warszawa.
- Koper S., (2013): *Afery i skandale Drugiej Rzeczypospolitej*. Warszawa.
- Koper S. (2013): *Piastowie. Wędrowki po Polsce pierwszej dynastii*. Warszawa.
- Levitt S. D., Dubner S. J. (2011): *Superfreakonomia*. Kraków.
- Przewoźniak M. (2015): *Wielcy wynalazcy*. Warszawa.
- Przystawa J. (2013): *Odkryj smak fizyki*. Warszawa.
- Roesdahl E. (2001): *Historia Wikingów*. Gdańsk.
- Schama S. (2016): *Historia Żydów. Od 1000 r. p.n.e. do 1492 r. n.e.* Poznań.
- Stewart I. (2015): *Księga matematycznych tajemnic*. Kraków.
- Świątkowski P. (2017): *Polakom i psom wstęp wzbroniony. Niemiecka okupacja w Kraju Warty*. Poznań.
- Zuk M. (2012): *Seks na sześciu nogach. Kto bzyka w trawie*. Warszawa.
- Zychowicz P. (2016): *Sowieci*. Poznań.