

ARTYKUŁY I ROZPRAWY

ADAM PAWŁOWSKI*, ANNA ŁACH**

UNIwersytet Wrocławski

Informacja czy perswazja? Tytuły publikacji naukowych w świetle badań empirycznych

Słowa kluczowe: tytuły publikacji naukowych, komunikacja naukowa, trudność tekstu, recepcja tekstu naukowego, metody ilościowe.

doi: <http://dx.doi.org/10.31286/JP.100.2.1>

Wstęp

Tytułowanie tekstów jako problem badawczy językoznawstwa i nauk o komunikacji zasługuje na uwagę z wielu powodów, które w pewnym uproszczeniu możemy podzielić na praktyczne i teoretyczne, mając przy tym pełną świadomość wzajemnego uwikłania obu tych sfer. Praktyczna użyteczność dobrego tytułowania tekstów (dzieł, utworów) wydaje się bezsporna, jeśli tylko się założyć – a takie założenie jest raczej oczywiste – że autorzy piszą i wydają utwory po to, by ktoś je czytał. Tytuł jest wszak „twarzą”, pierwszą nazwą, z którą styka się potencjalny odbiorca, i na podstawie jego brzmienia i wyglądu podejmuje decyzję, czy zapoznać się z treścią utworu. Dobry tytuł może więc przesądzić o sukcesie komunikacyjnym dzieła.

Równie ważne są także uwarunkowania teoretyczne. Zarówno autor, jak i czytelnik dobrze się czują w sytuacji pewnego ładu komunikacyjnego, na który składają się między innymi determinowane tradycją konwencje gatunkowe i stylistyczne. Wpływają one na praktykę nazewnictwa na równi z inicjatywą twórczą autora. Wzajemny stosunek tych wpływów jest trudny do określenia, ponieważ zależy on od gatunku piśmienniczego, a w wypadku piśmiennictwa naukowego – także od dyscypliny. Nie bez znaczenia pozostają też styl i temperament samego autora. Bez jednoznacznej odpowiedzi pozostaje zatem pytanie, czy tytuł może być traktowany jako efekt „mechanicznego zadośćuczynienia wymogom konwencji”, czy też jako wynik pracy twórczej autora (Piechota 1992: 12), w której istotną rolę odgrywa troska o warstwę estetyczno-komunikacyjną, a nie tylko pragmatyczną. Oba wymienione tu podejścia stanowią domenę różnych eksploracji badawczych, wyznaczając dwa komplementarne bieguny interpretacyjne.

* adam.pawlowski@uwr.edu.pl; ORCID: 0000-0002-0804-5698

** anna.lach@uwr.edu.pl; ORCID: 0000-0001-5137-8650

Dodatkowo należy uwzględnić pytania o odpowiedzialność za kształt tytułu utworu i jego funkcjonowanie w uzusie społecznym. Dość częstą praktyką jest na przykład współkształtowanie tytułu przez wydawcę, recenzenta czy też edytora naukowego, a nie tylko autora. Zdarza się też, że tytuły zwyczajowe różnią się od oficjalnych. Dzieje się tak w wypadku niektórych dzieł literackich, lecz także prac naukowych. Tytuły utworów literackich są przez użytkowników najczęściej skracane (np. *Julia*, *Nowa Heloiza*, *listy dwojga kochanków*, *mieszkańców małego miasteczka u stóp Alp* jest potocznie określana jako *Nowa Heloiza*, a *Pan Tadeusz*, czyli *Ostatni zajazd na Litwie* utrwalił się w zbiorowej wyobraźni i w katalogach bibliotecznych po prostu jako *Pan Tadeusz*), natomiast tytuły prac naukowych funkcjonujących w dydaktyce (słowniki, podręczniki, skrypty, zbiory zadań itp.) bywają zastępowane nazwiskami autorów (np. nazwa *Doroszewski* dla polonistów oznacza znany powszechnie słownik). W odniesieniu do utworów muzycznych z tekstem, takich jak arie, pieśni ludowe i piosenki, a także modlitw (w tym również psalmów), mających oficjalne tytuły, powszechną praktyką jest z kolei stosowanie w funkcji tytułów incipitów. Jeżeli zaś przyjmimy koncepcję tytułu jako tekstu rozproszonego, będącego jednym z przejawów perytekstowego¹ aparatu pomocniczego książki (Genette 1987; Piętkowa 2004; Loewe 2007), nasuwa się pytanie, czy możemy mówić o hierarchii różnych składowych tytułu, funkcjonujących w porządku formalno-prawnym (np. w systemach katalogowych bibliotek).

Warto także zadać pytanie, co właściwie składa się na nazwę dzieła (tytuł właściwy, podtytuł, nadtytuł, nazwa serii, cyklu lub wydawnictwa periodycznego?) oraz czy tytuł stanowi integralną część utworu (por. Danek 1980). W tej ostatniej sprawie polscy badacze prezentują różne stanowiska, na przykład Danuta Danek, Teresa Kostkiewiczowa, Andrzej Stoff i Henryk Markiewicz traktują tytuł jako niezbędną część dzieła, podczas gdy Stefania Skwarczyńska i Teresa Dobrzyńska skłaniają się ku stanowisku przeciwnemu (por. Piechota 1992: 34–44). Przyjmując perspektywę onomastyczną, można się też zastanawiać, czy tytuł jest nazwą własną, jak twierdzą między innymi Walery Pisarek (1966) i Stanisław Gajda (1987), czy też specyficznym komunikatem metatekstowym, tak zwaną metawypowiedzią (o czym pisały np. Anna Wierzbicka (1971) i Danuta Danek (1972)) lub składnikiem ramy delimitacyjnej (Dobrzyńska 1978). Oba te stanowiska da się zresztą pogodzić, przyjmując, że status tytułów dzieł piśmienniczych jest pośredni: z jednej strony nie są one nazwami pospolitymi, z drugiej zaś nie mają referencji jednostkowej. Z kolei perspektywa genologiczna skłania do refleksji nad statusem gatunkowym tytułów, które – choć uznawane są za miejsca strategiczne w tekście (Żydek-Bednarczuk 2005: 171) – nie są traktowane jako przejawy osobnego gatunku². Nie sposób także pominąć zagadnienia funkcji, jakie tytuł pełni w stosunku do dzieła i czytelnika (autorzy

1 W niniejszym artykule stosujemy nazewnictwo zaproponowane przez Gérarda Genette'a. Mamy jednak świadomość, że jego klasyfikacja nie jest do końca klarowna w warstwie terminologicznej. W uproszczeniu, posługując się Genettowskim językiem metafor, można powiedzieć, że publikowanym tekstom towarzyszy swoisty „akompaniament” komunikacyjny, na który składają się perytekst (z gr. *perí* 'wokół'), czyli treści towarzyszące utworowi (tytuł, nota wydawnicza itp.), oraz epitekst (z gr. *epí* 'poza', 'ponad'), czyli teksty powiązane tematycznie z utworem głównym, ale edytorsko od niego niezależne (recenzje, wywiady z autorem, materiały promocyjne itp.). Zdaniem G. Genette'a perytekst i epitekst tworzą łącznie paratekst.

2 W grupie tekstów prasowych za najmniejszy gatunek uznawana jest wzmianka (tak uważają np. Bauer 2000 i Wojtak 2004).

wyróżniają m.in. funkcje identyfikacyjną, streszczającą, perswazyjną, sygnalizacji gatunkowej czy intertekstową)³.

Przedmiot i cel badań

Przedmiotem niniejszego artykułu jest refleksja nad strukturą syntaktyczną i funkcjami tytułów nadawanych artykułom naukowym z dziedziny humanistyki (lingwistyka kulturowa, socjolingwistyka). Ponadto rozważamy kwestię efektywności komunikacyjnej tytułu, której pośrednim przejawem może być wskaźnik pobrań poszczególnych tekstów z serwisu internetowego. Zakładamy, że za skutecznością perswazyjną tekstu, mierzoną wskaźnikami ilościowymi (liczba pobrań), mogą stać czynniki merytoryczne (jakość tekstu, prestiż autora, nośność problematyki) albo formalne (struktura tytułu, jego długość lub chwytliwość). Pośrednio staramy się więc ustalić, czy tytułowanie artykułów naukowych jest aktywnością znacząco decydującą o ich wysokiej poczytności (według kryterium, jakim jest liczba pobrań). Nie ma wątpliwości, że dzieje się tak w wypadku gatunków prasowych i artystycznych, w których obrębie w ostatnich dziesięcioleciach zaobserwowano stopniowe odchodzenie od tytułów zbyt długich lub silnie nasyconych informacją. Pytanie powyższe wydaje się zasadne również dlatego, że w piśmiennictwie nauk humanistycznych i społecznych coraz częściej występuje zjawisko tabloidyzacji, przeniesione z mediów masowych, widoczne przede wszystkim w warstwie tytułów.

Oprócz tego artykuł zawiera obszerną analizę jakościową struktury tytułów naukowych. Koncentrujemy się w niej na badaniu budowy tytułów, rozważając przy tym funkcje poszczególnych ich członów – uszczegółowienie treści, ustanawianie relacji między opisywanymi w tekście zjawiskami, zjednywanie odbiorcy czy też dystansowanie się przez autora od ewentualnych uchybień tekstu. Szczególnie interesujące wydaje się dociekanie, jakie funkcje pełni tytuł w stosunku do dzieła i czytelnika – czy jedynie nazywa tekst, czy stanowi opis jego zawartości, czy też przez atrakcyjne ukształtowanie językowe tytułu autor stara się pozyskać czytelnika (odpowiadają temu funkcje nominatywna, deskryptywna i pragmatyczna). Już na wstępie można wysunąć hipotezę o przewadze tytułów opisowych nad pragmatycznymi przy zupełnej marginalizacji tytułów o funkcji jedynie nominatywnej.

Tytuły w dotychczasowym piśmiennictwie naukowym

W badaniach nad tytułami dominują dwa nurty – literaturoznawczy i prasoznawczy. Ich przedstawiciele koncentrują się odpowiednio na tytułach utworów literackich i tekstów prasowych, przyjmując różne perspektywy – semiotyczną, komunikacyjną lub lingwistyczną. Dodatkowo w obrębie nurtu prasoznawczego, a ostatnio także literaturoznawczego, pojawia się poradniczy wariant rozważań nad tytułowaniem tekstów – kojarzyć go należy z praktyką tak zwanego kreatywnego pisania. Na temat tytułów dzieł literackich – w tym problematyki ich historii, teorii, statusu ontologicznego i funkcji – wypowiadało się wielu badaczy literatury, poczynając od Mieczysława Wallisa (1974), który rozprawą *O tytułach dzieł sztuki* wytyczył

3 Piśmiennictwo poświęcone funkcjom tytułów jest stosunkowo bogate i obejmuje przede wszystkim rozważania nad tytułami dzieł literackich, publikacji naukowych i tekstów prasowych, zob. np. Pisarek 1966, 1967; Danek 1972, 1980, 2004; Wallis 1974; Stoff 1975; Gajda 1987; Duszak 1998; Markiewicz 1992; Starzec 1999.

kierunki refleksji historyczno- i teoretycznoliterackiej w tym obszarze. Temat ten podejmowali także między innymi: Andrzej Stoff (1975), Anna Martuszevska (1977), Danuta Danek (1980), Marek Piechota (1992), a wcześniej Henryk Markiewicz (1964). W nurcie badań lingwistyki oraz tekstologii lingwistycznej tytuły – ich budowę i funkcję – analizowano przy okazji rozważań na temat delimitacji tekstu i składników metatekstu⁴. Badania te dotyczyły tytułów nie tylko dzieł literackich, ale też wytworów folkloru i tekstów realizujących rozmaite wzorce gatunkowe. Innym przedmiotem analiz jest język prasy (i szerzej – mediów), a w szczególności wykorzystywane w tytułach i nagłówkach sposoby przyciągania uwagi potencjalnych czytelników. Temu zagadnieniu poświęconych jest wiele badań, aczkolwiek za dzieło pionierskie należy uznać pracę W. Pisarka (1967)⁵.

Ważnym obszarem piśmiennictwa, który nie doczekał się dotychczas pełnego opracowania, uwzględniającego budowę, składnię i funkcje tytułów, jest literatura naukowa. Badania nad stylistyką polszczyzny naukowej prowadzone są przez wielu lingwistów (Gajda 1982, 1990, 1999; Żydek-Bednarczuk 2014), a zagadnienie tytułów artykułów, monografii i czasopism naukowych znalazło się w polu zainteresowania między innymi Urszuli Żydek-Bednarczuk (2003, 2005), Krystyny Kowalik (2008) oraz Małgorzaty Dawidziak-Kładocznej (2014, 2015). U. Żydek-Bednarczuk poświęciła artykuł, a później także podrozdział monografii strategiom podejmowanym przez nadawców w tekstach naukowych, a precyzyjniej – w ich tytułach i nagłówkach. Za S. Gajdą (1987: 83) wyróżniła trzy główne funkcje, jakie mogą pełnić tytuły względem tekstu lub jego odbiorcy. Pierwsze dwie odnoszą się do relacji tytuł–tekst. Funkcja nominatywna (proste nadanie nazwy tekstowi) realizowana jest przede wszystkim przez tytuły zawierające rzeczowniki w mianowniku. Funkcję deskryptywną pełnią te tytuły, które – oprócz nazywania tekstu – charakteryzują jego zawartość, streszczają jego istotę, informują czytelnika o jego treści. Tytuły o funkcji perswazyjnej skierowane są na relację z czytelnikiem – ich celem jest zainteresowanie go, pozyskanie jego uwagi. Osiąga się to za pomocą przeróżnych środków – między innymi przez specyficzne ukształtowanie językowe, operowanie słownictwem wartościującym, odwoływanie się do emocji. Te mechanizmy stosowane są szeroko w komunikacji marketingowej, propagandowej, wreszcie – popularnonaukowej, lecz ostatnimi czasy upowszechniają się również w tekstach naukowych.

U. Żydek-Bednarczuk (2005: 175–180) analizowała także konstrukcję składniową tytułów, wydzielając przy tym wyrażenia użyte w tak zwanej funkcji asekuracyjnej, oraz typowe schematy syntaktyczne, na przykład tytuły rozpoczynające się przyimkiem, dwufrazowe połączone spójnikiem, dwu- lub więcej frazowe zawierające kombinację przyimków i spójników. Wyróżniła ponadto częste składniki tytułów, między innymi dopowiedzenie *na przykładzie* precyzujące zakres tematyczny, pytania, myślniki i nawiasy – użyte w funkcji uzupełnienia lub uszczegółowienia tematu. Poglębione badania struktury składniowej i funkcji tytułów prac naukowych na materiale artykułów i monografii z dziedziny lingwistyki prowadziła też

4 Zacytować można m.in. prace Teresy Dobrzyńskiej (1978), Stanisława Gajdy (1987), Walerego Pisarka (1966) i Stanisława Bąby (1970, 1971).

5 Por. np. Błażejewska 2000; Grochala 2002; Suska 2003, 2012; Pałuszyńska 2004, 2006; Zawilska 2006; Ślawska 2008; Burska 2014; Kasiak 2016.

M. Dawidziak-Kładoczną. Ustaliła ona, że tytuły prac naukowych realizują przede wszystkim funkcję deskryptywną, w ostatnim jednak czasie upowszechnia się oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę, które przypomina styl publicystyczny lub artystyczny (Dawidziak-Kładoczną 2015: 132). W prezentowanych w dalszej części artykułu wynikach badań odwołujemy się do ustaleń wspomnianych autorek. Analizujemy budowę tytułu (jedno-, dwu-, trzysegmentowa i towarzyszące kombinacje znaków interpunkcyjnych), strategie asekuracyjne, wskaźniki relacji („X a Y”, „X jako Y”, „X – Y”) oraz wyrażenia użyte w celu uszczegółowienia (*na materiale, na podstawie, w kontekście, na tle*). Przedstawiony zostanie również podział tytułów ze względu na pełnione funkcje.

Podsumowując powyższy przegląd literatury przedmiotu, należy stwierdzić, że widoczny jest brak badań empirycznych uwzględniających recepcję czytelniczną tytułów, a więc *de facto* ich skuteczność perswazyjną. Niniejszy artykuł ma na celu przynajmniej częściowe uzupełnienie tej luki. Wykorzystywany w badaniach wskaźnik – liczba pobrań artykułów przez czytelników – nie jest wprawdzie miernikiem recepcji w pełnym tego słowa znaczeniu, pośrednio świadczy jednak o zainteresowaniu pobieranymi treściami.

Hipoteza, materiał i metoda badań

Kierując się powyższymi założeniami, jako hipotezę roboczą przyjęliśmy założenie, że w dyskursie naukowym istnieć będzie korelacja między dwiema zmiennymi: atrakcyjnością tytułu dla odbiorcy oraz jego cechami strukturalnymi. W terminologii pragmalingwistycznej wyrazić to można stwierdzeniem, że odpowiednia struktura tytułu i jego fortunność mierzona sukcesem komunikacyjnym są ze sobą ściśle powiązane. Dokładne zdefiniowanie obu zmiennych (struktury i fortunności) jest zadaniem wysoce złożonym i niemal niewykonalnym. Można jednak zastąpić je pewnymi mierzalnymi parametrami, tak by przeprowadzić testy skutecznie weryfikujące powyższą hipotezę. Jeśli chodzi o atrakcyjność tytułu, przyjęliśmy, że jej ilościową miarą może być liczba pobrań artykułu z otwartego serwisu.

Jako materiał badawczy został wykorzystany korpus 294 artykułów z serii „Język a Kultura”, który w postaci cyfrowej był przez kilka lat publicznie udostępniany środowisku badaczy, doktorantów i studentów⁶. Chociaż jego objętość nie jest tak duża jak objętość współczesnych repozytoriów, to łączna liczba pobrań w całym okresie funkcjonowania serwisu wyniosła ponad 791 tysięcy, co pozwala sądzić, że wynik ten jest reprezentatywny dla zachowań komunikacyjnych środowiska badaczy i dopuszcza wyciągnięcie ogólniejszych wniosków (por. Pawłowski 2012).

Kwestia atrakcyjności strukturalnej tytułu tekstu naukowego jest wysoce dyskusyjna i w pierwszym momencie przywodzi na myśl łacińską maksymę *de gustibus et coloribus non est disputandum*. Przecież każdy czytelnik ma swoje przyzwyczajenia, wrażliwość, kulturę

6 Serwis internetowy serii „Język a Kultura” został stworzony przez prof. Adama Pawłowskiego w roku 2006 i posadowiony był w zasobach Uniwersytetu Wrocławskiego pod adresem www.lingwistyka.uni.wroc.pl/jk. Z perspektywy lat można powiedzieć, że była to jedna z pierwszych w Polsce bibliotek cyfrowych w dzisiejszym rozumieniu tego pojęcia. Utrudnienia związane z ochroną praw autorskich i całkowity brak oficjalnego finansowania dla tego przedsięwzięcia sprawiły, że obecnie serwis serii „Język a Kultura” nie jest dostępny.

komunikacyjną i, co niezwykle istotne, przygotowanie naukowe. Podejmując decyzję o lekturze artykułu (a wcześniej jego pobraniu z serwisu), zwraca uwagę na szeroki wachlarz trudnych do przewidzenia czynników. Czy można więc zdefiniować uniwersalne cechy tytułu, które uatrakcyjnają przekaz naukowy? Z pełną świadomością trudności, jakich nastrocza rozwiązanie takiego problemu, przyjęliśmy, że można z amalgamatu cech strukturalnych tekstu tytułowego wyodrębnić te, które są powtarzalne i empirycznie mierzalne. Za jedną z takich cech uznaliśmy poziom trudności⁷ tytułu, co w praktyce oznacza przyjęcie założenia, że czytelnik chętniej korzysta z tekstów, których tytuły są dla niego łatwe do zrozumienia, niż z tekstów, których tytułów nie rozumie. Cecha ta może być mierzona ilościowo za pomocą indeksu mglistości *FOG*⁸ lub innych wskaźników, które oblicza popularne w ostatnim czasie narzędzie Jasnopis (oznaczone dalej jako JP)⁹. Ponadto wprowadziliśmy własne, bardzo proste miary trudności tekstu tytułowego, do których zaliczyliśmy: długość tytułu (w wyrazach, oznaczona jako N), średnią długość wyrazu w tytule (w literach, oznaczona jako M). Jako dodatkowy element testu wprowadziliśmy dwa proste wskaźniki stanowiące liniowe kombinacje podstawowych miar prostych: $W_1 = 0,5 N + 0,25 M + 0,25 S$ i $W_2 = 0,33 N + 0,33 M + 0,33 S$, gdzie S oznacza średnią długość strukturalną tytułu (liczba fraz lub członów składniowych).

Każdy z tych wskaźników ma jakieś zalety i wady. Jasnopis i *FOG* zostały przewidziane do ewaluacji trudności tekstów wielozdaniowych (poczynając od akapitu, a kończąc na tekstach całych powieści), podczas gdy tytuły są na ogół jedno-, dwu-, czasem trójwypowiedzeniowe. Wskazanie składników struktury składniowej bardzo krótkich tekstów tytułowych jest więc dyskusyjne. Natomiast miary podstawowe, czyli długości całego tytułu i jego składników, mogą być postrzegane jako zbyt proste, a wręcz naiwne. Poza tym żaden wskaźnik nie odpowie na pytanie o wpływ długości i rzadkości wyrazu na jego percepcję u odbiorcy dobrze wykształconego, który jest przyzwyczajony do obcowania z tekstami zawierającymi wyrazy długie i trudne dla innych czytelników, oczekującego raczej precyzji i zgodności z kanonem terminologicznym dyscypliny.

Każdemu tytułowi z badanej listy przypisano wymienione wyżej parametry liczbowe, a ich współzależności zostały wyrażone za pomocą współczynników korelacji liniowej Pearsona oraz rangowej Kendalla. Zastosowano też kontrolnie współczynnik korelacji rangowej Spearmana.

7 W języku polskim brak jest adekwatnego odpowiednika terminu angielskiego *readability*. Proponowane przez niektórych badaczy terminy *mglistość* lub *odczytność* nie są najlepszym wyborem, ponieważ budzą wśród użytkowników języka polskiego inne skojarzenia.

8 Indeks *FOG* jest jednym z najbardziej rozpowszechnionych narzędzi szacowania stopnia trudności tekstów. Został opracowany dla tekstów anglojęzycznych przez Roberta Gunninga w latach 50. XX wieku, lecz opierał się na wcześniejszym pomysle Rudolfa Flescha i J. Petera Kincaida. Od tego czasu znalazł liczne zastosowania praktyczne m.in. w edukacji (ocena zrozumiałości podręczników), prasoznawstwie, a współcześnie został wbudowany w niektóre edytory tekstów. Wzór na wyliczenie tego wskaźnika został tak skonstruowany, że jego wartość dla danego tekstu pokazuje, ile lat edukacji musi ukończyć czytelnik, aby zrozumieć ten tekst – im większa jest to liczba, tym tekst jest trudniejszy (bardziej mglisty). Na mglistość tekstu wpływają takie zmienne, jak średnia liczba wyrazów w zdaniu (T_w) oraz odsetek wyrazów trójsylabowych lub dłuższych (T_s), a wzór przyjmuje postać: $FOG = 0,4 \cdot (T_w + T_s)$ (Gruszczyński i in. 2015).

9 Jasnopis (<https://jasnopis.pl>) jest przystosowanym do języka polskiego narzędziem informatycznym w postaci programu komputerowego, który oblicza wskaźnik trudności tekstów w siedmiostopniowej skali (1 oznacza najmniejszą trudność, a więc największą zrozumiałość). Uwzględnia listę kilkunastu cech, obejmujących m.in. średnią długość wyrazów, zdań oraz stopień trudności użytych terminów (zob. Gruszczyński, Ogródniczuk (red.) 2015).

Ponieważ dał on wyniki spójne ze współczynnikiem Kendalla, nie będzie dalej prezentowany. Opis tych współczynników i zasady ich interpretacji podajemy bez formalizmu matematycznego. Należą one do kanonu badań statystycznych i wiadomości na ich temat można bez trudu znaleźć w literaturze przedmiotu oraz w powszechnie dostępnych zasobach Internetu. Każdy z tych współczynników służy do wyliczenia korelacji, a więc siły związku pary zmiennych. Korelacja jest rozumiana jako współwystępowanie („towarzyszenie sobie”), dlatego nie należy jej utożsamiać z zależnościami przyczynowo-skutkowymi ani warunkowymi. Wymienione wyżej współczynniki przyjmują wartości od -1 do $+1$, przy czym o sile związku między zmiennymi decyduje odległość wyniku od zera – im jest ona większa, tym silniejszy związek. Wynik zerowy oznacza brak współwystępowania; wynik powyżej zera oznacza dodatnią zależność liniową (jeżeli jedna zmienna rośnie, to rośnie także i druga); wynik poniżej zera wskazuje na ujemną zależność liniową (jeżeli jedna zmienna rośnie, to druga maleje – i na odwrót). Współczynnik korelacji Pearsona stosowany jest wówczas, gdy badane są zmienne ilościowe, natomiast do badań zmiennych porządkowych lub danych jakościowych służą współczynniki korelacji rangowej (ich interpretacja zostanie omówiona poniżej).

Najistotniejsza w kontekście założonego celu badań była oczywiście korelacja liczby pobrań ze zmiennymi wyrażającymi trudność/łatwość (a więc pośrednio atrakcyjność pragmatyczną) tytułu. O ile korelacja dwóch zmiennych losowych jest zgodnie z regułami statystyki mierzona korelacją Pearsona (i wybór tego współczynnika nie wymaga komentarza), o tyle użycie nieco mniej dokładnej korelacji rangowej jako miary podobieństwa wymaga uzasadnienia. Współczynniki tego typu służą do porównywania list dowolnych elementów uporządkowanych według jakiegoś kryterium. Mają zatem związek z pewnymi elementarnymi funkcjami umysłu ludzkiego, który wszystkie odbierane bodźce porządkuje w większe systemy, a w szczególności, jeżeli owe bodźce są podobne ze względu na jakąś stopniowalną cechę, potrafi je łączyć w listy rangowe. Uznaliśmy więc, że w tym wypadku sensowne i przemawiające do intuicji jest właśnie porównanie list artykułów z badanego zbioru, uporządkowanych według wymienionych wyżej kryteriów. Jeżeli na przykład okazałoby się, że częściej pobierane były artykuły o tytułach krótkich, lista rangowa artykułów uporządkowanych według tego kryterium byłaby statystycznie podobna do listy stworzonej na podstawie liczby pobrań.

Wyniki badań – analiza ilościowa

Opisane wyżej zależności obliczono dla wszystkich zmiennych i wyrażono je w formie macierzy podobieństwa (tab. 1). Analiza tabeli 1 nie pozostawia złudzeń co do wysuniętej na wstępie hipotezy. W humanistycznym dyskursie naukowym, mimo zauważalnej tendencji do uatrakcyjniania tytułów publikacji, brak jest znaczącej korelacji między liczbą pobrań (czyli skutecznością pragmatyczną tytułów) a ich cechami strukturalnymi. Żaden ze współczynników znajdujących się w wierszu lub w kolumnie „POB” (pobrania) nie miał wartości znaczącej. Oznacza to, że kształtując ocenę publikacji, badacze stosują własne, swoiste hierarchie wartości. Atrakcyjny i wpadający w ucho tytuł może być składową takiej oceny, ale nie ma na nią wpływu znaczącego. Zatem czynniki decydujące o pobraniu tekstu (i, przypuszczalnie, zapoznaniu się z nim) są inne, lecz trudno mierzalne – należą do nich z pewnością

tradycyjnie uznawane atrybuty pracy naukowej: prestiż i rozpoznawalność autora, nośność tematu, a przede wszystkim jakość naukowa samego tekstu.

Tabela 1. Współczynniki korelacji liczby pobrań artykułu i wybranych parametrów ilościowych tytułu¹⁰

		WSPÓŁCZYNNIK KENDALLA						
		POB	FOG	JP	N	M	W ₁	W ₂
WSPÓŁCZYNNIK PEARSONA	POB	1,0	0,144	0,109	0,061	0,137	0,073	0,089
	FOG	-0,162	1,0	0,803	0,094	0,440	0,107	0,169
	JP	-0,181	0,716	1,0	0,091	0,522	0,090	0,157
	N	-0,099	0,003	0,058	1,0	-0,004	0,891	0,789
	M	-0,218	0,630	0,634	-0,126	1,0	0,083	0,182
	W ₁	-0,150	0,128	0,183	0,977	0,070	1,0	0,898
	W ₂	-0,187	0,228	0,281	0,924	0,230	0,984	1,0

Oznaczenia:

POB – liczba pobrań,

FOG – współczynnik mglistości,

JP – współczynnik trudności Jasnopisu,

N – długość tytułu w wyrazach,

M – średnia długość wyrazu w tytule w literach,

W₁ – współczynnik wyrażony wzorem $W_1 = 0,5 N + 0,25 M + 0,25 S$,

W₂ – współczynnik wyrażony wzorem $W_2 = 0,33 N + 0,33 M + 0,33 S$.

Czy oznacza to, że autorzy publikacji naukowych nie powinni w ogóle koncentrować uwagi na tytułach? Tak oczywiście nie jest, ponieważ tytuł informuje o zawartości, poza tym powinien być zrozumiały i łatwy do zapamiętania. Jeżeli będzie niezrozumiały, mało kto sięgnie po publikację. A jeżeli będzie niezgodny z zawartością tekstu, czytelnik zrazi się do autora i będzie unikał innych jego prac. Ponadto warto zauważyć, że dla współczynnika Kendalla najwyższe korelacje liczby pobrań (choćaż poniżej progu istotności) osiągnięto dla mglistości *FOG* i średniej długości wyrazu w tytule (*M*) (obie te zmienne są ze sobą skorelowane). Można z tego wyciągnąć nieco uproszczony wniosek, że lepiej odbierane są publikacje, których tytuły składają się z krótkich wyrazów. Bardzo podobny wynik osiągnięto dla współczynnika Pearsona – jego najbardziej znacząca¹¹ (choćaż nie w sensie statystycznym) wartość także

¹⁰ Obliczenia współczynników korelacji rangowej Kendalla i Spearmana (tutaj nieprezentowane, ale wykorzystane przy pisaniu artykułu) zostały wykonane przez dr. Tomasza Walkowiaka z Politechniki Wrocławskiej.

¹¹ Mamy tutaj do czynienia z korelacją ujemną, całkowicie zgodną z intuicją: im krótsze wyrazy, tym wyższa pozycja na liście pobrań.

dotyczy korelacji liczby pobrań i średniej długości wyrazu. Ponadto, niejako przy okazji, badanie ujawniło, że miary trudności lub mglistości tekstu są ze sobą silnie skorelowane (wartości w polach FOG-JP). Są też silnie skorelowane z bardzo prostymi charakterystykami tekstu, a konkretnie ze średnią długością wyrazu *M*. Prowadzi to do dość zaskakującego wniosku: zamiast złożonych formuł matematycznych może wystarczyłoby uwzględnić miary prostsze (właśnie owe średnie długości), wpływające bezpośrednio na percepcję i utrwalanie tytułu w pamięci krótkotrwałej czytelnika?

Wyniki badań – analiza jakościowa

Stosując typologię zaproponowaną przez U. Żydek-Bednarczuk i M. Dawidziak-Kładoczną, możemy powiedzieć, że w badanym korpusie zdecydowanie najwięcej tytułów zostało użytych w funkcji deskryptywnej. Stanowiły one prawie 80 procent całego zbioru. Tytułów o funkcji pragmatycznej było 19 procent, a nominatywnych – niecałe 2 procent. Taki wynik nie jest zaskoczeniem, ponieważ w komunikacji naukowej nadawcy operują precyzyjnym językiem w celu jednoznacznego identyfikowania poruszanego zagadnienia i jego wystarczającego opisu. To tłumaczy tak niewielką liczbę wystąpień tytułów nominatywnych, które – choć są nazwą identyfikującą tekst – nie informują potencjalnego czytelnika o jego zawartości. Przykładem tego są chociażby tytuły odredakcyjne (*Wstęp*) czy też nazwy ogólne (*Styl potoczny*, *Etykieta językowa i jej wyznaczniki*).

Na drugim biegunie sytuują się tytuły o funkcji pragmatycznej. Są to takie realizacje, które – dzięki szczególnej organizacji języka, operowaniu grą słowną, użyciu środków stylistycznych, słownictwa wartościującego i emocjonalnego – oddziałują na odbiorcę perswazyjnie. Wśród takich tytułów można wymienić: *Ładne kwiatki współczesnej polszczyzny*, *Piersi fiołkami pachnące*. *Kwiaty w mitach i języku dawnej Grecji*, *Biznesmen, uczony i robotnik*. *Aksjologiczne podstawy stereotypu językowego*. *Rekonesans* lub „*Kto komu*” – *językowe sposoby przedstawiania i komentowania wydarzeń politycznych (na materiale „Przeglądu Tygodniowego”)*. Zdarzały się także tytuły w formie pytań angażujących uwagę czytelnika na przykład przez nawiązania intertekstualne (*Ile jest Mławy w Mławie? Pochodne nazw własnych w językowym obrazie świata Polaków*) lub zachęcających do poszukiwania odpowiedzi w treści artykułu (*Jak obraz świata odbija się w gramatyce? Analiza języka fizyki klasycznej*).

Pozycję pośrednią między tytułami o funkcji pragmatycznej i prymarnie nominatywnej zajmują tytuły deskryptywne. W badanym korpusie grupa ta jest reprezentowana najliczniej (80 procent). Jako przykład można podać następujące tytuły: *Rola języka w tworzeniu kultury umysłowej*, *Magiczna moc słowa w polskiej kulturze ludowej*, *Gwarowe formuły adresatywne jako narzędzie identyfikacji więzi społecznej łączącej rozmówców (na przykładzie gwar okolic Krakowa)*.

Jak widzimy w powyższych przykładach, tytuły artykułów naukowych mają bardzo zróżnicowaną budowę – począwszy od tych jednowypowiedzeniowych¹², kończąc na takich, które

12 Terminu *wypowiedzenie* używamy tu zgodnie z definicją zaproponowaną przez Zenona Klemensiewicza (1953: 7), wedle którego jest to: „komunikat językowy wyrażony zespołem wyrazów powiązanych logicznie i gramatycznie lub jednym wyrazem, wyodrębnionym prozodyjnie (mającym zamknięty kontur intonacyjny)”. Rezygnujemy z uwzględniania w definicji kryteriów formalnych, tj. z wyodrębniania za pomocą wielkiej litery i znaku przestankowego w postaci kropki

składają się z trzech wypowiedzeń, połączonych dość arbitralnie dobranymi znakami przestankowymi (kropka, dwukropek, myślnik, nawias zdają się pełnić właściwie tę samą funkcję – wydzielenia części tytułu).

Liczbę realizacji poszczególnych schematów budowy przedstawia tabela 2. Występujące schematy zostały opisane tak, aby ukazać liczbę członów tytułu w powiązaniu z kombinacjami znaków przestankowych w nich użytych. Najwięcej tytułów realizowało schemat jednego wypowiedzenia – były to przede wszystkim równoważniki lub zdania oznajmujące i pytające (razem 233). Za przykład tej struktury mogą służyć: *Zbiory różnorodnjawowe a problem genezy rodzaju męskoosobowego* lub też *Czy orzecznik to przypadek?* Tytuły dłuższe, zawierające dwa lub nawet trzy człony, dawały autorom możliwość dopowiedzenia w podtytule istotnych treści. Mogły to być informacje dotyczące zakresu badań, zastosowanej metody, materiału badawczego lub celu badań. Niekiedy jednak – działo się tak w tytułach o funkcji pragmatycznej – pierwszy człon tytułu stanowił cytat, nawiązanie intertekstualne, zabawę słowną, a dopiero druga część była tą podstawową – informującą o zawartości tekstu.

Tabela 2. Realizacje poszczególnych schematów budowy tytułu¹³

SCHEMAT KONSTRUKCJI	LICZBA REALIZACJI
Równoważnik lub zdanie oznajmujące	223
Wypowiedzenie. Wypowiedzenie	29
Wypowiedzenie. (Dopowiedzenie)	26
Wypowiedzenie – Wypowiedzenie	13
Równoważnik zdania pytającego	10
Pytanie? Dopowiedzenie	2
Pytanie? (Dopowiedzenie)	2
Wypowiedzenie. Wypowiedzenie (Dopowiedzenie)	2
Wypowiedzenie – Wypowiedzenie (Dopowiedzenie)	1
Wypowiedzenie. Wypowiedzenie. Wypowiedzenie	1
Suma	309

(lub znaku zapytania, wykrzyknika itp.), które stanowiły podstawę definicji stworzonej przez Zygmunta Saloniego i Marka Świdzińskiego (1998). Ich respektowanie zbyt mocno zawęziłoby zakres definicji i spowodowałoby konieczność odrzucenia wielu tytułów, które nie kończą się kropką – nie dlatego, że nie są wypowiedzeniami, lecz dlatego, że taka jest praktyka edytorska, zgodnie z którą na końcu tytułu (w jego naturalnym środowisku, czyli np. na karcie tytułowej, okładce – inne reguły kierują doбором znaków interpunkcyjnych np. w spisach bibliograficznych) stawiamy znak przestankowy tylko wówczas, gdy jest on inny niż kropka.

¹³ Sumaryczna liczba tytułów, na których przeprowadzono analizę jakościową, jest nieco większa od liczby tytułów poddanych analizie ilościowej (różnica 15 tytułów). Chociaż w serwisie internetowym dostępne były wszystkie badane artykuły serii „Język a Kultura”, jeden tom wystawiony był bardzo krótko w stosunku do pozostałych, przez co wartości jego pobrań uznano za nieporównywalne i zrezygnowano z ich uwzględniania w analizie ilościowej.

Istotny w komunikacji naukowej wymóg precyzji, jasności oraz jednoznaczności znajdował odbicie w budowie tytułów. Większość z nich (60 procent) zawierała informacje o zakresie badań, materiale, metodach, perspektywie badawczej. Były one wprowadzane do głównej części tytułu lub pojawiały się w postaci dopowiedzeń dodanych po myślniku lub dwukropku. Najczęściej stosowany był przymek *w* w połączeniu z narzędnikiem, wykorzystywany przez autorów do określania zakresu badanego materiału, np. *Świat roślin w reklamie współczesnej (reklama prasowa)* lub też *„Kiedy jest tylko groch w chałupie, a kapusta w kłodzie, to bieda nie dobodzie”... O warzywach w przysłowiaach*. Ponadto przymek ten występował także w otoczeniu bardziej precyzyjnych określeń: *w świetle* oraz *w kontekście*, które zostały użyte w celu poinformowania czytelnika o przyjętej przez autora perspektywie badawczej. Inne często występujące sposoby wprowadzania dopowiedzeń to: *na przykładzie*, *na materiale*, *na podstawie*, *na tle* oraz tylko raz użyte: *u [kogoś]*. Poza tym w 21 tytułach uszczegółowienie następowało bez żadnych wyrażen wprowadzających i było zasygnalizowane jedynie interpunkcyjnie – w postaci myślnika, dwukropka lub nawiasu. Wszystkie te sposoby wraz z liczbą ich wystąpień zaprezentowane są w tabeli 3.

Tabela 3. Schematy uszczegółowienia treści tytułu

SPOSÓB USZCZEGÓLOWIENIA	LICZBA UŻYĆ
<i>w</i> [zakresie materiału]	124
<i>na przykładzie</i>	16
po myślniku	12
<i>na materiale</i>	7
<i>na podstawie</i>	6
<i>w świetle</i>	6
<i>na tle</i>	3
po dwukropku	2
<i>w kontekście</i>	2
w nawiasie	7
<i>u [kogoś]</i>	1
Suma	186

W badanym korpusie tytułów poszukiwano również wskaźników relacji – zestawień połączonych spójnikowo bądź bezspójnikowo: „X a Y”, „X, czyli Y”, „X jako Y”, „X odbiciem Y-a”, „X – Y” (a niekiedy nawet „X – Y – Z” – ponieważ triady są lubianą figurą retoryczną). Stosując tego rodzaju konstrukcje składniowe, autorzy tekstów ustanawiają relacje między badanymi fenomenami, orzekają o strukturze rzeczywistości, tworzą połączenia lub przeciwstawienia.

Uwydatnia się przez to funkcja kreacyjna języka, a jej aktualizacja w tekstach naukowych jest wyrazem podstawowych procesów logicznych, towarzyszących każdej działalności badawczej – analizy i syntezy, w których wykorzystuje się takie środki, jak porównywanie, abstrahowanie i uogólnianie, w celu wykrycia właściwości badanych elementów i opisanie związków między nimi (tab. 4).

Tabela 4. Repertuar wskaźników relacji w tytułach wraz z liczbą ich użyc

WSKAŹNIK RELACJI	LICZBA UŻYĆ
<i>a / vs</i>	27
<i>jako</i>	19
<i>czyli</i>	8
zestawienie z myślnikiem	2
<i>odbiciem</i>	1
Suma	57

Najczęściej stosowanym wskaźnikiem relacji był spójnik *a*, użyty w funkcji przeciwstawienia bez przeczenia¹⁴ lub też w celu ukazania wzajemnego stosunku między dwoma pojęciami czy przedmiotami (SPP PWN, hasło *a* I, znaczenie 1.). Precyzyjniej mówiąc, w samym tytule ten stosunek jest jedynie zasygnalizowany, a o charakterze tej relacji czytelnik prawdopodobnie dowie się z treści artykułu. Kolejny wskaźnik relacji, *jako*, użyty jest w funkcji tworzenia zestawień synonimicznych lub też – zgodnie ze znaczeniem 3. z SJP PWN¹⁵ – jest to „przyimek wprowadzający określenie sposobu potraktowania lub oceny danego obiektu lub stanu rzeczy”. Podobną funkcję pełni spójnik *czyli*, który w badanym korpusie był wykorzystywany również w tytułach pragmatycznych – nie tylko w celu określenia sposobu potraktowania danej rzeczy, ale też by wprowadzić elementy gry językowej. Przykładem tego mogą być tytuły: *Biała brzoza, czarna ziemia, czyli o miejscu stereotypu w opisie języka* lub *Wokół conditionalis, czyli warunkowo o warunkowości*.

Ostatnim składnikiem tytułu, który stanowił przedmiot analizy, były słowne wykładniki strategii asekuracyjnych, dzięki którym autor może zdystansować się od swojego dzieła (zwłaszcza od jego potencjalnych uchybień), uniknąć zarzutu niekompletności lub też fragmentaryczności przedstawianych tez. Ponadto asekuracja świadczy również o skromności autora – jeśli artykuł, w którym definiuje nowe pojęcia, nazywa on *próbą definicji*, ukazuje się w pozytywnym świetle jako człowiek mający świadomość własnej niedoskonałości wobec złożoności badanych problemów. Jest to więc, paradoksalnie, „ingracjacja przez deprecjację”.

14 Zob. SJPdOr, hasło *a* II: <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/a-II;5407499.html> (dostęp: 1 marca 2020).

15 Zob. SJP PWN, hasło *jako* I, znaczenie 3.: <https://sjp.pwn.pl/szukaj/jako.html> (dostęp: 1 marca 2020).

Strategie asekuracyjne nie były częstym składnikiem tytułów (co jednak nie jest równoznaczne z posądzaniem autorów badanych tekstów o brak skromności). W sumie użyto ich 15 razy, w tym trzy razy pojawiło się określenie *próba* (np. *Czy istnieje w podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców wyraźny obraz Polski i Polaków? (Próba znalezienia stereotypów)*), po dwa razy *kilka uwag* (np. *Zioło – trawa – łąka. Kilka uwag w świetle faktów z języka i kultury*), *prolegomena* (np. *Polszczyzna kobiet – prolegomena historyczne*), *rekonesans* (np. *Motywy zoomorficzne w kulturze artystycznej średniowiecza. Rekonesans*) i *zarys* (np. *Eufemizmy życia codziennego. Zarys problematyki na materiale polskiej powieści kryminalnej współczesnej i międzywojennej*). Określenia asekuracyjne, których użyto tylko jeden raz, to: *przyczynek* (*Zapożyczenia i przeniknięcia a zagadnienie substratu. Przyczynek do teorii kontaktów językowych (na przykładzie leksyki pragermańskiej)*), *szkic* (*Kamień piorunowy w polszczyźnie i kulturze ludowej (Szkic hasła do Słownika ludowych stereotypów językowych)*) oraz przymiotnik *wybrane* (*Wybrane elementy staropolskiej etykiety językowej*).

Podsumowanie

Przedmiotem artykułu było omówienie wyników analiz ilościowych i jakościowych fortunności tytułów prac naukowych, przeprowadzonych na materiale serii „Język a Kultura” w wersji elektronicznej. Przedstawiono także pogłębianą charakterystykę struktur składniowych używanych w tytułach artykułów z zakresu nauk humanistycznych, ujętą w perspektywie pragmatyki komunikacji. Badania wykazały, że gdy nie są łamane podstawowe zasady pragmatyngwistyczne komunikacji i nie istnieją szczególne bariery dostępu do zasobów, o sukcesie publikacji naukowej decydują przede wszystkim jej zawartość i prestiż autora, a jedynie w niewielkim stopniu „etykieta”, czyli tytuł. Właśnie koncentracja na wartości poznawczej tekstów, a nie ich atrakcyjności formalno-estetycznej, odróżnia naukowy obieg komunikacji od obiegu popularnego. W tym pierwszym dopuszczalne, a nawet wskazane jest retoryczne ukształtowanie tekstu w celu podniesienia jego komunikatywności, a w mniejszym stopniu perswazyjności. Elementem składowym takiego ukształtowania jest również tytuł, który powinien być informatywny i jednoznaczny. W obiegu drugim, czyli popularnym, specyficzne ukształtowanie językowe całego tekstu, a zwłaszcza tytułu lub nagłówek, polega na maksymalnym upraszczaniu, operowaniu metaforą, grą słowną, posługiwaniu się potocznością, celową wieloznacznością, przekazem emocjonalnym, a nie racjonalnym. Ma ono służyć celom marketingowym i komercyjnym, które zakładają zwiększenie liczby odbiorców kosztem wartości poznawczych. Przeprowadzone badania wykazały, że prosty transfer praktyk komunikacyjnych z obiegu popularnego do naukowego, związany z procesem tabloidyzacji nauki, nie wpływa na zwiększenie liczby pobrań, a w konsekwencji nie poprawia czytelności tekstów naukowych.

Bibliografia

- Bauer Z. 2000: *Gatunki dziennikarskie*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków, s. 143–173.
- Bąba S. 1970: *Frazeologia potoczna w tytułach utworów literackich*, „Poradnik Językowy”, z. 5, s. 320–326.

- Bąba S. 1971: *Frazeologia biblijna i modlitewna w tytułach utworów literackich*, „Język Polski” LI, z. 5, s. 358–364.
- Błażejewska J. 2000: *Językowe środki perswazji w nagłówkach publikacji politycznych*, [w:] K. Michalewski (red.), *Regulacyjna funkcja tekstów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 140–150.
- Burska K. 2014: *Nagłówki prasowe podczas Euro 2012*, [w:] P. Żmigrodzki, S. Przęczak-Kisiela (red.), *Bogactwo współczesnej polszczyzny*, Towarzystwo Miłośników Języka Polskiego, Kraków, s. 245–253.
- Danek D. 1972: *O tytule utworu literackiego*, „Pamiętnik Literacki”, z. 4, s. 143–174.
- Danek D. 1980: *Dzieło literackie jako książka. O tytułach i spisach rzeczy w powieści*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Danek D. 2004: *Dwie funkcje tytułu: identyfikacyjna i wprowadzająca*, [w:] J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska (red.), *Tekstologia*, cz. 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 81–89.
- Dawidziak-Kładoczna M. 2014: *Syntaktyczne ukształtowanie tytułów tekstów naukowych*, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Językoznawstwo” X, s. 87–103.
- Dawidziak-Kładoczna M. 2015: *O funkcjach tytułów prac naukowych z zakresu językoznawstwa*, „Roczniki Biblioteczne”, R. 59, s. 125–139.
- Dobrzyńska T. 1978: *Delimitacja tekstu pisanego i mówionego*, [w:] R.M. Mayenowa (red.), *Tekst. Język. Poetyka. Zbiór studiów*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław, s. 101–118.
- Duszek A. 1998: *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gajda S. 1982: *Podstawy badań stylistycznych nad językiem naukowym*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa–Wrocław.
- Gajda S. 1987: *Społeczna determinacja nazw własnych tekstów (tytułów)*, „Socjolingwistyka”, nr 6, s. 79–89.
- Gajda S. 1990: *Współczesna polszczyzna naukowa. Język czy żargon?*, Wydawnictwo Instytutu Śląskiego, Opole.
- Gajda S. 1999: *Współczesny polski dyskurs naukowy*, [w:] S. Gajda (red.), *Dyskurs naukowy – tradycja i zmiana*, Uniwersytet Opolski, Instytut Filologii Polskiej, Opole, s. 9–17.
- Genette G. 1987: *Seuils*, Éditions du Seuil, Paris.
- Grochala B. 2002: *Intertekstualność w nagłówkach „Gazety Wyborczej”*, [w:] K. Michalewski (red.), *Tekst w mediach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 222–229.
- Gruszczyński W., Broda B., Nitoń B., Ogrodniczuk M. 2015: *W poszukiwaniu metody automatycznego mierzenia zrozumiałości tekstów informacyjnych*, „Poradnik Językowy”, z. 2, s. 9–22.
- Gruszczyński W., Ogrodniczuk M. (red.) 2015: *Jasnopis, czyli mierzenie zrozumiałości polskich tekstów użytkowych*, SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa.
- Kasiak M. 2016: *Tytuł wiele ci powie – krótki tekst, wiele informacji. O tytułach artykułów publicystycznych*, [w:] I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media – media informacyjne*, t. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 161–180.
- Klemensiewicz Z. 1953: *Zarys składni polskiej*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Kowalik K. 2008: *O tytułach współczesnych polskich czasopism językoznawczych*, [w:] Z. Cygal-Krupa (red.), *Współczesna polszczyzna. Stan, perspektywy, zagrożenia*, Księgarnia Akademicka, Kraków, s. 539–549.
- Loewe I. 2007: *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Markiewicz H. 1964: *Tytuły Żeromskiego*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
- Markiewicz H. 1992: *Zabawy literackie*, Oficyna Literacka, Kraków.
- Martuszevska A. 1977: *Tytuły powieściowe*, „Ruch Literacki”, z. 2, s. 137–146.
- Pałuszyńska E. 2004: *Leksyka potoczna w nagłówkach prasowych jako sposób kreowania nowej rzeczywistości komunikacyjnej*, [w:] K. Michalewski (red.), *Współczesne odmiany języka narodowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 193–198.
- Pałuszyńska E. 2006: *Nagłówki w „Gazecie Wyborczej” (ekspresywna leksyka, frazematyka, metaforyka)*, Piktór, Łódź.
- Pawłowski A. 2012: *Elektroniczna wersja serii „Język a Kultura” w świetle badań naukometrycznych*, „Język a Kultura”, z. 23, s. 513–544.
- Piechota M. 1992: *O tytułach dzieł literackich w pierwszej połowie XIX wieku*, Uniwersytet Śląski, Katowice.
- Piętkowa R. 2004: *Paratekst o autorze. Biogram i/czy prezentacja*, [w:] D. Ostaszewska (red.), *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 230–245.
- Pisarek W. 1966: *Tytuł utworu swoistą nazwą własną*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Katowicach. Prace Językoznawcze” III, s. 67–81.

- Pisarek W. 1967: *Poznać prasę po nagłówkach. Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświeceniu lingwistycznym*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW Prasa, Kraków.
- Saloni Z., Świdziński M. 1998: *Składnia współczesnego języka polskiego*, wyd. 4, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- SJP PWN: *Słownik języka polskiego PWN* (online: <https://sjp.pwn.pl/>, dostęp: 1 marca 2020).
- SJPDor: *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, t. 1–11, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1958–1969 (online: <http://doroszewski.pwn.pl>, dostęp: 1 marca 2020).
- SPP PWN: *Słownik poprawnej polszczyzny PWN*, red. W. Doroszewski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996.
- Starzec A. 1999: *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole.
- Stoff A. 1975: *Funkcja tytułu w dziele literackim*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Filologia Polska” XI, z. 66, s. 3–17.
- Suska D. 2003: „Czytaj albo rzuć”: o formie i funkcjach nagłówków prasowych, [w:] M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie*, Kastalia, Olsztyn, s. 560–562.
- Suska D. 2012: *Stylistyka i pragmatyka tytułów internetowych tekstów dziennikarskich*, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Filologia Polska. Językoznawstwo” VIII, s. 179–194.
- Ślawska M. 2008: Tytuł – najmniej tekst prasowy, „Rocznik Prasoznawczy”, R. 2, s. 117–126.
- Wallis M. 1974: O tytułach dzieł sztuki, „Rocznik Historii Sztuki” X, s. 7–27.
- Wierzbicka A. 1971: *Metatekst w tekście*, [w:] M.R. Mayenowa (red.), *O spójności tekstu*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław, s. 105–121.
- Wojtak M. 2004: *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Zawiłska K. 2006: „Gośka miała fajny blok”, czyli moda na pewien typ nagłówków prasowych w „Gazecie Wyborczej”, [w:] A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski (red.), *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, Zakład Poligraficzny Uniwersytetu Warmińskiego-Mazurskiego, Olsztyn, s. 162–168.
- Żydek-Bednarczuk U. 2003: *Strategie językowe w tytułach tekstów naukowych*, [w:] K. Kleszczowa, J. Sobczykowa (red.), *Śląskie studia lingwistyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 217–226.
- Żydek-Bednarczuk U. 2005: *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków.
- Żydek-Bednarczuk U. 2014: *Polski język naukowy wczoraj i dzisiaj*, „Transformacje”, nr 1/2, s. 207–219.

Summary

Information or persuasion? Titles of scientific publications in the light of empirical research

Keywords: titles of scientific publications, scientific communication, text difficulty, reception of scientific text, quantitative methods.

The topic of the article is a description of the research conducted on the corpus of titles of scientific publications in the field of linguistics, published in the series “Language and Culture”. The article analyses their structure, function and persuasive effectiveness. The latter was examined taking into account the reception, measured by quantitative indicators (number of downloads from the free web service), and quantifiable structural features (level of difficulty, readability, length of elements). The purpose of the analysis was to determine whether the language structure of scientific article titles affects their readership. Research results indicate that the success of a scientific publication is primarily determined by its content and author’s prestige, and to a small extent by the title. This distinguishes the scientific communication circulation from popular circulation.