

Zeszyty PRASOZNAWCZE

Kraków 2023, t. 67, nr 3 (259), s. 155–160

DOI: 10.4467/22996362PZ.24.030.20064

www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/

PANORAMA POLSKIEJ MEDIOSFERY. LEKSYKON TERMINÓW MEDIALNYCH, CZYLI POLSKI WKŁAD W ROZWÓJ MEDIOZNAWSTWA

Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Krystyna Doktorowicz, Ryszard Filas i Paweł Płaneta (red.): *Leksykon terminów medialnych*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2024, s. 962.

Ponad 3 000 haseł napisanych przez blisko 200 autorów z kilkudziesięciu polskich uczelni i ośrodków badawczych. Łącznie 962 stron ujętych w 2 tomach!!! To liczby oddające skalę naukowego przedsięwzięcia, które przez ostatnie 3 lata łączyło twórców zaangażowanych w projekt zwieńczony wydaniem „Leksykonu terminów medialnych”, pod redakcją Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego, Krystyny Doktorowicz, Ryszarda Filasa i Pawła Płanety. Leksykon opublikowany został nakładem Wydawnictwa Adam Marszałek w 2024 roku, ale prace nad nim rozpoczęły się podczas pandemii.

Pomysłodawcą „Leksykonu terminów medialnych” był prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński. Wraz z zespołem, w skład którego wchodził m.in. Ryszard Filas i Paweł Płaneta z Ośrodka Badań Prasoznawczych UJ (wieloletni redaktorzy *Zeszytów Prasoznawczych*) zorganizował i koordynował prace sekcji tematycznych odpowiadających najważniejszym obszarom badawczym w medioznawstwie polskim i zagranicznym. Opracowywane przez członków tych tematycznych zespołów hasła pokazują przebogata panoramę współczesnej mediasfery i polski wkład w rozwój dyscypliny.

Leksykon stworzyło blisko 200 naukowców z 36 polskich uniwersytetów i instytucji badawczych. To oni zaproponowali, a następnie opisali 3005 haseł, które ułożone zostały w porządku alfabetycznym w dwóch tomach „Leksykonu” – pierwszy tom obejmuje litery A do M, a drugi od L do Z. Przewodniczący Komitetu Naukowego „Leksykonu terminów medialnych” prof. dr hab. Tadeusz Kononiuk napisał, że to „jedno z najważniejszych w ostatnich latach opracowań medioznawczych” (Wolny-Zmorzyński, Doktorowicz, Filas, Płaneta 2024, s. 5).

Prawdą jest, że trudno znaleźć publikacje, które mogłyby dorównać najnowszemu „Leksykonowi”, zrealizowanemu z imponującym rozmachem. Choć na polskim i światowym rynku w ostatnich dekadach powstawały rozmaite słowniki i encyklopedie, jednak nie miały tak szerokiego zakresu ani nie obejmowały tak wielu

terminów, jak recenzowany zbiór. Jeśli chodzi o literaturę o zasięgu międzynarodowym i prace anglojęzyczne, to najbardziej wszechstronną publikacją jest wydana w 2008 roku (kilkanaście lat temu!!!) przez Wiley-Blackwell i ICA (International Communication Association) 12-tomowa encyklopedia „The International Encyclopedia of Communication”, pod redakcją Wolfganga Donsbacha (2008), która w 12 tomach prezentuje 1350 haseł, przygotowanych przez międzynarodowy zespół medioznawców. Jej krótsza, jednotomowa wersja, pt. „The Concise Encyclopedia of Communication” opublikowana została 9 lat temu (Donsbach 2015).

Jeśli chodzi o wydawnictwa encyklopedyczne, należy wspomnieć o wydanej w Oxfordzie w 1989 roku „The International Encyclopedia of Communications” redagowanej przez Erika Barnouwa i George’a Gerbnera (1989), który zaprosił do udziału w projekcie m.in. profesora Walerego Pisarka (legendarnego redaktora naczelnego *Zeszytów Prasoznawczych*) z krakowskiego Ośrodka Badań Prasoznawczych. Słynna encyklopedia przez długie lata była kompendium wiedzy o mediach i badaniach komunikacji podejmowanych w różnych obszarach i na różnych kontynentach, co należy podkreślić, w erze przedinternetowej. O konieczności nieustannego aktualizowania wiedzy o mediach w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości wielokrotnie mówił profesor Walery Pisarek, który zaangażowany był również w powstanie „Encyklopedia wiedzy o prasie”, promowanej już w roku 1967 na łamach *Zeszytów Prasoznawczych!* (Pisarek 1967), a wydanej w 1976 roku pod redakcją Juliana Maślanki (1976). Encyklopedia ta była najstarszą tego typu publikacją w Polsce, przygotowaną przez współpracowników OBP, którzy opracowali blisko 2000 haseł i indeksy terminów obcojęzycznych w językach: angielskim, francuskim, niemieckim i rosyjskim. Była to pionierska na polskim gruncie publikacja, która zachowała formułę encyklopedii.

Leksykon jest czymś pośrednim między encyklopedią, a słownikiem, jak zauważają redaktorzy recenzowanego „Leksykonu terminów medialnych”, którzy genezę najnowszego pomysłu najlepiej przedstawili sami w artykułach (Wolny-Zmorzyński, Filas, *Planeta* 2022a; Wolny-Zmorzyński, Filas, *Planeta* 2022b), publikowanych również na łamach *Zeszytów Prasoznawczych*. Pisali w nich m.in. o polskich słownikach mających charakter popularyzatorski i edukacyjny, jak np. „Szkolny słownik mediów elektronicznych” Agnieszki Ogonowskiej wydany w 2006 roku, czy wydany rok później „Słownik pojęć z zakresu radia i reklamy radiowej” (Beliczyński 2007). Tego typu publikacje skupiały się na jednym sektorze rynku. Najbardziej kompleksowy był „Słownik terminologii medialnej” z 2006 roku, pod redakcją Walerego Pisarka (2006), według pomysłu Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego (Fras 2019). Wszystkie wymienione tytuły są niezwykle cenne ze względów edukacyjnych, mają ogromne walory poznawcze, wzbogacając naszą wiedzę o historii mediów i komunikowania. Właśnie – historii. Z dzisiejszej perspektywy tego typu opracowania nie tyle dezaktualizują się wraz z rozwojem nowych technologii, ale stają się po prostu niewystarczające dla badaczy chcących analizować współczesne problemy.

Prawie wszystkie inne tego typu publikacje mają co najmniej kilkanaście lat i prezentują terminy, które w wielu przypadkach można już wpisać do działu: historia mediów. Przy dzisiejszym tempie rozwoju technologii komunikacyjnych i mediów,

nauka o nich musi nadążać za zmianami, a nasze doświadczenia badawcze pokazują, jak dotkliwie brakuje aktualnego kompendium wiedzy, zaś recenzowany „Leksykon...” jest próbą kompetentnej odpowiedzi na tę lukę, dającą się zauważyć na polskim rynku wydawniczym. Można zaryzykować pytanie, czy zagraniczne publikacje dorównują mu bogactwem informacji i kompleksowością ujęcia prezentowanych zagadnień. Tym, co odróżnia „Leksykon terminów medialnych” od poprzednich tego typu lub podobnych publikacji, jest bogactwo treści i różnorodność haseł, których w polskim „Leksykonie...” jest dwukrotnie więcej niż w zagranicznych opracowaniach. „Podczas gdy poprzednie publikacje miały zwykle od 1000 do 1800 haseł, ten leksykon liczy 3000 haseł (oprócz haseł odsyłaczowych). Oznacza to, że tematyką wkracza w nowe obszary technologiczne, co powoduje gwałtowny wzrost liczby haseł związanych z Internetem i mediami cyfrowymi w ogóle, oraz to, że uwzględnia nowe zjawiska” (Wolny-Zmorzyński, Doktorowicz, Filas, Płaneta 2024, s. 6).

Gdy ukazywały się wspomniane wyżej encyklopedie i słowniki, dostęp do Internetu był wciąż w dużym stopniu ograniczony, a dziś smartfony, tablety i urządzenia pozwalające na mobilny i permanentny dostęp do Internetu zmieniły nasz sposób korzystania z mediów i odbioru medialnych treści. Przykładem tego jest choćby konsumpcja typu *binge-*, jak np. *binge-watching* rozwijający się z impetem podczas pandemicznych lockdownów, gdy rosła popularność platform streamingowych, typu Netflix. Gdy publikowano wcześniejsze encyklopedie i słowniki, nie obserwowano np. zachowań zwanych *Foodstagrammingiem*, bo nie było Instagrama. Tego typu zjawisk, form, problemów, terminów kilka lat temu w ogóle nie było. Ba, wielu z nich nie było jeszcze przed pandemią. Nieodzownym atutem „Leksykonu terminów medialnych” jest to, że próbuje nadążać za zmianami w krajobrazie mediów, wskazując wciąż nowe obszary badawcze.

Z całą pewnością wielkim wkładem „Leksykonu terminów medialnych” w rozwój dyscypliny jest to, że pokazuje on dorobek polskich medioznawców, porządkując i definiując obszary, którymi zajmują się polscy badacze mediów, wywodzący się często z różnych dyscyplin: kulturoznawcy, językoznawcy, literaturoznawcy, filmoznawcy, ekonomiści, prawnicy, politolodzy, socjologowie, historycy, etc. Rola „Leksykonu...” w popularyzacji (także poza granicami naszego kraju) polskiej myśli medioznawczej, jest nie do przecenienia. Jak zapowiadali w 2022 roku redaktorzy tomu: „Nadszedł czas, aby pokazać, co polskie medioznawstwo wniosło do nauki o komunikacji społecznej, a zwłaszcza co może wnieść w przyszłości. Tak właśnie – w skrócie – definiujemy podstawowy cel naukowy leksykonu” (Wolny-Zmorzyński, Filas, Płaneta 2022b, s. 121).

Po trzech latach od rozpoczęcia tego wielkiego przedsięwzięcia, realizowanego w ramach projektu „Nauka dla Społeczeństwa” finansowanego przez Ministerstwo Edukacji i Nauki, można powiedzieć, że cel ten został w pełni osiągnięty. Projekt „Nauka dla Społeczeństwa” kładł nacisk na popularyzację osiągnięć naukowych, a formuła „Leksykonu terminów medialnych” doskonale się tu sprawdziła. Twórcom haseł i redaktorom udało się utrzymać wszystkie teksty w naukowych ryzach, jednocześnie tłumacząc problemy badawcze i terminy medialne językiem prostym, przystępnym, zrozumiałym. Swobodna polszczyzna sprawia, że jest to lektura przyjemna i lekka. W odróżnieniu od wydawnictw encyklopedycznych czy słowników, które

przeznaczone były dla wyrobionych czytelników, badaczy i studentów, najnowszy „Leksykon terminów medialnych” jest „adresowany do wszystkich osób, które chcą się dowiedzieć czegoś więcej o mediach i rozszerzyć swą wiedzę na ich temat” (Wolny-Zmorzyński, Doktorowicz, Filas, *Planeta* 2024, s. 7).

Zagadnienia dotyczące mediów uporządkowane zostały w ramach 12 obszarów tematycznych: Język mediów, genologia dziennikarska, retoryka (ponad 470 haseł); media audiowizualne w teorii i badaniach, pragmatyka telewizji (216 haseł); media drukowane (prasa, ilustracja, komiks, projektowanie graficzne (blisko 300 haseł); nowe media i komunikowanie w sieci, technologie i algorytmizacja komunikacji (299 haseł); Public Relations, reklama, marketing (288 haseł); Radiofonia w teorii i badaniach, sfera audialna a komunikowanie (227 haseł); regulacje mediów, prawo i etyka (290 haseł); semiotyka i teoria kultury, medialne obrazy świata i narracje w mediach (279 haseł); system mediów w Polsce, rynek mediów (109 haseł); systemy medialne w świecie, komunikowanie międzynarodowe (69 haseł); teorie, modele, wyniki badań nad komunikowaniem, mediatyzacja, komunikowanie polityczne, kompetencja i edukacja medialna (359 haseł); współczesne problemy mediów i dziennikarstwa (95 rozszerzonych haseł problemowych). Obszary te reprezentowane były przez polskich naukowców z 36 uczelni i ośrodków badawczych. Opracowywali oni hasła, które później zaprezentowane zostały w porządku alfabetycznym, w dwóch tomach „Leksykonu terminów medialnych”. Można znaleźć w nim łącznie 3005 haseł, z czego 2890 to hasła definicyjne, a 115 – eseistyczne, które są rozwinięciem problemów zawartych w hasłach definicyjnych.

Terminy medialne zaprezentowane są w taki sposób, aby zrozumiałe były dla wszystkich czytelników, a nie tylko tych, którzy reprezentują środowiska akademickie. Każde hasło jest odrębną historią, co sprawia, że „Leksykon terminów medialnych” można czytać „na wrywki”, losowo wybierając sobie strony, od których rozpocznie się lekturę, albo od A do Z. Taki czy inny sposób czytania i pogłębiania wiedzy będzie też doskonałą rozrywką intelektualną, gratką dla erudytych pozwalającą odkrywać nowe obszary i porządkować wiedzę o tym, co już udało się ustalić badaczom mediów.

Każde hasło przynosi krótkie wyjaśnienie terminu i jego przykład wzięty z praktyki medialnej lub badawczej. W przypadku etymologii terminów pochodzenia obcego, tuż po wyrazie hasłowym podano nazwę języka, z którego wyraz pochodzi, a czasem krótkie wytłumaczenie jak można go rozumieć. Pod hasłami umieszczona jest bibliografia polska i obca, tłumaczona oraz w oryginale, wskazująca na najważniejsze i najbardziej aktualne publikacje, które dodatkowo mogą wzbogacić wiedzę czytelników. Każde hasło podpisane jest imieniem i nazwiskiem jego autora.

Szczęśliwie stało się tak, jak zapowiadali redaktorzy Leksykonu, którzy chcieli swoją pracą „podkreślić niezwykły – a często niedoceniany – dorobek polskich filologów, językoznawców, socjologów, psychologów społecznych, politologów, a zwłaszcza medioznawców młodego pokolenia w zakresie badań nad dziennikarstwem, mediami i komunikacją społeczną” (Wolny-Zmorzyński, Filas, *Planeta* 2022b, s. 121).

Oprócz promocji polskiej myśli medioznawczej, szerokiego zakresu bardzo aktualnych pojęć, które są przystępnie definiowane i przedstawione w wielorakich kontekstach społeczno–kulturowych i zbudowane na solidnym fundamencie najnowszej

literatury naukowej, „Leksykon terminów medialnych” ma nieocenione walory poznawcze i edukacyjne. Z pewnością będzie unikalnym i ciekawym materiałem dydaktycznym na zajęcia ze studentami i seminaria oraz źródłem inspiracji wielu prac badawczych. Bardzo ważna też może być jego rola w procesach decyzyjnych dotyczących mediów i komunikacji społecznej – oferuje bowiem decydom aktualne i rzetelne źródła informacji oraz przegląd najnowszych problemów zaprezentowanych w oparciu o bogatą literaturę krajową i zagraniczną, gruntowną wiedzę i wieloletnie doświadczenie wielu wybitnych polskich medioznawców.

Warto dodać, że w dwóch tomach „Leksykonu...”, w bibliografii towarzyszącej terminom medialnym, prace opublikowane w *Zeszytach Prasoznawczych* cytowane są 134 razy! Innymi słowy: Autorzy ponad stu haseł odwoływali się do badań prezentowanych na *Zeszytowych* łamach! To wiele mówi o roli naszego czasopisma w umacnianiu dyscypliny i wskazywaniu nowych kierunków badań.

Leksykon, również dzięki swobodnej polszczyźnie, która jest wielkim atutem tej niezwyklej publikacji, jest pasjonująca lekturą, podpowiadającą nowe pomysły i otwierającą nieznaną dotąd perspektywę, wprowadzającą czytelnika w nowe obszary polskiej mediosfery XXI wieku. To bardzo ciekawa wyprawa. Zachęcamy do wspólnej podróży!

Bibliografia

- Barnouw E., Gerbner G. (ed.) (1989). *The International Encyclopedia of Communications*. Oxford.
- Beliczyński J. (2007). *Słownik pojęć z zakresu radia i reklamy radiowej*. Kraków.
- Donsbach W. (ed.) (2008). *The International Encyclopedia of Communication*. Oxford.
- Donsbach W. (ed.) (2015). *The Concise Encyclopedia of Communication*. Oxford.
- Fras J. (2019). O słownikach, informatorach biograficznych i encyklopediach powstałych z udziałem Walerego Pisarka. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 2, s. 179–187.
- Maślanka J. (red.) (1976). *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk.
- Ogonowska A. (2006). *Szkolny słownik mediów elektronicznych*. Kraków.
- Pisarek W. (1967). Powstaje encyklopedia prasowo-wydawnicza. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 2, s. 41–48.
- Pisarek W. (red.) (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków.
- Wolny-Zmorzyński K., Filas R., Płaneta P. (2022a). *Lexicon of Media Terms as an Attempt to Synthesize the Knowledge about the Mediasphere of the 21st Century from the Polish Perspective*. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3, s. 83–95.
- Wolny-Zmorzyński K., Filas R., Płaneta P. (2022b). Leksykon terminów medialnych jako próba syntezy wiedzy o mediosferze XXI wieku z polskiej perspektywy. *Naukowy Przegląd Dziennikarski*, nr 2, s. 106–125.
- Wolny-Zmorzyński K., Doktorowicz K., Filas R., Płaneta P. (red.) (2024). *Leksykon terminów medialnych*. Toruń.

Early View