


**PRASA – JEGO CHLEB POWSZEDNI.
WALERY PISAREK JAKO BADACZ JĘZYKA PRASY
I KONTYNUACJA JEGO DZIEŁA**

Małgorzata Kita

 orcid.org/0000-0003-1456-634X

Katedra Międzynarodowych Studiów Polskich
Uniwersytet Śląski w Katowicach

ABSTRACT

Press – His Daily Bread. Walery Pisarek as a Researcher of Polish Press and Continuation of His Work

This article presents scientific achievements of Walery Pisarek, specialist on language, press, communication in the language of press. There are two perspectives presented in the article: bringing out problematic and methodological innovations considering historical context of selected publications (published as books) and presentation of the scientist's propositions and bearing capacity. Continuation of themes and methods introduced into science by Walery Pisarek is visible in many books and articles of other researchers. His concepts are used in the way proposed in prototype, but also modified, adjusted to new language and media realities. Inspirations of Walery Pisarek's works are observed especially in research on such issues as: structure and form of the title, rhetoric in media, language culture in media, analysis of media content. Author's textbook to teach communication and dictionary of media terminology edited by Professor are also commonly recalled.

Keywords: linguistics, media, media studies, medialogistics, Walery Pisarek

Walery Pisarek to językoznawca, prasoznawca, komunikolog, autor około 700 tekstów o różnym statusie genologicznym: książek autorskich (monografii, słowników, podręcznika, wyboru tekstów naukowych), książek współautorskich, książek redagowanych lub współredagowanych, artykułów naukowych, haseł słownikowych, recenzji, tekstów poświęconych ludziom nauki (sylwetki, nekrologi), edytoriale (w *Zeszytach Prasoznawczych*). Wymienię tu tytuły książek autorskich i współautorskich z zakresu prasoznawstwa i jego okolic (kilka z nich było wznawianych,

co dowodzi ich żywotności i poczytności): „Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświetleniu lingwistycznym” (Kraków 1967), „Retoryka dziennikarska” (Kraków 1970, wyd. 2. popr. i uzup. Kraków 1975, wyd. 3. Kraków 1988), „Frekwencja wyrazów w prasie. Wiadomości – komentarze – reportaże” (Kraków 1972), „Prasa – nasz chleb powszedni” (Wrocław 1978), „Słownik języka niby-polskiego, czyli błędy językowe w prasie” (Wrocław 1978), „Analiza zawartości prasy” (Kraków 1983), „Słowa między ludźmi” (Warszawa 1985, wyd. 2. zmien. Warszawa 2004), „Nowa retoryka dziennikarska” (Kraków 2002), „Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność” (Kraków 2002), „O mediach i języku” (Kraków 2007), „Wstęp do nauki o komunikowaniu” (Kraków 2008), „Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce sierpień 1980 – 13 grudnia 1981” (Kraków 2008). Każda z nich była znacząca, budziła szerokie zainteresowanie i specjalistów, i czytelników. Uhonorowanie dwóch prac Walerego Pisarka nagrodami takimi jak Śląski Wawrzyn Literacki¹ i Krakowska Książka Miesiąca² potwierdziło fakt, że książka naukowa może trafić ze swoim przesłaniem poznawczym do czytelnika niespecjalistycznego. Doniosłą pozycję w imponującym (nie tylko przecież pod względem liczbowym) dorobku Autora zajmuje tematyka języka w prasie, a czasem również języka prasy (ale i szerzej: mediów)³. Co Walery Pisarek wniósł do polskiego językoznawstwa zorientowanego na badanie języka w mediach (zob. też Kajtoch 2011; Kawka 2016)? Wymienić można następujące domeny i dokonania:

- wprowadzenie lingwistycznego punktu widzenia do badań komunikologicznych i medioznawczych⁴;
- prasoznawstwo: prowadzenie i organizowanie systematycznych badań w ramach Ośrodka Badań Prasoznawczych (Walery Pisarek pełnił funkcję dyrektora Ośrodka w latach 1969–2000) i *Zeszytów Prasoznawczych* (Walery Pisarek był redaktorem naczelnym periodyku), naukowy PR dotyczący OBP, popularyzacja badań światowych nad mediami (za pośrednictwem artykułów przeglądowych i recenzji, sprawozdań z konferencji zagranicznych i krajowych);
- wpisanie na trwałe w zakres zainteresowania językoznawstwa problematyki języka prasy, a następnie języka mediów, w tym:
- stała refleksja nad kulturą języka *sensu stricto* i jego perswazyjnością oraz nad istotą i stanem badań nad językiem w mediach;
- powracające wątki metodologiczne (analiza zawartości prasy, badania nad frekwencją wyrazów w prasie, zasada interdyscyplinarności/multidyscyplinarności badań nad mediami i językiem w mediach);

1 Nagroda przyznana za książkę „Nowa retoryka dziennikarska” w 2002 roku.

2 Nagroda za „Słownik terminologii medialnej” przyznana w lutym 2007 roku.

3 Por. artykuł Walerego Pisarka, w którym autor prowadzi rozważania nad istotą obiektów badawczych scharakteryzowanych w aforystycznym ujęciu jako „język mediów czy język w mediach?” (Pisarek 2016). Do sugestii teoretycznych i metodologicznych z tego artykułu nawiązują autorki cyklu antologii Małgorzata Kita oraz Iwona Loewe; por. Kita, Loewe, (red.) 2012, 2016a, 2016b, 2018, 2019.

4 O pozycji lingwisty w badaniach nad językiem w mediach zob. np. Wojtak 2014.

- badania nad tytułem i uznanie go za „swoistą nazwę własną”;
- propagowanie koncepcji słów sztandarowych i jej aplikacja w zakresie tekstów prasowych;
- refleksja nad przyszłością prasy i innych mediów masowych.

W opisie prasoznawczego dorobku Walerego Pisarka⁵ przyjmuję dwie perspektywy, mające na celu zarówno wydobycie nowatorstwa problemowego i metodologicznego z uwzględnieniem kontekstu historycznego wybranych publikacji (opublikowanych w postaci książek), jak też wskazanie nośności pomysłów i propozycji Uczonego. Są one bowiem nadal relewantne i wykorzystywane jako podstawa prowadzonych w różnych ośrodkach badań nad językiem w mediach, a zwłaszcza w prasie. W prezentacji prac Profesora Pisarka przyjęto porządek chronologiczny.

„Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświetleniu lingwistycznym” (1967)

Klasycznymi tekstami poświęconymi badaniom nad językiem w prasie (w mediach) są: artykuł „Tytuł utworu swoistą nazwą własną” (Pisarek 1966) i monografia „Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświetleniu lingwistycznym” (Pisarek 1967). Okazały się one iskrą, która zrodziła nurt w lingwistyce onimicznej zwany onomastyką medialną (zob. prace teoretyczne Katarzyny Skowronek i Mariusza Rutkowskiego)⁶. Jak stwierdzają Katarzyna Skowronek i Mariusz Rutkowski, „nazwy stają się ważnym fragmentem dyskursu medialnego, formą multimodalnej komunikacji i ekspresji, gdyż posiadają one (na poziomie pojęciowym i leksykalnym) wszystkie lub prawie wszystkie cechy tego sposobu komunikowania się” (Skowronek, Rutkowski 2004, s. 19). Medioonomastyka wkracza w zakres teoretyczno-metodologiczny mediolingwistyki⁷. Badanie nazw medialnych wymaga bowiem zawsze „metodologicznej otwartości oraz szerokiego i rzetelnego zaplecza teoretycznego” (Skowronek 2013, s. 159), które oferuje właśnie mediolingwistyka.

Dla prasy tytuł zamieszczonego artykułu jest istotną kategorią funkcjonalną, bo ma wpływ na decyzję o bliższym kontakcie czytelnika z tekstem prasowym. Stąd i zainteresowanie Badacza prasy tym tworem językowym, będącym ważnym

5 W artykule wykorzystuję kilka przereferowanych fragmentów mojego wcześniejszego tekstu (Kita 2011).

6 Nazwa medialna *sensu stricto* „to po prostu nazwa każdego środka przekazu, każdego medium, rozumianego w sensie instrumentalno-technicznym: są nimi przede wszystkim tytuły gazet i czasopism [...], w tym także internetowych, nazwy stacji radiowych i telewizyjnych oraz portali i witryn internetowych” (Skowronek, Rutkowski 2004, s. 36). Definicja nazw medialnych *sensu largo* „obejmuje również tytuły seryjnych «produktów», wytworów medialnych, do których zaliczamy cykliczne audycje radiowe, programy telewizyjne oraz regularnie ukazujące się rubryki i działy w czasopismach” (Skowronek, Rutkowski 2004, s. 36).

7 Zob. Skowronek 2013; por. też Rutkowski 2016.

taktycznie i strategicznie elementem autoprezentacji i autopromocji medium (Kaszewski 2018). Tytuł „jest oknem wystawowym wypowiedzi wydrukowanej: informuje o towarze i zachęca do jego nabycia”⁸ (Pisarek 2002, s. 163).

Dla Walerego Pisarka tytuł utworu stanowi „swoistą nazwę własną” (Pisarek 1966)⁹. Uwagę językoznawcy przyciągają jego funkcje: „tytuły pełnią w procesie komunikowania oprócz właściwej wszystkim nazwom własnym funkcji oznaczania indywidualności także inną funkcję. Z punktu widzenia nazw własnych jako ogólnej kategorii dodatkową; z punktu widzenia tytułów jako osobnej subkategorii – podstawową. Funkcja ta to informowanie o samym desygnacie, czyli o danym utworze” (Pisarek 1967, s. 25)¹⁰. Uczony, opierając się na analizach korpusu, który tworzy prasa lat sześćdziesiątych, wyróżnia następujące rodzaje informacji przekazywanych przez nagłówki i egzemplifikuje je przykładami (Pisarek 1967, s. 25–27): (1) precyzowanie treści utworu: a) streszczanie najważniejszej wiadomości lub tezy utworu, b) określanie tematu utworu, (2) uwydatnianie głównej okoliczności, nastroju, gatunku utworu i (3) wskazywanie odbiorcy.

Bezpośrednim nawiązaniem do tych badań sprzed pięćdziesięciu lat jest artykuł Edyty Pałuszyńskiej (2016) mający na celu pokazanie zmian zachodzących w formie nagłówków¹¹ w ostatnim półwieczu w zakresie wartości informacyjnej i formy syntaktycznej. Autorka wykorzystała typologię funkcji informacyjnych Walerego Pisarka, która – jak stwierdza badaczka – „podlega [...] jednak rozbudowaniu tam, gdzie podgrupy ulegają rozszerzeniu i modyfikacji lub gdzie pojawiają się nowe formy nagłówków” (Pałuszyńska 2016, s. 105).

W artykule badano nagłówki pochodzące z dwóch okresów: 1996–1997 i 2015–2016. Zestawiając je z ustaleniami Walerego Pisarka, autorka tak podsumowuje swoje analizy:

Zmiana w formie nagłówków z lat dziewięćdziesiątych w porównaniu z nagłówkami z lat sześćdziesiątych XX wieku miała charakter jakościowy: powstały nowe schematy składniowe nagłówka, doszło do zmiany hierarchii funkcji, nastąpiło zwielokrotnienie głosów i perspektyw nadawczych, udramatyzowanie sytuacji komunikacyjnej na skutek wzbogacenia form zwrotu do odbiorcy. Porównanie nagłówków z lat 1996–1997 i 2015–2016 wskazuje, że wprowadzone do prasy nowe

8 Zob. też inną metaforę tytułu: „z dobrym tytułem, leadem i nadtytułem do tekstu jest jak z potrawami: jeśli będą kiepsko doprawione, nikt ich nie ruszy. [...] To one nadają tekstowi smak i charakter”; M. Fura. (2005). *Sztuka przyprawiania*, *Press VIII*, s. 58, cyt. za: Ślawska 2008, s. 118.

9 Do tej myśli nawiązał Stanisław Gajda, traktując tytuł jako ideonim: „tytuły tekstowe przynależą do kategorii nazw własnych idealnych, oznaczających tylko jeden obiekt we wszechświecie. Zalicza się je do tzw. ideonimów, czyli nazw wytworów kultury duchowej człowieka, indywidualnych niezależnie od wysokości nakładu i liczby wydań” (Gajda 1987, s. 81). W teorii tekstu tytuł, a więc i nagłówek, określany jest jako pozycja strategiczna, gdyż sytuuje tekst w kontekście i stanowi metatekstową wypowiedź o nim (Duszak 1998, s. 128).

10 Por. też Furman 2006, s. 225.

11 Badaniu podlegały nagłówki w *Gazecie Wyborczej*.

schematy składniowe nagłówków są nadal chętnie wykorzystywane przez dziennikarzy *Gazety Wyborczej* (Pałuszyńska 2016, s. 113).

Walery Pisarek poszukiwał statystycznie potwierdzonych tendencji w kształtowaniu językowej formy nagłówków w zależności od gatunku wypowiedzi. Ten cel realizował w licznych pracach z zakresu genologii lingwistycznej (np. Wójcicka 2006), w tym jej obszarze, który wypełniają badania nad medialnymi gatunkami tekstu czy to w postaci kanonicznej, czy też w formie różnych reprezentacji wariantowych (Wojtak 2004, 2010). Podejmowane są badania tekstologiczne (np. Duszak 1998, Żydek-Bednarczuk 2005) tego „najmniejszego tekstu prasowego” (Ślaska 2008, Grochala 2002), opisywana jest jego stylistyka (np. Pałuszyńska 2006) i retoryka (np. Kajtoch 2011).

„Retoryka dziennikarska” (1970) – „Nowa retoryka dziennikarska” (2002)

Gdy zostało opublikowane pierwsze wydanie „Retoryki dziennikarskiej” (1970), polski czytelnik miał dostęp do tłumaczeń antycznych teoretyków retoryki. Tym samym jego myślenie o retoryce było ukształtowane za pomocą jej starożytnego pojmowania jako techniki i sztuki wysławiania się – to teoria skutecznego słowa powiązana z praktyką przemawiania. Celem retora miało być przekonanie audytorium do swoich racji. Ta intencja jeszcze w świecie antycznym została zastąpiona ideą retoryki jako sztuki pięknego mówienia – Kwintylianova formula *bene dicendi scientia*, z katalogiem figur retorycznych¹² zdobiących mowę. Przeciętnemu użytkownikowi języka z połowy XX wieku kojarzyła się z pustą, czczą gadaniną (chętnie stosowaną przez polityków) i była przez niego traktowana z ostrożnością i podejrzliwością. Waloryzowanie retoryki, w którym kryterium stanowi osąd etyczny, jest biegunowe: istnieje retoryka dobra, jest i zła, czarna, zakazana.

Jako korzenie swojej „Retoryki...” Autor wskazuje dzieło Arystotelesa „*Téchne rhetoriké*”. Dwadzieścia pięć wieków, jakie minęły od chwili napisania książki, nie odebrały jej wartości, zmieniał się jednak świat, zmieniało się odczytanie Arystotelesa, pojawiały się nowe ujęcia retoryki. Niezmienny pozostał jej językowy fundament – retoryka to działanie słowami (gdzie słowa stanowią metonimię języka).

Retoryczną myśl Arystotelesowską osadza Autor w dwojakich kontekstach współczesności. Bohaterem (i adresatem) nie jest już mówca (*rhetor*), który przemawia do tłumu na agorze, by go przekonać i pozyskać do swoich racji. W wieku XX (wieku mediów) funkcję retora w zmienionej rzeczywistości przejmuje dziennikarz (choć dzisiejsi beneficjenci dziedzictwa retoryki są, oczywiście, bardziej liczni, o czym przekonują kolokacje typu retoryka polityki/polityków, retoryka władzy, retoryka

¹² W klasycznej retoryce funkcjonuje pojęcie figur retorycznych – myśli i słów (Cyceron), zob. np. Kudra 2012, por. też podręcznik Bogołębska, Worsowicz 2016.

reklamy, retoryka celebrytów itp.) jako twórca piszący dla prasy, która stanowi (dziś trzeba chyba użyć czasu przeszłego) „nasz chleb codzienny”.

Drugim śladem współczesności jest przedstawienie retoryki – retoryki dziennikarskiej – jako jednej z domen sfunkcjonalizowanego użycia języka z uwzględnieniem perspektywy interdyscyplinarnej (bynajmniej przecież w połowie lat siedemdziesiątych nieoczywistej, choć klimat intelektualny tego okresu sprzyja już myśleniu o lingwistyce jako dziedzinie naukowej „otwartej”). Autor wskazuje dokonania innych dyscyplin (psychologii, socjologii), które wspierają językoznawstwo zainteresowane „polem dziennikarskim”, czy szerzej: działaniami językowymi na tym obszarze.

„Retorykę dziennikarską” Walery Pisarek określa jako „podręcznik pisania do prasy”, adresowany przede wszystkim do studentów dziennikarstwa. Co ważne, opracowanie to przynosi nowe ujęcie retoryki w nowym dla niej kontekście, który ukształtował się wraz z powstaniem mediów masowych (mówi się o retoryce audio-wizualnej, por. Cotteret 2000)¹³. Retoryka jako fundament tworzenia i kształtowania tekstu (retoryczność jako właściwość tekstu/dyskursu) i jako metoda analizy tekstu zaproponowana przez krytykę retoryczną (zob. Jost, Olmsted 2012) są w sposób ciągły stosowane do badań nad tekstami medialnymi (por. Sobczak 2018; Worsowicz 2013). Jak pisze Barbara Bogołębska, od lat stosująca instrumentarium retoryczne w analizach tekstów w prasie, uprawiająca retorykę tekstualną, medialną i dziennikarską (zob. też Bogołębska 2015; Bogołębska, Worsowicz 2016)¹⁴,

spośród charakterystycznych dla krytyki retorycznej technik analitycznych i nurtów na uwagę zasługuje zwłaszcza [...] metoda neo-Arystotelesowska (neoklasyczna, uwzględniająca pojęcia retoryki klasycznej), metaforyczna i noworetoryczna (argumentacyjna). Metody krytyki retorycznej zorientowane są na odbiór, analizę i tworzenie tekstu pod względem skuteczności retorycznej (Bogołębska 2018, s. 19–20; zob. też Sobczak 2017).

¹³ Książka okazała się pierwszym polskim krokiem w kierunku „imperium retoryki”, które objęło film (Godzic 1982), reklamę (Lewiński 1999) i w istocie totalną przestrzeń komunikacji ludzkiej (Wasilewski 2006; Marcjanik 2006; Cieślak 2009). Wiedza retoryczna weszła w skład świadomości i kompetencji „przeciętnego” użytkownika języka, stała się dobrem wspólnym, już nie tylko wiedzą dla wtajemniczonych: „każdy” stał się mówcą, uczestnikiem tekstowego świata (por. też: Pietrzak 2005; Rusinek, Załazińska 2007; Nita, Wasilewski 2011).

¹⁴ Zob. też Bogołębska 2015; Bogołębska, Worsowicz 2016.

„Słownik języka niby-polskiego,
czyli błędy językowe w prasie” (1978)

„Niby-polski” jest językiem, w którym zawiera się to, co „zachwaszcza naszą mowę, a przeciw czemu się buntuje nasze poczucie poprawności, logiczności i piękna” (Pisarek 1978, s. VII). Jako „niby-polski” Autor traktuje język prasy. To on dostarczył materiału, który złożył się na niezwykły słownik. Mowa w nim o tekstach dziennikarzy. Jako że są oni grupą opiniotwórczą i wzorotwórczą, ich zwyczaje językowo-komunikacyjne są przenoszone do komunikacji codziennej – bo prasa to „nasz chleb powszedni”. Jednocześnie etykieta: język „niby-polski” prasy to metonimia języka władzy, dyskursu politycznego z jego magiczną wiarą w moc zaklania rzeczywistości językiem. Prasa i jej język opisywanego okresu to przekąznik dyskursu władzy.

Wagę tego słownika, różniącego się formalnie od wzorca kanonicznego tego gatunku, docenić można w pełni, kiedy osadzi się go w kontekście dwudziestowiecznej tradycji leksykograficznej. Jest to bowiem czas ciągle jeszcze zdominowany monumentalnym „Słownikiem języka polskiego” pod redakcją Witolda Doroszewskiego, tak pod względem teorii leksykograficznej, jak i praktyki słownikowej. Dopiero zaczynają ukazywać się słowniki językowe publikowane przez PWN. Słownik Walerego Pisarka mieści się w nurcie lapsologicznym. Ten kierunek badań nadal funkcjonuje – bo też, co oczywiste, błędy wszelkiego rodzaju w mediach występują (Zbróg 2007; Kukieła 2010). Jednak, co ważne, dokonuje się ich mediatyzacja, wykorzystanie. Błąd, jeśli jest atrakcyjny, zostaje włączony w dyskurs medialny i w nim powielany, a tym samym utrwalany (Kita 2008).

„Analiza zawartości prasy” (1983)

Bardzo istotną i wpływową pozycją dla polskiego prasoznawstwa jest opracowanie „Analiza zawartości prasy”. To studium przedstawiające jedną z metodologii badań nad prasą, wprowadzające do polskich badań metodę stosowaną na świecie od lat czterdziestych XX wieku, która nosi nazwę analizy zawartości prasy (ang. *content analysis*, fr. *analyse de contenu*, niem. *Inhaltsanalyse/Aussagenanalyse*, ros. *kontent-analiz/analiz sodierżanija*). Polega ona na „rozkładaniu [przekazu – M.K.] na elementy prostsze lub wyodrębnianiu jego cech, właściwości i elementów oraz następnie klasyfikowaniu ich zgodnie z przyjętym systemem kategorii” (Pisarek 1983, s. 29). Tak zarysowana procedura badawcza, po przyjęciu parametrów opisu, stosowana dla charakterystyki komunikatu prasowego (por. np. Pamuła 1996) daje możliwości opisu, porównywania, konfrontowania materiału pochodzącego z różnych tytułów prasowych, różnych krajów, różnych czasów – dzięki ujednoczonej, zestandaryzowanej procedurze, uniezależnieniu wyników badań od czynnika subiektywnego – podmiotu poznającego, badacza.

Systematycznie stosowana w długim okresie metoda przydaje badaniom nad prasą stabilności metodologicznej i operacyjnej, oferuje podstawę porównawczą

(Kawka, Filas, Płaneta 2016). Zmiany w polu medialnym skłoniły Małgorzatę Lisowską-Magdziarz do rozszerzenia stworzonej na potrzeby prasy procedury badawczej na inne media, co zaowocowało publikacją dotyczącą analizy zawartości mediów (Lisowska-Magdziarz 2004).

„Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność” (2002)

Bardzo inspirująca dla badań prasoznawczych (i szerzej: społecznych) jest koncepcja słów sztandarowych. Są to wyrazy i wyrażenia, które z racji swojej wartości denotacyjnej i konotacyjnej, a zwłaszcza emotywnej, nadają się na sztandary i transparenty, a więc do roli *x* lub *y* w strukturach typu *Niech żyje x! Precz z y!* Wśród nich są *miranda*, czyli nazywające to, co budzi emocje pozytywne, co jest cenione, szanowane, podziwiane, i *kondemnanda*, czyli nazywające to, co wywołuje emocje negatywne, jest krytykowane, potępiane, odrzucane. Wartości i antywartości, *miranda* i *kondemnanda* – byty i konstrukty abstrakcyjne – na płaszczyźnie użycia językowego wyrażają się słowami sztandarowymi. A te można badać z wykorzystaniem metod i instrumentarium statystyczno-socjologicznych. Procedurę ich badania stworzył i doskonalił Profesor latami.

Zaplanowane długofalowo badania prowadzone z zastosowaniem jednolitej metody sztandarowych słów, opracowanej, weryfikowanej i w razie potrzeby modyfikowanej, pozwalają stworzyć semantyczno-leksykalną panoramę polskiej prasy (polskich mediów) w układzie synchronicznym i diachronicznym, monograficzną lub syntetyczną, z możliwością dokonywania operacji komparatywnych w dowolnej konfiguracji. Tego rodzaju badania mają wymiar wykraczający poza medioznawstwo, pozwalają bowiem równolegle opisywać i diagnozować społeczeństwo, w całości lub wyselekcjonowane pod względem parametrów społecznych, biologicznych itp., z jego systemem aksjologicznym, obserwować zmiany na osi czasu (przestrzeni) w hierarchii wartości i antywartości.

„Słownik terminologii medialnej” (2006)

Udział Profesora Pisarka w dwóch wielkich leksykograficznych projektach dotyczących mediów – „Encyklopedii wiedzy o prasie” pod redakcją Juliana Maślanki (1976), w której Profesor jest autorem „Wstępu” i części haseł, oraz w „Słowniku terminologii medialnej” (2006), którego jest redaktorem kierującym pracami zespołu – daje świadectwo ewolucji (rozwoju) wiedzy o mediach, jak i zmian zachodzących w samych środkach masowego przekazu. Dystans czasowy między tymi dwiema ważnymi publikacjami to czas radykalnych zmian pola medialnego, tyleż światowego, co polskiego. Prasa przestała być medium dominującym, zaczęto nawet prognozować „śmierć prasy” (Poulet 2011), radio i telewizja przeobraziły się zarówno w planie funkcjonowania, jak i odbioru (radio analogowe – radio cyfrowe, paleotelewizja – neotelewizja), pojawiło się nowe medium – internet, które nie

tylko stworzyło nową jakość komunikacyjno-medialną, stało się nowym środowiskiem komunikacyjnym, ale też pociągnęło w konsekwencji ewolucję, adaptację i konwergencję mediów tradycyjnych. Zmiany mają charakter i technologiczny, i kulturowy, i społeczny, zachodzą w skali globalnej, jak i w polskim kontekście funkcjonowania mediów.

Profesor Pisarek należy do elitarnego grona twórców polskiego prasoznawstwa¹⁵ – obok takich postaci jak Mieczysław Kafel czy Irena Tetelowska – reprezentując nurt lingwistyczny w badaniach nad prasą. Kolejne stadia mediamorfozy przyczyniły się do ewolucji i pola badawczego, i samych badaczy. Prasoznawstwo stało się częścią medioznawstwa, narodziła się nowa subdyscyplina – mediolingwistyka¹⁶.

Jako redaktor naukowy i autor artykułów hasłowych Profesor Walery Pisarek współkształtuje metamorfozy badań nad mediami. Tworzenie słownika terminologicznego jest bowiem ważnym etapem konstruowania i konstytuowania tożsamości dziedziny badawczej, zwłaszcza tak złożonej i multidyscyplinarnej jak medioznawstwo. Siatka pojęć uwzględnia wielość perspektyw, którą współtworzą synergicznie: teoria komunikacji społecznej, metodologia badań medioznawczych, pragmatyka komunikacji, język w mediach i retoryka, typologia mediów, telematyka, ekonomia i ekonomika mediów, prawo i etyka, warsztat dziennikarski i organizacja pracy redakcji, genologia dziennikarska, reklama i marketing, radio i telewizja, drukarstwo i szata graficzna, organizacja rozpowszechniania (Pisarek 2006, s. VI).

Do zadań słownika należy kodyfikacja słownictwa naukowego, co szczególnie ważne w sytuacji domeny wiedzy stosunkowo nowej i dynamicznie się rozwijającej. „Słownik terminologii medialnej” – promowany jako „pierwsze naukowe opracowanie terminów medialnych na gruncie polskim”¹⁷ – daje obraz pola pojęciowego, semantycznego i leksykalnego dziedzin zajmujących się mediami. Może być krokiem w kierunku postulowanej przez badaczy interdyscyplinarności czy transdyscyplinarności badań nad mediami, językiem mediów i językiem w mediach (Kita, Ślawska 2012, 2013a, 2013b; Skowronek 2013; Wojtak 2014). Słownik realizuje też inne zadanie, tym razem społeczne: to edukacja medialna społeczeństwa – społeczeństwa medialnego, żyjącego w medialnej dobie językowej (Bajerowa 2003; Kita 2016).

¹⁵ Prasoznawstwo, mimo nazwy, dążyło do ogarnięcia swym zakresem także innych mediów masowych: radia i telewizji, choć terminy „radioznawstwo” i „telewizjoznawstwo” nie zyskały szerszej popularności.

¹⁶ Zob. charakterystykę tej subdyscypliny w: Skowronek 2014.

¹⁷ [<http://universitas.com.pl/produkt/2351/Slownik-terminologii-medialnej>].

„Wstęp do nauki o komunikowaniu” (2008)

Doniosłym wydarzeniem w polskich badaniach zorientowanych komunikologicznie jest publikacja „Wstępu do nauki o komunikowaniu” (Pisarek 2008) – książki o statusie podręcznika akademickiego. Jest to dzieło o fundamentalnym znaczeniu. Dotyczy tego, co w humanistyce istotne: komunikowania *sensu largo* (Człowiek nie może się nie komunikować Paula Watzlawicka); w tę szeroką definicję włączona jest komunikacja werbalna. Nieważne okazuje się to, że badacze komunikacji czynnikowi językowemu przyznają niewielki udział procentowy. Jednak te kilka procent – język – tworzy kulturę.

To znacząca synteza *światowej i polskiej* myśli komunikologicznej. W tej szerokiej panoramie Autor uzmysławia czytelnikowi, że polscy myśliciele uczestniczą w międzynarodowym dialogu o komunikacji, jej różnych typach, formach, przejawach. Edwin Bendyk, Stanisław Czarnowski, Tomasz Goban-Klas, Stanisław Teofil Jarkowski, Mieczysław Kafel, Antonina Kłoskowska, Aleksander Matejko, Jerzy Mikułowski Pomorski, Jerzy Pelc, Irena Tetelowska, Władysław Wolter – jedenaścioro Polaków znalazło się wśród 102 autorów, których trzeba znać. To także znakomite wyważenie proporcji między zdaniem sprawy z przeszłości badań nad komunikacją (stan badań) a uwzględnieniem jej współczesnych nurtów, badań, które dokonują się na naszych oczach. Czytelnik otrzymuje obraz obszaru wiedzy, która jest bardzo dynamiczna i błyskawicznie reaguje na zmiany, jakie w komunikacji zachodzą za sprawą ewolucji technologicznej. Dalekosiężne jest uznanie wiedzy o komunikacji za pole badawcze, które nie mieści się w obrębie jednej dyscypliny naukowej, a wymaga oglądu z wielu perspektyw. Stąd określenie jej jako wiedzy multidyscyplinarnej. Co więcej, Autor proponuje, w jaki sposób realizować postulat wieloperspektywowego oglądu komunikacji, jeśli jako punkt wyjścia wykorzysta się klasyczną formułę Harolda Dwighta Lasswella (*Kto? Co mówi? Jakim kanałem? Do kogo? Z jakim skutkiem?*).

Podręcznik nauki o komunikowaniu wskazuje istotę tego pola badawczego, sytuując je wobec dziedzin bliskich, ale przecież nietożsamy – medioznawstwa i prasoznawstwa, pokazuje genezę i rozwój naukowej refleksji o komunikacji, przynosi informację o przedmiocie zainteresowań zarówno teoretycznych, jak i opisowych, empirycznych, wprowadza w tajniki metodologiczne. A ponieważ to wszystko stanowią dokonania umysłu ludzkiego, Autor dba o to, by czytelnik otrzymał informację, kto co wniósł do wiedzy o komunikacji, ale także – by został poinformowany, kim jest badacz, jaką reprezentuje gałąź wiedzy (co ważne wobec multidyscyplinarności nauki o komunikacji). Walorem książki jest akcentowanie związku wiedzy o komunikowaniu z praktyką.

„Wstęp do nauki o komunikowaniu” (Pisarek 2008) i „Słownik terminologii medialnej” (Pisarek 2006) to dwa przedsięwzięcia naukowe komplementarne wobec siebie i o dużej randze naukowej oraz dydaktycznej i społecznej. Rysują bowiem stan wiedzy rozległych dyscyplin bliskich sobie (wiedzy o komunikacji i wiedzy o komunikacji medialnej), kodyfikują terminologię, są ważnym elementem humanistycznej edukacji medialnej ogólnej i profesjonalnej (specjalistów z zakresu

komunikacji). A że żyjemy w dobie medialnej, jesteśmy członkami społeczeństwa medialnego, otoczeni gadżetami medialnymi, wiedza o komunikacji *sensu largo* i komunikacji medialnej jest niezbędnym elementem wiedzy o człowieku i świecie oraz kapitału kulturowego *produsera*.

Zakończenie

Sytuacja językoznawcy, który projektuje długotrwałe badania mediów¹⁸, jest skomplikowana i złożona (zob. m.in. Skowronek 2013; Wojtak 2014). Porusza się on na styku co najmniej dwóch dyscyplin: językoznawstwa i medioznawstwa. Podlega zmianom dyscyplin, które uprawia, nieustannie zmienia się jego obiekt badawczy (zob. np. Goban-Klas 2011) i konteksty jego funkcjonowania (czyli świat w ogóle i świat mediów). Etykieta „język w mediach” jest praktyczna, bo sytuuje zjawiska językowe w przestrzeni dyskursu medialnego, ale należy ją traktować jako dynamiczną.

Związek Walerego Pisarka z badaniami nad językiem w prasie zaczął się od roku 1960 (to data pierwszej publikacji z tego zakresu, jaką był artykuł „O metodzie badań nad językiem prasy w *Zeszytach Prasoznawczych*”)¹⁹. Można określić Profesora jako badacza mediolingwistę *avant la lettre*²⁰, który formował fundamenty teoretyczne, metodologiczne i analityczne pola badawczego o niezwyklej dynamice rozwojowej, jeśli jako kryterium takiej diagnozy posłuży liczba opublikowanych

18 „Jest to przestrzeń nieustannie obfitująca w nowe zjawiska – dlatego też badawczo niewyczerpana i przez to będąca ciągłym wyzwaniem dla badaczy”. (Rozmowa na temat statusu mediolingwistyki z prof. Ewą Marthą Eckkrammer, prof. Martinem Luginbühlem i prof. Bogusławem Skowronkiem. [www.tdk.ur.edu.pl/pliki/ROZMOWA_NA_TEMAT_STATU-SU_MEDIOLINGWISTYKI.pdf; 30.11.2018]).

19 „Przypomnieć [...] trzeba, że pierwsze teksty naukowe poświęcone badaniu języka w mediach pojawiły się w Polsce już w połowie lat 50. XX wieku. W 1956 roku założono w Krakowie Ośrodek Badań Prasoznawczych, w obrębie którego funkcjonowała Pracownia Językoznawcza. Ośrodek ów był instytucją prekursorską, jeśli chodzi o analizy polszczyzny medialnej (nie tylko prasowej). Przed 1989 rokiem, oprócz działalności Ośrodka Badań Prasoznawczych oraz rozproszonych artykułów w pismach językoznawczych (głównie w *Poradniku Językowym* i „*Języku Polskim*”), można jeszcze wskazać dwie szeroko zakrojone zespołowe inicjatywy. Badania nad językiem przekazu telewizyjnego prowadził ośrodek krakowski, kierowany przez Zofię Kurzową, oraz katowicki, pod przewodnictwem Władysława Lubasia” (Skowronek 2014, s. 15–16).

20 „Jest jednak swoistym paradoksem, że choć pierwsze monograficzne prace językoznawcze na temat komunikatów medialnych (strukturalistyczne z ducha analizy języka w telewizji) pojawiły się w naszym kraju już w latach 70. XX wieku, to odrębna subdyscyplina (paradygmatycznie i teoretycznie określona, z własnym aparatem badawczym) zwana mediolingwistyką, której zręby starałem się przedstawić w swojej książce, na gruncie polskim zaistniała dopiero w 2013 roku [...]”. (Rozmowa na temat statusu mediolingwistyki z prof. Ewą Marthą Eckkrammer, prof. Martinem Luginbühlem i prof. Bogusławem Skowronkiem. [www.tdk.ur.edu.pl/pliki/ROZMOWA_NA_TEMAT_STATU-SU_MEDIOLINGWISTYKI.pdf; 30.11.2018]).

artykułów, tomów zbiorowych i prac wprowadzających. Jego pomysły i rozwiązania są obecne w dzisiejszej lingwistycznej eksploracji przestrzeni medialnej, ale także kontynuowane z kreatywnym rozmachem.

Prace Profesora Walerego Pisarka łączą językoznawstwo z prasoznawstwem i komunikologią. Budzą refleksję nad trwałością tego pisarstwa – zmieniały się paradygmaty naukowe, zmieniały się mody językoznawcze, a uprawiane przez Profesora nowoczesne „językoznawstwo środka” ma wartość nieprzemijającą. Swoje działania naukowe Walery Pisarek związał z prasą, będącą integralną częścią komunikacji językowej zapośredniczonej medialnie. Wielki – liczbowo, ale, co ważniejsze, i jakościowo – dorobek Profesora to świadectwo potencjału tej części pola medialnego. Mimo przemian i kryzysów, a może właśnie dzięki nim, prasa przyciąga uwagę dużej grupy badaczy, poddających ją synchronicznemu i diachronicznemu oglądowi z różnych perspektyw teoretycznych, podchodzących do niej analitycznie, syntetycznie i teoretycznie (Kita 2013). Z dokonań Walerego Pisarka obficie korzysta genologia lingwistyczna, retoryka (medialna) i wchodząca w przestrzeń badawczą z impetem mediolingwistyka.

Bardzo nośne jest aforystyczne sformułowanie problemu istoty obiektu badawczego: „język mediów – język w mediach”, powracające w wielu opracowaniach dyskursu medialnego. W badaniach prasoznawczych obecna jest metoda analizy zawartości czasopism.

Podjęcie przez młodego badacza decyzji o uczynieniu głównym nurtem pracy naukowej prasy i jej języka było wyborem odważnym i perspektywicznym. Lata siedemdziesiąte ubiegłego wieku, czas publikacji książki o bardzo znaczącym tytule „Prasa – nasz chleb powszedni” (Pisarek 1978), to ciągle jeszcze okres dominacji paradygmatu strukturalistycznego, który głosił kategorycznie: badać „język sam w sobie i dla siebie”, czyli abstrakcyjny „system”. I właśnie w takim klimacie Walery Pisarek zaczyna zajmować się prasą, którą na przekór głównemu nurtowi teoretycznemu nazywa „naszym chlebem powszednim” – naszym, czyli odbiorców, ale i uczonych, stawiających przed sobą cel, jakim jest poznawanie tej sfery komunikacyjnej nazywanej „czwartą władzą” (Edmund Burke), tym, co zastąpiło katechizm („La presse a succédé au catéchisme dans le gouvernement du monde. Après le pape, le papier”, Victor Hugo), „duchowym zwierciadłem” (Karol Marks), „Jej królewską mością prasą” (Pisarek 1978, s. 5–6). Metafory władzy i pożywienia wyrażają rangę prasy jako fenomenu życia społecznego.

Bibliografia

- Badania nad tekstami prasowymi w Polsce i w Niemczech. Głos w tej dyskusji zabrali: prof. Maria Wojtak i prof. Heinz-Helmut Lüger [http://www.tdk.ur.edu.pl/pliki/BADANIA_PRA-SOZNAWCZE.pdf; 30.11.2018].
- Bajerowa I. (2003). Zarys historii języka polskiego 1939–2000. Warszawa.
- Bogółbska B. (2015). Retoryka, genologia i stylistyka tekstów literackich i dziennikarskich. Łódź.
- Bogółbska B. (2018). Współczesne gatunki i style wobec tradycji retorycznej. Łódź.

- Bogołębska B., Worsowicz M. (2016). Retoryka i jej zastosowania. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i innych kierunków humanistycznych. Łódź.
- Cieślak R. (2009). Retoryka ciała w dyskursie publicznym. Toruń.
- Cotteret J.-M. (2000). La magie du discours. Précis de rhétorique audiovisuelle. Paris.
- Duszak A. (1998). Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa. Warszawa.
- Furman W. (2006). Tytuł. W: W. Pisarek (red.). Słownik terminologii medialnej (s. 225). Kraków.
- Gajda S. (1987). Społeczna determinacja nazw własnych tekstów (tytułów). *Socjolingwistyka*, t. 6, s. 82–95.
- Goban-Klas T. (2011). Wartki nurt mediów: ku nowym formom społecznego życia informacji. Pisma z lat 2000–2011. Kraków.
- Godzic W. (1982). Komunikowanie filmowe a retoryka. Katowice.
- Grochala B. (2002). Intertekstualność w nagłówkach *Gazety Wyborczej*. W: K. Michalewski (red.). Tekst w mediach (s. 222–229). Łódź.
- Jost W., Olmsted W. (2012). Retoryka i krytyka retoryczna, red. J.Z. Lichański, tłum. zbiorowe. Warszawa.
- Kajtoch W. (2011). O Profesorze Walerym Pisarku. *Język Polski*, t. XCI, z. 2–3, s. 82–93.
- Kajtoch W. (2011). W świecie tabloidowych nagłówków. Ich retoryka oraz tworzony przez nie obraz rzeczywistości. *Oblicza Komunikacji*, nr 4, s. 119–138.
- Kaszewski K. (2018). Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji. Warszawa.
- Kawka M. (2016). Językoznawcze oblicza prasoznawstwa. W: M. Kawka, R. Filas, P. Płaneta (red.). *Zeszyty Prasoznawcze – analiza zawartości (1957–2012). Metody – tematy – autorzy* (s. 191–214). Kraków.
- Kawka M., Filas R., Płaneta P. (red.) (2016). *Zeszyty Prasoznawcze – analiza zawartości (1957–2012). Metody – tematy – autorzy*. Kraków.
- Kita M. (2008). Medialna kariera błędu językowego. W: M. Kita, M. Czempka (red.). Błąd językowy w perspektywie komunikacyjnej (s. 39–62). Katowice.
- Kita M. (2011). Recenzja dorobku Profesora Walerego Pisarka. W: K. Waśkowski (red.). Walery Pisarek. Doctor Honoris Causa Universitatis Silesiensis (s. 51–78). Katowice.
- Kita M. (2013). Dyskurs prasowy. W: E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk (red.). Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej (s. 199–288). Kraków.
- Kita M. (2016). Czy „społeczeństwo medialne” żyje w medialnej dobie językowej? W: B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch (red.). Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach (s. 25–37). Kraków.
- Kita M., Loewe I. (red.) (2012). Język w mediach. Antologia. Katowice.
- Kita M., Loewe I. (red.) (2016a). Język w internecie. Antologia. Katowice.
- Kita M., Loewe I. (red.) (2016b). Język w telewizji. Antologia. Katowice.
- Kita M., Loewe I. (red.) (2018). Język w radiu. Antologia. Katowice.
- Kita M., Loewe I. (red.) (2019). Język w prasie. Antologia. Katowice.
- Kita M., Ślawska M. (red.) (2012). Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 1. Stan wiedzy i postulaty badawcze. Katowice.
- Kita M., Ślawska M. (red.) (2013a). Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 2. Osobiste – prywatne – intymne w przestrzeni publicznej. Katowice.

- Kita M., Ślawska M. (red.) (2013b). *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*. T. 3. Tożsamość dziennikarza. Katowice.
- Kudra A. (2012). Pojęcie figury konceptualnej. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica* 4(18), s. 217–221.
- Kukieła E. (2010). O kulturze wypowiedzi w mediach. W: E. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura, M. Worsowicz (red.). *O mediach i komunikowaniu*. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej (s. 305–318). Łódź.
- Lewiński P.H. (1999). *Retoryka reklamy*. Wrocław.
- Lisowska-Magdżiarz M. (2004). *Analiza zawartości mediów*. Przewodnik dla studentów, wersja 1.1. Kraków.
- Marcjanik M. (red.) (2006). *Retoryka codzienności: zwyczaje językowe współczesnych Polaków*. Warszawa.
- Maślanka J. (red.) (1976). *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław.
- Nita A., Wasilewski J. (2011). *Instrukcja obsługi tekstów. Metody retoryki*. Podręcznik akademicki. Gdańsk.
- Pałuszyńska E. (2006). Nagłówki w *Gazecie Wyborczej* (ekspresywna leksyka, frazematyka, metaforyka). Łódź.
- Pałuszyńska E. (2016). Zmiany w językowej formie nagłówków prasowych. *Rozprawy Komisji Językowej ŁTN*, t. LXII, s. 103–115.
- Pamuła S. (1996). *Metoda analizy zawartości prasy i jej zastosowanie w wybranych tygodnikach*. Częstochowa.
- Pietrzak M. (2005). *Retoryka na co dzień: słownik zwrotów popularnych i często używanych*. Warszawa.
- Pisarek W. (1960). O metodzie badań nad językiem prasy. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 5–6, s. 110–115.
- Pisarek W. (1966). Tytuł utworu swoistą nazwą własną. *Zeszyty Naukowe WSP w Katowicach*, z. 3, s. 67–81.
- Pisarek W. (1967). *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświeceniu lingwistycznym*. Kraków.
- Pisarek W. (1970, wyd. 2., popr. i uzup. 1975, wyd. 3. 1988). *Retoryka dziennikarska*. Kraków.
- Pisarek W. (1972). *Frekwencja wyrazów w prasie*. Wiadomości – komentarze – reportaże. Kraków.
- Pisarek W. (1978a). *Prasa – nasz chleb powszedni*. Wrocław.
- Pisarek W. (1978b). *Słownik języka niby-polskiego, czyli błędy językowe w prasie*. Wrocław.
- Pisarek W. (1983). *Analiza zawartości prasy*. Kraków.
- Pisarek W. (1985, wyd. 2. zmien. 2004). *Słowa między ludźmi*. Warszawa.
- Pisarek W. (2002a). *Nowa retoryka dziennikarska*. Kraków.
- Pisarek W. (2002b). *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*. Kraków.
- Pisarek W. (2007). *O mediach i języku*. Kraków.
- Pisarek W. (2008a). *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Kraków.
- Pisarek W. (2008b). *Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce sierpień 1980 – 13 grudnia 1981*. Kraków.
- Pisarek W. (2016). *Język mediów czy język w mediach? Język Polski*, nr 92, s. 5–10.
- Pisarek W. (red.) (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków.
- Poulet B. (2011). *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, przeł. O. Hedemann. Wołowiec.

- Rozmowa na temat statusu mediolingwistyki z prof. Ewą Marthą Eckkrammer, prof. Martinem Luginbühlem i prof. Bogusławem Skowronkiem (2018). [http://www.tdk.ur.edu.pl/pliki/ROZMOWA_NA_TEMAT_STATUSU_MEDIOLINGWISTYKI.pdf; 30.11.2018].
- Rusinek M., Załazińska A. (2007). Retoryka podręczna, czyli jak wnikliwie słuchać i przekonywać mówić. Kraków.
- Rutkowski M. (2016). Medioonomastyka w ramach mediolingwistyki. *Prace Językoznawcze*, nr 18/3, s. 171–180.
- Skowronek B. (2013). Mediolingwistyka. Wprowadzenie. Kraków.
- Skowronek B. (2014). Mediolingwistyka. Teoria. Metodologia. Idea. *Postscriptum Polonistyczne*, nr 2(14), s. 15–26.
- Skowronek K., Rutkowski M. (2004). Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej. Kraków.
- Sobczak B. (red.) (2017). Powinowactwa retoryki. Poznań.
- Sobczak B. (2018). Retoryka telewizji. Poznań.
- Ślaska M. (2008). Tytuł – najmniejszy tekst prasowy. *Rocznik Prasoznawczy*, nr 2, s. 117–126.
- Wasilewski J. (2006). Retoryka dominacji. Warszawa.
- Wojtak M. (2004). Gatunki prasowe. Lublin.
- Wojtak M. (2010). Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej prasy. Lublin.
- Wojtak M. (2014). Językoznawca na medialnym polu badawczym. *Stylistyka*, nr 23, s. 163–178.
- Worsowicz M. (2013). O duchu stosowności. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna. Łódź.
- Wójcicka M. (2006). Tytuł a stylowo-gatunkowe zróżnicowanie tekstu. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia*. Sectio FF, vol. XXIV, s. 113–146.
- Zbróg P. (2007). Najczęstsze przykłady naruszania normy językowej w prasie. W: Szpila G. (red.). *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy* (s. 327–336). Kraków.
- Żydek-Bednarczuk U. (2005). Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu. Kraków. [<http://universitas.com.pl/produkt/2351/Slownik-terminologii-medialnej>].

STRESZCZENIE

Artykuł wskazuje dokonania Walerego Pisarka, językoznawcy, prasoznawcy, komunikologa w zakresie badań nad językiem prasy. W szkicu przyjęto dwie perspektywy: wydobyć nowatorstwa problemowego i metodologicznego z uwzględnieniem kontekstu historycznego wybranych publikacji (opublikowanych w postaci książek) oraz wskazanie nośności pomysłów i propozycji uczonego. Kontynuacja tematów i metod wprowadzonych do nauki przez Walerego Pisarka dostrzegalna jest w wielu książkach i artykułach innych badaczy. Jego koncepcje stosuje się w sposób wierny pierwowzorowi, ale też są modyfikowane, dostosowywane do nowych realiów językowych i medialnych. Inspiracje dziełami W. Pisarka obserwuje się zwłaszcza w badaniach takich zagadnień, jak: struktura i forma tytułu, środki retoryczne w mediach, kultura języka w mediach, analiza zawartości mediów. Często przywoływane są także autorski podręcznik propedeutyczny do nauki o komunikowaniu i słownik terminologii medialnej redagowany przez Profesora.

Słowa kluczowe: językoznawstwo, media, medioznawstwo, mediolingwistyka, Walery Pisarek