

Mariusz Rutkowski

Wstęp

Prace Językoznawcze 18/3, 5-6

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ARTYKUŁY

Mariusz Rutkowski
Olsztyn
e-mail: rutkow@uwm.edu.pl

Wstęp

Badania nad nazwami własnymi, lokujące się tradycyjnie w Polsce w obszarze szeroko pojętego językoznawstwa, od jakiegoś czasu wyraźnie przekraczają tak zakreślone granice. Zarówno praktyka badawcza, jak i podstawy metodologiczne przesuwają obserwowanie i opisywanie faktów nazewniczych w kierunku spokrewnionych z lingwistyką nauk humanistycznych i społecznych, takich jak literaturoznawstwo, historia, psychologia, socjologia czy wreszcie medioznawstwo. Świadectwem omawianych zmian jest prezentowany zeszyt „Prac Językoznawczych”, stanowiący pokłosie konferencji „Onomastyka medialna”, zorganizowanej na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie w dniach 22–23 października 2015 r.

Zeszyt jest poświęcony opracowaniom nazw własnych w mediach i przekazie medialnym. Zgromadzone teksty korpusowo i metodologicznie zwracają się więc z natury rzeczy w stronę nauk o mediach. Oznacza to, po pierwsze, że same media są istotnym rezerwuarem nazw własnych. Film, prasa, programy telewizyjne, a także gry komputerowe są nasycone obiektami, które wyróżnia się na drodze indywidualnego nazwania, a nadto w strukturę ich przekazu wplecione są liczne onimy, genetycznie pochodzące spoza warstwy przekazu medialnego. Po drugie, media jako przekaźniki czy – mówiąc metaforycznie – przestrzenie komunikacyjne same podlegają opisowi, co w sposób oczywisty pozwala narosłe wokół mediów opracowania teoretyczne wykorzystać do opisu funkcjonujących w mediach nazw własnych. Onomastyka sięga zatem do „ogrodu medialnego” dwojako: obserwując interesujące z jej punktu widzenia fragmenty (nazwy) oraz wyzyskując metody badawcze, ukształtowane w ramach medioznawstwa oraz wyrosłe na styku nauki o mediach i lingwistyki.

Zgromadzone w zeszycie teksty dotyczą różnych aspektów nazewnictwa medialnego. Organizując październikowe sympozjum, celowo nie tworzyliśmy

listy hipotetycznych „tematów do dyskusji”. Wyszliśmy z założenia, że sami autorzy, tym razem także jako odbiorcy, użytkownicy (a może również: twórcy czy nadawcy?) przekazów medialnych zaproponują interesujące z ich perspektywy ujęcia wiodącego tematu. Prezentowany zestaw tekstów jest więc odbiciem zainteresowań badawczych Autorów, a pośrednio też ilustracją najciekawszych zjawisk w sferze współczesnej medionimii polskiej. Wyrażamy nadzieję, że opracowania te spotkają się z uznaniem Czytelników i być może również staną się inspiracją dla kolejnych prób zgłębiania wieloaspektowych powiązań między sferą mediów, przekazu medialnego a warstwą nazw własnych.