

ЗАСАДИ ЛЕКСИКОГРАФІЧНОГО ОПРАЦЮВАННЯ МЕДІЙНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ДОВІДНИКУ SŁOWNIK TERMINOLOGII MEDIALNEJ (КРАКІВ, 2006)

© Сербенська О., 2010

У статті розкрито засади, якими керувалися автори словника польської медійної термінології. Звернено увагу на добір гасел, що охоплюють систему понять науки про засоби комунікації, характер гасел, спосіб опрацювання словникової статті. Беручи до уваги значення медіа в сучасному світі, підкреслено соціальну значущість словника, його важливе освітнє призначення. Досвід спроектовано на українські реалії.

Ключові слова: польська мова, лексикографія, медійна термінологія, термінологічний словник.

The article examines principles used by the authors of Polish media terms dictionary. Attention is paid to the selection of dictionary entries which describe system of concepts in mass communication, as well as the nature of terms and the way concepts are represented in the dictionary articles. Given the role of media in the modern world, a social significance of the dictionary and its important educational purpose is stressed. The experience is projected onto Ukrainian realities.

Keywords: Polish language, lexicography, media terms, terminology dictionary.

Одна з наймолодших гуманітарних дисциплін в Україні — медіазнавство проходить сьогодні процес пошуків й утвердження термінів на позначення дій, предметів, ознак, пов'язаних з медіа, за посередництвом яких значною мірою формується наше ставлення до дійсності. Постійно вдосконалюється техніка, яка допомагає збирати, магазинувати й пересилати інформацію, з'являються нові структури, програми, оновлюється й стає ефективнішою стратегія, зароджуються нові підходи, методи досліджень, висувуються нові гіпотези, виникають нові концепції опису процесів комунікації, якщо виявляють у них ще непізнані чи недооцінювані чинники.

Весь цей процес, який вибудовується з найрізноманітніших складників, потребує словесного оформлення, уточнення вже вживаних термінів, творення нових, врахування стиків з термінами наук, з надр якої вийшла ця нова в історії людської цивілізації сфера й для якої утверджується сьогодні назва *медіа*. Така діяльність сприяє ефективній праці над дослідями різних аспектів сучасних медіа, уможливує ведення наукових дискусій, полегшує контакти з тими, хто цікавиться засобами комунікації. Однак поки що оперуємо багатьма не зовсім вдалим кальками, прямими запозиченнями-американізмами, різними лексемами на позначення одного й того ж поняття тощо (*зйомка, підводка, замальовка, на живо, новинарні програми й новинний матеріал*).

Вивчення досвіду лексикографів інших держав дає змогу не лише збагатитися додатковою інформацією, а й почерпнути матеріал для порівняння, спонукає до пошуків нових методів опрацювання слів-термінів, допомагає уникнути помилок. Насамперед це важливо для українських медіазнавців, які в цьому напрямку роблять поки що лише перші спроби [1; 2].

Польща має добрі традиції в укладанні найрізноманітніших словників — за їх типами й призначенням, способом опрацювання мовних одиниць. Польські лексикографи прагнуть відтворити специфіку мовного світу народу, вникнути в усі сфери функціонування рідної мови, заглибитися в малодосліджені ділянки, показати те нове, що зароджується в мові, зафіксувати те, що відходить.

І найголовніше — сприяти досягненню високої й благородної мети — виховувати увагу до слова, посилювати почуття любові до нього, плекати в суспільстві здобутий багатовіковою працею тонус, який завжди підтримували не лише гуманітарії, а й вся освічена людність, у тому числі видатні державні діячі, які ніколи не переставали проголошувати: «Буде дух, буде мова, то буде й Польща», чи «Зробимо все можливе, щоб польське слово було мудрим і прекрасним». І зазначимо: у Польщі вміють успішно реалізувати такі гасла.

Польські медіазнавці почали працювати над своєю термінологією, спираючись на багаторічний досвід, нагромаджений у вивченні медіа, зосереджений зокрема в польському *Центрі пресознавчих досліджень*, працівники якого ще перед тридцятьма роками опублікували цінну працю — «Енциклопедію знань про пресу». Наприкінці минулого століття поляки видали також «Популярну енциклопедію мас-медіа». Колектив термінологів (понад 20 осіб) очолив відомий медіазнавець професор Валерій Пісарек, який цілком слушно у вступі акцентує на тому, що добре впорядкована термінологія виконує, крім усього іншого, також важливу освітню мету, злгоденню, яка на часі, — дає середній і вищій школі усіх типів і ступенів підручник, який готує молодь до співжиття з медіа; і ще одне, не менш важливе завдання, — сприяє популяризації знань про них у суспільстві [3, с. V].

Пошуки слів-термінів, що своєю лексико-семантичною структурою відповідають суті позначуваного поняття, і введення їх у науковий обіг — надзвичайно відповідальна справа термінологів. Прикладом може бути порівняльна характеристика термінів кількох мов на позначення одного й того ж поняття — *радіо* як сегмента системи соціальної комунікації. Так, в українській мові утвердилася назва *радіомовлення*, в російській *радиовещание*, у польській — *radiofonia*.

В українській маємо відгомін словотворчого калькування російського слова, хоч щасливо уникнули конотаційного нашарування, пов'язаного зі значенням російського *вещать* (проорокувати, говорити врочистим тоном, не допускаючи будь-яких заперечень, сумнівів). Але суті самого поняття ні українська назва, ні російська не відбиває. Адже, крім мовлення, тобто користування звуковими знаками вербальної системи, радіо, як технічний винахід, пов'язаний з акустикою, приймає, акумулює, передає все розмаїття нашої звукової реальності. Отже, найвідповіднішим із цього ряду, очевидно, є польський термін, другий компонент якого вказує на зв'язок зі звуковою природою людського буття — *соносферою*.

Одна з важливих проблем праці над спеціальним словником — це складання реєстру термінів; адже йдеться про те, щоб визначити систему понять, яка стосується дисципліни, виокремленої з надр суміжних наук (філології, історії, соціології, психології, економії, права та ін.). Хоч сама дисципліна ще дуже молода, але вона самодостатня: уже визначила свій предмет дослідження, витворила свою теоретичну базу, систему понять, має свою професійну сферу застосування.

Поняття **медійна термінологія** потрактовано дуже широко, що, виходячи з настанов авторів, цілком виправдано. У словнику — гасла з багатьох галузей (і авторів можна зрозуміти, коли вони сумніваються, чи взагалі можливі суто медійні терміни): з **теорії соціальної комунікації** (прим. *технологічний детермінізм, пресова доктрина, пізнавальний дисонанс, глобалізація, комунікаційна компетенція, інформаційна політика, семіотика, спіраль мовчання*); **методології медіазнавчих дослідів** (прим. *історія преси, методи і техніки медіазнавчих досліджень, публічна опінія*); **прагматики комунікації** (прим. *адресат, аудиторія, дискурс, персвазія, пропаганда, публічність*); **мови в медіа й риториці** (прим. *акт мови, аргументація, культура мови, журналістська риторика, стилі в медіа, зрозумілість*); **типології медіа** (прим. *бюлетень, журнал, фанзин, газета, медіа, преса, таблоїд*); **телематики** (прим. *антена, байт, гіпертекст, інтерактивність медіа, інтернет, інформаційне суспільство, піксель*); **економії та економіки медіа** (*ринок медіа, спонсорство в медіа, товарний знак*); **права й етики** (прим. *цензура, етика медіа, журналістські етичні кодекси, право реклами, свобода медіа*); **організації журналістської праці** (прим. *програмна лінія редакції, головний редактор*); **журналістської генології** (прим. *публіцистична*

стаття, радійні новини, фейлетон, репортаж, комікс); **реклами й маркетингу** (прим. рекламні оголошення, *public relations*); **радіо й телебачення** (прим. альтернативне радіо, публічне радіомовлення й телебачення, цифрове телебачення); **друкарства** (прим. *akanit*, апля, курсив); **організації розповсюдження** (прим. абонемент, колпортаж преси, *prime time*, телекомунікаційна мережа, кабельне телебачення).

Терміни з інших дисциплін у словнику дістають переважно додаткове змістове навантаження. Приміром, поширений латинізм *лектор*, крім загального значення «особа, що читає текст», набуває суто медійного: «особа, що читає текст коментаря або діалоги до фільму синхронно із зображенням».

Відчутна тенденція максимально розкрити значення слова, розрізнати семантично близькі, диференціювати через подачу складних і складених термінів. Приміром, у статті **Autor (автор)** подано суттєве застереження, що істотною є відмінність між поняттями **Autor** і **Twórca (творець)**. І далі йде тлумачення цих термінів. Слово **media** стає компонентом термінів **Media masowe**, **Media gorące i zimne**, **Media planner**, **Kontrola mediów**, **Mediateka**, **Mediatyzacja** та ін. Поняття **język** розглядають у статтях **Język w prasie**, **Język w radiu**, **Język w reklamie**, **Język w telewizji**, **Kalka językowa** та ін.

Автори прагнуть зберегти національно самобутні терміни; вони подані як гасла (**Czasopismo**, **Dziennikarz**, **Gadzinówka**, **Rozmowa**, **Warsztat dziennikarski**, **Wywiad**, **Zakładka**, **Zapowiedź**, **Zwiastun**, **Życiors**), введені в систему відсилань. Приміром, до узвичаєного інтернаціоналізму **Lid** дають відповідник **Główka**, похідне утворення **Nagłówek** потрактовано як синонім до **Podtytuł**. При гаслі **News** відсилають — zob. **Wzmianka**, а до гасла **Marginalia** — zob. też **Boczki**, до гасла **Afazja** дають вислів **Zaburzenia mowy**, а до **Feedback** — **Sprzężenie zwrotne**. Є приклади подачі навіть професійних жаргонізмів — **Zajawka**. Однак кількісно переважають різного типу новіші запозичення, серед яких чимало різноманітних аббревіатур: **BBS**, **CAS**, **CATV**, **DOS**, **IMAX**, **MAC**, **MAN**, **OTS**, **OTH**, **PAL**, **VHS** та ін., що є переважно назвами технічних нововведень.

Опрацьовано понад 1200 гасел. Кожна словникова стаття, навіть найкоротша, на кілька рядків, — авторська, що треба визнати доброю практикою. Гасла різняться між собою величиною й характером самого опису. Найбільша кількість гасел дефінітивних, обмежених кількарядковою найпростішою дефініцією. Кількісно невелика група гасел, дефінітивно розширених, де подано додаткову інформацію, деякий вартісний коментар. Найменшу групу становлять гасла енциклопедичного характеру: дефініцію значно розширено, подано стан розвитку певного явища в світі і Польщі, акцентовано на тенденціях його розвитку, на правовому регулюванні. Головний редактор сам визнає брак спільного теоретично-методологічного підходу до певних груп гасел, хоч для цього має аргументоване виправдання [3, с. VII].

Прикладом проблемного гасла, який характером більше енциклопедичний, ніж словниковий, є стаття В. Пісарека **Prasoznawstwo (пресознавство)**. У статті, обсягом майже дві сторінки, подано вузьке й широке тлумачення цього терміна, вказано історичні мотиви, які зумовили появу різних назв для дисципліни, що вивчає медіа, — *масова комунікація*, *пресознавство*, *медіазнавство*, *медійна комунікація*. Також названо прізвища перших пресознавців у світі, маємо стислий огляд історії досліджень преси в Польщі, різні погляди на вивчення цього предмета. Автор виокремлює 70-і роки минулого століття, коли польські дослідники дійшли висновку про своєрідний синтез пресознавчих наукових концепцій і визнали «інтердисциплінарну науку про періодичну масову комунікацію»; також підкреслено досягнення багатьох наук — соціології, психології, соціолінгвістики, права, економії, мовознавства, історії та теорії літератури, стилістики, ергономії, політології та ін., які властивими для них методами й технікою дослідження допомогли пізнати процеси масової комунікації. Розкрито суть «комунікологічного» підходу до пресознавчої проблематики; її цілість, на думку автора, слід розглядати відповідно до формули Ласвеля, що прийнята у світі як модель комунікації. Йдеться про модель п'ятих питань (хто говорить?, що говорить?, які засоби використовує?, до кого говорить?, яких досягає результатів?) — т. зв. модель персвазії.

Продуманою є система відсилань. Майже завжди дають їх у самому тексті словникової статті (з відповідними позначками й шрифтом); є вони, як це традиційно прийнято, і в кінці багатьох описів. Цим автори дають змогу своїм читачам поглибити відомості про певний предмет. Іноді малі за обсягом статті мають кілька або й кільканадцять відсилань (прим. **E-zin, media masowe**). Відсилання показують синонімію й варіантність у термінології, певним чином відбивають взаємини національного та запозиченого, узвичаєного й нового, сигналізують про поширеність терміна, а навіть про доцільність його вживати / не вживати. Приміром, при гаслі **Objektywizm** є відсилання — zob. **Etyka mediów, Informacja**. Зазначимо, що споріднений з ним термін *об'єктивність* доволі поширений в українському пресознавстві у значенні «неупереджений, безпристрасний».

З цього приводу маємо цікаве міркування українського медіадослідника професора І. Михайлина, який пише: «На наш погляд, категорія об'єктивності справді має бути усунута з журналістської теорії як цілком недосяжна ілюзія, але замість неї запроваджена категорія правди як цілком реальний ідеал». І далі: «Об'єктивності в журналістиці немає і не може бути, а правда завжди є. Але це може бути «своя правда», «інша правда», «чужа правда». Науковець обґрунтовує своє положення, аргументує, дає приклади, розмірковує над критеріями правди, шляхами її пошуків, ставлячи акцент на нормах загальнолюдської моралі та орієнтації на ідеал повноцінного політичного, духовного й культурного національного розвитку [4, с. 80–81].

Відсилаючи до гасла **Etyka mediów**, польський термінолог підкреслює, що йдеться про цілий комплекс оцінок, норм, засад та ідеалів, які характеризують погляди, поведінку, діяльність і які визнано, прийнято як добрі, морально обґрунтовані в праці журналістів та функціонуванні медіа. Важливо, підкреслює автор, щоб такі приписи зобов'язували і одиницю, і суспільство, і державу, були наказом моралі й професіоналізму. Приміром, подано 10 приписів для журналістів ще з передвоєнного Міжнародного Кодексу честі (Kodeks Honorowy), акцентовано на тому, що незважаючи на давність, вони не втратили актуальності (прим. відповідати за будь-яке повідомлення; нікого не знеславлювати; не йти всупереч сумлінню; не шкодити колегам).

Автор дає перелік багатьох документів — кодексів, етичних карт, а також інституцій, що повинні стежити за виконанням приписів; говорить також про випадки ігнорування прийнятих приписів. Так, соціалістичний журналіст повинен був служити насамперед владі й реалізувати вказівки партійного керівництва.

У Словнику вміщено цікавий і повчальний, зокрема для молоді, матеріал про перебування польських медіа під тиском таємних цензорських інструкцій (1946–1990 рр.) у період життя Польщі в т. зв. соціалістичному таборі (гасла — **Cenzura, Kontrola mediów, Zapis cenzury**). 1977 р. відповідальний високопосадовець, який мав доступ до таємних документів, втік за кордон, прихопивши частину інструкцій, які вдалося опублікувати. Читаючи приклади з таких документів, молодь вчиться берегти завоювання демократії, шанувати свободу слова, яка — і про це автори говорять у численних статтях — передбачає ще й велику відповідальність за мовленнєві дії.

Вартісним додатком до Словника є доволі повна бібліографія, де подано до двохсот назв праць, які стосуються важливих проблем медіазнавства. Доброю прикметою Словника є прагнення сказати нове слово в термінній лексикографії, зробити глибшим опис поняття, уникнути словникарської одноманітності, навіть ввести елементи есею. Книга насамперед цінна тим, що кожний більш-менш освічений читач, незалежно від роду діяльності, може взяти щось для себе, підвищити свій освітній рівень, збагатитися інформацією. Автори обрали добрий шлях — робити словник цікавою й потрібною книгою для всіх.

1. Дмитровський З. Є. *Телевізійна журналістика: навч. посіб.* / З. Є. Дмитровський — 3-тє вид., доповн. — Л.: ПАІС, 2009. — 224 с. 2. Яцимирська М. *Сучасний медіатекст. Словник — довідник.* / М. Яцимирська. — Л., 2005. — 127 с. 3. *Słownik terminologii medialnej* / [red. Walery Pisarek] — Kraków, 2006. — 251 с. 4. Михайлин І. Л. *Журналістика як всесвіт. Вибрані медіадослідження* / І. Михайлин. — Х.: Прапор, 2008. — 512 с.