

Maciej Kawka
 Uniwersytet Jagielloński

O badaniu języka dyskursu medialnego

ABSTRAKT

Rozpowszechnienie pojęcia dyskursu w językoznawstwie to nie tylko jego ewolucja (pojęć i definicji), ale głównie z rozwojem samej lingwistyki i to zarówno w zakresie przedmiotu badań, jak i potrzeb stosowania nowych holistycznych metodologii opisu języka w różnych i obserwowalnych procesach komunikacyjnych. Ujęcie takie umożliwia rozszerzenie rozumienia dyskursu – jest on już nie tylko pojęciem określającym rozmowę dwóch osób, ale może być stosowany do wszelkiego rodzaju aktów ustalania znaczenia przekazów komunikacyjnych, niezależnie od zapośredniczenia tego medium, a także od tego, czy w naturze tych przekazów leży sprzeczność zwrotna, będąca przecież podstawowym warunkiem rozmowy. Praktyki dyskursywne łączone są z praktykami medialnymi, a dzięki procesom mediatyzacyjnym dochodzi do autokreowania przekazu w mediach pod względem jego kształtu, typologii i funkcjonalności form oraz transmisji wartości filozoficznych, etycznych oraz estetycznych.

SŁOWA KLUCZOWE: dyskurs, ewolucja pojęciowa i definicyjna, ustalanie znaczenia przekazów, praktyki dyskursywne i medialne, autokreowanie przekazów w mediach

Dyskurs, w powszechnym rozumieniu słownikowym, to rozmowa, mowa, przemówienie, dyskusja lub też uporządkowana wymiana informacji. Można zatem powiedzieć, że rzeczywistość dyskursywna jest wytwarzana jako wiat płynny i procesualny, usytuowany w procesie negocjowania znaczenia słów i tekstów między co najmniej dwoma jego uczestnikami, lub też grupami społecznymi, etnicznymi, kulturowymi lub jeszcze inaczej, wyznaczonymi wspólnotami.

Powyższe, podane skrótowo, własności dyskursu, stały się podstawą dla ukształtowania się dwóch podstawowych koncepcji w opisie dyskursu: lingwistycznej i socjologicznej. Dyskurs jest przede wszystkim kategorią językową, a więc mówi o, tekstach, tzn. *z jednej strony jest zdarzeniem tworzącym tekst, z drugiej zaś strony jest poszukiwaniem ładów zdarzeniowości w gotowym tekście*. W pracy pt. *Tekst, wypowiedź, dyskurs w procesie komunikacji językowej* Janina Labocha rozumie dyskurs jako „normy oraz strategii zastosowane w procesie tworzenia tekstu i wypowiedzi”. Podstawą tej strategii są wzorce społeczne i kulturowe, składające się na to

norm, a jej efektem *tekst* lub *wypowiedź* o określonych cechach gatunkowych. Według badaczki „dyskurs należy do płaszczyzny po redniej między systemem języka (*langue*) i realizacją tego systemu w konkretnych aktach mowy”¹.

Przyjmując bardzo inspirującą definicję dyskursu jako kategorii przejściowej czy też po redniej między systemem języka a aktami mowy, stajemy wobec dylematu, co bada, system czy tekst i dyskurs, a także które elementy danej (analizowanej) wypowiedzi należą do *langue*, a które do *parole*, czyli do użycia języka w konkretnych aktach mowy i czy taki podział umożliwia tworzenie kategorii po rednich² w języku, do których na tym najwyższym – tekstowym – poziomie mógłby należeć dyskurs.

Tradycyjna analiza dyskursu zajmująca się badaniem użycia języka skupia się na analizowaniu mowy i tekstu w kontekście³. Jest to koncepcja, która obejmuje przede wszystkim regularyzacje struktur grupowa w mowie lub piśmie. Natomiast teoria aktów mowy zwraca uwagę na to, że mówienie może być działaniem, czyli nie tylko należy do *parole*, użycia języka rozumianego jako mówienie w kontekście⁴, ale uwzględnia analizę tego, co to mówienie i posługiwanie się językiem zmienia w otaczającej nadawcę rzeczywistości, a także jego samego. Znajduje to głównie odbicie w klasyfikacjach aktów mowy Austina i Searle'a. Mnożą się zatem w tym względzie badania języka czy otaczającej go rzeczywistości lub to, jak mówienie wpływa na tę rzeczywistość i odwrotnie, czyli co, co dzisiaj określone jest w psychologii i socjologii jako interakcja.

Badania nad komunikacją dyskursywną, bez uwzględniania przy tym uwarunkowań pozajęzykowych, dał nam strukturalizm i F. de Saussure, który sformułował tezę, że język powinien być „rozpatrywany sam w sobie”. W analizie dyskursu idzie jednak o znalezienie płaszczyzny, w której mierze niejęzykowej i po redniej między systemem a tekstem, i określenie normy zachowań werbalnych, na które składają się techniki budowania wypowiedzi w określonej sytuacji komunikacyjnej, akceptowane w danej kulturze.

Jednak gwałtowny rozwój badań nad dyskursem w językoznawstwie, nie tylko polskim, powszechnie dotyczy zarówno jego ewolucji (pojęciowej i definicyjnej), jak i głównie z rozwojem samej lingwistyki i to zarówno w zakresie przedmiotu badań, jak i uświadomianych potrzeb stosowania nowych holistycznych metodologii opisu języka w różnych i obserwowalnych procesach komunikacyjnych.

¹ J. Labocha, *Tekst, wypowiedź, dyskurs w procesie komunikacji językowej*, Kraków 2008, s. 60.

² A. Heinz, *Kategorie przejściowe (po rednie) w języku*, „Biuletyn PTJ”, 1967, XXV, s. 45–61.

³ Zob. T. A. van Dijk, *Badania nad dyskursem*, [w:] *Dyskurs jako struktura i proces*, T. A. Van Dijk (red.), Warszawa 2001, s. 39–40.

⁴ Podobnie pisze L. Nijakowski: Dyskurs postrzega się najogólniej jako użycie języka (systemu językowego) do przekazania znaczeń (mówienie o czymś) w określonym kontekście społecznym. (...) ... dyskurs to tekst w kontekście. Tekst jest rozumiany bardzo szeroko, w sensie semiotycznym – jest to zatem nie tylko tekst spisany, ale i wyemitowana audycja telewizyjna lub radiowa, zapamiętana wypowiedź rozmówcy, a nawet zdjęcie lub grafika. Zob. L. Nijakowski, *Ciało w okowach medycyny. Czy można jest transgresja cielesna w erze biowładzy?* „Stromata Anthropologica” 3, 2008, s. 338.

Umożliwia to rozszerzenie rozumienia dyskursu: jest on już nie tylko pojęciem określającym rozmowę dwóch osób, ale z powodzeniem może być stosowany do wszelkiego rodzaju aktów, w których dochodzi do ustalania znaczeń przekazów komunikacyjnych, niezależnie od 'zapoczątkowanego' jego medium, a także od tego, czy w naturze tych przekazów leży sprzeczność zwrotna, bądź ce przecie kluczowym warunkiem rozmowy. Zakreślona w ten sposób wsłowna charakterystyka dyskursu wychodzi poza dwie podstawowe kategorie komunikacji, tj. mowy i pisma. Dyskurs może dotyczyć również znaczeń przekazywanych przez przedmioty materialne, zwłaszcza w procesie organizacji przestrzeni społecznej jako komunikowanie symboliczne.

Jak pisze Zofia Kowalik-Kaleta: „W zmediatyzowanym społeczeństwie najczęściej spotykamy się z dyskursem medialnym. Dyskurs medialny może powstać w jakiejś dziedzinie, np. polityki, kultury jako dyskurs kampanii wyborczej, reklamy prasowej, serwisów informacyjnych itp. Może też występować w dyskursie, np. dyskurs prawników (prawniczy), partii politycznej jako dyskurs o osobach, instytucjach lub dyskurs na jakiś temat, np. na temat aborcji, alkoholizmu czy mniejszości etnicznych i in. Badamy dyskurs medialny jako sposób użycia języka typowy dla określonej sytuacji społecznej ukształtowany w obrębie konwencji i gatunków medialnych”⁵. Tak rozumiany dyskurs związany jest z istotą komunikacji medialnej, czyli takiej, w której wykorzystuje się potencjalność mediów w procesie nadawania i odbierania informacji. Mówi się wtedy o komunikowaniu 'zapoczątkowanym'. Bez względu na to, czy dyskurs jest warunkiem zakwalifikowania danej wypowiedzi w szerokim spektrum genologicznym dyskursu medialnego jest jej występowanie w rodzajach masowego przekazu. Konsekwencją tego ujęcia jest konieczność określenia przedmiotu i metodologii badania dyskursu medialnego.

Co bada w dyskursie medialnym? Na to podstawowe pytanie odpowiada, jak się wydaje, niekoniecznie jednomyślnie 'dyskursolog': językoznawca odpowie oczywiście: język w dyskursie medialnym (prasowym, telewizyjnym, radiowym i internetowym), jego struktury, funkcje, semantyki i style, socjolog, lekcja na ogół językoznawcze korzenie dyskursu i pomijać problematykę genologiczną, badawca dyskursu z ujęciem społecznym i mechanizmami zmian w jego obrębie, psycholog – z praktykami mentalnymi i badaniem reprezentacji mentalnych w umyśle nadawcy, politolog – zbada dyskursy jako narzędzia dominacji, które współtworzą i utrwalają relacje oraz podziały w strukturze władzy, filozof zapewne będzie szukał prawdy i warunków prawdziwości w wypowiedziach logicznie niesprzecznych. Takie rozważania mogą być mnożone, a ich liczba będzie wzrastała wraz z istniejącymi, potencjalnymi lub domniemanymi paradygmatami dyscyplin naukowych. W tym kontekście warto zacytować badaczy tekstów M. Foucaulta: Charlesa C. Lemerta i Gartha Gillana, którzy stwierdzili, że „dyskurs staje się uciążliwą kwestią tam, gdzie

⁵ Zofia Kowalik-Kaleta, *Interdyskursywność w medialnych tekstach perswazyjnych - analiza w ramach KAD*, „Media i Społeczeństwo”, 2011, nr 1.

filozof zdaje się wiązać praktyki dyskursywne z praktykami społecznymi, nie dostarczając jednak wyraźnej odpowiedzi na pytanie, gdzie kończy się dyskurs i zaczyna życie społeczne jako takie, jeżeli zaczyna się w ogóle”⁶.

Bez wątpienia jest to kwestia ciekawa także dla badacza mediów, który łącząc praktyki dyskursywne z praktykami medialnymi powinien, parafrazując Ch. C. Lemerta i G. Gillana, odpowiedzieć na pytanie, gdzie kończy się dyskurs i zaczyna się autoreferencjalność przekazu w mediach ze względu na jego kształt, zwłaszcza jeżeli idzie o typologię i funkcjonalną formę oraz zawartość w zakresie wartości filozoficznych: problemu prawdy i fałszu, etycznych: problemu dobra i zła, a także estetycznych: problemu piękna i brzydoty.

Pojawia się także konieczność wyznaczenia granic dyskursu w mediach i dyskursu medialnego jako dwóch tylko częściowo nakładających się na siebie zjawisk i w konsekwencji wyodrębnienia języka dyskursu w mediach i języka dyskursu medialnego. W tych szczególnych wypadkach kwestia uwzględnienia uwarunkowań pozajęzykowych medialnego komunikatu schodzi na dalszy plan, ponieważ każda dorazowo jego rozumienie zależy od oczekiwań odbiorcy. To odbiorca rozważa i decyduje, jak daleko i głębiej ma się jego interpretacja przekazu, ponieważ przekaz, jak każdy komunikat nadawany i falsyfikowany przez media, jest informacyjnie niepełny. Im bardziej i pełniej odbiorca musi uzupełniać tekst, odczytywany lub odsłuchiwany w mediach, tym bardziej ten tekst jest dla niego perswazyjny, informacyjny oraz inspirujący. W tym zakresie analizy warstwa kontekstualna przekazu może zostać przerezucona na odbiorcę lub w ogóle pominięta, a komunikat poddany analizie czysto lingwistycznej i wtedy badanie „tekstu skłania się raczej w stronę opisu (abstrakcyjnych) struktur dyskursu pisanego jako utrwalonego przedmiotu, podczas gdy rozważania nad wypowiedzią w większym stopniu koncentrują się na dynamicznych aspektach spontanicznej interakcji” – pisze T. A. Van Dijk⁷. Teksty i wypowiedzi występują wtedy w swych naturalnych sytuacjach, a rzeczywiste dane są nagrywane na taśmie magnetycznej lub w inny sposób utrwalane jako rzeczywiste, a nie w jakikolwiek sposób poprawiane lub preparowane, np. w dziennikarskiej redakcji, kiedy są przygotowywane do emisji w mediach lub mają być, po korekcie lub innych zmianach, drukowane lub w inny sposób rozpowszechniane. W tym sensie dyskurs medialny należy do językoznawstwa jako badanie dyskursu w mediach. Być może w tym znaczeniu należałoby mówić o 'dyskursie mediowym', to znaczy 'związany z mediami', w tym znaczeniu mówimy bowiem o rynku mediowym, czy też o partnerach mediowych.

Inna metoda opisu komunikacji, którą nazywa się zapośredniczoną, to badanie języka dyskursu medialnego. To już nie będą teksty występujące w naturalnych warunkach i sytuacjach, jak np. nagranie rozmowy na taśmie magnetycznej czy cyfrowy zapis video lub próbki rzeczywistych tekstów wykorzystanych tylko w mediach,

⁶ Ch.C. Lemert, G. Gillan, *Michel Foucault. Teoria społeczna i transgresja*, przeł. D. Leszczyński, L. Rasiński, Warszawa 1999, s. 162.

⁷ T. A. Van Dijk, *Badania ...*, s. 33.

ale b d to teksty, które tu nazwiemy medialnymi. Teksty, wypowiedzi, dyskursy, przekazy audiowizualne, filmy, zdjęcia, fotoreportaże itp. są medialne w tym sensie, w jakim zostały poddane medialnej (dziennikarskiej) obróbce, inaczej mówiąc, są to teksty w wariacie opracowanym (medialnie). Taki dyskurs medialny występuje głównie w wariacie opracowanym, zostaje przekształcony, poddany montażowi, zmodyfikowany czy uporządkowany, czyli tak i w jaki sposób wykreowany przez pracownika mediów. Czasem nawet dziennikarz, jako twórca tekstu, nie bierze w tym udziału. W dyskursie medialnym przekazów tak opracowanych jest najwięcej. Dzisiaj nawet trudno odróżnić przekaz naturalny (niemedialny) od tego medialnego, czyli zgodnego z obrazem wiata nadawcy, którego każdy w różnym zakresie są widoczne w docierającym do odbiorcy tekście. W tym ujęciu przymiotnik 'medialny' występuje nie tylko w znaczeniu ogólnym, jako dotyczący mediów, ale głównie jako 'znany z mediów' czy też 'wykreowany dzięki mediom'. Dyskurs 'mediowy' jeszcze nie brzmi na tyle dobrze pod względem językowym, by go traktować poważnie, ale z czasem, by uniknąć skojarzeń z tym drugim znaczeniem – dyskurs medialny, czyli wykreowany przez media, może zobiektywizować metody analizy współczesnych dyskursów mediów.

Dzisiaj bowiem do typowych dziedzin obszarów komunikowania się ludzi, spontanicznej, interpersonalnej, codziennej, nieoficjalnej, ale także oficjalnej (publicznej), dołączają media ze swoimi specyfikami: przekraczaniem tabu, brakiem tożsamości, anonimowością, potencjalnie lub w ograniczonym zakresie obecności interaktywności oraz wizualnością (dźwięk, druk i obraz) na wszystkich poziomach komunikowania międzyludzkiego. Rodzi się pytanie, jak to komunikowanie przebiega, jakie rodzki (kody) i języki są używane w przekazywaniu informacji. Zaczyna dominować teza o zanikającej roli tradycyjnego języka naturalnego w postaci mowy i pisma, w nowych procesach cyfryzacji, czy też digitalizacji przekazu.

Niezwykle szybki rozwój środków masowego przekazu przyniósł jednocześnie nie niczym nieskrępowany przepływ ludzi, towarów, technologii i przede wszystkim informacji. Spowodowało to, jak pisze Kazimierz Ogiński: „masowe upowszechnienie medialnego języka polskiego, który w wersji mniej lub bardziej poprawnej, wysokiej, niskiej, eleganckiej, często niestety wulgarnej, agresywnej, dociera za pomocą wielu stacji radiowych, kanałów telewizyjnych, tysięcy gazet, często mało wartościowych kolorowych czasopism, czasem Internetu, praktycznie do każdego zakątka kraju”⁸. Niektórzy badacze już to czyni, np. Andrzej Markowski, który w swojej typologii odmian polszczyzny umieścił, w obrębie pododmiany oficjalnej, styl perswazyjno-propagandowy i do niego zaliczył kategorię, którą nazwał „językiem w mediach”⁹. Z tym ujęciem nie zgadza się Dorota Zdunkiewicz-Jedynak, która stwierdza: „Do dyskusyjnych (...) należy na przykład kategoria klasyfikacyjna wyodrębniona przez Markowskiego jako język w mediach – wydaje się jednak, że wiele współczesnych

⁸ Op. cit., s. 25.

⁹ A. Markowski, *Poliszczyna końca XX wieku*, Warszawa 1992.

mediów i wła ciwych im gatunków nie pozwala znale takich wspólnych ich cech j zykowych, które tworzyłyby jednorodn odmian "10.

Nale ałoby tu jednak doda , e j zyk mediów nie mie ci si ju w dotychczasowych podziałach i klasyfikacjach. Rzecz w tym, i j zyk współczesnych mediów to nie przede wszystkim j zyk naturalny, rozumiany zgodnie z tradycj de Saussure'owsk , ale j zyk 'nie-naturalny', zró nicowany formalnie i semantycznie kod absorbuje cy i zawłaszczaj cy wszelkie mo liwe płaszczyzny komunikowania: od j zyka u ywanego w komunikacji *face to face*, przez polifoniczne przekazy audiowizualne i wielokodowe, a do trudnych do interpretacji hybrydycznych artefaktów i tekstów kultury. Media, w tym Internet, dostarczaj narz dzi do interaktywnej komunikacji synchronicznej i asynchronicznej, wytwarzaj specyficzn konwencj , której głównymi cechami jest szybko , dynamika i brak precyzji komunikatu, rodz ca cz sto konstrukcje niepoprawne, poniewa pełne struktury zdaniowe, b d ce przywilejem j zyka pisanego, nie spełniaj kryterium szybko ci przekazu. Rodz si obawy, e Internet zniszczy j zyk polski.

Dzisiaj jeste my tak e wiadkami narodzin nowego stylu, dyskursu, nowej odmiany j zyka, j zyka w mediach, j zyka mediów, czy polskiego j zyka medialnego. W tej sytuacji nale ałoby wi c znale jednorodn płaszczyzn , która poł czyłaby cechy wspólne dla tej kategorii wypowiedzi wykorzystuj cej przede wszystkim rodki masowego przekazu. Umieszczanie wi c „polskiego j zyka medialnego” czy te „j zyka w mediach” w obr bie utartych klasyfikacji odmian i stylów polszczyzny nie wydaje si uzasadnione, ale nie dlatego, e „nie ma dla tej wspólnych cech j zykowych, które tworzyłyby jednorodn odmian ” – jak twierdzi D. Zdunkiewicz-Jedynak, tylko dlatego, e typ kontaktu, który do tej pory głównie wykorzystywał kanał przekazu mówiony lub pisany, nie tylko został 'zmediatyzowany', ale sam j zyk został zniekształcony. Powstaje bowiem na naszych oczach zdeformowana polszczyzna pisana, u ywana głównie na internetowych forach i blogach, która nie tylko została pozbawiona polskich znaków diakrytycznych, ale jest pełna skrótów, akronimów i emotikonów zast puj cych całe słowa, a nawet zdania.

Znane s te przykłady, kiedy politycy uprawiaj tak zwan dyplomacj medialn , a dziennikarze nie rozmawiaj ze sob 'twarz w twarz', ale za pomoc bliskich im mediów. Utworzono juz nowy termin: komunikowanie *interface to interface*. Nieograniczone nadu ywanie form takich, jak konferencje prasowe lub publikacje wynika z przekonania, e wolne media zapewni im tak e swobodny styl, bo nieograniczony konieczno ci osi gni cia natychmiastowego porozumienia, w danej sytuacji i z konkretnym odbiorc . Sytuacja komunikacyjna zmieniła si od czasów modelu j zyka R. Jakobsona diametralnie, najwa niejsze staje si nie porozumiewanie *face to face*, ale *face-to-medium*, *face to monitor* i niewa ne, czy medium jest tutaj kamer i telewizyjnym ekranem, monitorem komputera czy publikacj prasow . Idzie o to, by zaistnie poprzez media, a mediatyzacja j zyka i w konsekwencji

¹⁰ D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa 2008, s. 35.

mediatyzacja istnienia, prowadzi do 'bycia dzięki i przez medium'. Dzisiaj jest to istota dyskursu medialnego.

Współczesna mediatyzacja komunikowania bywa postrzegana analogicznie do poprzedniego, rewolucyjnego przewrótowania, jakim było przeobrażenie się pierwotnego, oralnego systemu modelującego w system piśmiennicy. To powinno pozwolić na zasadnicze zmiany dotychczasowych klasyfikacji i typologii odmian polszczyzny, z uwzględnieniem powstającej dzisiaj dychotomii w zakresie wyróżnienia odmian i gatunków polszczyzny: medialnej i niemedialnej czy też polskiego języka medialnego i polskiego języka niemedialnego.

Dzisiejsze propozycje badawcze uwzględniają te dotychczasowe podziały na odmiany: mówioną i pisaną lub oficjalną lub nieoficjalną, gwarową i literacką przestały być wyraziste, ponieważ nie oddają istoty przemian, jakie przeżywa współczesna polszczyzna. Wiskoszą tekstów funkcjonujących we współczesnym świecie to publikacje rozpowszechniane za pomocą mediów elektronicznych. Słone polifoniczne gatunkowo i podlegające medialnym strategiom, ograniczeniom, ale także swobodom i tendencjom wolnościowym w różnych zakresach. Nieprzypadkowo w Internecie, i nie tylko tam, powszechne są wulgaryzmy oraz brak etykiety językowej. Media nie tylko kształtują, co utrwalają gusta swoich odbiorców, w tym także propagują estetyczny wzorzec języka. I tkwi w tym oddziaływanie pewien paradoks: mimo, że język mediów jest zwykle oceniany jako zły, to on w rzeczywistości sankcjonuje jako publicznego dyskursu, oprócz zauważanego na co dzień bełkotu, charakteryzuje go kicz językowy. Od sprawnego posługiwania się technikami 'uwodzenia', polegającymi głównie na apelowaniu do potocznego widzenia świata i potocznych gustów estetycznych masowego odbiorcy, który stał się faktycznym, aczkolwiek po rednim, dysponentem mediów, od którego zależy przeciętna ich pozycja na rynku.

Mamy także do czynienia z nowym zjawiskiem eliminacji pisma i języka werbalnego z funkcji podstawowego rodzaju komunikacji i kreowania dyskursu medialnego, w którym kod języka drukowanego zostaje zastąpiony kodem audiowizualnym. Teksty otrzymujemy w wymiarze monitorowym (słowo odczytywane na ekranie komputera), do odbiorcy dociera obraz pisma. Ponadto dominacja hipertekstu, także w prasie, łamie zasadę linearności, co powoduje konieczność stałej rekontekstualizacji wypowiedzi i kreuje prawie nieskończoną liczbę odczytań.

Media, stopniowo niezależnie od swojego twórcy, kreatora-nadawcy, powołują do życia własne byty, odnoszące się wyłącznie do nich samych, dyskursy medialne. Chcąc nie chcąc, znaleźliśmy się w niewoli mediów, mamy codziennie do czynienia z tyloma komunikatami, że nie jesteśmy w stanie się od nich uwolnić.

Jesteśmy wiadkami narodzin nowego dyskursu medialnego lub 'mediowego', nowego stylu, nowej odmiany języka, języka w mediach, języka mediów czy też polskiego języka medialnego, w którym dominuje przekaz tabloidowy z funkcjami językowymi: fatychną, impresyjną, magiczną i perswazyjną, z coraz szerszym eliminowaniem podstawowej funkcji poznawczej. Nie wiadomo, po czyjej stronie leży wina, jedni mówią, że są winne media, a inni, że odbiorcy. Niektórzy twierdzą, że dzi

najwi ksz słabo ci mediów jest odbiorca, to odbiorcy si tabloidyzuj , a nie media. Gdy mówimy o tabloidyzacji mediów, to idzie wtedy wła nie o tabloidyzacj odbiorców. Czy badania nad dyskursem medialnym i jego j zykiem dadz odpowied na powy sze pytania i w tpliwo ci? Je li tak, to nie b dzie to tylko pytanie retoryczne.

On the study of media language discourse
Summary

The prevalence of the term 'discourse' in linguistics is not only linked with the (conceptual and definitional) evolution, but mainly with the development of linguistics itself, both as the object of the research and the oncoming needs of the application of new holistic methodology of the language description that can be found in genuine and observable communication processes. An approach like this makes possible to extend the understanding of the notion of discourse – it not only defines the concept of a conversation between two people, but can be used for all kinds of instruments determining the meanings of the communication messages, regardless of the type of the medium borrowing such tools; and regardless of whether feedback, which is itself an essential condition for talks, can be placed in the nature of such transmissions. Discursive practices are usually combined with media practices, and through such media-relative processes there emerges the process of message auto-creation in the media in terms of its shape, typology and functional forms as well as the transmission of philosophical, ethical, and aesthetic values.

Key words: discourse, conceptual and definitional evolution, determining the meanings of communication messages, discursive and media practices, message auto-creation in the media