

Diskurz – koncept kritický: nereflektované riziká používania výrazu *mediálny diskurz*

Michal Bočák, Filozofická fakulta PU, michal.bocak@unipo.sk

Kľúčové slová: mediálny diskurz, mediovaný diskurz, mediatizovaný diskurz, interdiskurzivita, mediatizácia, terminológia

Keywords: media discourse, mediated discourse, mediatized discourse, interdiscursivity, mediatization, terminology

Úvod alebo K jednej diskurzívnej situácii v mediálnych štúdiách

Koncom prvého desaťročia 21. storočia začal do teoretických textov publikovaných na Slovensku i v Čechách – či už sa ich autori/ky inštitucionálne zaradovali do širokého poľa (mas-)mediálnych štúdií, alebo iných odborov reflektujúcich médiá – postupne prenikať výraz *diskurz*. Uvedené obdobie by sme, myslím, mohli charakterizovať ako posun od post-socialistickej éry „fetišizácie“ prekladov prvých zahraničných učebníc mediálnej komunikácie z 90. rokov 20. storočia k vedeckej a akademickej „sedimentácii“ mediálnych štúdií, ktoré – ako u nás (na-)novokonštituované pole – začali objavovať a vlastným spôsobom interpretovať zásadné pôvodné odborné texty.¹ Na diskurz sa, azda i preto, že sa asocioval s autoritami humanitných a sociálnych vied, začalo odkazovať pomerne hojne. Už tu sa však rysoval zásadný problém: multidisciplinárny pôvod, a teda zákonite polysémický ráz konceptu² bol sám osebe príčinou príliš extenzívneho poňatia ústiaceho do jeho terminologickej neukotvenosti. Pravdaže, ani v zahraničnej literatúre nebola pred desiatimi rokmi terminologická situácia výrazne lepšia; mnohé zo zásadnejších pokusov o revízie a priezračnejšie konceptualizácie diskurzu sa objavili až v poslednej dekáde.

Očakávateľnou reakciou na terminologickú nestabilitu bola kritika konceptuálnej šírky diskurzu a jeho nejasného používania, ktorá sa v u nás dosiaľ zrejme najucelenejšej podobe zhmotnila v tematickom čísle olomouckej revue *Kultura – média – komunikace* z roku 2009, naznačujúcej „diskurzívne“ zameranie už jedným zo svojich podtitulov – *Diskursy o diskursu*.³ Napriek snahám o terminologizáciu sa ale výraz *diskurz* šíri v mediálnych štúdiách mnohokrát vo významoch, ktoré s konceptuálnou náplňou pojmu v lingvistickej alebo sociálnovednej tradícii nesúvisia. Stáva sa tak, že slovo *diskurz* len označuje to, čo by sa efektívne dalo nazvať inak, „zabehnutými“ termínmi. Módnosť tak pojem obsahovo vyprázdňuje, čím zároveň oslabuje jeho inherentnú kritickú povahu a kritický potenciál.⁴

Z istej perspektívy možno považovať za prirodzené, že *diskurz*, chápaný zjednodušene ako artikulácia určitého/jej vedenia/ideológie, bol veľmi rýchlo spojený s médiami, ktoré sú (aj laickou verejnosťou) vnímané ako jeden z najvýznamnejších ideologických nástrojov.⁵ objavilo sa slovné spojenie *mediálny diskurz*, ktoré preniká našimi mediálnymi štúdiami s rovnakou vervou ako predtým jeho „mediálne čisté“ verzia.

V príspevku⁶ sa chcem pozastaviť nad niektorými nebezpečenstvami samozrejmeho používania pojmov, ktoré považujem za obzvlášť nebezpečné vo vedách, ktoré by – keďže analyzujú (mediálnu) kultúru ako mocenskú arénu – mali byť striktné kritické. Z podstaty foucaultovského vymedzenia *diskurzu* ako entity konštituujúcej realitu je totiž zrejmé, že *diskurzy* nám svet nielen sprístupňujú (tým, že ho pomenúvajú), ale aj skrývajú (tým, že o ňom mlčia) (porov. Foucault, 1972, s. 25). A mediálne (kultúrne) štúdiá ako intelektuálna sféra ašpirujúca na status kritickej vedy nemôžu (pomáhať) zásadné skutočnosti ideologicky zastierať.

Mediálny diskurz... na každý deň?

Uvažovať o statuse mediálneho diskurzu ako jasného konceptu by nebolo možné bez reflexie jeho používania v odborných i laických zdrojoch. Napokon, práve z mojich sprvu sporadických a čoraz častejších stretávaní sa s „mediálnym diskurzom“ na akademických podujatiach, v odborných publikáciách i médiách samotných vzišla potreba konceptuálneho uvažovania, ktorú predkladám v tomto texte. Nasledujúce príklady sú typmi niektorých z kontextov, v ktorých sa spojenie mediálny diskurz zvykne vyskytovať a ktoré boli extenzívne (v dlhšom časovom období, pomocou nesystematických pozorovaní i systematizovaných hľadání)⁷ vyabstrahované z reálnych použití v odborných i publicistických zdrojoch (zoradenie je náhodné, nevyjadruje frekvenciu výskytu).

Tabuľka: Kontexty slovného spojenia *mediálny diskurz*

| kontext výskytu | významové roviny mediálneho diskurzu |
|---|--|
| mediálny diskurz o [niečom] / na [istú] tému / [čoho; napr. rodovej rovnosti] | rozprava s určitým tematickým zameraním, uchopenie určitej témy médiami/v médiách |
| sledovať, analyzovať mediálny diskurz | niečo, čo možno monitorovať, mať pod kontrolou, interpretovať |
| mediálny diskurz [čo robí] (napr. presviedča, deformuje, potláča...) | (inštitucionálny) agens sociálnej akcie |
| súčasný/aktuálny [a/alebo] slovenský, český atď. mediálny diskurz | dôraz na časovú a/alebo kultúrnu (priestorovú) ukotvenosť mediálneho diskurzu; aspekt časopriestorového zovšeobecnenia |
| mediálny/spoločenský/verejný diskurz | mediálny diskurz ako objekt typologizácie (špecifikovateľný na základe sfér kultúry) |

Ak zhrnieme zásadnejšie identifikované významy, mediálny diskurz zvykne byť v závislosti od konkrétneho kontextu vnímaný ako časovo a/alebo priestorovo charakterizovateľná⁸ mediálna reprezentácia⁹ určitej témy, ktorej moc je raz spochybňovaná (tým, že je považovaná za kontrolovateľnú, prinajmenšom „kritickými, uvedomelými“ subjektmi), inokedy zas zdôrazňovaná – mediálny diskurz býva chápaný ako prostriedok, ba dokonca ako agens určitých presvedčení cirkulujúcich v kultúre/spoločnosti.¹⁰ Ak uvedené významy skombinujeme, výsledné chápanie diskurzu by sa vďaka svojej vyššej komplexnosti blížilo k sociálnovedným definíciám pojmu; v reálnom kontexte sa ale spravidla vyskytuje iba jeden aspekt jeho vymedzenia.

Pozornosť si už tu, nazdávam sa, zaslúži generalizácia pojmu mediálny diskurz, ktorú jazykovo naznačuje systematické používanie výhradne singulárnej formy pomenovania, ako aj fakt, že mediálnemu diskurzu sa pripisujú schopnosti určitého pôsobenia na spoločnosť (najčastejšie ide o negatívne konotácie), čím sa vlastne kreje interpretatívny rámec, v ktorom sú (terciárne, masové) médiá chápané ako subjekty s hlavnou zodpovednosťou za šírené myšlienkové systémy, diskurzy (a sprostredkovane tiež za ich sociálne dôsledky).

Problém frekventovaného používania, no citeľnej „nedodefinovanosti“ mediálneho diskurzu sa v odbornej literatúre paradoxne neraz prejavuje tak, že pojem sa síce dostane do názvu, no v samotnej publikácii sa explicitne nedefinuje, resp. sa definuje priveľmi vágne. V knihách sa môžeme stretnúť s obsiahlymi a mnohostrannými deskripciami zdrojov diskurzu aj s už temer povinným explicitným konštatovaním komplexnosti pojmu, avšak logicky očakávateľný záver v podobe jasnej autorskej konceptualizácie chýba. Textov o (mediálnom) diskurze je mnoho (a evidentne čoraz viac), ale dopátrať sa, čo autor/ka pod pojmom, ktorý

učinil/a podstatnou súčasťou názvu svojej knihy, myslel/a, je náročné, ak nie vyslovene nemožné.

Napr. Donald Matheson v knihe *Media Discourses: Analysing Media Texts* (2005) explicitnejšie vymedzuje mediálny diskurz až v slovníkovej časti na konci knihy, vychádzajúc z rozšíreného lingvistického definovania diskurzu ako „jazyka v aktuálnom použití“ (*language in use*), čo podľa neho znamená „jazyk používaný reálnymi ľuďmi v reálnych sociálnych kontextoch“ – zdá sa teda, že vlastne nejde o nič iné než o kontextuálny prístup k jazyku formovaný/formulovaný v lingvistike už komunikačno-pragmatickým obratom. Azda v dôsledku toho je následne samotný mediálny diskurz autorom vágne formulovaný len ako „všetok jazyk, ktorý nájdeme v médiách“, čo nevytvorí nič o „novosti“ objektu štúdia ani o špecifickosti „nového“ lingvistického prístupu. (Matheson, 2005, s. 178) Takáto konceptualizácia mediálneho diskurzu sa objavuje už u Normana Fairclougha: podľa Myry Macdonald (2003, s. 3) je od vydania Faircloughovej knihy *Critical Discourse Analysis: The Critical Studies of Language* (1995) najmä v (kriticko-)lingvistických uchopeniach de facto synonymom výrazu *jazyk médií* (resp. *mediálny jazyk*). V tomto smere je dôslednejšia než citovaný Matheson napr. Mary Talbot: taktiež sa pohybuje v rámci lingvistickej tradície, vykladá (mediálny) diskurz ako proces, zdôrazňujúci interakčnú rovinu (na rozdiel od niektorých statických ponímaní textu ako dekontextualizovaného produktu komunikácie) analyzuje štruktúru interakcií vo sfére mediálnej produkcie, mediálnych publik a medzi oboma sférami navzájom (interaktivita). (Talbot, 2007, s. 4)

Kde ostal Foucault?

Aby sme mohli o diskurze uvažovať systémovo, je vhodné pripomenúť aspoň základné črty vymedzenia pojmu. Keďže vo svojom ponímaní diskurzu preferujem foucaultovskú tradíciu, dovoľm si nateraz jeho užšie významy v lingvistike (prehľad v Bočák, 2009, s. 119 – 121) odsunúť do úzadia.

Foucaultovo poňatie diskurzu vychádza z konštitutívnej úlohy diskurzu vo vzťahu k realite. Diskurz nie je a nemôže byť prostým (nech už akokoľvek komplexným) označovaním reality, naopak, realite udeľuje status (konceptuálne, pragmaticky) jestvujúcej entity,¹¹ je systémom „praktík, ktoré systematicky formujú objekty, o ktorých hovoria“ (Foucault, 1972, s. 49). Foucault sa ďalej sústreďí predovšetkým na mocenskú úlohu diskurzu. Tá, pochopiteľne, s už uvedenou konštitutívnou funkciou súvisí: diskurzy robia mysliteľnými a zmysluplnými len určité svety – tie, o ktorých vypovedajú. Svet za hranicami diskurzu je svetom nejestvujúcim; ak nejestvuje diskurz, ktorý by ho pomenoval, v podstate pre naše vnímanie nejestvuje ani tento svet – nemáme totiž médium, ktoré by nám ho umožňovalo uchopiť. Konštrukcia realít je teda už v tomto aspekte otázkou zásadne mocenskou: moc konštruuje diskurzy, ktoré konštruujú svet, a to svet práve taký, aký ho moc chce mať, taký, ako ho subjekty, ktoré majú podriadenosť už etymologicky vpísanú,¹² majú vnímať – a diskurzívne konštruovaná „skutočnosť“ sveta recipročne potvrdzuje moc, čím sa zároveň vytvára zdanie, že (zhora „dosadený“) diskurz skutočnosť neutrálne reflektuje. Vzťah vedenia a moci, sprostredkovanej cez diskurz, je teda u Foucaulta (1995) vzťahom neoddeliteľnosti a vzájomnej závislosti (preto používa koncept *moc/vedenie*).

V rámci foucaultovskej línie uvažovania diskurz precízne a vyčerpávajúco definuje John Fiske ako

„jazyk alebo sústavu reprezentácií, ktoré sa sociálne vyvinuli s cieľom vytvoriť a uviesť do obehu koherentnú sadu významov o určitej významnej tematickej oblasti, [ktoré] slúžia záujmom tej sociálnej skupiny, v ktorej má diskurz pôvod a ktorá ideologicky pracuje na naturalizácii týchto významov do *common sense*“ (Fiske, 1987, s. 14),

inak povedané, ako systematickú artikuláciu vedenia naturalizujúcu sociálnu moc svojich pôvodcov/kýň cez naturalizáciu vedenia, ktoré moci poskytuje legitimitu.

Do nášho uvažovania môžeme zakomponovať i podstatu Flusserovej dištinkcie dialóg – diskurz ako vzájomne závislých pojmov. Podľa nej sú diskurzy nosičmi (konzervantmi) určitého vedenia stretávajúce sa v konkrétnych komunikačných situáciách, dialógoch. Dialogické štruktúry (re-)formujú vzťahy diskurzov v aktuálnom kontexte, dovoľujú im „prehovoriť“; diskurzy ako nosiče vedenia zas dialógy „zásobujú“ významom, stanovujú ich obsahový rámec. (Flusser, 2002, s. 13n.)¹³ Z flusserovskej perspektívy možno na (mas-)médiá nahliadať ako na dialogické priestory, kde dochádza k (re-)kombináciám a (re-)artikuláciám už jestvujúcich diskurzov: „významy, ktoré [diskurzy] nesú, [totiž] preexistujú svoje použitie v ktorejkoľvek diskurzívnej praktike“ (Fiske, 1987, s. 15). Aj médiá teda v zásade vždy nanovo (čo, pravdaže, neznamená automaticky kreatívne) syntetizujú „dáta“ z diskurzívnych zdrojov situovaných mimo nich samých.

Ak by sme pristúpili na túto argumentáciu – aspoň ja k nej budem v tomto texte smerovať – zodpovednosť za charakter diskurzov by sme museli presunúť z médií na subjekty, ktoré uvedené diskurzy (a tým podľa Foucaulta zároveň i seba samé) konštituovali a v ktorých záujme je, ako upozorňuje Fiske, šíriť kreované diskurzy v spoločnosti a zároveň ich naturalizáciou maskovať. Je to, samozrejme, náročná, ak vôbec uskutočniteľná, úloha – zároveň však jedine ona korešponduje s foucaultovskou snahou o archeológiu vedenia (Foucault, 1972), spočívajúcou v

„snahe ‚vykopávať‘, ‚oprašovať‘ myšlienky, odstraňovať nánosy diskurzov naturalizujúcich ľudské poznanie a hľadať pôvod ideí, pôvod a prostriedky ich spolupôsobenia [...], systematicky re-/produkuje určité videnie sveta [...], ktoré slúži mocenskému poriadku.“ (Bočák, 2009, s. 121 – 122)

Naproti tomu mnohé z generalizácií mediálneho diskurzu v skutočnosti robia opak: hlavnú zodpovednosť za podobu mediálneho diskurzu prisudzujú médiám, vyvodzujúc z neho závažné kultúrne dôsledky s až neochvejnou istotou. Ťažisko zodpovednosti za stav spoločnosti presúvajú na mediálnych/e producentov/ky, mediálny text ako ich produkt (resp. diskurz vnímaný ako, akokoľvek otvorený, systém textov) či médiá ako také,¹⁴ hoci z foucaultovského pohľadu ju v princípe mať nemôžu: diskurzy totiž nepreexistujú iba situácie svojho použitia („aktivácie“), ale formovaním subjektív aj subjekty, ktoré ich/v nich artikulujú.¹⁵ V tomto (hoci len implicitnom) osamostatňovaní mediálneho diskurzu vidím najzásadnejší problém: napriek tomu, že môžeme byť ľahko obvinení/é z konšpirátorstva (či, naopak, zo straty súdnosti pri obhajovaní médií), ako kritickí/é vedci/kyne sa *musíme* pýtať, v čom záujme sa môže toto presúvanie ťažiska zodpovednosti na médiá, ktorého výsledkom je maskovanie skutočného pôvodu diskurzov/ideológií, diať.

Súradnice diskurzov: téma, sociálny pôvod, ideológia

Vždy, keď chceme hovoriť o mediálnom diskurze či médiách ako takých, musíme zákonite predpokladať, že sú jednotnou alebo prinajmenšom zovšeobecniteľnou kategóriou, musíme abstrahovať od špecifik typov médií či jednotlivých mediálnych organizácií a ich produktov.¹⁶ Akákoľvek generalizácia však môže byť nebezpečná; síce nám umožňuje vynášať jednoznačné a mnohokrát pôsobivé sudy,¹⁷ no principiálne redukuje analytickú citlivosť.

Ako diskurz vymedziť? Fiske nás v už citovanej práci nabáda, že ak chceme o akomkoľvek diskurze myslieť a analyzovať ho, musíme brať do úvahy jeho tri základné súradnice: 1. tematickú oblasť (objekt), 2. sociálne situovanie (pôvod v určitej sociálnej pozícii) a 3. ideologické pôsobenie (v čom mene „hovori“).¹⁸ Princíp autor vysvetľuje na

konkrétnych príkladoch: „nemali by sme uvažovať o diskurze ekonomiky alebo gendru, ale o kapitalistickom (či socialistickom) diskurze ekonomiky alebo o patriarchálnom (či feministickom) diskurze gendru“. (Fiske, 1987, s. 14)

Zároveň Fiske zdôrazňuje frekventovanú inštitucionalizáciu diskurzov, ktorú realizujú práve médiá, čo, podľa neho, uvedenú trojdimenzionalitu neneguje. Ani on však nehovorí o „diskurze médií“ (ako príklady používa „diskurz správ alebo reklamy“) – ten je totiž vzhľadom na uvedené aspekty príliš heterogénny. Jednak je spravidla polytematický (čo sa prejavuje v mediálnej sfére ako celku i v rámcoch konkrétneho média), jednak nie je jednoznačne definovateľný ani z hľadiska pôvodu (rôzne médiá sú tvorené subjektmi či skupinami subjektov rôzneho sociálneho pôvodu), ani z hľadiska ideologickej orientácie.¹⁹

Uvedené, pravda, nepopiera možnosť nachádzať v médiách určité pravidelnosti, nemožno ale zabúdať na to, že médií je príliš mnoho a v rôznych aspektoch sa navzájom líšia. Preto by sme rozhodne nemali mediálny diskurz automatizovane chápať ako homogénnu kategóriu – to je totiž prvým krokom k potenciálnej dezinterpretácii fungovania médií.

Spochybnenie unifikujúcej perspektívy: interdiskurzivita (na príklade tabloidu)

Za jeden z prostriedkov teoretickej destabilizácie predstavy unitárnej identity mediálneho diskurzu môžeme považovať interdiskurzivitu, v tomto texte pracovne chápanú reduktívne ako realizáciu rozmanitých (typov) vzťahov medzi rôznymi diskurzmi. Akýkoľvek diskurz, týka sa to aj diskurzov mediálnych, vychádza z iných diskurzov a do iných diskurzov vstupuje, vytvárajúc spleť nezriedka ťažko identifikovateľných interdiskurzívnych vzťahov. Je to, koniec koncov, signalizované už v lat. slovese *discurrere* (/bezcieľne/ pobiehať /sem a tam/, blúdiť), z ktorého je pomenovanie odvodené.

Ako konkrétny príklad na ilustráciu interdiskurzivity, ktorý nám môže pomôcť (prinajmenšom) spochybniť jednotnosť mediálneho diskurzu a azda i jeho dominantné postavenie v systéme diskurzov (a teda aj absolútnu sociálnu „vinu“), využijem tabloidný diskurz médií.

Tabloidný prístup v žurnalistike (v mediálnej produkcii vôbec) je postavený na prenikaní logiky privátnych diskurzov (napr. súkromnej konverzácie) do médií. Miesto budovania (zachovávaná) vlastnej, *špecificky mediálnej* formy – ak niečo také jestvuje – sa v tabloide presadzuje imperatív hovorovosti, všednosti prejavu.²⁰ Možno sa pritom domnievať, že súkromná komunikácia bola (v porovnaní s verejnou) aj v minulosti významovo i výrazovo „odľahčená“, že napr. žáner klebety, jeho obsahovú i formálnu stránku, „nevynašli“ až masmédiá.²¹ Nejde len o zmeny formy, ale aj obsahu: za (spravodajsky) hodnotné sa považujú iné aspekty reality než v prípade tzv. tradičnej žurnalistiky.²²

Ak sa mediálny diskurz tabloidizuje – čo je dnes jeho hojne deklarovanou tendenciou –, potom je to možno on, ktorý nie je schopný vzdorovať logike (diskurzu) každodennosti, privátnosti (v súčasnosti i konzumerizmu a pod.), čo by poukazovalo na nie absolútne opodstatnené vnímanie mediálneho diskurzu ako inštitucionálne nadradeného ostatným. K tomu, aby sme ho za taký považovali, nás nepochybne smeruje verejný a inštitucionálny charakter (mas-)mediálnej komunikácie. Vysoká efektivita, sugestivita médií ústiaca do nášho vnímania ich významnosti, môže byť vyvolávaná väčšou inštitucionálnou mocou mediálnych organizácií (nech sa do akejkoľvek miery riadia verejnou mienkou či výskumom publík, v rozhodovaní o svojom obsahu majú i tak konečné slovo). Dalo by sa namietať, že tabloidizácia je iniciovaná a stimulovaná komercializmom, ktorý si zámerne volí zrozumiteľnú, zaujímavú, a teda komerčne úspešnú formu (čo je istotne opodstatnená úvaha), no dôležité je už/taktiež to, že komercializmus rozpoznáva komunikáciu „bezprostredne ľudskú“, a teda „prirodzene“ prítiažlivú práve v prejavoch zo sféry súkromnej komunikácie, ktoré tabloid viac či menej imituje.

Konceptu tabloidizácie je inherentná predstava separátnosti médií, ich oddelenosti od spoločnosti (pozri pozn. 14): akoby sa to, čím sú ovplyvňované, sformovalo mimo nich a bez nich, akoby iba reagovali na externé (tabloidné) podnety, ktorým „nevedia“ vzdorovať. Takéto chápanie zapadá do rámca „ptolemaiovskej“ paradigmy (teda diskurzu) mediálnych štúdií, opísanej Winfriedom Schulzom (2000). Zjavne sa tu vychádza z modernistického konštruktumu médií (žurnalistiky) ako prvkov patriacich výlučne do (jasne delimitovanej) verejnej sféry, ktorý dodnes spôsobuje, aby sme o nich ako o privátnych objektoch ani neuvažovali. Postmoderné tendencie, napr. rozplývanie hraníc medzi verejným a súkromným a diverzifikácia, deelitizácia mediálnych (žurnalistických) profesií, ako i aplikácia postmodernistických rámcov v teórii uvedenú interpretáciu, prirodzene, spochybňujú.

Ak mediálny diskurz považujeme za (zvonka) tabloidizovaný – nech už sa tak deje z akejkoľvek príčiny –, dovoľuje nám to pýtať sa, či sám môže fungovať ako nezávislý agens sociálnej transformácie/stabilizácie, či dynamika/statika society predsa len nemajú širšie podložie. Ako vidno, odpoveď je očakávateľne komplexná a ani zďaleka nie je jednoznačná. Avšak mojím cieľom na tomto mieste nie je kategorický záver, ale skôr samotné nastolovanie otázok destabilizujúcich, dekonštruujúcich presvedčenie o jednote, a teda i moci mediálneho diskurzu.

Vyváženie perspektívy: mediatizácia a „mediálny diskurz“

Vychádzajúc z dosiaľ uvedeného, otázku možnej existencie a vymedzenia mediálneho diskurzu treba špecifikovať tak, či sa stáva z „obyčajného“, nemediálneho diskurzu mediálny „jednoducho“ mediáciou (t. j. sprostredkovaním – tým, že je šírený prostredníctvom médií), alebo médiá zohrávajú v kreovaní a reštrukturalizácii diskurzov podstatnejšiu úlohu.

Mnohé diskurzy evidentne preexistujú médiá ako také, resp. aspoň médiá v dnešnej podobe – vo vzťahu k diskurzom médií by sme ich teda mohli ponímať ako protodiskurzy. Nechcem tým naznačovať existenciu premediality ako akejsi neutrálnej, médiami/mediáciou nepoznačenej éry; uvažovať o nej je problematické, podľa mňa až nemožné, keďže mediácia v najširšom zmysle je jadrom kultúry, bez nej by kultúra nejestvovala (pozri napr. Livingstone, 2009; nejde tu o masové, ale o akékoľvek médiá).

V krajnom prípade by podľa tejto perspektívy mediálne diskurzy neexistovali, médiá by boli výhradne sprostredkovateľmi významov „dodaných“ existujúcimi, v spoločnosti už cirkulujúcimi diskurzmi. Inak povedané, všetko vedenie by malo pôvod v spoločnosti, nie v médiách – tie by len poskytovali priestory jeho artikuláciám. Média (napr. masmédiá) by fungovali ako „prosté“ distribútory „hotových“ diskurzov, podobne, ako to robia iné sociálne inštitúcie: napr. konzumeristický diskurz sexuality aktuálne prestupuje celou západnou kultúrou, nielen masmédiami – jeho „symptómy“ sú pozorovateľné napr. na diskotékach, v zoznamovacích inzerátoch, v reklamách na antikoncepciu atď.²³ Ako som už naznačil, práve z toho, že médiá sú neustále „na očiach“, môže vznikať dojem, že práve ony sú pôvodcami diskurzov.

Samozrejme, chápanie médií ako neutrálnych nosičov významov sa už dávno považuje za naivné; čiastočne ho prekonal dokonca už prvé, zďaleka nie najkomplexnejšie chápania komunikácie. Napr. klasický matematický model komunikácie Clauda Shannona a Warrena Weavera z konca 40. rokov 20. storočia poukazuje na potenciálne (pochopiteľne, skôr technicistické) skreslenie významu komunikačným kanálom: samo médium do procesu komunikácie vnáša „niečo svoje“. Ako ukazujú neskoršie technologicko-deterministické prístupy v teórii médií, médium i v zjednodušenom materiálno-technologickom chápaní môže určitému/ým diskurzu/om vytvárať predpoklady na zmenu.

Podľa Sonie Livingstone (2009, s. 3 – 4) objektom mediálnych štúdií v dobe „mediácie všetkého“ nemajú byť len médiá a mediácia v zmysle prostriedkov a procesu

sprostredkovania, ale skôr kultúrne a sociálne zmeny, ktoré vyvolávajú či stimulujú. Keďže médiá majú nielen „technickú“, no aj kultúrnu, inštitucionálnu moc podstatne tvarovať diskurzy, ktoré šíria, stále častejšie sa hovorí aj o *mediatizačnom* než (elementárnom) *mediačnom* potenciáli médií. Mediatizácia je najčastejšie chápaná ako štruktúrna transformácia verejných diskurzov a kultúry vôbec zapríčinená zosieťovaním spoločnosti (masovými) médiami (Bočák, 2010). Pojem deklaruje, že médiá zaujatím miesta centrálnych komunikačných inštitúcií (nielen vo verejnej, už aj v privátnej sfére) získavajú moc reštruktúrovať komunikáciu o určitom vedení, a teda i vedenie samotné; navyše, pretváraním, mediatizovaním diskurzov sa evidentne buduje závislosť diskurzov (i sociálnych inštitúcií, ktoré ich produkujú) od médií (pozri napr. Mazzoleni – Schulz, 1999; Schulz, 2004; Livingstone, 2009; porov. aj Couldry, 2008).

Mediatizácia ako koncept nás teda smeruje k uvažovaniu o médiách ako omnoho aktívnejších prvkoch s mnohostrannými a často hĺbkovými štruktúrnymi vplyvmi na kultúru,²⁴ čím v istom zmysle, aspoň na prvý pohľad, vyvažuje tézy z predchádzajúcich kapitol, ktoré médiám moc „odoberali“ jej presúvaním na „skutočných/é“ tvorcov/kyne diskurzov. Zároveň však ani mediatizácia dosiaľ uvedené nepopiera: musíme si opäť spomenúť na foucaultovské konštituovanie subjektu diskurzom a uvedomiť si, že ak sú médiá (inštitucionálnymi) subjektmi mediálneho (mediujúceho a/alebo mediatizovaného) diskurzu, sú ním vždy zároveň samy konštruované.

Moc, ideológia a mediálne štúdiá: odhaľujme, nezahmlievajme

Kontextom použitia výrazu vyhovujú v zásade dve definičné pozície: prvou, ktorou naznačujeme, že médiá sú číro sprostredkovateľmi, distribútormi diskurzov, je *mediovaný diskurz*; druhou, ktorá poukazuje na formatívnu rolu médií vo vzťahu k iným diskurzom, je *mediatizovaný diskurz*. Možným riešením je, podľa mňa, odmietnutie používania pojmu mediálny diskurz nielen v neterminologickom, konceptuálne vyprázdnenom, lež aj v iluzórne jednoznačnom generalizujúcom poňatí; pojmy predsa majú interpretácii slúžiť, nie ju svojou zahmlenosťou komplikovať, znemožňovať. V prípade, ak pojem mediálny diskurz používame, mali by sme tak robiť na základe jeho jasnej definície – ak už nie explicitne uvedenej, tak aspoň vnútorne uvedomovanej, neustále zvažovanej. Aj keď by sa to miestami mohlo zdať, v príspevku mi nešlo o terminologický status, ale skôr o obsah pojmov: používanie výrazu mediálny diskurz nezavrhum, rovnako ani nevyzývam na to, aby sme začali mediálny diskurz mechanicky premenúvať na diskurz mediatizovaný a pod.

V štúdií som sa snažil zviditeľniť a interpretovať aktuálny konceptuálny problém „mediálneho diskurzu“. Ako dôvodím, tým, že ho ponímame ako unitárnu homogénnu entitu, stavajúc ho do nadradenej (zastrešujúcej) pozície voči ostatným diskurzom a neberúc do úvahy komplexnosť interdiskurzívnych vzťahov, si, podľa mňa, v mediálnych štúdiách sami stavíme múr, za ktorý napokon nevidíme. (Spolu-)konštruujeme to, čo by sme v skutočnosti mali dekonštruovať a v dôsledku toho nedokážeme interpretovať pôvod ideológii, uspokojujúc sa s tým, že nájdeme ich „zaručených“ šíriteľov – médiá. Zabúdame na fakt, že takto analyzujeme symptómy, a nie príčiny, navyše, mimovoľne sa tak podieľame na maskovaní pôvodu ideológií. Médiá síce disponujú mocou diskurzu pretvárať, no to neznamená, že stáli pri ich zrode, že ich samy tematicky, sociálne a ideologicky naplnili. Mojmým zámerom bolo prispieť týmto textom k premýšľaniu o mediálnom diskurze, a tak pomôcť odhaľovať to, čo je cez koncept mediálneho diskurzu systematicky zahmlievané. Denaturalizáciu významov a dekonštrukciu kultúrneho totiž chápem ako hlavný účel teórie diskurzu.

Poznámky

¹ Žiaľ, zlepšenie platí menej pre odbor ako celok než pre jednotlivcov. Zdá sa, že temer bezmedzná expanzia niektorých pracovísk sa dnes stáva jednoznačnou inštitucionálnou prekážkou kvality odboru. Kľčovitá snaha vyhovieť kvantitatívnym kritériám je v prudkom rozpore s kontinuálnym a hĺbkovo interpretujúcim prístupom kritických sociálnych vied a nezriedka vedie k partikularizácii výskumných výsledkov a kompilatívne (ak nie priamo plagiarizačnému) charakteru publikácií. Mediálne štúdiá pôsobiace v nastolenom scientometrickom rámci – a určite v tom nie sú osamotené – tak vlastne samy chtiac-nechtiac naplňajú „proroctvo“ o nízkej kvalite odboru, pravidelne artikulované inštitucionálnymi manažmentmi vedy a verejnosťou (pozri aj pozn. 17).

² Možno identifikovať prinajmenšom *sociálnovedný* prístup, uchopujúci diskurz, v tradícii vychádzajúcej z diel Michela Foucaulta, ako systematickú artikuláciu/konštitúciu vedenia/moci, a *jazykovedný* prístup, v ktorom diskurz nadobúda význam procesuálne uchopeného textu či dialógu, obyčajne analyzovaného vo vzťahu k štruktúrovaniu moci (pozri napr. Bočák, 2009). Prístupy *discourse studies* k diskurzu sa taktiež dajú deliť s Markom Lapčíkom na reduktívne, operacionalizujúce a extenzívne (Lapčík, 2009a). Vo všeobecnosti však v humanitných i sociálnych vedách reprezentuje pojem diskurz zásadné paralelné paradigmatické posuny: k uchopovaniu roly jazyka (či širšie komunikácie) v „tvarení“ analyzovaných fenoménov, k analýze pôvodu a distribúcie moci v kultúre, k „posociálneniu“ humanitných vied a ku komplexite vôbec (viac napr. Bočák, 2008).

³ V tomto bode cítim potrebu deklarovat' určitý konflikt záujmov, keďže som sa na danom čísle revue podieľal vlastnou teoretickou štúdiou; tak či onak si dovoľm považovať dielo v uvedenom kontexte za zásadné.

⁴ O „heuristickom vyprázdnení“ konceptu Lapčík píše: „To, čo je akosi ‚samozrejme‘ nazývané *diskurzom*, sa [...] v mnohých prípadoch stalo len ‚atraktívnejším‘ pomenovaním komunikačného procesu alebo jeho štruktúr, a to, čo je nazývané *diskurznom/diskurzívnou* analýzou, je často len ‚atraktívnejším‘ označením metodologicky málo (či dokonca vôbec) definovaných a zdôvodnených postupov analýzy.“ (Lapčík, 2009b, s. 107; kurzíva v origináli)

⁵ Zdôrazňovanie médií v pozícii nástrojov ideológie zaiste prispieva k skrývaniu roly ďalších ideologických inštitúcií: napr. v náčrte ideologických štátnych aparátov (*ISA*) Louisa Althussera (1971) nájdeme okrem komunikačného religiózne, vzdelávací, rodinný, právny, politický, odborový a kultúrny *ISA*. Redukcionizmus tézy *ideológia = médiá* je kľúčový aj pre nasledujúcu časť tejto state.

⁶ Základné tézy príspevku boli prednesené na vedeckej konferencii *Jazyk – médiá – text – preklad II*, ktorá sa konala na FF PU v Prešove 4. 11. 2011.

⁷ Terminologickému sprehl'adňovaniu pojmu diskurz sa systematicky venujem prinajmenšom od roku 2006 (pozri terminologické heslá Bočák, 2006a, 2006b), teóriu som systematickejšie po prvýkrát vyložil v roku 2008 (pozri štúdiu Bočák, 2008) a komplexnejšie napr. v štúdiu Bočák 2009, takže si nateraz dovoľm vychádzať z predpokladu, že v tejto oblasti som subjektom značne teoreticky (terminologicky) citlivým.

⁸ Jan Jiráková a Irena Reifová označujú chápanie „mediálna produkcia ‚typická‘ pre určitý historický a spoločenský kontext“ za užší význam pojmu mediálny diskurz (Jiráková – Reifová, 2004, s. 48).

⁹ Nestačil by teda na označenie uvedeného významu termín reprezentácia, ktorý už je sám osebe vnímaný procesuálne? Podobne Macdonald (2003, s. 1) tvrdí: „Pre svoje neostre hranice je koncept ‚diskurzu‘ často obviňovaný z nahrádzania dôverne známych konceptov ako ‚jazyk‘ alebo ‚reprezentácia‘ neužitočným akademickým žargónom.“ Termín však zároveň pre mnohých/é signifikuje posun k dynamickému a kontextuálnemu skúmaniu jazyka, čím poskytuje priestor vymedziť sa voči tradičnejším lingvistickým prístupom

(Hartley, 2002). Pravda, treba poctivo dodať, že veľa rás ide len o terminologické a disciplinárne „hry“ a azda väčšina jazykovedcov/kýň už dnes akceptuje a odvoláva sa na *post-*(napr. postštrukturalistické) teoretické rámce aspoň implicitne.

¹⁰ V poslednom prípade ide vlastne o obviňovanie médií zo systematického reprezentovania sveta určitým spôsobom, ktoré má za cieľ, ako to vyplýva z kontextu analyzovaných výpovedí, zakryť skutočnosť či manipulovať verejnú mienku.

¹¹ Práve v dôsledku diskurzov získavame presvedčenie, že niečo jestvuje. K spochybneniu existencie reality teóriou diskurzu (resp. širšie konštruktivismom), prirodzene, dochádza iba zdanlivo: podľa nej veciam musíme „alokovať význam“ (Jäger, 2001, s. 42), až tým sa stávajú dostupnými vedomiu. Obrazne povedané, dôležitejšie než to, že človek svet uchopuje rukami, je to, že ho uchopuje myslou: „Popierané [teóriou diskurzu, pozn. M. B.] je nie to, že [...] objekty existujú mimo myslenia, ale skôr tvrdenie, že sa môžu konštituovať mimo akéhokoľvek [diskurzu].“ (Laclau – Mouffe, 2001, s. 108)

¹² Základom slova *subjekt* je lat. sloveso *iacere* (vrhnúť) a lat. predpona *sub-* (pod-): doslovne je teda subjekt „podvrhnutý“, t. j. uvrhnutý pod nadvládu niekoho/niečoho (panovníka/čky, štátu, ideológie a pod.). Diskurzívna konštruovanosť subjektu opäť neznamena, že bez diskurzu by ľudské bytosti neexistovali; tie však práve ako (mysliteľné, zmysluplné) subjekty existujú vždy výhradne v rámci (konkrétneho) diskurzu, ktorý im dáva určitý (a nie iný) zmysel, ktorý ich v kultúre určitým (a nie iným) spôsobom ukotvuje.

¹³ Flusser chápe dialóg a diskurz ako ideálne komunikačné štruktúry a funkčne vymedzuje (prevažne) dialogickú a (prevažne) diskurzívnu formu komunikácie.

¹⁴ Jedným z predpokladov výkladu médií ako sociálnych manipulátorov je práve ich chápanie ako „cudzieho telesa, do spoločnosti „nasadenej“ a [spoločnosti] bytostne cudzej technológie“. (Schulz, 2000, s. 30)

¹⁵ O subjektoch môžeme uvažovať nielen na individuálnej (človek, napr. žurnalista/ka), ale aj inštitucionálnej rovine (organizácia, napr. redakcia). Ak seba/iných vnímame ako subjekty inštitucionálne, odkazujeme nie na individuálne, lež na inštitucionálne diskurzy, vsádzame (vlastný/iný) subjekt do rámca inštitúcie, a tak konštruujeme situačne špecifickú identitu. Inštitucionalizácia subjektivity zároveň dovoľuje jednotlivcom/kyniam zbaviť sa viny z prípadných negatívnych dôsledkov inštitucionalizovaných diskurzov: argument hovorenia (či konania) v mene inštitúcie býva ako ospravedlnenie kultúrne pochopiteľný, akceptabilný.

¹⁶ Samotný termín médium je pritom konceptuálnym produktom štúdia médií: disciplinácia odboru (z princípu vždy arbitrárne) určuje, čo do pojmu média zahŕnie. Sú to zrejme až 60. roky 20. storočia, ktoré – stimulované hlavne rozmachom televízie – „objavili“ médiá v dnešnom zmysle (Scannell, 2002, s. 194).

¹⁷ Kto z teoretikov/čiek médií nezatúžil aspoň raz po potlačení vlastnej vedeckej pokory a získaní schopnosti predložiť jednoznačné, raz a navždy platné vysvetlenie toho, ako médiá fungujú – zvlášť v kultúre, ktorá pre každodennosť interakcií (s) médiami akceptuje komensenzuálne interpretácie médií a mediálne štúdiá považuje za „kultúrny Disneyland pre slabomyseľných“ (slová britského exministra školstva z roku 1993; O’Sullivan – Dutton – Rayner, 1998; cit. in Giles, 2003, s. 9) či „Mickey Mouse degree“ (vyjadrenie britskej exministerky detí Margaret Hodge z roku 2003; pozri napr. heslo *Mickey Mouse degrees* in Wikipedia)?

¹⁸ Porov. definíciu diskurzu Normana Fairclougha (1995, s. 14, cit. in Wodak, 2001): „Diskurz je spôsob označovania určitej oblasti spoločenskej praxe z určitej perspektívy.“ Spomenutý ideologický rozmer diskurzu je rozhodujúcim momentom vymedzenia kritickej lingvistiky voči štrukturalistickému skúmania jazyka, ako aj postštrukturalistických (napr. sociolingvistických, pragmalingvistických) snáh o kontextuálne skúmanie jazyka vo väzbách na konkrétne sociálne pozície. Na sprehľadnenie situácie v definovaní diskurzu a odlíšení

jazykovednej a sociálnovednej paradigmy možno vhodne využiť termín makrosociálny komunikačný register, t. j. „[k]onvencionalizované jazykové a parajazykové správanie sa ľudí preferované v komunikačnej sfére prislúchajúcej sociálnej inštitúcii“ (Slančová – Slančová, 2010; mikrosociálny register sa vzťahuje na konkrétnu komunikačnú situáciu). Diskurz chápem ako širší koncept, pri ktorom je rozhodujúca ideologická stránka komunikácie.

¹⁹ Viacero kritických teórií chápe diskurz médií ako omnoho jednotnejší a svoju kritiku stavia práve na predstave tematicko-sociálno-ideologickej homogenity médií. Taktiež štrukturálne zamerané empirické skúmania mediálnych profesií naznačujú určité vzorce v sociálnej situovanosti, ako i hodnotovej orientácii novinárov/ok a iných mediálnych profesií.

²⁰ Napr. stručný manuál *Sedem návykov dobrých spravodajcov/kýň* radí: „Aby ste vtiahli svojich divákov [do deja, pozn. M. B.], povedzte im príbehy v televízii tak, ako by ste im to hovorili zoči-voči.“ (Lang – Potter, 1999)

²¹ Podľa viacerých autorov/iek napr. feministická reinterpretácia tradične androcentricky (patriarchálne) konceptualizovanej verejnej sféry smeruje k potlačeniu elitistického uvažovania i o samotnom tabloide (pozri napr. Johansson, 2007, s. 40n.). Citlivosť na tabloidizáciu médií, vnímanie tabloidnej žurnalistiky ako príznakovej kategórie je efektom uvedeného tradicionalistického diskurzu glorifikujúceho serióznou, mienkotvornú žurnalistiku; jeho vplyv sa výrazne prejavuje aj v odbornej debate o tabloide.

²² „Tradičná žurnalistika“ je tiež výlučne diskurzívnym konštruktom. Snaha prezentovať žurnalistiku ako profesiu založenú na nestrannom informovaní o aktuálnom dianí je skôr iba spätnou idealizáciou povolania, produktom modernistického sentimentu. Návrat ku „koreňom“ žurnalistiky ako informačnej inštitúcie nie je ani zďaleka návratom k „starému dobrému informovaniu“, ale v mnohých prípadoch k autorským fabuláciám či neskrývanej propagande. Aj žurnalistické ideály objektivity, nestrannosti či spravodajské hodnoty sa rodili len postupne (napr. McNair, 2004, s. 68n.).

²³ Preto je v komplexnejších prístupoch osožné smerovať k analýze dispozitívov: žiadne vedenie nie je iba artikulované (diskurzmi), ale sa aj zhmotňuje v materiálnych manifestáciách (objekty) a realizuje v sociálnych akciách (konanie). (Jäger, 2001) Kontextualizácia diskurzu v koncepcii dispozitívu predstavuje podstatný rys Foucaultovho posunu od archeológie ku genealógii (Vezovnik, 2009, s. 53n.).

²⁴ Nick Couldry (2008) kritizuje pojem mediatizácie za linearitu a univerzálnosť „mediálnej logiky“, argumentujúc (hoci nie veľmi presvedčivo) v prospech neutrálnejšieho pojmu mediácie.

Literatúra

- ALTHUSSER, Louis: Ideology and Ideological State Apparatuses (Notes towards an Investigation). In: Althusser, Louis: Lenin and Philosophy and Other Essays. New York, London: Monthly Review Press 1971, s. 127 – 186.
- BOČÁK, Michal: Diskurz. In: Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM 2006a, s. 25 – 26.
- BOČÁK, Michal: Mediálny diskurz. In: Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM 2006b, s. 25 – 26.
- BOČÁK, Michal: Diskurz ako predmet transdisciplinárneho výskumu. In: Slančová, Daniela – Bočák, Michal – Žarnovská, Iveta: 3. študentská vedecká konferencia: Zborník príspevkov. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove 2008, s. 526 – 537.
- http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Slancova2/pdf_doc/bocak.pdf [20. 9. 2009]
- BOČÁK, Michal: Diskurz: neurčitá cesta kultúrálnej, mediálnej a komunikačnej štúdií do centra svojho záujmu. *Kultura – média – komunikace*, 2009, 1, č. 1 (Spektákl, mizející realita a /ne/bezpečí informací. Diskursy/ o diskursu), s. 117 – 146.

- BOČÁK, Michal: Mediatizácia. In: Rusnák, Juraj a kol.: Texty elektronických médií: Stručný výkladový slovník. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove 2010, s. 132.
- COULDRY, Nick: Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling. *New Media & Society*, 2008, 10, s. 373 – 391.
- FAIRCLOUGH, Norman: *Discourse and Social Change*. Cambridge, Malden: Polity Press 1992.
- FAIRCLOUGH, Norman: *Critical Discourse Analysis: The Critical Studies of Language*. London, New York: Longman 1995.
- FISKE, John: *Television Culture*. London: Methuen 1987.
- FLUSSER, Vilém: *Komunikológia*. Bratislava: Mediálny inštitút 2002.
- FOUCAULT, Michel: *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. New York: Pantheon Books 1972.
- FOUCAULT, Michel: *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. 2. vyd. New York: Vintage Books 1995.
- GILES, David: *Media Psychology*. Mahwah – New Jersey – London: Lawrence Erlbaum Associates 2003.
- HARTLEY, John: *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. 3. vyd. London, New York: Routledge 2002.
- CHUULIARAKI, Lilie – FAIRCLOUGH, Norman: *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press 1999.
- JÄGER, Siegfried: *Discourse and Knowledge: Theoretical and Methodological Aspects of a Critical Discourse and Dispositive Analysis*. In: Wodak, Ruth – Meyer, Michael (eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage 2001, s. 32 – 62.
- JIRÁK, Jan – REIFOVÁ, Irena: *Diskurz mediální*. In: Reifová, Irena (ed.): *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál 2004, s. 47 – 49.
- JOHANSSON, Sofia: *Reading Tabloids: Tabloid Newspapers and Their Readers*. Stockholm: Södertörns högskola 2007.
- KEPPLINGER, Hans Mathias: *Mediatization of Politics: Theory and Data*. *Journal of Communication*, 2002, 52, č. 4, s. 972 – 986.
- KROTZ, Friedrich: *The Meta-Process of 'Mediatization' as a Conceptual Frame*. *Global Media and Communication*, 2007, 3, s. 256 – 260.
- Kultura – média – komunikace (Spektákl, mizející realita a /ne/bezpečí informací. *Diskurs/y/ o diskursu*), 2009, 1, č. 1.
- LACLAU, Ernesto – MOUFFE, Chantal: *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. 2. vyd. London, New York: Verso 2001.
- LANG, Annie – POTTER, Deborah: *The Seven Habits of Highly Effective Storytellers*. 1999. <http://www.newslab.org/articles/sevenhabits.htm> [13. 3. 2012]
- LAPČÍK, Marek: *Diskurs jako téma diskursu: poznámky ke konceptualizaci pojmu*. In: Cíbková, Ingrid (ed.): *Terminologické fórum II na tému socioterminologie, textová a prekladová terminologie: Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie*. Trenčín: Trenčianska univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne 2009a. [CD nosič]
- LAPČÍK, Marek: *Diskurs jako téma diskursu: O diskursu bez Habermase i bez Foucaulta?* *Kultura – média – komunikace*, 2009b, 1, č. 1 (Spektákl, mizející realita a /ne/bezpečí informací. *Diskurs/y/ o diskursu*), s. 93 – 116.
- LIVINGSTONE, Sonia: *On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008*. *Journal of Communication*, 2009, 59, č. 1, s. 1 – 18.
- MACDONALD, Myra: *Exploring Media Discourse*. London: Arnold 2003.
- MATHESON, Donald: *Media Discourses: Analysing Media Texts*. Maidenhead – New York: Open University Press 2005.

- MAZZOLENI, Gianpietro – SCHULZ, Winfried: “Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 1999, 16, č. 3, 247 – 261.
- McNAIR, Brian: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál 2004.
- Mickey Mouse degrees. In: *Wikipedia, the free encyclopedia*.
http://en.wikipedia.org/wiki/Mickey_Mouse_degrees [10. 5. 2012]
- MILLS, Sara: *Discourse*. London, New York: Routledge 2004.
- SCANNELL, Paddy: *History, Media and Communication*. In: Jensen, Klaus B. (ed.): *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. New York, London: Routledge 2002, s. 191 – 205.
- SCHULZ, Winfried: *Funkce a důsledky politické komunikace*. In: Jiráček, Jan – Řířhová, Blanka (eds.): *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum 2000, s. 24 – 40.
- SCHULZ, Winfried: *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. *European Journal of Communication*, 2004, 19, č. 1, s. 87 – 101.
- SLANČOVÁ, Daniela – SLANČOVÁ, Terézia: *Sociálna inštitúcia – komunikačný register – šport*. Prednesené na konferencii *Človek a jeho jazyk*, Smolenice 20. – 22. 1. 2010. [rukopis štúdie, v tlači]
- TALBOT, Mary: *Media Discourse: Representation and Interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press 2007.
- van DIJK, Teun A.: *Discourse and Power*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan 2008.
- van LEEUWEN, Theo: *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. New York: Oxford University Press 2008.
- VEZOVNIK, Andreja: *Diskurz*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Založba FDV 2009.
- WODAK, Ruth: *The Discourse—Historical Approach*. In: Wodak, Ruth – Meyer, Michael (eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage 2001, s. 63 – 95.

Abstract

Discourse—A Critical Concept: Unreflected Risks of Using the Phrase “media discourse”

In media studies, the phrase “media discourse” has been used frequently in recent years. However, despite the numerous (predominantly successful) attempts to define the discourse in Czech and Slovak media studies, the meaning of media discourse remains unreflected. Contemporary media are evolving so dramatically, that referring to the media discourse as a conceptually neutral entity, as a base for consistent media theory, can be found problematic. Despite the power of media organizations, compared to individualised nature of audiences, is indisputable (so media has power to promote “its” discourse effectively), working with the concept of homogeneous media discourse can be considered to naturalise the perspective of media as the only originator of its discourse, thus masking the fact, that media are rather specific mediators of discourses articulated across culture. In this article, author considers the current options of the definition of media discourse (mainly by confronting it with related terms, briefly discussing the interdiscursive relations and explaining the mediation/mediatization difference) and he argues for the preferring the terms *mediated/mediatized discourse* instead in a contexts specified.

Táto štúdia bola vytvorená realizáciou projektu *Dovybavenie a rozšírenie lingvokulturologického a prekladateľsko-tlmočnického centra* na základe podpory operačného programu Výskum a vývoj financovaného z Európskeho fondu regionálneho rozvoja.