

K MNOHOZNAČNOSTI MEDIÁLNÍHO DISKURZU / ON POLYSEMY OF MEDIA DISCOURSE

Tereza Rábová

Studie vznikla na UK FSV v rámci specifického záměru SVV č. 263 501 Historická a teoretická mediální studia.



The article deals with selected concepts used for media discourse analysis. Concepts of discourse analysis balancing on the edge of linguistics, pragmatics and semantics will be introduced. The importance is put on the transdisciplinarity and contextual framework of single concepts while reflecting heterogeneous media texts. The first part of the paper describes very convenient but rarely used semantic approach to media production. With the help of the theory of semantic blocs we propose to structure single texts into detailed lexical networks based on the language units and by that discover hidden discursive relations. Media products are often characterised by the presence of polyphonic structure and intertextual and interdiscursive means. Concrete examples from the language praxis and especially from the media domain illustrate every concept. Continuing in a similar way of thinking the author contemplates the traditional term metaphor which appears very often in the media message analysis. Finally, the author proposes other subject areas which should be in the centre of analysis in the future.

Keywords: Discourse, Discourse Analysis, Interdiscourse, Linguistics, Media, Metaphor, Polyphony, Semantics

Úvod

Vzhledem k významné roli jazykové složky v rámci mediální komunikace a také ke znakové povaze mediálních produktů (ať už máme na mysli žurnalistické texty, blogy, sociální sítě, publicistické útvary, televizní seriály...) má lingvistika při zkoumání mediálních diskurzů tradičně silnou pozici. Zájmu jazykových analýz se dnes těší např. televizní debaty a interview, rozborů se věnují tištěným formátům i internetové žurnalistice, rozvíjí se tzv. e-rétorika věnující se komunikaci prostřednictvím textových zpráv a e-mailů, komunikaci na chatu a sociálních sítích. Velmi intenzivní je v souvislosti s překotným vývojem reklamy také studium komunikace reklamních a obecněji persvazivních komunikátů nejrůznějšího ražení. Atraktivní je pro výzkumníky oblast mluvené komunikace, tj. televizní nebo rozhlasový monolog/dialog (včetně tzv. konverzace), ryze soukromý nebo oficiální/institucionální; do popředí se dostávají zákonitě rozborů komunikace vizuální, a to v tisku, televizi i elektronických médiích (vizuální rétorika). Studují se nejen jejich aspekty jazykové, ale i parajazykové: mimika, gestika, proxemika (např. právě na materiálu různých talk show a politických debat lze nalézt zajímavého materiálu víc než dost).

Rozbor lingvisticky chápaných či jazykem konstruovaných fenoménů se aktuálně promítá do mnoha typů multidisciplinárních, kvalitativně zaměřených analýz s různým pojetím cíle, hypotéz a celkového záměru výzkumu. Jmenujme jen namátkou: konverzační analýza, kritická analýza

diskurzu, sémiotická analýza a další, více viz např. Trampota 2010.¹ Analýza jazyka/řeči/promluv obsažených v mediálních textech se zde nutně projevuje; přirozený jazyk je centrální fenomén pro celý prostor (nejen) humanitních a společenských věd. Potíž s využitím lingvistické analýzy nejrůznějšího typu ovšem může nastat tehdy, pokud prostý rozbor (vnitro)jazykových jevů odkloní náš zájem od zkoumání úrovní vyšších, odvede pozornost od širších souvislostí. Máme za to, že natolik heterogenní a mnohoznačné komunikáty, kterými média dennodenně sytí naše životy, nelze nevidět v patřičných souvislostech a že jejich prostá formální analýza bez zasazení do adekvátního kontextu a následné interpretace by postrádala smysl. Vhodnou se ukazují být široká oblast pragmalingvistických zkoumání. „Pragmalingvistická analýza umožňuje syntetický přístup k jazyku a řeči; stírá hranice jednotlivých lingvistických a taky mnohých nelingvistických disciplín; popisuje reálnou vyjadřovací praxi v soukromí, na veřejnosti, v médiích.“ (Machová 2001:138)

V našem příspěvku se proto pokusíme naznačit některé užitečné koncepty stojící na pomezí lingvistiky, pragmatiky a sémantiky, které mohou pomoci interpretovat mediální texty a diskurzy. Bude se konkrétně jednat o *sémantický přístup k rozboru diskurzu*, otázku tzv. *polyfonie* a *interdiskurzivitu* a dále *metafory*. Jak uvidíme, navržený rámec kategorií, jež mohou sloužit účelnému výkladu mediálních produktů, tvoří celkem nerozdělitelnou jednotu. Na druhou stranu zde není samozřejmě možné nabídnout vyčerpávající teoretickou strukturu tohoto rámce.

¹ Mnohost až roztržitost možných přístupů je označována např. (dle K. Nordsterna) metodologickým surfingem či metodologickým ekumenismem (Hendl 2008).

Sémantika a mediální studia

Vzhledem ke znakové podstatě produktů utvářených masovými sdělovacími prostředky je sémiotika médií slibným směrem zkoumání. Sémantika jako odvětví usilující o výklad významů má, zdá se, s analýzou diskurzu dost styčných ploch, není však dosud plně využívána: „Naopak, jak poukazuje van Dijk, zatím se zcela nerozvinulo zkoumání sémantiky diskurzu. Sémantická analýza diskurzu hledající významy se může zaměřovat na užívání metafor, implikaci diskurzu, nebo presupozic a vyplňování prázdných míst textů (tedy toho, co texty považují za samozřejmé, co presuponují).“ (Trampota 2010:171) Domníváme se, že v rámci hledání účelné strategie kvalitativní analýzy mediálního diskurzu na lingvistické bázi se skýtá velký prostor pro spolupráci sémantiky a analýzy diskurzu zejména proto, že tam, kde první z disciplín svůj zájem o látku končí, zájem druhé právě začíná (Salsmann 2009). Jazyková realita, již oba přístupy popisují, je na dvou odlišných úrovních: v podstatě languové a parolové. Společné jim je ale to, že obě předpokládají v užitých jazykových prostředcích přítomnost zamýšleného účinku na recipienta, přítomnost argumentačního zaměření diskurzu: ve shodě s východisky nové rétoriky se oba směry shodují v tom, že diskurz je vždy pragmatický, argumentativně zaměřený (konkrétních účinků je pak dosahováno dílčími strategiemi). Jinými slovy svou komunikací chceme vždy něčeho dosáhnout, vyvolat účinek (funkce konativní/ilokuční síla).

Jedním ze sémantických přístupů ke studiu významu jazykového znaku uplatnitelných při rozboru mediálních textů je tzv. teorie sémantických bloků M. Carelové a O. Ducrota (Théorie des Blocs sémantiques, dále TBS). Jako specifický model analýzy významu jazykových jednotek vyrůstá z *teorie argumentace v jazyce* J. C. Anscombra a O. Ducrota. Stručně nyní tuto teorii představíme. TBS pracuje s hlavní premisou: argumentace není jevem mimojazykovým, ale je obsažena již v *jazykových strukturách samých*, je jim inherentní (Výpověď *Je teplo, pojďme se koupat*. obsahuje na jazykové, nikoliv na extralingvistické úrovni význam „teplo zve ke koupání“). Význam a argumentace jsou tedy přítomny v rámci/uvnitř jazyka. Druhou premisou je, že jazyk zároveň signalizuje *postoje*, jak danou výpověď chápat. Popis významu dle TBS spočívá v tzv. argumentativních spojeních (termín argumentace je jak vidno používán odlišně, než jaký je tradiční výklad argumentace rétorické). Na rozdíl od původní *teorie argumentace v jazyce* (která popisovala významy a spojení slov s pomocí tzv. konektorů *ale, dokonce, například, málo/trochu; tedy* aj.) vytyčuje TBS pouze dvě základní významové opozice. V pozici konektoru mohou vystupovat tyto dva typy významových spojek: typ „tedy/takže/protože“ a typ „přesto/ačkoliv/třebaže“. V prvním případě hovoří TBS o tzv. *normativním spojení (tedy)*, ve druhém případě o tzv. *transgresivním spojení (přesto)*. Cílem TBS je pak popis *všech* možných argumentací pomocí právě těchto dvou základních argumentací. Jednotlivé výrazy chápe v bloku, neodlučitelně (proto teorie sémantických bloků). Např. argumentace slova *opatrný* vypadá dle TBS takto: *opatrný: nebezpečí tedy vystříhat se*. Slovo se může

na konstituování významu podílet dvěma možnými způsoby. V případě *opatrný: nebezpečí tedy vystříhat se* jde o jistou reformulaci, opis; samo popisované slovo zde není obsaženo. Totéž slovo *opatrný* ale může být také výchozím či finálním členem jakékoliv další argumentace, v tom případě jde o tzv. vnější argumentaci (např. *záležet na životě tedy opatrnost*).

Pokud jde o rozsah analyzovaných jednotek, TBS se soustředí na popis morfémů (např. předpony, kořenu slova), jednotlivých slov, syntakticky komplexních výrazů (venku je teplo, bude tam tedy příjemně), tedy vět či vyšších celků, neboť argumentace se v jejím pojetí zrcadlí na všech úrovních jazyka.

Teoretický popis jazyka je v pojetí TBS realizován při interpretaci konkrétních textů (nikoliv formálně-logicky s izolovanými „laboratorními“ větami). Postulovaným cílem představovaného přístupu je nahlížet na vybrané texty ze dvou hledisek: tak, aby daný výklad (interpretace) byl validní, tj. korespondující se spontánním rozuměním rodilého mluvčího toho kterého jazyka. Výklad by měl být také zajímavý a měl by odkrývat netriviální/nebanální způsobem další (neuvědomované) významy v textu skryté. Lingvista (=sémantik) může tímto způsobem dekodovat nevědomě konstruovaný, běžně nereflektovaný význam prostřednictvím poučených interpretací, na základě svých znalostí a také intuice atd. Daný postup vysvětluje význam jednotlivých výpovědí, snaží se o nalezení jiného vyjádření, opisu, vysvětluje, nahrazuje jeden výraz jiným/jinými či výraz odstraní a zkoumá, jak se změní celý význam výpovědi. Snaží se o popis a třídění jednotlivých zjištěných významů a dovozuje, co z toho pro jazyk plyne (např. kolik „druhů“ *ale* se v jazyce vyskytuje, v jakých užitích a proč).²

Naznačený přístup ke konstruování významu, potažmo vnitřní jazykové argumentaci, může představovat dobrý nástroj pro detailní schematizaci (parafrázování) částí mediálních textů, protože právě o výklad významů v nich skrytých často usilujeme. Přepis lexikální sítě pomocí této metody umožňuje odhalovat v textu vztahy, které na první pohled nejsou patrné. Můžeme si pomoci argumentacemi vyjádřenými konektory *tedy* a *přesto* např. při vyjadřování významových vztahů obsažených v komentáři analyzujícím předsednictví EU takto: *Předsednictví Česka tedy (automaticky) problém pro EU. nebo Vnitropolitické potíže Francie přesto dobrý výsledek v čele EU*. Plodné využití této metody si umíme představit zejména u textů/žánrů skrytých či explicitně persvazivního zaměření, interpretační povahy, analytických útvarů atd.

Pokud jde o signály, které mají navádět recipienta k adekvátnímu čtení výpovědi (srov. zde teorii kódování a dekodování S. Halla), ty mohou být, jak jsme uvedli, vnitrojazykové (languové), a zároveň se pak manifestují při užití (parolovém) „vnějším“, rétorickým, často persvazivním. Sémanticky objasněné konstrukce nižší úrovně (slova, věty) vstupují do diskurzivní hry v kombinacích usilujících o konkrétní účinky (přesvědčit, uklidnit, zneklidnit; definovat nebezpečí a nabídnout vzápětí vlastní pomoc aj., viz Salsmann 2009). Snaží se o odkrytí předpokládaného „diskurzivního

² Podrobněji k teorii TBS viz Rábová. Teorie sémantických bloků jako přístup k popisu a výuce jazykového významu. In Didaktické studie č. 1, 2011 (v tisku).

chování mluvčího“ včetně komentáře jím vyřčených slov, o analýzu způsobu postoje k vlastnímu sdělování, o získání klíče k chápání výpovědi.⁴ Předpokládáme, že výběr a užití jazykových struktur v řeči sleduje, jak již bylo zmíněno, jistý pragmatický cíl. Produktor tak dosahuje nejen svých záměrů, ale i působivosti a efektu (znovuobjevený pojem *étos/patosu*), a to promyšlenou kombinací argumentů konstruovaných na nižší rovině za účelem argumentace strukturně „vyšší“, rétorické. Pro jeho projev je tímto charakteristická také *polyfonní* struktura, viz níže. Tak jako může docházet ke kolizi významu jednotlivých lexémů a celkového smyslu výpovědi (viz níže případ ironie, negace, existence více mluvčích subjektů v textu a vnitřní rozpory mezi nimi), tak může naopak docházet ke spolupráci těchto vrstev (jazykové významy) podílejících se na konstituování výsledného smyslu sdělení ze strany příjemce (interpretace). Jinými slovy: kombinací jednotlivých dílčích jednotek se jejich význam nemění, mění se však smysl celkového sdělení.

Polyfonie v mediálním diskurzu

Metodologickým nástrojem, jenž nám může pomoci odhalit velmi jemné nuance v jazykových/řečových strukturách textů produkováných médiem a který velmi souvisí s výše naznačenou sémantickou dimenzí diskurzu, je fenomén **polyfonie**. Rozbor polyfonních struktur, který se podílí na rozkrývání vyřčeného, ale i zamlčeného a implicitního, se ubírá několika více či méně souvisejícími lingvistickými i literárněvědnými směry. Vychází z předpokladu, že je nemožné nahlížet na text jako na prostý monolog, neboť v každém textu se odráží mnoho hlasů, perspektiv, diskurzů vzdálených v čase, prostoru i kultuře. Polyfonii, tj. přítomnost více hovořících subjektů, lze sledovat již na úrovni jednotlivé věty, vyjádření či výpovědi.

Šířeji do povědomí se pojem polyfonie dostává v 2. polovině 20. století díky objevným pracím M. Bachtina, jehož pro evropské myšlení o komunikaci, literatuře a jazyku objevila zejména J. Kristeva a další členové uskupení Tel Quel. Bachtin pracoval s pojmem polyfonie převážně v rámci diskurzu literárního. Klíčové bylo Bachtinovo rozlišení promluvy „své“, vlastní a „jiné“, cizí, přičemž mezi těmito dvěma prolínajícími se hlasy probíhá neustálý a nekonečný *dialog*. „Dialogičnost je podstatou všeho našeho vyjadřování: každou výpověď, kterou proneseme, vedeme dialog jednak s už realizovanými výpověďmi a existujícími texty, jednak anticipujeme a implikujeme určitou reakci na svůj projev (i na promluvu monologickou), a navíc jsme v neustálé interakci se sociální situací.“ (Hoffmannová 1997:34) Taktéž v oblasti literární se polyfonii věnoval počínaje 60. léty 20. století G. Génette (který rozlišoval pojmy vypravěč, autor, postava, mluvčí a na textové úrovni také tzv. paratexty, architexty, metatexty, hypertexty – ovšem poslední pojem v jiném významu, než jak je užíván dnes. Sám Génette se ostatně s nadsázkou vyjádřil, že mu byl termín „ukraden“, a on tak musí přepracovávat svou typologii).

Pojem polyfonie z hlediska sémantického a lingvistického se objevuje také u Ch. Ballyho. Polyfonii, doslovně přeloženo mnohlasí, pak dále rozpracovává zásadním způsobem O. Ducrot (1984), který vychází spíše právě od Ch. Ballyho. Ducrot pracuje s myšlenkou, že subjekty, které z textu „mluví“, jsou ve skutečnosti mnohem početnější než např. jen reálný produktor (v našem případě žurnalista, spisovatel, moderátor, pisatel blogu...) a dále subjekt „vypravěče“ (vševědoucí, objektivní, zprostředkovatel atd.). Ducrot dělí entity, které z textu promlouvají, na hovořící subjekt (reálná, fyzická osoba, viz výše) a různé další potenciálně přítomné mluvčí: první je konstruován pouze na úrovni řečové, je to „diskurzivní bytost“ zodpovědná za to, co se říká, je „angažovaný“, ke své výpovědi zaujímá stanovisko. Druhý si od výpovědi udržuje distanc, když (paradoxně) uvádí svou výpověď např. slovy *podle mého názoru*, čímž ji staví *nad* úroveň ostatních svých slov, nebo také provádí tzv. výpovědní akty. Později Ducrot přidává k těmto elementům ještě obecný, archetypální hlas, „mluvčího lambda“, který představuje „hlas světa“, sdílenou empirii společnou účastníkům komunikace a bytostem lidského společenství (viz *encyklopedie aktuálního světa* U. Eca). Jakéhosi všeobjímajícího/nadřazeného mluvčího si lze představit např. v generickém užití přítomného času či v gnómičkových vyjádřeních přísloví, které ztělesňují myšlenkové, kulturní a jazykové dědictví (s nímž se nepolemizuje, neboť je dáno, je to tradiční moudrost). (Maingueneau 2009). Významy, které jsou tvořeny navrstvením promluv jednotlivých „hlasů“, mohou být rozporné. Jedná se např. o ironii, při níž se manifestuje rozpor mezi doslovným, sémantickým a konotovaným, interpretovaným významem. Dalším jevem, který lze vysvětlovat pomocí polyfonie, je negace: co z toho, co bylo proneseno, je negováno? Kým přesně? Byla popřena celá výpověď, či jen jedna část? Ještě jiný příklad se týká reference zájmena *já*, které nemusí vždy odkazovat k mluvčímu subjektu. Např. promluva: *Už trochu žvatlám, to za chvíli začnu skutečně mluvit*. jistě není pronesena malým dítětem, které ještě mluvit neumí. (Cusin-Berche et al. 2003) Rozlišením jednotlivých řečových subjektů je rovněž možno dešifrovat distanc k proslovenému (ke *grafickému* označení zprostředkované řeči se užívají uvozovky, kurzíva aj. Ty často označují také ironii, parafrázi slov někoho dalšího atd.). Komentář vlastní výpovědi na úrovni jednoho z „hlasů“ promlouvajícího z textu může zaznít explicitně a vyznačovat se metajazykovým hodnocením (příklad z blogu)⁴: „*Babizna. Byla sice o dvacet let mladší, ale dovolím si tento výraz použít, protože navzdory svému mládí, byla kyselá.*“ (Interpunkce zachována, pozn. T. R.) nebo (z rozhovoru se slovenskou premiérkou I. Radičovou)⁵: „*Dovolím si navíc říci, že zatím nemůžu konstatovat žádné ztráty, se kterými by bylo přijetí evropské měny spojené.*“

Zkoumání heteroglosního zbarvení textů dále prohlubuje Skandinávská škola polyfonie ScaPoLine. Rozpracovává možnost nahlížení na entity, které strukturují a konstruují diskurz a jednotlivé úhly pohledu; obraz mluvčího,

³ Tradiční frankofonní rozlišení výpovědi na énonciation a énoncé: énonciation jako způsob vyprávění a énoncé jako vyprávěná událost.

⁴ FRŮHBAUEROVÁ, H. blog.idnes.cz [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://fruhbauerova.blog.idnes.cz/c/192749/Protivratskovy-krem.html>>.

⁵ FRÁNEK, T. Premiéra Slovenska: Ať dlužníci eurozóny zkrachují. [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=688077>>.

recipienta a tzv. *třetího*. Na základě vyčlenění těchto struktur pak např. sledují, jakým způsobem mluvčí svou promluvu komentuje, jak se k ní staví, nese-li za ni zodpovědnost či se od ní distancuje. E. Roulet pak operuje s pojmy *diafonie* – případné předjímání či komentování slov komunikačního partnera – a *polyfonie* ve vlastním slova smyslu – citace třetí strany (např. experta), citování dalších mluvčích atd. (Maingueneau, Charaudeau 2002) V případě citací výroků třetí strany vzniká úzká vazba citované pasáže na uvozovací slovesa: *řekl, potvrdil, nevyvrátil, musel obhajovat...* Volba konkrétního výrazu může výrazně ovlivnit výslednou výpovědní modalitu.

Je třeba si uvědomit, že ačkoliv nejužívanější je polyfonní vidění textu dosud právě v případech literárních zkoumání románů, dramát, postmoderních koláží aj., je velice dobře využitelné i pro texty běžné denní komunikace a texty produkované médií. Jednoduše řečeno jde o to, kdo všechno v rámci komunikátu mluví, koho nechávají texty promlouvat a jak, což je stejně důležité, jako o čem se mluví. Pro intertextově bohaté žurnalistické, publicistické, reklamní, polemické, argumentační aj. diskurzy je pojem polyfonie klíčovým konceptem.

Interdiskurzivní vztahy v mediálních textech

V průběhu dosavadního výkladu jsme měli několikrát velmi blízko k faktu, že texty a diskurzy zákonitě existují v průsečíku jiných textů a jiných diskurzů; pro mediální výstupy, přestože představují autonomní struktury, je taková propojenost více než příznačná: novinářská zpráva odkazuje na konkrétní události, situace i např. výpovědi svědků, analytická publicistika reaguje na předchozí texty i realie, aktualizuje je; všudypřítomné jsou citáty, aluze atd. Takové *vicehlasí*, jak jsme je naznačili výše, nemusíme chápat pouze na úrovni manifestované explicitně: např. ve formě evidentně heterogenního složení jednoho vydání novin nebo třeba různorodých příspěvků e-zpravodajství. Nabízí se zde rozsáhlé pole výzkumu jak *intertextuality* (pojem označující spíše vztahy v rámci textu), tak i komplexnější *interdiskurzivitu* (odkazované napříč jinými žánry a diskurzy). Otázkami intertextové žánrové výstavby (např. parodie, pastiše, koláže) a vzájemné komunikace mezi texty se opět tradičně zabývají literární teorie. Nutno dodat, že i zde se definice a přístupy různí, je tak možno uvažovat také o *intertextovosti*, *intertextu* atd. (Maingueneau, Charaudeau 2002). Tzv. *préconstruit* v pojetí M. Pécheuxe je stopou předchozích diskurzů, která existuje již v momentě vzniku výpovědi nové, a podtrhuje tak význam interdiskurzivitu.

Tak jako nelze doplnit v mediálních diskurzích všechna sémanticky nedourčená místa, není stejně tak možné odhalit všechny narážky, aluze a citace mezi tematicky, časově a kulturně vzdálenými texty. Známkou intertextovosti a interdiskurzivitu je možno nacházet v rámci i napříč jednotlivými tituly, v rámci jednoho titulu nebo celého spektra mediální nabídky (některé výpovědi kolují prostorem všech médií, jiné se budou koncentrovat ve specializovanějších

komunikačních platformách). Charakteristické je např. odkazování na vlastní časově vzdálenější texty, ale i na předchozí články cizí (např. vzájemné reakce příspěvatelů do diskusních novinových rubrik) – zejména s érou internetových podob deníků. Deník, časopis nebo televizní pořad tak může systémem aluzí posilovat svůj sebeobraz v rámci komunikace s publiky (konkrétně např. fóra nebo dopisy čtenářů, pořady typu „Volejte řediteli“). (Ringoote 2004). K dnes už téměř klasickému příkladu intertextovosti, Ecovu *Jménu růže*, můžeme přidat např. americký seriál Simpsonovi, který obsahuje velké množství kulturních a polických narážek, nebo nedávno se objevivší výrok reagující na dopadení Usámy bin Ládina: „Tak nám zabili Usámu“, který se našem kulturním povědomí vztahuje k první větě Haškova Švejka. K jiným textům se také často odvolávají titulky novinových článků. Za všechny např.: *Lásky jedné plavovlásky: Politika, ekonomika, řízení. A taky Věci veřejné*⁶ nebo *Rekviem za Věci veřejné. Vládní strana v politickém hrobě*⁷. (Hypertextové) odkazování na webu z principu vůbec skýtá obrovský prostor k možným výzkumům zákonitostí, jsou-li nějaké, a strukturací možných odkazovacích aparátů, typů aluzí, parafrází aj. Moderní komunikační prostředky často ovlivňují proces komunikace ve smyslu nejednoznačnosti. Zkratky a zkratková slova, emotikony („smajlíky“), zašifrovaná vyjádření, která vidáme v sms zprávách nebo na chattech, představují „asociační klíče“, (Machová 2001:138) odkazující k dalším významům. Připomeňme opět, že interdiskurzivitu nelze oddělit od polyfonního vidění diskurzu.

Několik poznámek k jazyku médií

Z ryze **jazykového hlediska** nabízí mediální diskurz téměř neomezený prostor k výkladu lexika, které se v jejím rámci mění nejrychleji a nejvýrazněji. Právě prostřednictvím médií poznáváme jako jejich uživatelé a také jako členové jazykového společenství pojmenování nově vzniklých reálií anebo nová pojmenování z oblasti vědy, politiky, kultury, školství (např. *rychlou student*). Mediální produkce nabízí bohatou škálu výrazů, která reflektuje pohyby ve společnosti, svědčící o jazykové kreativité (leckdy s nádechem ironie) uživatelů češtiny (zhusta se objevují expresivní neologismy a okazionalismy, aktuálně viz *deabelizace*, *delangerizace*, *držhubné*, *náhubkový zákon*, *hokejové/sportovní přitakání no tak určitě, věčkaři*). V tomto smyslu stále probíhají lexikální posuny vyjádřené pojmem **aktualizace** a **automatizace**. Aktualizované prostředky mají působit proti nutným schematizacím a budit pozornost, sloužit k ozvláštnění komunikátu a deautomatizaci vnímání, nabízet myšlenkové variace a inovace; mají zadržovat komentář, prodchnout ho emocionální složkou a také vyjádřit autorova stanoviska. (Jílek 2009) Frazémy a přísloví, prostředky samy o sobě ustálené, mohou být užívány v jiných než očekávaných výskytech – obměněné frazeologismy se pak užíváním opět automatizují. Cirkulují v jazykovém společenství a odrážejí vnímání dané reality v určité době. Takové prostředky užívané např. ve sportovní a politické žurnalisti-

⁶ KALENSKÝ, J. Lásky jedné plavovlásky: Politika, ekonomika, řízení. A taky Věci veřejné. [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://volby.ihned.cz/c1-43015360-lasky-jedne-plavovlasky-politika-ekonomika-rizeni-a-taky-veci-verejne>>.

⁷ LESCHTINA, J. Rekviem za Věci veřejné. Vládní strana v politickém hrobě. [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://vyhledavani.ihned.cz/komentare/c1-51868710-rekviem-za-veci-verejne-vladni-strana-v-politickem-hrobe>>.

ce jsou sice konstruovány odlišně, některá sémantická pole jsou ovšem velmi prostupná (*útok, gól, válka; boj proti korupci*). Obecně se o prostředcích charakteristických pro mediální, zejména publicistické texty, hovoří jako o *publicismech*.

Zvolené jazykové prostředky jednotlivých jazykových rovin (tedy mikroprostředí textu) představují klíč k celému textu, neboť prostřednictvím nich se většina dílčích funkcí a strategií realizuje konkrétně. Lingvistický pohled může být velmi komplexní a zahrnout jednotky nejnižších rovin jazyka, prostředky suprasegmentální, přes lexikum, nadvět-nou syntax až k rozsáhleji chápanému diskurzu, jak bylo naznačeno výše.⁸

Žánrová dynamika je patrná při styku a heterogenizaci jednotlivých žánrů: bulvární prvky pronikají do dříve rigidněji konstruovaných žánrů (stand-upy ve zpravodajství veřejnoprávní televize, obecně zábavní aspekt zpravodajství/infotainment, dominantní intimně-konverzační prvek talk show aj.). Na jednu stranu jsme svědky specializace při informování o odborných a vědeckých poznatcích, na druhé straně je patrná výrazná *konverzacionalizace* (Čmejrková 2008) až „domáckost“ mediovaných projevů. Tematické míšení doplňuje v rámci jazykového vyjadřování také tzv. *code-switching* (přepínání kódů) a užívání velice širokého spektra jazykových registrů v rámci jednoho textu. Světem sui generis je pak z hlediska jazykového i žánrového svět reklamy.⁹

O metafoře nově

Tradičně (opět již od dob antické rétoriky) se při rozkrývání významů výpovědi zaměřujeme na **metaforu**. Termín dnes více než aktuální, neboť se objevuje v pracích nejen literárněvědných, stylistických, rétorických, ale také v myšlení o jazyce (v řadě metafora, metonymie, synekdocha) a dále, pod vlivem prací G. Lakoffa a M. Johnsona, v kognitivním přístupu k řeči a světu. Metafora je chápána nikoliv jako ornament promluvy, ale jako základní prvek strukturující řečové uchopování světa a také faktor jazykové ekonomie. Tzv. *ontologická metafora* pomáhá strukturovat svět kolem nás. Objevuje se také pojem *konstitutivní metafora* jako výklad pojetí dějinných, společenských událostí, jevů, faktů. Víme rovněž, že: „Marshall McLuhan považuje metaforu za schopnost prostřednictvím jazyka převádět naši zkušenost z jednoho modu uvažování do jiného, nacházet nová a překvapivá asociační spojení ne jenom mezi slovy, ale mezi událostmi a jevy.“ (Kraus 2009:108) Radikálním pojetím sémantiky metafory se naopak zabývá P. Schulzová (2002). Zjednodušeně řečeno odmítá celý koncept metafory; tvrdí, že denotační/doslovný či konotační/přenesený/jakkoliv „příznakový“ význam nelze určit. Např. slovo *agónie* se může stejně tak týkat stavu člověka jako podniku/státu. P. Schulzová doporučuje klást důraz na vlastní význam, hloubkový sémantický rys dané jednotky, nikoliv rozlišovat význam vlastní a přenesený. Tím, že dva jevy metaforou připodobňujeme, zároveň připouštíme, že jsme je předtím svým kognitivním zpracováním uměle oddělili,

a dopouštíme se tak v podstatě stereotypního myšlení. Hovoří o nadbytečném zdvojení smyslu. Metafory jsou tvořeny uživateli jazyka, ale nikoli jazykem samým. Argumentuje navíc tím, že o „prvním“, tj. „slovníkovém“ významu, nemusí v jazykovém povědomí panovat shoda (byť naše řečové rámce samozřejmě fungují na základě sdílení a kontinuity, jinak bychom se nedorozuměli).

Zřetězené tradičně chápané metafory obsažené v komentáři nazvaném *Zadrhnutý motor*¹⁰ by pak tento přístup pravděpodobně eliminoval výklad metaforičnosti ve spojeních: *Zadrhl se tedy tradiční německo-francouzský motor Unie? / Proměnou zároveň prošel i samotný „motor“, nejen evropská „kapota“.* / *Ale v unii potřebujete motor z pěti, respektive šesti zemí (...)* / *Sarkozy hodlá (...) získat Camerona pro svou ideu – obrazně řečeno – pěti- či šesti-válcového evropského motoru.* / *Jestliže se proměnil kontext i samotný motor, nabízí se otázka, zda bude francouzsko-německý soulad stále nutný k tomu, aby evropská dodávka šlapala.* Popis a výklad metafory založené na fungování automobilu by se v jejím pojetí omezil patrně na konstatování výskytu daného *sémantického pole*. V citovaném textu se mimochodem objevují ještě další přenesená pojmenování s motivem **sňatku**: *Ti dva (Francie a Německo) se nerozvedou a vaření: koktejl, osobní chemie.* (Často se v textech přirovnávají politická klání ke sportovnímu utkání: *tah na branku*, objevují se motivy boje: *politický protivník, strana vytáhla do boje.*)

Namísto závěru

Pro naléhavost hledání účelného přístupu ke studiu mediálních textů svědčí hned několik věcí. Mediální produkce nejrůznějšího typu vzrůstá, rozšiřují se témata, která média zobrazují; komunikační kanály, které média využívají, oblasti života, do nichž pronikají. Realita, resp. mediální konstrukce reality zasahuje do stále více oblastí skutečného (nemediálního, pokud takový existuje) společenského i soukromého života. Fenomén, který charakterizoval paradigmatickou změnu v polovině 20. století, označovaný jako *obrat k jazyku*, můžeme dnes parafrázovat výrazem *obrat k médiím*. Potřeba reflexe stále se vyvíjejícího mediálního diskurzu (v různých pojetích toho, co diskurzem označujeme) je tedy palčivá: je důležité naučit se orientovat v nabídce médií a interpretovat sdělení, která nám předkládají. K dispozici máme také velké množství empirických dat, pro která je třeba najít vhodný interpretační rámec tak, aby bylo lze postihnout jejich smysl.

Připomněli jsme několik konceptů, o nichž se domníváme, že by mohly být v „mediální vědě“, zejména při studiu mediálních produktů, účelně využity. Nutně jsme nechali stranou výzkum mnoha dalších aspektů (za lingvistická témata jmenujme studium tzv. konektorů, textových orientátorů, znovuoobjevený *étos* autora nebo argumentaci a persvazi); i proto je třeba v současném „mediálním matrixu“ vyvíjet spolupráci napříč disciplínami a ve vědeckém dialogu odlišných tradic i zaměření.

⁸ Analýze jazykových prostředků v médiích se věnuje v tuzemském prostředí nejnověji např. Junková (2010), a to zejména z hlediska stylové platnosti a popisu lexika a frazeologie.

⁹ K úvahám o vzniku reklamního stylu viz např. Šebesta 1998, Pravdová 2002.

¹⁰ Šafaříková, K., Hudalla A. Zadrhnutý motor. In Respekt č. 22, květen/červen 2010.

Literatura

CAREL, Marion (1992): *Vers une formalisation de la théorie de „l'argumentation dans la langue“*. Thèse de doctorat. Paris: EHESS.

ČMEJRKOVÁ, Světa (2008): *Jazyk médií a jeho konverzácionalizace*. In *Jazykovědné aktuality* 45, č. 3–4, s. 87–100.

CHARAUDEAU, Patrick (2005): *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.

CUSIN-BERCHE, Fabienne et al. (2003): *Les mots et leurs contextes*. Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle, Université Paris III.

DUCROT, Oswald (1984): *Le dire et le dit*. Paris: Editions de Minuit.

HENDL, Jan (2008): *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál.

HOFFMANNOVÁ, Jana (1997): *Stylistika a ...Současná situace stylistiky*. Praha: Trizonia.

JUNKOVÁ, Bohumila (2010): *Jazyková dynamika současné publicistiky*. Praha: ARSCI.

JÍLEK, Viktor (2009): *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc: Univerzita Palackého.

JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara (2009): *Masová média*. Praha: Portál.

KRAUS, Jiří (2009): *Funkce metafory v soudobém mediálním diskurzu*. In Jiráková, Jan – Köpplová, Barbara – Kasl Kollmanová, Denisa (ed.): *Média dvacet let poté*. 1. vyd. Praha: Portál, s. 102–110.

KRAUS, Jiří (2006): *K metodologickým východiskům analýzy mediálního diskurzu*. In Sekera, Martin (ed.): *Sborník Národního muzea v Praze, řada C – Literární historie 1–4*. Praha: Národní muzeum v Praze, s. 41–53.

MACHOVÁ, Svatava, Švehlová, Milena (2001): *Sémantika a pragmatická lingvistika*. Praha: PedF UK.

MAINGUENEAU, Dominique (2009): *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris: Editions du Seuil.

MAINGUENEAU, Dominique – Charaudeau, Patrick et al. (2002): *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Editions du Seuil.

PRAVDOVÁ, Markéta (2002): *K povaze reklamního diskurzu*. *Naše řeč* 85, č. 4, s. 177–189.

RÁBOVÁ, Tereza (2011): *Teorie sémantických bloků jako přístup k popisu a výuce jazykového významu*. In *Didaktické studie* č. 1 (v tisku).

RINGOOT, Roselyne (2004): *Discours journalistique: analyser le discours de presse au prisme de la ligne éditoriale*. In Ringoot, Roselyne, Robert-Demontrond, Philippe (dirs.): *L'analyse de discours*. Rennes: Editions Apogée, p. 87–115.

SALSMANN, Margot (2009): *L'argumentation linguistique dans une rhétorique argumentative*. In *Estudos Linguísticos / Linguistic Studies*, N 4, p. 97–114.

SARFATI, Geoges-Elia (2002): *Précis de pragmatique*. Paris: A. Colin.

SCHULZ, Patricia (2002): *Le caractère relatif et ambigu du concept traditionnel de métaphore et la construction du sens lexical*. In *Semen. Figures du discours et ambiguïté*, 15, p. 59–70.

ŠAFAŘÍKOVÁ, Kateřina, Hudalla Anneke (2010): *Zadržnutý motor*. In *Respekt* č. 22, květen/červen.

ŠEBESTA, Karel (1998): *Reklama jako funkční styl?* In *Čeština doma a ve světě*, Praha: FF UK, s. 194.

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina (2010): *Metody výzkumu médií*. 1. vyd. Praha: Portál.

Internetové zdroje

FRÜHBAUEROVÁ, Helena. *Protivraskový krém*. [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://fruhbauerova.blog.idnes.cz/c/192749/Protivraskovy-krem.html>>.

FRÁNEK, Tomáš. *Premiérka Slovenska: Ať dlužníci eurozóny zkrachují*. [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=688077>>.

KALENSKÝ, Jakub. *Lásky jedné plavovlásky: Politika, ekonomika, řízení. A taky Věci veřejné*. [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://volby.ihned.cz/c1-43015360-lasky-jedne-plavovlasky-politika-ekonomika-rizeni-a-taky-veci-verejne>>.

LESCHTINA, Jiří. *Rekviem za Věci veřejné. Vládní strana v politickém hrobě*. [online]. Cit. 30. 5. 2011. Dostupné na <<http://vyhledavani.ihned.cz/komentare/c1-51868710-rekviem-za-veci-verejne-vladni-strana-v-politickem-hrobe>>.