

1. Dyskursy są miejscami walk semantycznych (walk wartości, walk obrazów świata)

2. Media eksponując określone wycinki dyskursów społecznych silnie kształtują społeczne postrzeganie świata, zwłaszcza że zazwyczaj odbiorca nie posiada dostatecznych kompetencji, aby wniknąć w zarysowany obraz świata. Dzięki mediom zachodzi proces stabilizacji lub zmiany struktury władzy w danej społeczności kulturowej.

dyskurs będzie ujmowany jako sposób zorganizowania ludzkiej aktywności, praktyka komunikacyjna określonej społeczności (wspólnoty), która w trakcie różnorodnych interakcji ustala i uzgadnia istotne dla siebie treści (wizję świata), konserwuje stosowne scenariusze zachowań komunikacyjnych oraz reguły ich wypełniania za pośrednictwem wypowiedzi (i/lub środków niewerbalnych). Dyskurs to zarazem wzorzec zdarzenia komunikacyjnego, jak i sposób jego realizacji. Maria Wojtak (*O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*)

M. Wojtak, *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „tekst i dyskurs” 4, 2011

dyskursy: tworzone są przez działania językowe (teksty) i pozajęzykowe w ramach pewnej społeczności kulturowej; ich nośnikami są w dużej mierze, jednak nie wyłącznie, media, a więc proces ich tworzenia i działania oparty jest na logice mediów (atrakcyjność newsa, komercjalizacja, potoczność, powtarzalność itd.) współtworzą rzeczywistość społeczną (rodzaj relacji międzyludzkich) i kulturową oraz wyrażają to, co możliwe w danej społeczności kulturowej, a przez innowacje wpływają na kulturę, oferując określone strategie konceptualizowania rzeczywistości; oparte są na działaniu konkretnych podmiotów, zakotwiczonych w systemach społecznych i kulturowych, w systemach wartości i konwenansów; współtworząc rzeczywistość, współtworzą znacznie i sens procesów, zjawisk, przedmiotów itd.

W. Czachur, *Dyskursywny obraz świata. Kilka refleksji*, „tekst i dyskurs” 4, 2011

Dyskurs (jeśli potraktujemy go jako wzorzec zdarzenia komunikacyjnego lub jako konkretną realizację tegoż)

może być wyodrębniony dzięki zastosowaniu następujących kryteriów:

- a) dziedzina tematyczna (tematy globalne lub częściowe),
- b) dziedzina ontologiczna (obraz świata, postawa poznawcza wobec rzeczywistości),
- c) dziedzina funkcjonalna (cele komunikacyjne),
- d) dziedzina wypowiedzeniowa (relacja nadawca-odbiorca, czas i miejsce komunikacji),
- e) dziedzina aksjologiczna,
- d) dziedzina konwencji gatunkowych.

Dyskurs mediów jest na poziomie wzorca dyskursem politematycznym, w pewnym stopniu zależnym od zróżnicowania mediów,

z wizją świata przyjętą z kategorii rozrywki, opartą na określonych regułach selekcji,
z antynomicznym zbiorem celów (informowanie, komentowanie, kumulacja wiedzy, mobilizacja,
rozrywka),
z systemem aksjologicznym wysuwającym na plan pierwszy wartości witalne,
ze zbiorem gatunków pozwalającym realizować wskazane zadania

Homogenizacja na poziomie dyskursów ma ramy wyznaczone przez kategorię infotainment,
czyli obejmuje następujące kategorie:

- a) fragmentację,
- b) konkretyzację,
- c) personalizację,
- d) sensacjonizm.

Konwergencja

zdolność do przenikania się mediów wraz z rozwojem technik komunikacyjnych

„Kultura konwergencji to zjawisko lub pewien proces, w którym obserwować możemy zmieniające się i wzajemnie przenikające zależności pomiędzy treściami medialnymi, kulturowymi i komercyjnymi oraz ich twórcami i odbiorcami”

B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji słów kilka*, „Biuletyn EBIB” 2008, nr 1,