

MEDIA VƏ DISKURS

Nahidə İmanova

Bakı Ali Neft Məktəbi, Bakı, Azərbaycan
e-mail: nahide-adu@mail.ru

Xülasə. Məqalədə media və diskurs arasındakı əlaqə araşdırılır. Medianın diskursa xüsusi təsir göstərdiyi qeyd olunur. Media informasiyanı mənbədən qəbulediciyə çatdırmaq üçün istifadə olunan ünsiyyət vasitəsi kimi müəyyən edilir. O, həm formal, həm də qeyri-rəsmi kontekstlərdə təlim proseslərində mühüm rol oynayır. Media diskursu, şifahi və ya yazılı bir yayım platforması vasitəsilə baş verən, söhbətin mövcud olmayan oxucuya, dinləyiciyə və ya tamaşaçıya yönəldiyi qarşılıqlı əlaqələrə aiddir.

Açar sözlər: Media, diskurs, təsir, vasitə, ünsiyyət, yazılı, şifahi.

MEDIA AND DISCOURSE

Nahida Imanova

Baku Higher Oil School, Baku, Azerbaijan

Abstract. The article deals with the relationship between media and discourse. It states that the media has a special influence on the speaker. Media is defined as a means of communication that is used to convey information from a source to a receiver. Media is mentioned to play an important role in learning processes in both formal and informal contexts. Media discourse refers to interactions occurring through an oral or written broadcast platform in which the conversation is directed to a non-existent reader, listener or viewer.

Keywords: Media, discourse, influence, means, communication, written, oral.

МЕДИА И ДИСКУРС

Нахида Иманова

Бакинская Высшая Школа Нефти, Баку, Азербайджан

Резюме. В статье речь идет о взаимоотношениях медиа и дискурса. В нем говорится, что средства массовой информации оказывают особое влияние на говорящего. СМИ определяются как средство коммуникации, которое используется для передачи информации от источника к получателю. Упоминается, что средства массовой информации играют важную роль в процессах обучения как в формальном, так и в неформальном контексте. Медиа-дискурс относится к взаимодействиям, происходящим посредством устной или письменной вещательной платформы, в которой разговор направлен к несуществующему читателю, слушателю или зрителю.

Ключевые слова: Медиа, дискурс, влияние, средства, коммуникация, письменная, устная.

1. Giriş

Mətnin komponentləri arasında müəyyən və mütləq əlaqələr olmalıdır. Mətn daxilindəki əlaqəlilik onun əvvəlki hissələrində ehtiva olunan məlumatı əks etdirir. Mətn müəyyən vahidlərin əlaqələnmiş ardıcılığından ibarət olduğu üçün onun (mətnin) əvvəlki hissələrində olan məlumat sonrakı hissələrində təkrarlana bilir. Elə buna görə də məlumat hər hansı bir informasiyanı deyil, yalnız və yalnız hər hansı məlumatın yeni olan hissəsi hesab olunur. Bu isə mətnin əsas və vacib terminoloji mənasıdır.

Mətn hər hansı bir məlumatı tamamlamaq xüsusiyyətinə malik olmalıdır. Əgər belə olmazsa, o zaman verilmiş cümlələrdən həm əvvələ, həm də sona istiqamətlənmiş informasiya

natamamlığı mətnin mənasının anlaşılmasına maneə ola bilər. M. Vəliyeva yazır: “Mətnin quruluşunda özünü göstərən təkrarlıq hadisəsi struktur kompozisiyon funksiyası daşıyır. Bu özünü onda göstərir ki, təkrar komponentlə çərçivələndiyi zaman əlaqəli cümlələr toplusu bitkin fraza fəvqü birliyə çevrilir. Nəhayətində, mətn bağlanır və onun tərkibini bitmiş hesab etmək olar” [8, s.162].

M. Bednarek yazır ki, media informasiyanı mənbədən qəbulediciyə çatdırmaq üçün istifadə olunan ünsiyyət vasitəsi kimi müəyyən edilir. O, həm formal, həm də qeyri-rəsmi kontekstlərdə təlim proseslərində mühüm rol oynayır [1, s.72]. Texniki baxımdan media informasiyanın ötürüldüyü, dərc edildiyi, yayıldığı, çap edildiyi, yayımlandığı, teleyayımlandığı və ya ictimaiyyətə nümayiş etdirildiyi orqandır [2, s.137]. Kütləvi informasiya vasitələri jurnalist prinsipləri, norma və qaydaları ilə idarə olunan ictimai münasibətlər kompleksidir, cəmiyyətə iqtisadi, siyasi, məcburiyyət və simvolik istiqamətlərdə təzyiq göstərir [3, s.19]. Media, adətən, reallığın aspektlərini faktiki və ya uydurma formatlarda əks etdirən təmsil formaları kimi başa düşülür. Onlar zaman və məkanda sosial strukturların istehsalına, saxlanmasına, təmirinə və çevrilməsinə töhfə verirlər.

Media mətnlərinin daimi bir-birinə istinad etməsi, onları məlumatın ötürülməsində əhəmiyyətli bir vasitəyə çevirir. Bu qarşılıqlı mübadilə aktının yekununun təfəkkür proseduru daxil olan məna yüklü informasiyanın yerləşəcəyi konseptual məkan nöqtələrinin dəqiq identifikasiyasını özündə ehtiva edir. Həmin proseslərin analitik tədqiqi məqsədilə mətnin işlənməsində istər ötürücü, istərsə də qəbuledici tərəfindən istifadə olunan və ənənəvi funksional kateqoriyaların terminlərində təhlil edilən dil strategiyası araşdırmaya cəlb edilir. Belə ki, qəbuledici informasiyanı artıq mövcud olan biliklər strategiyasına daxil etməyə imkan verən dil mexanizmləri təqdim olunur.

2. Media diskursuna xas olan əlamətlər

D. Biberin qənaətinə əsasən, media diskursu, şifahi və ya yazılı bir yayım platforması vasitəsilə baş verən, söhbətin mövcud olmayan oxucuya, dinləyiciyə və ya tamaşaçıya yönəldiyi qarşılıqlı əlaqələrə aiddir [3, s.28]. Diskurs bu obyektlərə yönəlsə də onlar çox vaxt diskursun istehsalçılarına dərhal cavab verə bilmirlər, baxmayaraq ki, bu, araşdıracağımız kimi, yeni media texnologiyasının gəlişi ilə getdikcə daha çox dəyişir. Əsas odur ki, yazılı və ya şifahi diskursun özü müvafiq olaraq oxucu kütləsi və ya dinləyən/baxış edən auditoriyaya yönəlir. Başqa sözlə, media diskursu ictimai, istehsal edilmiş, qeydə alınmış, qarşılıqlı əlaqə formasıdır. Bu spontan deyil (təsədüfi danışmaq və ya yazı ilə eyni şəkildə); bu, nə şəxsi, nə də qeyddən kənarıdır. Bu əsas xüsusiyyətlər nə qədər aydın görünsə də media diskursunun araşdırılması, təsviri və başa düşülməsi üçün çox vacibdir.

Media diskursuna dair tədqiqatların mühüm istiqamətlərindən biri media diskursuna tənqidi mövqe tutmaqla, yəni tənqidi diskurs təhlili ilə məşğuldur. İstehsal etdiyimiz kütləvi informasiya vasitələrindən istehlak etdiyimiz mesajları davamlı olaraq qiymətləndirməyimiz

vacibdir. Media diskursunun ictimai olması o deməkdir ki, o, həm dünyəvi, həm də institusional söhbətin digər formaları ilə müqayisə oluna bilən institusional danışıq forması kimi onunla maraqlanan bir çox söhbət analitiklərinin nəzarəti altına düşür. Media diskursunun qeydə alınması faktı onu diskurs analitikləri üçün cəlbedici edir və qəzetlərin, radio stansiyalarının, televiziya proqramlarının və s. onlayn mövcudluğu səbəbindən getdikcə daha çox cəlbedici olur. N. Fairclough-ya görə texnologiyada irəliləyişlər əvvəllər media diskursuna, xüsusən də radio və televiziya aid olan sahələri əhatə etməyə başlamışdı [6, s.26].

Media diskursu çoxşaxəli bir sahədir. Media və mədəniyyət tədqiqatlarına geniş maraqla yanaşı, o, dilçilikdə - xüsusilə diskurs təhlili, tənqidi diskurs təhlili, ünsiyyət etnoqrafiyası, linqvistik antropologiya, praqmatika və sosiolinqvistika və həmçinin mədəni coğrafiya, psixologiya, sosiologiya və turizm tədqiqatlarında araşdırma mövzudur. Bu müxtəliflik və yayılma həm güclü, həm də zəif cəhətdir. [6, s.14].

Müasir dünyada medianın əhəmiyyəti danılmazdır. Diskurs insanların reallıqlarının qurulmasında mühüm rol oynadığından, media diskursunun gücü və təsiri ilə bağlı nəticələr aydındır. Üstəlik, müasir demokratik ölkələrdə media ictimai forum kimi mühüm funksiyanı yerinə yetirir. Prinsipcə, jurnalistlər hökumətə münasibətdə demokratik prinsiplərə sadıqdirlər, buna görə də onun haqqında müxtəlif fikir mənbələrinin təmin edilməsinə sadıqdirlər – bu funksiya “güclü, maneəsiz və geniş açıq bazar”ın təmin edilməsi kimi (yüksək) ideallaşdırılmışdır. Media diskursu əks baxışların qarşılaşa biləcəyi, mübahisə edilə biləcəyi və bir-birinin ölçüsünü ala biləcəyi ideyalar ehtiva edir” [7, s.269].

Media diskursu qəzet, televiziya, radio və sosial media kimi media mesajlarında istifadə olunan dil və ünsiyyətə aiddir. O, çatdırılan əsas inancları, dəyərləri və münasibətləri başa düşmək üçün bu mesajların sözlərini, ifadələrini və strukturunu təhlil etməyi əhatə edir. Media diskursu media məzmununda olan ideologiyaları və gizli mənalara şərh etmək, həmçinin onun cəmiyyətə təsirini başa düşmək üçün vacibdir. Media ünsiyyətində istifadə olunan linqvistik vasitələri və makro strategiyaları araşdıran diskurs təhlili və tənqidi diskurs təhlili kimi üsullarla öyrənilə bilər [4, s.125].

Qənaətimizə əsasən, media mətnlərinin diskurs təhlili media mesajlarının arxasındakı dili və mənasını şərh etmək üçün istifadə edilən bir üsuldur. Bu, müəyyən mətdə müxtəlif sözlərin, ifadələrin və cümlələrin istifadə üsulunu, habelə mesajın ümumi strukturunu və kontekstini araşdırmağı əhatə edir. Media mətnlərini bu şəkildə təhlil etməklə, medianın ötürdüyü əsas inanclar, dəyərlər və münasibətlər və bu mesajların insanların düşüncə və davranışlarına necə təsir göstərə biləcəyi barədə fikir əldə etmək olar.

Məlum olduğu kimi, müasir həyatı ünsiyyət vasitələri və insanların qarşılıqlı əlaqəsi olmadan təsəvvür etmək mümkün deyil. Texniki rabitə vasitələri (radio, televiziya və xüsusilə internet) cəmiyyətin sosial, siyasi, iqtisadi, mədəni və tarixi xüsusiyyətlərinə, insanların (ünsiyyət iştirakçılarının) kütləvi şüuruna böyük təsir göstərmişdir və öz növbəsində diskurs da. Başqa sözlə desək, telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafı diskurs qarşılıqlı təsirinin xüsusi növünün – media diskursunun yaranmasına səbəb olmuşdur [8, s.126].

Bu gün bu tip diskurs nəinki media-diskursiv kommunikativ prosesdə iştirak edən auditoriya baxımından ən geniş yayılmış, həm də bəlkə də ən təsirli diskurs növüdür, çünki media diskursunun formalaşmasında birbaşa iştirak edir və ictimai rəyi formalaşdırmağa bilir. Media-diskursiv məzmun insanın idrak və qiymətləndirmə fəaliyyətinin məhsulu olduğundan, alıcı medianın təsiri altında öz fikrini dəyişdirməmək üçün bu məzmunu tənqidi diskurs-analizdən istifadə edərək təhlil etməlidir. Beləliklə, media diskursunun tədqiqi müasir dilçilik üçün aktual vəzifədir və media diskursu həm mikro kollektivlər, həm də bütövlükdə cəmiyyət üçün optimal nizama qoruyan rəşional insan davranışının bir forması kimi qəbul edilə bilər.

Nəticə. Diskurs təhlilinin məqsədi dil vasitəsilə çatdırılan əsas mənalara, məlumatlara, dəyərlərə və münasibətlərə haqqında fikir əldə etməkdir. O, media mətnlərində yerləşdirilmiş gizli mesajları və ideologiyaları üzə çıxarmağa kömək edir, media diskursunun tənqidi anlayışını təmin edir. Xüsusilə, media mətnlərinin diskurs təhlili aşağıdakıları hədəfləyir:

- 1) Media mesajlarının arxasındakı dili və mənanı şərh etmək.
- 2) Media mətnlərində müxtəlif sözlərin, ifadələrin və cümlələrin necə istifadə olunduğunu araşdırmaq.
- 3) Media mesajlarının ümumi strukturunu və kontekstini təhlil etmək.
- 4) Medianın ötürdüyü əsas dəyərləri və münasibətləri anlamaq.
- 5) Media mesajlarının insanların düşüncə və davranışlarına necə təsir edə biləcəyini araşdırmaq.

Tədqiqatçılar media mətnlərinə diskurs təhlilini tətbiq etməklə medianın cəmiyyətə təsirinin tənqidi şəkildə dərk edilməsinə töhfə verərək media diskursunu formalaşdırmağa güc dinamikasını, sosial konstruksiyaları və ideologiyaları aşkar edə bilərlər.

Media mətnlərinin təhlilində diskurs təhlilinin məqsədinə aşağıdakılar daxildir:

1. Dilin və mənanın şərhini: Diskurs təhlili media mesajlarının arxasındakı dili və mənasını şərh etməyə kömək edir, media mətnlərində müxtəlif sözlərin, ifadələrin və cümlələrin necə istifadə edildiyini araşdırır.

2. Əsas inancları və dəyərləri başa düşmək: Bu, media tərəfindən ötürülən əsas inancların, dəyərlərin və münasibətlərin araşdırılmasına imkan verir, media mətnlərində yerləşdirilmiş gizli mesajlar və ideologiyalar haqqında fikir yaradır.

3. Struktur və kontekstin təhlili: Diskurs təhlili media mesajlarının ümumi strukturunu və kontekstini araşdırır, media diskursunu formalaşdırmağa güc dinamikasını, sosial konstruksiyaları və ideologiyaları üzə çıxarmağa kömək edir.

4. Düşüncə və davranışlara təsirin aşkar edilməsi: Media mətnlərini təhlil etməklə, diskurs təhlili bu mesajların insanların düşüncə və davranışlarına necə təsir göstərə biləcəyini anlamağa kömək edir, medianın fərdlərə və cəmiyyətə təsirinin tənqidi şəkildə başa düşülməsinə imkan yaradır.

5. Tənqidi anlayışın əldə edilməsi: Media mətnlərinin diskurs təhlili media mesajlarında yerləşdirilmiş gizli mənalara və ideologiyalara üzə çıxararaq media diskursunun tənqidi başa düşülməsinə kömək edir.

Ədəbiyyat

1. Bednarek M. (2006a), *Evaluation in Media Discourse: Analysis of a Newspaper Corpus*. London: Continuum, A & C Black, 272.
2. Bednarek M. (2006b), *Evaluating Europe – parameters of evaluation in the British press*. London: *British Studies in Applied Linguistics*, 137–156.
3. Biber D. (1988), *Variation across Speech and Writing*. Cambridge: Cambridge University Press, 299.
4. Fairclough N. (1988), *Discourse representation in media discourse*. *Sociolinguistics*, 17, 125–139.
5. Fairclough N. (1989), *Language and Power*. London: Longman, 226.
6. Fairclough N. (1995a), *Media Discourse*. London: Arnold, 214.
7. Fairclough N. (1995b), *Critical Discourse Analysis*. London: Longman, 608.
8. Vəliyeva M. (2005), *Kitabi-Dədə Qorqudun dilində tabesiz mürəkkəb cümlənin tərkib hissələrini əlaqələndirən vasitələr*. *Dilçilik Məsələləri*. Bakı: AMEA Dilçilik İnstitutu nəşri, No.3, 160-164.