

Л. В. Екшембеева  
Ж. А. Нуршаихова  
М. Ш. Мусатаева

# ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДИКИ ДИСКУРСНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Практикум



КАЗАХ  
УНИВЕРСИТЕТИ  
АСТАНА

УДК 80/81 (075.8)

ББК 81.2-923

Е 96

*Рекомендовано к изданию Ученым советом  
факультета филологии и мировых языков  
и РИСО КазНУ им. аль-Фараби  
(протокол № 1 от 29 сентября 2017 г.)*

Опубликовано за счет средств гранта, выделенного МОН РК для выполнения научно-исследовательских работ по теме проекта 4761/ГФ4 «Разработка инновационного общественно-гуманитарного кластера дискурсных стратегий и инструментов воздействия в сфере социальных практик»

**Рецензент**

доктор филологических наук, профессор *Г.Б. Мадиева*

**Екшембева Л.В.**

Е 96 Технологии и методики дискурсного воздействия: практикум / Л.В. Екшембева, Ж.А. Нуршаихова, М.Ш. Мустаева. – Алматы: Казак университеті, 2017. – 96 с.  
**ISBN 978-601-04-2942-0**

Практикум «Технологии и методики дискурсного воздействия» является практическим учебным пособием к монографии «Технологии и методики дискурсного воздействия». Предназначен для обучения технологиям и методикам работы с дискурсом как инструментом воздействия.

УДК 80/81 (075.8)

ББК 81.2-923

ISBN 978-601-04-2942-0

© Екшембева Л.В., Нуршаихова Ж.А.,  
Мустаева М.Ш., 2017  
© КазНУ им. аль-Фараби, 2017

## ВВЕДЕНИЕ

Данный практикум разработан как практическое учебное пособие к монографии «Технологии и методики дискурсного воздействия» и опубликован за счет средств гранта, выделенного МОН РК для выполнения научно-исследовательских работ по теме проекта 4761/ГФ4 «Разработка инновационного общественно-гуманитарного кластера дискурсных стратегий и инструментов воздействия в сфере социальных практик».

Практикум входит в технологический комплекс кластера и предназначен для обучения технологиям и методикам работы с дискурсом как инструментом воздействия. Сами же технологии и методики воздействия представляют собой иллюстрацию практического применения результатов научных исследований, объединенных в интегративную теорию дискурса. Концептуальные положения данной теории опубликованы в монографии «Интегративная теория дискурса» (2016 г.).

Практикум представлен тремя направлениями, соотносеными с тремя сферами социальных практик, которые были исследованы при разработке инновационного кластера дискурсного воздействия.

В модуле 1 представлены техники осуществления стратегического анализа текста описания научного результата.

В модуле 2 предложены методики разработки экспертного заключения дискурсного контента сайта компании.

В третьем модуле описаны технологии реализации имиджеобразующих стратегий.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
<b>Раздел 1. ТЕХНОЛОГИИ ДИСКУРСНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ (Л.В. Екшембаева)</b> .....	5
Вводная часть раздела.....	5
1.1. Инновационный кластер дискурсного воздействия: общая характеристика.....	6
1.2. Теоретическая основа кластера.....	9
1.3. Технологии дискурсного воздействия как составляющая кластера.....	16
1.3.1. Система индикаторов технологий дискурсного воздействия.....	17
1.3.2. Когнитивные процедуры технологий воздействия дискурсом.....	19
1.3.3. Технологии воздействия научным дискурсом.....	21
1.3.4. Технологии социального позиционирования компании посредством сайта.....	29
1.3.5. Дискредитация как технология формирования общественного мнения.....	34
1.4. Институциональный дискурс как инструмент социальных практик.....	40
Выводы.....	47
Литература.....	49
<b>РАЗДЕЛ 2. СОСТАВЛЕНИЕ МАТРИЦЫ ЭКСПЕРТИЗЫ САЙТА КОМПАНИИ ДЛЯ ПРОВЕРКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ЕГО ДИСКУРСОВ (Ж.А. Нуришаихова)</b> .....	51
Вводная часть раздела.....	51
2.1. Матрица экспертизы сайта компании в социальном и когнитивном разрезах.....	52
2.1.1. Репутация компании.....	53
2.1.2. Построение матричной экспертизы дискурса сайта для определения репутации компании (социальный аспект).....	54
2.1.3. Построение матричной экспертизы дискурса сайта (когнитивный аспект).....	61

2.2. Экспертиза идеологического портрета компании на базе матрицы.....	63
2.2.1. Идеологические портреты компании НЕСТЛЕ и Фонда Самрук-Казына.....	66
2.2.2. Экспертиза лингвистического портрета Фонда Самрук-Казына на базе матрицы – ментальной модели дискурса сайта компании НЕСТЛЕ.....	67
2.2.3. Лингвистические портреты компании НЕСТЛЕ и Фонда Самрук-Казына.....	73
2.2.3.1. Лингвопортрет компании НЕСТЛЕ.....	73
2.2.3.2. Лингвопортрет Фонда Самрук-Казына.....	78
2.3. Экспертное заключение, составленное на основании анализа лингво-идеологических портретов дискурсных контентов сайтов компании НЕСТЛЕ и Фонда Самрук-Казына.....	84
Выводы.....	87
Литература.....	88
<b>Раздел 3 ИМИДЖЕОБРАЗУЮЩИЕ СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ КАЗАХСТАНСКИХ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЙ) (М.Ш. Мусатаева)</b> .....	89
Вводная часть раздела.....	89
3.1. Имиджеобразующий дискурс как объект научных исследований.....	90
3.2. Паблик рилейнз как основная технология формирования общественного мнения в институциональном дискурсе Казахстана.....	99
3.3. Технологии формирования общественного мнения на основе речевого конструирования и стратегии воздействия на массовое сознание.....	105
3.4. Система ценностных концептов и языковых средств усиления воздействия.....	127
Выводы.....	141
Литература.....	145