



**ИНТЕГРАТИВНАЯ
ТЕОРИЯ ДИСКУРСА**

УДК 81'42 (035.3)
ББК 81.2-5
И 73

Рекомендовано к изданию Ученым советом
(Протокол №12 от 25.07.2016)
и РИСО (Протокол №4 от 13.07.2016) КазНУ им. аль-Фараби

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

Ответственный редактор
доктор филологических наук, профессор Л.В. Екшембеева

Рецензент
доктор филологических наук, доцент У.Е. Мусабекова

И 73 **Интегративная теория дискурса: монография** / Л.В. Екшембеева, Г.К. Ихсангалиева, М.Ш. Мусатаева, Ж.А. Нуршаихова, Ж.С. Нуржанова. – Алматы: Казак университети, 2016. – 318 с.
ISBN 978-601-04-2392-3

В монографии представлены результаты исследования дискурсных стратегий и инструментов воздействия в сфере социальных практик: научно-исследовательской деятельности ученых, идентификации компаний средствами сайта, формирования общественного мнения. Результаты исследования позволили заявить об интегративности как основном свойстве дискурса и представить их в виде интегративной теории дискурса.

Предназначена для лингвистов, журналистов, специалистов по связям с общественностью, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов.

УДК 81'42(035.3)
ББК 81.2-5

© Екшембеева Л.В., Ихсангалиева Г.К.,
Мусатаева М.Ш., Нуршаихова Ж.А.,
Нуржанова Ж.С., 2016
© КазНУ имени аль-Фараби, 2016

ISBN 978-601-04-2392-3

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 6

Раздел 1 ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

Мусатаева М.Ш.

- 1.1. Из истории изучения дискурса..... 11
- 1.2. Институциональный дискурс как объект исследования в современном языкознании 21
- 1.3. Психолингвистический подход к изучению институционального дискурса 36
- 1.4. Когнитивный подход к изучению институционального дискурса..... 48
- 1.5. Интерпретация как инструмент институционального дискурса 61

Выводы..... 67
Литература..... 68

Раздел 2 НАУЧНЫЙ ДИСКУРС И ПРОБЛЕМА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

Екшембеева Л.В.

- 2.1. К постановке проблемы 79
- 2.2. Дискурс как инструмент описания результатов исследования в научных отчетах 82
- 2.3. Система глагольных концептов в тексте описания научного результата 85
 - 2.3.1. Глагольные концепты и их специфика 85
 - 2.3.2. Событийный глагольный концепт и его сценарий «методология и инструментарий исследования объекта»..... 90

ные интересы; место в обществе и бизнесе; отношения внутри компании; внешние связи с властью, другими компаниями и группами компаний; цели и программы деятельности.

Презентационный дискурс становится средством создания идеологического портрета компании.

Имидж страны представляет собой явление, которое имеет особое социальное значение в жизни общества и постепенно становится важнейшей составляющей успешного функционирования государства в мире. Поэтому задачей имиджирования, в том числе и странового, является формирование и поддержание позитивных ассоциаций о стране, её гражданах и продуктах.

Дискурс СМИ становится средством влияния на общественное сознание. Этот вид манипуляции ориентирован не на отдельного индивида, а на общество в целом. Целью таких манипуляций является подавление воли граждан путём программирования их поведения, получение власти над социумом, способности управлять им и подчинять себе, навязывание коллективных ценностей, изменение мнений, целей, сознания людей для создания масс, поддерживающих правящую элиту. Влияние на сознание людей происходит посредством средств массовой информации, создающих иллюзию объективной подачи информации, и потому обладающих высокой степенью доказательности.

Основным инструментом странового имиджирования являются имиджеобразующие медиатексты. Выделяются два типа таких текстов:

а) имиджевые тексты, характеризующиеся интенциональной направленностью на формирование имиджа базисного субъекта PR (PR-тексты и тексты имиджевой рекламы);

б) дискурсно-имиджевые тексты, интенции авторов которых не связаны с формированием имиджа, однако, данные тексты влияют на имидж базисного субъекта PR (журналистские тексты и тексты сбытовой рекламы).

Имиджеобразующий текст представляет собой особый вид медиатекстов, содержащий имиджевые характеристики, передаваемые соответствующими языковыми средствами, формирующие имидж субъекта/объекта. Ключевая его характеристика заключается в том, что имиджеобразующий текст функционирует в основном в массовой коммуникации.

В ходе исследования нами были зафиксированы основные стратегии и тактики. И хотя их диапазон варьируется в зависимости от характера средств массовой информации, тем не менее, ясно просматриваются ведущие коммуникативные стратегии, используемые в казахстанском медиадискурсе.

В результате исследования вербальной репрезентации имиджа Казахстана было выявлено, что особенно ярко он раскрывается при применении манипулятивной стратегии, стратегии дискредитации, информационно-интерпретационной и аргументативной стратегий.

Дискурс может стать средством материализации определенной идеи относительно отдельной личности. Это осуществляется через систему смыслов, важнейшими из которых являются прагматический фокус дискурса и качественные характеристики героя в их проекции на ценностные стереотипы общества в рамках той или иной идеологии. Это и позволяет дискурсу выполнять роль инструмента воздействия на реципиента.

Исследование дискредитационного дискурса показало, что система прагматических фокусов характеризует стратегию дискредитации через систему субстратегий. Среди них можно выделить субстратегии: разрушения авторитета политика; номинации героя; оценки события, личности, страны в политическом и социальном контексте дискурса; фальсификации информации, заведомой лжи, искажения социального контекста; демагогии и обвинений; уничтожения его профессиональных достоинств и научных достижений и т.д.

Таким образом, исследование природы дискурса как инструмента социальных практик подтвердило способность интегративной теории формулировать и декодировать смыслы, обеспечивающие дискурсные стратегии воздействия в исследуемых сферах социальных практик.

Научное издание

Людмила Владимировна Екшембеева
Гульнар Куанышевна Ихсангалиева
Манаткуль Шаяхметовна Мусатаева
Жанар Азильхановна Нуршаихова
Жанна Советхановна Нуржанова

**ИНТЕГРАТИВНАЯ
ТЕОРИЯ ДИСКУРСА**

Редактор Г. Бекбердиева
Компьютерная верстка Г. Шапкозовой
Дизайн обложки Р. Скакова

ИБ №1003

Подписано в печать 08.09.2016. Формат 60x84/16.
Бумага офсетная. Печать цифровая. Объем 19,9 п.л.
Тираж 500 экз. Заказ № 3293. Цена договорная.
Издательский дом «Қазақ университеті»
Казахского национального университета имени аль-Фараби.
050040, г. Алматы, пр. аль-Фараби, 71, КазНУ.
Отпечатано в типографии издательского дома «Қазақ университеті».