

**АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА**

*На правах рукописи*

**ПУТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА ИДЕОЛОГИИ  
В АМЕРИКАНСКОМ ДИСКУРСЕ**

Специальность: 5708.01 – Германские языки

Отрасль науки: Филология

**ДИССЕРТАЦИЯ**

на соискание ученой степени  
доктора философии

Соискатель: \_\_\_\_\_ **Нигяр Фикрет гызы Габибуллаева**

Научный руководитель: \_\_\_\_\_ доктор филологических наук, профессор  
**Азад Яхья оглы Мамедов**

**Баку – 2021**

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
<b>I ГЛАВА. КОНЦЕПТ «ИДЕОЛОГИЯ» КАК ОДНА ИЗ ОСНОВ ДИСКУРСА .....</b>	<b>9</b>
1.1. Дискурс как социальное явление .....	9
1.2. Идеология в критическом дискурсивном анализе .....	39
<b>II ГЛАВА. АМЕРИКАНСКИЙ ДИСКУРС И ЕГО СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ .....</b>	<b>58</b>
2.1. Концепты «Идеология и Власть» в системе американских ценностей .....	58
2.2. Концептуализация идеологии в американском дискурсе .....	75
<b>III ГЛАВА. ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ИДЕОЛОГИИ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ И ЖАНРАХ АМЕРИКАНСКОГО ДИСКУРСА .....</b>	<b>92</b>
3.1. Пути вербализации идеологии в американском медиа дискурсе	92
3.2. Пути вербализации идеологии в американском политическом дискурсе .....	107
3.3. Пути вербализации идеологии в американском художественном дискурсе .....	123
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>133</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>136</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Данная диссертационная работа посвящена исследованию концептуализации идеологий в американском политическом, медиа и художественном дискурсе.

**Актуальность темы и степень разработанности.** В конце XX века в сфере гуманитарных и социальных наук появились многочисленные исследования о дискурсе, его сути, структуре, связи с обществом и индивидуумом. В отличие от многих традиционных подходов, идеология вмещает в себя социальные, когнитивные и дискурсивные компоненты. Как «система идей» идеологии социо-когнитивно определяются как разделяемые репрезентации социальных групп, более точно как «очевидные» принципы этих репрезентаций.

Как основа представления социальных групп, идеологии способствуют формированию их личности, действий, целей, норм и ценностей, а также связи с другими социальными группами.

Актуальность темы настоящей диссертационной работы диктуется насущной необходимостью выявления роли и важности идеологии в политическом, медиа и художественном американском дискурсе, которому мы посвятили нашу диссертацию.

**Объект и предмет исследования.** Объектом исследования являются англоязычные политические тексты, газетные статьи, речи выступлений американских лидеров, медиа тексты и художественное произведение.

Предметом исследования является анализ идеологических аспектов американского дискурса, а также лингвистическая репрезентация американского политического, художественного и медиа дискурса.

**Цель и задачи исследования.** Целью диссертационного исследования является выявление и исследование идеологических особенностей аспектов американского дискурса, взаимосвязь идеологии с дискурсом, их реализация в

американском дискурсе, а также описание роли идеологии на основе политических, художественных и медиа текстов.

Считается, что отбор медиа, политических и художественных дискурсов материала обусловлен тем, что эти типы дискурса непосредственно способствуют формированию идеологий в обществе. В связи с этим, политические, медиа и художественные дискурсы являются наиболее оптимальными типами для решения поставленных нами задач.

Исходя из этих целей, возникает необходимость решения следующих задач исследования:

- Раскрыть отличительные особенности политической, художественной, медиа коммуникации, установить их манипулятивный потенциал;
- Выявить потенциал художественных, политических и медиа текстов в формировании идеологий общества;
- Проанализировать тексты, фрагменты текстов, выступлений для определения цели, задачи и т.д.;
- Материалом исследования послужили политические, художественные и медийные тексты, газетные статьи и речи выступлений американских лидеров.

**Методы исследования.** Несмотря на то, что термин «Критический Дискурсивный Анализ» широко распространен, Т. Ван Дейк в своей книге «Дискурс и власть» предлагает заменить этот термин на «Критические Дискурсивные Исследования» (КДИ) [90, с. 252]. Главная причина в том, что КДИ не являются методом дискурсивного анализа. КДИ применяют любые методы, которые соотносятся с целями исследования, и эти методы используются в целом при изучении дискурса. Согласно Т. Ван Дейку, дискурсивный анализ является не методом, а областью научной практики, междисциплинарным проектом, распространенным во всех гуманитарных и социальных науках.

КДИ располагает большим количеством разных методов изучения в зависимости от целей исследования, природы изучаемого объекта, интересов и квалификации исследователя, а также других параметров исследуемого



контекста. Таким образом, в обеих областях, мы можем найти такие способы изучения структур и стратегий дискурса, как:

- прагматический анализ речевых и коммуникативных актов;
- риторический анализ;
- стилистический анализ;
- анализ специфики структур (новостей, дебатов, рекламных текстов, и т.д.);
- разговорный анализ разговора;
- семиотический анализ визуального материала и других мультимодальных параметров дискурса и взаимодействия.

В диссертации мы использовали методы прагматического анализа речевых и коммуникативных актов, методы риторического, контекстуального анализа, метод критического анализа текстов, а также перцептуальный метод, основанный на когнитивных способностях и идеологическом мышлении человека.

#### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Определено, что идеология оказывает преобладающее влияние на дискурс, идеология является одной из основных проблем дискурса и поэтому участники дискурса должны, в первую очередь, думать о том какую идеологическую нагрузку несет определенный тип дискурса. Идеология вовсе и не является наукой, но включает в себя научные взгляды, оценку тенденций, процессов и различных сил социально-политической жизни.

2. Исследование данной темы вскрывает общественный характер развития и функционирования английского языка, который часто становится орудием всеобщего идеологического настроения. Практически всегда в истории мира доминирование языка основывалось на идеологическом согласии. Также и английский язык приобрел свой статус и господство без централизованного планирования.

3. Определено, что главной целью и задачей критического дискурсивного анализа является проанализировать и определить общую картину влияния, силы и доминирования дискурса на разум и мышление общества.

Критический дискурсивный анализ воспринимает язык как социальную практику. Критический дискурсивный анализ воспроизводит дискурс в письменной и разговорной форме как форму социальной практики. Описывая дискурс как социальную практику, описывает и связь между особенными дискурсивными событиями и ситуацией, социальной структурой и т.д. Критический дискурсивный анализ является одним из эффективных методологий с точки зрения не только аналитического и критического, но и образовательного и воспитательного потенциала, где главной целью является определять, анализировать и контролировать манипулятивные, идеологические дискурсы.

4. Идеология определяется как важная форма убеждения, мышления разделяемого членами различных групп, это также означает, что политический дискурс – это платформа где политики передают свою идеологическую индивидуальность. Идеология определяется группой людей, а не индивидами. Но, конечно же, основано на их личном опыте и жизненной ситуации. Членство различных групп, индивиды, таким образом, могут разделять свои идеологии. Политический и идеологический анализ дискурса обычно основывается на индивидуальный дискурс, поэтому это вовсе не странно видеть влияние различных идеологий.

5. Определено, что медиа дискурс является наиболее значимой платформой, где происходит концептуализация идеологии. Одним из важных вопросов является насколько положительно или отрицательно средства массовой информации влияют на формирование идеологии общества. В первую очередь, мы должны отметить функцию средств массовой информации как социальной силы, которая определяется доминирующей ролью группы людей и институтов. Свобода средств массовой информации также воспринимается как сила средств массовой информации.

6. Идеология обозначает те воображаемые способы, посредством которых люди постигают мир, предоставляемый литературой. Литература позволяет нам «увидеть» природу идеологий, и тем самым приближает нас к пониманию идеологии, дает научное знание. Для анализа идеологии в американском

литературном дискурсе, мы выбрали произведение Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби».

Это произведение передает разнообразие таких социальных, политических, идеологических тем, как: справедливость, сила, жадность, предательство, «американская мечта» и т.д.

**Научная новизна исследования.** Научная новизна работы состоит в комплексном подходе к анализу идеологических аспектов американского политического, художественного и медийного дискурса. Исследованы проявления целенаправленного влияния на массовое или групповое сознание, во взаимосвязи с когнитивными структурами выражения знаний. Кроме того, это одна из первых попыток у нас в республике рассмотреть такие лингвистические, психологические феномены как политический, медиа и художественный дискурс, и, следовательно, внести определенный вклад в развитие исследования американского дискурса.

**Теоретическая и практическая значимость исследования.** Теоретическая значимость – это вклад данного исследования в теоретическом плане, т.е. насколько оно теоретически обоснованно и аргументированно. Такого рода дискурсивные исследования в критическом ракурсе могут послужить дальнейшим разработкам по моделированию различных типов вербальной коммуникации.

Практическая значимость исследования состоит в том, что материалы диссертации могут быть использованы в процессе преподавания курсов по дискурсивному анализу, когнитивной лингвистике, практического английского языка в функциональном аспекте, а также по курсу «Социолингвистика».

**Апробация и применение.** Апробация диссертации осуществлялась в процессе обсуждения содержания отдельных ее разделов на заседаниях кафедры английского языка Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента.

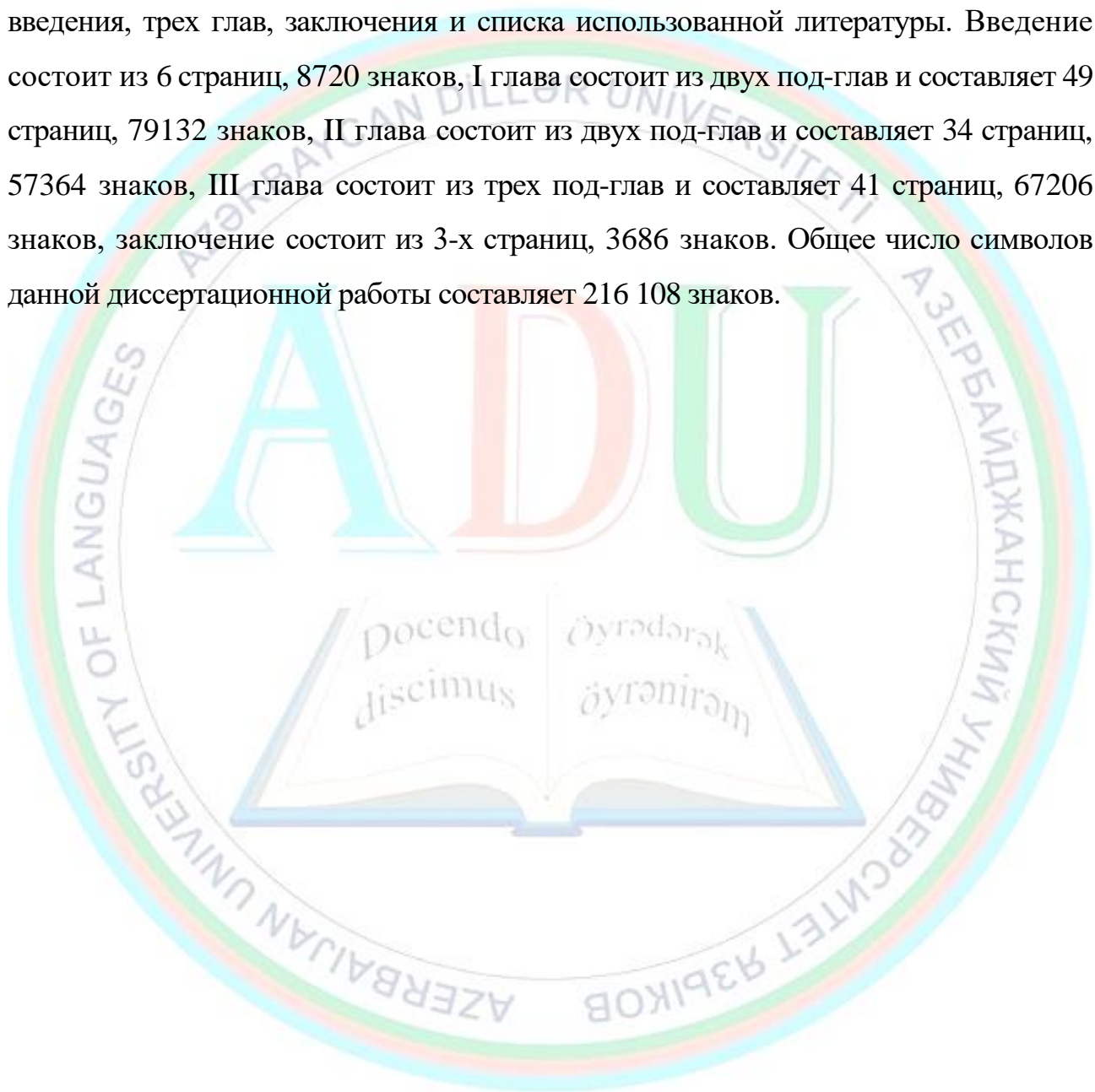
Основные положения исследования изложены в 10 научных публикациях. Научно-теоретические и практические выводы по отдельным проблемам работы были изложены в докладах, представленных на международных форумах и конференциях, где содержание работы получило одобрение специалистов.



**Наименование учреждения, где выполнена диссертационная работа.**

Работа выполнена на кафедре английского языка Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента.

**Структура и объем диссертации, в знаках, с указанием объема каждого структурного подразделения в отдельности.** Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. Введение состоит из 6 страниц, 8720 знаков, I глава состоит из двух под-глав и составляет 49 страниц, 79132 знаков, II глава состоит из двух под-глав и составляет 34 страниц, 57364 знаков, III глава состоит из трех под-глав и составляет 41 страниц, 67206 знаков, заключение состоит из 3-х страниц, 3686 знаков. Общее число символов данной диссертационной работы составляет 216 108 знаков.





## I ГЛАВА

### КОНЦЕПТ «ИДЕОЛОГИЯ» КАК ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП ДИСКУРСА

#### 1.1. Дискурс как социальное явление

Хотя исследования в области дискурса продолжаются на протяжении более чем полувека, интерес к данному исследованию не иссякает. Следует отметить, что дискурс – это коммуникативное явление, произошедшее от французского слова «discourse», речь, текст, тип речи и текста.

Немецкий ученый-исследователь Т. Ван Дейк в одной из своих работ впервые представил «Дискурс», где главной целью являлось выявить и показать роль и место дискурса в языке и в обществе. Т. Ван Дейк различал два разных определения дискурса, первое как общепризнанное определение и второе теоретически подобранное определение. Во-первых, он считал, что дискурс это коммуникативное событие, которое происходит между говорящим и слушающим, отмечая также, что коммуникативное действие является речевым, письменным и может иметь вербальные и невербальные составляющие части. Следующий его подход к дискурсу более узкий, где он считает, что дискурс – это письменный или устный текст с учетом одной вербальной составляющей. В то время как «дискурс» является синонимичным к общественному языку, используемому в повседневном разговоре, теоретическое определение «дискурса» охватывает следующие три важных аспекта:

1. Язык.
2. Мнение, отношение.
3. Взаимодействие [90, с. 11].

Согласно когнитивному подходу, эти три фактора являются главными отличительными чертами дискурса.

1. Изучение дискурса имеет дело, как с местной, так и с глобальной дискурсивной структурой, так как они могут появляться и в семиотике,

семантике и в грамматике дискурса. Подход и изучение этой группы дискурса имеет сильное воздействие на традиционную лингвистику.

2. При изучении дискурса, в первую очередь, нужно исследовать также ментальную модель, процесс, а также определить правила и конвенции социального знания общества. Эта группа подхода к дискурсу, а также его изучение связано с когнитивной и социальной психологией.

3. Последний фактор дискурса, являющейся его центральным концептом, это выявление и освещение связи между дискурсом и обществом.

Каждый из этих аспектов играет важную роль в анализе текста. Т.В. Дейк различал две разные структуры контекста, где одна являлась локальной (местной), а другая глобальной. Локальная структура контекста включает в себя цель, намерения, коммуникативную и социальную роль участников дискурса. Глобальная структура контекста очень важна, так как она включает широкие культурные и социальные аспекты. Согласно концепции Т.Ван Дейка, функционирование языка в обществе ведется не только с прагматической точки зрения, но также с учетом определенных социальных факторов (мнение говорящих, этнический статус, и т.д.). Он ставит границы между терминами дискурс и текст, так как считает дискурс процессом, связанным с речью, актуальным речевым действием, в то время как текст – это понятие, связанное с системой языка, или с лингвистическим знанием, лингвистической компетентностью [100, с.280].

Актуальность этой работы для лингвистики и анализа дискурса подразумевается тем фактом, что большая часть наших знаний обычно интерпретируется и воспроизводится в дискурсе, и что для того, чтобы иметь возможность производить и понимать дискурс, людям необходимо огромное количество различных видов знаний. Когнитивное измерение знания меняет эти краткие и более общие замечания о знании, нам, очевидно, необходимо более подробно разъяснить различные компоненты теории. Несмотря на многочисленные исследования в области когнитивной психологии и искусственного интеллекта, а сегодня и в когнитивной науке в целом, о знании,

его ментальных структурах и процессах, все еще не совсем ясно, что на самом деле считается знанием в психологии, а что нет. В психологии обработки дискурса используется расплывчатое понятие «познание мира», возможно, с некоторыми замечаниями об их представлении в виде какого-то сценария, фрейма или подобной структуры, но нет строгого различия между знанием и верой. В самом деле, как мы видели ранее, знание – это просто убеждение, которое разделяется обществом или принимается на основе социальных критериев, и в этом смысле является таким же социальным или культурным понятием, как и когнитивным понятием.

Многие вопросы все еще остаются нерешенными в этой предварительной теоретической структуре, например, о точных отношениях между структурами социальных групп и ментальной организацией идеологий. Какие же группы обычно развивают идеологии, а какие нет? Одна из фундаментальных проблем – это отношения между идеологиями и другими социальными представлениями, разделяемыми группами и их членами. Таким образом, мы считаем, что идеологии обычно являются основой социальных установок. Действительно, часто именно через выраженное отношение к социальным вопросам мы можем определить идеологию социальных групп.

Поскольку общественно разделяемое знание также является формой социальной репрезентации, отсюда следует, что если идеологии являются основой социальных представлений, то и наше знание также является идеологически предвзятым.

Это действительно часто бывает, и многие современные исследования идеологии предполагают именно это, а именно, что наши общественно разделяемые знания не могут «избежать» своей идеологической ограниченности [62].

Идеологии кажутся довольно близкими к тому, что мы выше назвали общественно разделяемым групповым знанием, таким как конкретные знания, которыми делятся студенты, лингвисты, политики, члены определенных организаций или групп.



Следующий вопрос, который мы можем рассмотреть, заключается в том, являются ли групповые идеологии и групповое знание просто одним и тем же или имеет ли смысл, в теории дискурса, проводить четкое различие, так как они по-разному влияют на структуры дискурса и стратегии производства и понимания. Наш ответ на этот вопрос состоит в том, что действительно имеет смысл проводить различие между идеологией группы и другими социальными представлениями группы, включая их знания.

Как объяснялось выше, идеологии являются более фундаментальными и лежат в основе представлений социальных групп, таких как знания и отношения. Это также означает, что такие социальные представления группы обязательно идеологически предвзяты. Это очевидно для таких социальных представлений, как например, об иммиграции, традициях, культуре и множество других подходов, поскольку они предполагают нормы и ценности, воплощенные в различных идеологиях. Идеологии контролируют знания только на общем, глобальном уровне группы, это и есть общие знания, а не личные. Такое предвзятое групповое знание вполне может считаться просто убеждениями или мнениями членов определенных групп.

М.Фуко в своей работе о связи дискурса со знанием, представляя дискурс как последовательность знаков, проявляющихся в виде высказывания, он выдвигает идею репрезентации знания именно посредством дискурса. М.Фуко воспринимает такое выражение как процесс создания посредством дискурса знания и значения. Но он не анализирует конкретные тексты и формы выражения, как в выше указанных семиотических исследованиях.

М.Фуко интересуется знание и связанная со знанием сила (ее можно воспринимать и как власть) и личность, которые предоставляют гуманитарные и социальные науки. Таким образом, в его подходе к дискурсу внимание переносится с языка на другие индивидуальные (поведение, понимание и т.д.) и социальные практики (социальный статус, раса, пол, и т.д.), и дискурс воспринимается как система репрезентации знания [68, с.100].

Решение Фуко сосредоточиться на дискурсивных практиках – это попытка избежать структурализма и герменевтики. Фуко имел дело с дискурсами гуманитарных наук (медицина, психиатрия, экономика, грамматика), но его метод в принципе можно обобщить на все дискурсы.

Он делает акцент не на анализе текстов, а на условиях возможности дискурса и правилах формирования, определяющих возможные объекты знания, предметы, концепции и т.д. М. Фуко различает дискурс и язык. Его меньше интересуют формальные возможности, предлагаемые языковой системой, и больше тот факт, что определенные слова были произнесены. Таким образом, дискурс для М. Фуко является не только формой знания о способах мышления и действий в данной культуре, но и событием. Кроме того, дискурс историчен, но имеет актуальность, как архив, который обозначает накопленное существование дискурсов. Дискурсы существуют в сетевых отношениях с другими дискурсами, и эти отношения иерархичны (порядок дискурса). Идея дискурса, разработанная М. Фуко, была принята рядом аналитиков, интересующихся отношениями между обществом и языком. Позиция М. Фуко является важным вкладом в важные исследования в социальных науках по нескольким причинам: он глубоко проблематизирует упрощенные категории, он не предполагает прогресса, говорит об истории настоящего, нарушает предполагаемое и предполагаемое считается само собой разумеющимся, ищет случайности вместо причин и выявляет оппозиции.

Хотя М.Фуко указывает на различные формы власти и сопротивления, он оставляет у нас доминирующее впечатление, что люди полностью подчиняются системам власти, которые невозможно или почти невозможно ниспровергнуть и противостоять.

Согласно определению М.Фуко, дискурс эта система знаний, которые информируют социальные и государственные слои, вследствие чего образуют силу общества. Сила общества в самом себе, а правящие члены общества создают и формируют силу и единство. М.Фуко не признавал концепт идеологии, так как считал ее общественной верой или мнением, он подходил к

этому как индивидуальный субъект. Анализируя «Структурную теорию языка» Соссюра и «Генеалогические работы» Ницше, М.Фуко развил свой концепт дискурса как альтернативный концепт к концепту идеологии. Две свои значительные методические работы под названием «L'archeologie du savoir» (Археология знаний) и «L'ordre du discours» (Дискурс) он посвятил концепту дискурс. Согласно подходу М. Фуко, дискурс является активным звеном, при построении общества и в то же время зависит от общества. Дискурс – это выражение силы связи и относится ко всему, о чем можно подумать, написать или сказать по определенной теме или при случае. В своей работе «L'ordre du discours» М.Фуко анализируя тексты с методической точки зрения, благодаря важным наблюдениям, различил два вида текста – главный и второстепенный, и подчеркнул при этом роль дискурса в формировании текста. Работы М.Фуко стали важным вкладом в социальную теорию дискурса, а также показали силу и функционирование дискурса в социальной среде [68, с. 20].

Одним из лингвистов, уделившим большое внимание роли и функционированию дискурса в обществе, был Дж.Фиске. Согласно мнению Дж.Фиске, при анализе дискурса лингвисты не отмечали язык как систему, а лишь анализировали его как социальный акт и большое внимание уделяли на социальную функцию языка [65].

Дискурс – это продолжительный процесс образования слова (смысла, значения слова) и процесс циркуляции его в обществе. Дискурс может быть увиденным или услышанным в текстах, в разговоре или в беседах. Дискурс продолжает свою работу тихо в наших мыслях, даже если дискурс используется индивидуально, он остается неотъемлемой частью социальной жизни общества. Мы используем дискурс, как для формирования восприятия социального мира, так и для связи между индивидом и обществом.

Дискурс – это термин, который относится, в общем, как к теоретическому представлению, так и определенному понятию внутри него.

Дискурс – это язык в социальном употреблении. Анализ дискурса отличается от лингвистического анализа тем, что он большое внимание уделяет



тому, что образует «выражения, утверждения», чем как они образуются. Дискурс образуется и определяется различными социальными условиями.

М.Фуко предполагает два определения дискурса: 1. В более широком значении, дискурс – это использование языка в определенных формах социальной практики. 2. В более узком значении, дискурс – это язык, используемый для передачи социальной практики с определенной точки зрения. Дискурс создает, воспроизводит и передает определенные мысли, социальные связи, а также систему знаний носителя языка [69, с. 150].

Фрагмент дискурса определяется как текст или часть текста, который передает определенную тему. Итак, цепь дискурса это связанные между собой фрагменты дискурса, представляющие одну и ту же тему. Цепь взаимосвязанных нескольких дискурсов составляют интердискурс который может определяться как общая сумма всех не научных дискурсов. И в заключение, интердискурс, вместе со специально научным дискурсом, составляет общую сумму всего социального дискурса.

Текстовый анализ это, в первую очередь, анализ дискурса, текст понимается как часть всего социального и исторически укоренившегося дискурса. Начальная точка его подхода это критика традиционной лингвистики и социального исследования, который можно передать, опираясь на исследования лингвистов.

Лингвисты, в первую очередь, ведут исследования о формальном аспекте языка, при этом оставляя без внимания как контент текста, так и его социальную и культурную среду. Если дискурс состоит из фрагментов дискурса, и если они взаимосвязаны друг с другом, и особенно, если эти узлы дискурсивны, то начало и конец дискурса должен быть самым интересным фрагментом для анализа.

Контекстный контроль над дискурсом влияет на все уровни и измерения текста и разговорной речи, таких как условия речевого акта, выбор тем или изменение тем, синтаксической структуры, интонации, семантического описания. Все они являются «стилистическими» аспектами дискурса. Согласно этому, модели контекста контролируют «разговорный процесс». Они

адаптируют дискурсивные выражения ментальных моделей – сущность, информацию для коммуникативной ситуации. Намерения и цели являются ключевыми компонентами модели контекста, так как они определяют общую стратегическую целенаправленность дискурса, или то, как люди понимают, воспринимают. Несомненно, то, что знание является главным компонентом контекста, ведь без этого фактора не может быть никакого общения, речевого процесса или дискурса, т.к. процесс общения происходит путем понимания, анализа сказанного и выражения точки зрения, согласно сказанной мысли. Понятие дискурс, включает в себя широкий спектр как лингвистических, так и экстралингвистических свойств, способствующих рассмотрению его в качестве продукта речевого действия, с актуальностью, привязанностью к определенному контексту и с идеологической основой. Текст, в свою очередь, это основной компонент коммуникации, отражающий реальные ситуации общения с помощью речевого акта [62].

Некоторые исследователи дискурса склонны отождествлять его с определенной текстовой структурой, обусловленной социальным контекстом. Текст и дискурс взаимосвязаны, и эта связность создается как на лингвистическом, так и на экстралингвистическом уровне, где коммуникативная и когнитивная связность объединяются. Дискурс можно рассматривать как процесс, так и результат. Чтобы понять связь между обществом и членом общества, а также между обществом и дискурсом, нам надо проанализировать также социо-когнитивный интерфейс (область). Рассмотрим нужные для анализа аргументы:

1. Такие понятия как «действие» и «актер» сами являются важными когнитивными показателями. Понятие об условии, последствии, планах, намерении, цели, также как и концепт действия, являются ментальной репрезентацией или свойством мышления.

2. Взаимодействие, координация действий, стратегическая адаптация действий к социальному контексту, который также требует ментальной репрезентации актеров, как и свойственные показатели ситуации или контекста.

3. Социальная микро и макро связь определяется членством социальных актеров и их действиями, создающими социальные отношения, процессы или структуры, которые также нужны для когнитивного показателя. Члены групп должны разделять общие мнения об обществе, а также воспринимать одинаково действия других членов общества.

4. Данный пункт относится к вербальному взаимодействию и дискурсу, где структура, значение, планирование и понятие должны быть сформулированы согласно когнитивному подходу ума, включая особенные и общие знания и другие социальные веры [114, с. 94].

Перечисляя данные аргументы, мы ставили цель показать связь между обществом и его участниками, а также между обществом и дискурсом. Считаем, что знание языка и дискурса является важным показателем социального восприятия групп и его членов. Согласно Т.Ван Дейку, сила, злоупотребление силой, доминирование и их воспроизведение создают группы, социальные движения или организации [115, с. 20]. Поэтому, несмотря на существенный интерфейс личных мысленных моделей, который считается особенным (специфичным) дискурсом, когнитивный подход также должен считаться социальным восприятием, то есть верой, мышлением или социальной репрезентацией, которую они делят с другими членами своих же групп или общества. По Т.Ван Дейку, сущность дискурса определяется именно такими социальными отношениями, как сила (власть) и идеология между участниками. Основное внимание он обращает на то, как эти отношения, посредством систематических опытов, претворяются в жизнь. В произведении «Идеология, междисциплинарный подход» Т.Ван Дейк выдвигает такую идею, что дискурсы имеют идеологическую сущность или идеологии пересоздаются со стороны дискурсов [136, с. 33]. Таким образом, в отношениях между участниками дискурса, роль языка и текста остается вне внимания, и напротив, как основной фактор принимается стабильность структур, создающих отношения силы (власти) и идеологию в дискурсе.



Знание, ценности, нормы, отношение и идеология являются различными типами социальной репрезентации или социального восприятия. Эти социальные восприятия играют важную роль в построении личной модели. Модели, являясь интерфейсом индивидуального и социального отражают, как общественное убеждение или вера, могут повлиять на личную веру, что далее выражается дискурсом. Этнические и гендерные предубеждения, свойственные социальным группам, также являются показателем индивидуального дискурса. И наоборот, если личные мыслительные модели социальных событий влиятельной личности (представителя) разделяется и другими участниками группы или общества, мыслительная модель может обобщиться и абстрагироваться в социальное восприятие или репрезентацию, таких как, знание, отношение и идеология.

Следующим важным и неотъемлемым компонентом исследования дискурса является общество. Данный компонент, по очевидным причинам, больше находится в центре внимания в исследованиях дискурса, чем когнитивные подходы. В свою очередь, социо-когнитивная теория объясняет, как социальная структура может повлиять на структуру дискурса посредством социального восприятия (осмысления). Для определения социальной роли дискурса, требуется также анализ микро (т.е. местный, локальный) и макро (глобальной) структуры общества. С одной стороны, индивидуальные, социальные актеры и их взаимодействие, а с другой стороны, социальные группы, движения, организации, и их отношение как сила и доминирование. Но следует учесть то, что различие между микро и макро лишь аналитично. Ученые менее заинтересованы индивидуальным, личным дискурсом, чем особенностями общего дискурса. Так как они считают, что этот тип дискурса может внести большой вклад в такие важные, существующие в обществе проблемы, как социальное неравенство, гендерные проблемы, этническое и т.д. Макросоциальные показатели общества остаются главной целью и задачей аналитиков дискурса, здесь мы можем пронаблюдать или проанализировать абстрактные

структуры, и то, как они действуют в социальной практике, в общем, в дискурсе, особенно в определенных ситуациях.

Следует отметить, что различие подходов к дискурсу и его исследованию, в последнее десятилетие перешло в совершенно иную плоскость, и сегодня вступило на стадию, именуемую дискурсивно-когнитивный парадигмой. Так, в создании дискурса внимание уже направлено не только на исключительно социальную ситуацию, но и на решающую роль коммуникативной ситуации. Речь идет о дилемме, вытекающей из двух различных подходов к дискурсу в рамках критических исследований дискурса: социального и социо-когнитивного подхода. Некоторые исследователи отдают предпочтение исключительно социальному подходу, другие же подходу, именуемому социо-когнитивным. Следует отметить, что социо-когнитивный подход не полностью отрицает социальный подход, речь идет о более приоритетном положении общества или индивидуальной способности человека в формировании дискурса.

Социо-когнитивный подход к дискурсу опирается не только на социальный контекст, но и на компетентность и фоновые знания и вытекающие из них когнитивные способности участников дискурса. Дискурс рассматривается нами как сложное социо-когнитивное явление, определяемое социальными и коммуникативными ситуациями. Создание дискурса обуславливается его участниками, когнитивные способности которых классифицируются следующим образом:

– адресант текста использует в дискурсе определенные лингвистические и риторические средства, необходимые для осмысления, инференции и интерпретации;

– адресат текста в процессе формирования дискурса пользуется новыми знаниями.

С этой точки зрения симптоматично определение данное дискурсу Р.Уодаком. Так, он, аналогично тому, как это делают Н.Энквист и У.Тюберт, проводит разграничение между дискурсом и текстом, но он рассматривает этот очень сложный феномен преимущественно через когнитивную призму [59, 39].

Текст является специфической и уникальной реализацией дискурса, в то время как дискурс является схемами и обобщениями знания и структур.

Участники дискурса к своим фоновым знаниям добавляют новое знание. Таким образом, знание в дискурсе является не абстрактным когнитивным феноменом, а специфическим человеческим знанием, и это знание связано с внутренним контекстом участников, которые обуславливают субъективизм дискурса. Т.Ван Дейк в своей работе «Дискурс и знание. Социо-когнитивный подход» отмечает, что большая часть человеческого знания усваивается и формируется посредством дискурса [139, с.15].

Очевидно, что субъективизм участников дискурса, опирающаяся на этот субъективизм коммуникативная ситуация и, наконец, все факторы, входящие в социальную структуру, такие как возраст, раса, пол и социальный статус, связаны со знанием. Т.Ван Дейк привлекает внимание к роли ментальной репрезентации о дискурсе участников [136, с.15]. Адресат текста, развивает эти ментальные репрезентации путем соединения своего знания со знанием, полученным из текста, и в таком случае текст с большей легкостью осмысливается адресатом. Еще М.Фуко охарактеризовал дискурс как пространство репрезентации знания. Несмотря на то, что он и ряд других исследователей пренебрежительно относились к решающей роли языка и текста в репрезентации знания, многие исследователи уверены в том, что знание доводится до человека посредством языка и текста [68, с. 40].

Контекст определяется как ментальная модель социальной ситуации общения, которая пересекается между дискурсом и обществом. Поскольку общественно разделяемое знание также является формой социального представления из этого следует, что если идеологии являются основой социальных представлений и также наши знания идеологически предвзяты. Действительно, без социальной основы, знание было бы не более чем личной верой. Консенсус, общий разум или точка соприкосновения входят в число многих понятий, определяющих эту социальную измерение знания. Знание выражается, передается, принимается и распространяется посредством дискурса



и других форм социального взаимодействия. Знание может быть распространено и приобретено через разговоры, текст, социальные учреждения, такие как правительство, СМИ, школы, университеты и т.д.

Контекст, представляющий ментальную модель коммуникативной ситуации, является результатом многих процессов социального восприятия, включая такие аспекты, как:

- роль участника в восприятии коммуникативной ситуации и во взаимодействии;
- категоризация и осмысление участников как членов групп и как индивидуальных участников в дискурсивном взаимодействии;
- суждение и формирование впечатлений и соучастников;
- осмысление и суждение личных или социальных отношений участника или окружающих обстоятельств.

Участие и разговор во всех возможных социальных ситуациях, к которым мы имеем доступ, требует осмысление, анализ и суждение комплексных ситуаций. Когнитивная социальная психология предлагает нам теоретические понятия, сведения и методологические инструменты для исследования таких процессов как осмысление и восприятие «социального общества» или ситуаций.

Причины формирования дискурса, его развитие, результат, успех дискурса зависит от внутреннего контекста участников дискурса. В монографии «Когнитивные перспективы анализа дискурса» внутренний контекст объясняется следующим образом:

*«Внутренний контекст – это знание, связанное с индивидуальным знанием человека о мире. Внутренний контекст – это знание о знании. Субъективность дискурса и политический дискурс конкретно опираются на внутренний контекст» [89, с. 30].*

Участники дискурса добавляют новые знания к своим фоновым знаниям. Таким образом, знание в дискурсе является не абстрактным когнитивным феноменом, а специфическим человеческим знанием, и это знание связано с внутренним контекстом участников, обуславливающим субъективизм в

дискурсе. Т.Ван Дейк в одной из последних опубликованных работ «Дискурс и знание. Социо-когнитивный подход» отмечает, что большая часть человеческого знания усваивается и формируется посредством дискурса [132, с. 30].

Очевидно, что субъективизм участников дискурса, опирающихся на коммуникативную ситуацию и все факторы, входящие в социальную структуру, такие как возраст, раса, пол и социальный статус связаны со знанием.

Т.Ван Дейк привлекает внимание к роли ментальной репрезентации дискурса участников. Адресат текста, развивает эти ментальные убеждения путем соединения своего знания со знанием, полученным из текста, и в таком случае текст, с большей легкостью, осмысливается адресатом [139]. М.Фуко же охарактеризовал дискурс как пространство убеждения знаний. Несмотря на то, что он и ряд других исследователей пренебрежительно относились к решающей роли языка и текста в репрезентации знания, многие исследователи уверены в том, что знание доводится до человека посредством языка и текста [68, с. 20].

В эпистемологии, классическое определение «знания» – это оправданное, точное мнение, убеждение. За последние десятилетия это определение столкнулось со многими возражениями, однако они не изменили подход, а только лишь показали его несоответствие с современной теорией знания.

Несмотря на исследования знания, его ментальной структуры или процесса, в когнитивной психологии все еще не ясно, что считается «знанием». По мнению Т.Ван Дейка, между знанием и убеждением не существует точной границы. Знание это убеждение, социально разделяемое и принимаемое обществом, основанное на социальные критерии, и с этой точки зрения, являющееся как социальным, культурным так и когнитивным явлением. Т.Ван Дейк перечислил некоторые когнитивные особенности знаний, которые могут использоваться при анализе связи знаний с идеологией, а также связи между знанием и дискурсом [132].

1. Знание - это вид социально разделяемого убеждения.
2. Традиционное различие, сделанное между личным знанием индивидуального опыта, представляемое в памяти как ментальная модель

случаев или ситуаций, и более широко, социальная репрезентация, сохраняемая в семантической или социальной памяти.

3. Предполагается, что знание представляется схематично организованными путями, как например, сценарий или похожий формат, чтобы способствовать его восстановлению, активизации и использованию.

4. Дискурс и его воспроизведение также как и другие формы действий, способствуют частичной активизации соответствующих фрагментов знаний. В зависимости от контекста знание активизируется и используется.

5. Общее знание формируется путем обобщения и абстрактной формы ментальной модели (как например, «убеждаться на опыте») или путем соединения различных фрагментов знания.

6. Понимание дискурса обычно включает строение ментальных моделей в кратковременную память, где общие знания используются для построения модели.

7. Только соответствующие фрагменты ментальной модели выражаются в дискурсе в зависимости от контекста.

8. Ментальные модели коммуникативных случаев, или модели контекста представляют особенности социальных ситуаций коммуникативных случаев.

9. Модели контекста, и особенно их специальный механизм знаний, регулирует какие знания ментальных моделей, могут или должны более или менее эксплицитно быть выражены в дискурсе, и какие должны полностью или частично оставаться имплицитными.

Данная классификация указывает на когнитивные особенности знания, но многие вопросы все еще остаются без ответа, например такие, как природа знаний, пути хранения знаний, восстановление, активизация, использование знаний и его взаимодействие с дискурсом.

Один из элементов теории, которая забывается или пренебрегается в эпистемологии и психологии, это типология знаний. Имеется несколько видов знаний, и эти виды или типы знаний также имеют различное влияние на процесс



дискурса и структуру дискурса. Различные виды знаний по-разному могут представляться в памяти.

Имеются личные, эпизодичные знания, которые представляются в ментальной модели опыта, и общие, абстрактные и социальные знания, которые представляются в социальном убеждении. Согласно подходу Т.Ван Дейка, личное и социальное знание различается по следующим типологическим критериям:

- тип знаний;
- социальный масштаб (личный, межличностный, социальный, культурный);
- уровень (особенный, общий);
- антология (реальная, конкретная, абстрактная, историческая и др.);
- сила (быть абсолютно уверенным и более или менее уверенным) [141, с. 35].

Данные критерии помогают нам различать виды знаний.

Выделяют следующие виды знаний:

1. Индивидуальное Знание (Personal knowledge);
2. Социально разделяемое знание (Socially shared knowledge) ;
3. Процедурное знание (Procedural knowledge);
4. Официальное знание (Declarative knowledge).

Как индивидуальное, так и социально-разделяемое знание может быть общим и абстрактным. Большая часть наших знаний о мире основана на личный опыт или осваивается путем общения с окружающими, и это происходит посредством дискурса.

Если говорить о связи между дискурсом и знанием, знание является личным, межличностным, групповым и разделяется между людьми. Знание не только ментальное, но и социальное явление. Знание воспринимается, разделяется и используется людьми во взаимодействии. Без социальной основы, знание было бы лишь индивидуальным мнением или убеждением.

Множество видов структуры знаний, используемых нами в дискурсе, могут контролировать особенности семантики и дискурса. Эти знания относятся не только к говорящему, но и к слушателю, а общее разделяемое знание относится к обеим сторонам. Иными словами, взаимодействие различных видов и структур знания, помогают нам понять передаваемую информацию, делиться информацией, выразить мнение и т.д. [115]

Идеология, согласно определению, является социальной и разделяется членами различных групп. Согласно Т.Ван Дейку, идеология делится на общие, абстрактные и фундаментальные виды и образует социальные убеждения, как например, отношение. Обычно коллективные цели, нормы, ценности, мнения определяют что хорошо или плохо или что правильно, а что нет, а идеология, в свою очередь, контролирует наши убеждения или веру в мир, что относится к религиозной и научной идеологии. Идеология очень тесно связана с социально разделяемым знанием и мнением. На вопрос: «являются ли идеология и социальное знание равными», Т.Ван Дейк ответил следующим образом: *«сложно поставить границу между идеологией и социальным убеждением. Однако идеология более фундаментальна и основывается на такие социальные убеждения как знание и отношение. Это означает, что социальные убеждения групп должны быть также идеологически настроены»* [137, с. 20].

Знание является субъективным отражением объективного мира, то есть человек познает мир посредством знаний. Для достижения знания, необходимо подумать о структуре знания. Структура знания отражает структуру предмета, явления и объекта, к которым относится, и если мы хотим посредством освоения дойти до сути предмета, то должны овладеть схемами о знании и структуризованном предмете.

Знание является первым среди уровней осмысления. Знание, узнавание, идентификация, эмпатия, интеракция и осмысление. Поэтому считается, что знать это еще не значит осознать. Знание является частью осмысления, осмысление же – это полное знание [58, с. 96] .

Следует еще раз подчеркнуть, что отношения между знанием и идеологией – это обширная и сложная проблема, включающая множество теорий и дисциплин, и что одна работа может затронуть только некоторые очень конкретные вопросы этой взаимосвязи, такие как когнитивный характер взаимодействия между различными видами знания и идеологии и их отношения с дискурсом. Большая часть наших знаний обычно интерпретируется и воспроизводится в дискурсе, и что для того, чтобы иметь возможность производить и понимать дискурс, людям необходимо огромное количество различных видов знаний. Другими словами, теория дискурса в корне является неполной без детальной теории его взаимоотношений со знанием.

Групповое знание вполне может быть идеологическим, но это должно быть знание, которое в целом разделяется в обществе. Аргумент об идеологической природе знания опирается не только на здравую теорию идеологии, но и на теорию познания. Большинство наших практических знаний о мире лежит на основе нашего личного опыта или полученных от других людей, т.е. обычно посредством дискурса, и большая часть этих знаний не является абсолютной.

Особенно актуальным для отношения между дискурсом и знанием является тот факт, что знание может быть более или менее личным, межличностным, групповым и, следовательно, разделяются определенной группой общества.

Идеологии являются общими, абстрактными и фундаментальными и организуют другие формы или социальные представления, например, отношения. Они могут включать абстрактные групповые категории, такие как идентичность и групповые отношения, а также коллективные цели, нормы и ценности.

Когнитивная лингвистика – это новый подход к изучению языка, рассматривающий знание как часть восприятия и мышления. Когнитивная лингвистика подразделяется на три основных раздела:

– когнитивный подход к грамматике, объектом которой является синтаксис, морфология и другие грамматические вопросы;



– когнитивная фонология, объектом которой является разные соответствия между морфемами и фонетическими последовательностями;

– когнитивная семантика, объектом которой является знания отраженные в языке. Основной целью когнитивной лингвистики является выявление типологии знаний, способы их хранения в сознании и способы их передачи и выражения в речи.

Главная цель КДИ (критическое дискурсивное исследование) – изучение дискурсивного злоупотребления властью предполагает также изучение различий в доступе к социальной власти, и поэтому особое внимание уделяем на различные способы доступа к публичному дискурсу как одному из ресурсов социальной власти. Иными словами, мы видим, что многие концепты КДИ требуют формулировки в контексте наиболее фундаментальных понятий социальных наук.

Как ДИ, так и КДИ располагают большим количеством разных методов изучения в зависимости от целей исследования, природы изучаемого объекта, интересов и квалификации исследователя и других параметров исследовательского контекста. Таким образом, в обеих областях мы можем найти такие способы изучения структур и стратегий дискурса, как:

- грамматический (фонологический, синтаксический, лексический и семантический) анализ;
- прагматический анализ речевых и коммуникативных актов;
- риторический анализ;
- стилистический анализ
- анализ специфики (жанровой и т. д.) структур (историй, новостей, парламентских дебатов, лекций, рекламных текстов и т.д.);
- конверсационный анализ разговора;
- семиотический анализ звукового, визуального материала и других мультимодальных параметров дискурса и взаимодействия.

Все эти различные виды анализа (наблюдение, описание и т. д.) могут комбинироваться и пересекаться различным образом, так что исследование

может быть направлено на изучение семантику нарративов, риторичу политического дискурса, прагматику разговора, семиотику стилиа [115].

В каждом виде исследования можно выделить множество альтернативных способов работы с информацией (которые часто обозначаются как «методы» или «подходы»), например, формальный или функциональный виды анализа, которые сами по себе имеют различные версии в различных теориях, научных направлениях или школах в рамках каждой научной дисциплины. Чаще всего эти виды анализа представляют собой качественные описания деталей структуры дискурса; по в тоже время, поскольку они зависят от эмпирических данных, они могут быть и количественными, что в большей мере справедливо в отношении лингвистики, вырабатывающей новые методы для КДИ.

Традиционный подход к моделированию использования знаний в понимании

заключалась в разработке действенных правил, гарантирующих, что правильные элементы создаются в правильном контексте. Проблема в том, что очень сложно спроектировать производственную систему, достаточно сильную, чтобы дать правильные результаты, но достаточно гибкую, чтобы работать в среде, характеризующейся почти бесконечной изменчивостью.

Дискурс, как информационная структура, играет роль защиты различного вида знаний. Учетывание дискурсом (в зависимости используемых знаний от коммуникативной ситуации) социального статуса, мнения и позиции, мировоззрения и убеждения участников, а также создание безграничного дискурса (при полноте, цельности, структуры текста и его базировании на строгие лингвистические нормы) в результате обособления и стремительного изменения знания в дискурс и частой смены коммуникативной ситуации заставляют оценивать осмысление как двигательную процедуру творческой деятельности. Определение изменения предмета в зависимости от ситуации и душевного покоя или беспокойства психического состояния как результата ситуации зависит от осмысления.

В образовании дискурса «принимают участие различного вида знания», и то, что дискурс является артикулярной формой сознания, поощряет нас несколько расширить наше представление о знаниях. Сознание есть совокупность знаний. Отметим, что по К.Юнгу, творческие элементы структуры сознания формируются из архетипов «коллективная бессознательность», «коллективная сознательность» и «тень», то можно сказать, что знания в коммуникативной ситуации в дискурсе с учетом социальных и индивидуальных позиций участников становятся истинными в виде лингвистических валентов. Это положение в большей степени характерно для политического дискурса. В дискурсе разных политических деятелей можно встретить способы выражения структурообразующих элементов сознания. Причиной безграничности дискурса является сопровождение различных слоев структур образовательными элементами, используемыми для упрощения осмысления в постоянно меняющейся коммуникативной ситуации, как, например, метафорами. Метафора же может реализоваться как в типе «коллективное бессознательное», так и в типе «коллективное сознательное».

Дискурс, как результат образа когнитивно-прагматического отношения, будучи итогом желаний личности, не имеет границ, пределов, у него нет ограничений, так как ни мечта, ни желание не имеют пределов, и в силу того, что коммуникативные ситуации создаются на основе желаний, в дискурсе, который субъективен, не видно ничего минимального. Дискурсное обращение за счет осмысления успокаивает человеческий дух и находит ответы на все вопросы, потому что знания превращаясь в язык (будучи звуковой формой сознания) принимают ситуативно-субъективно-индивидуальные формы.

Работа М.Фуко «Археология знаний» расширяет горизонт эпистемологии, где исследуются культуры знания. Он различает два вида знания «научное» и «не научное». Не научное знание связано с требованиями на значимость, не на противоречивость и ожидания убедительности [31].

Язык, дискурс и знание являются неотъемлемой частью человеческого восприятия. Знание – это понятие или точка зрения, которую люди приобретают



посредством опыта, с помощью собственных навыков и умений. Согласно подходу М.Фуко, он анализирует особенные (определенные) формы знания, а также игру языковых, социальных практик. Отношение знания к реальности опирается не на утверждаемое знанием истину, а на то, что знание само стремится быть истинным. М.Фуко рассматривает дискурс как имплицитное явление, которое должно иметь аргументативную структуру и обладать способностью к согласованию с дисциплиной, ее методами и фоновыми убеждениями. Он разделяет язык на три уровня, где анализирует язык текста:

- комментарии, данные над текстом;
- текст;
- значение (смысл) скрытый в тексте.

В своей известной книге «Археология знаний», М.Фуко описывает знание как процесс, предоставляющий возможность людям думать, понимать и анализировать различные исторические события и ситуации. Благодаря этому, индивиды могут смотреть и анализировать эти события с различных аспектов. И это М.Фуко называет «археологией». Также он создает «конструктивный метод», включающий в себя группу таких понятий, как уверенность, дискурсивный анализ, формирование и архив [31, с. 65].

Главной задачей в понимании сущности любого общества является понять и изучить основу дискурса данного общества. Он считает, что, например, дискурс психологии позволят психологам взять контроль над людьми и даже перенести их в другое место или пространство, что обычно случается не по воле людей.

Лингвисты игнорировали «знание», считая, что как важная категория она может быть только в когнитивной грамматике. В дискурс анализе, лингвист П.Верз, один из первых обратил внимание на роль знания в дискурсе. В теории и генеративной грамматике, знание рассматривается как имплицитное явление, разделяемое членами общества. Когнитивный подход изучает связь между знанием и значением (смысл), при этом забывая о различии между языком и мышлением. Психология внесла огромный вклад в наши знания о современном

знании, определяя ее «ментальной репрезентацией памяти». Создание и восприятие дискурса включает в себя не только передачу значения, а также требует огромное количество знаний, как например, стилистические и лексические приемы, инверсия и т.д. Такие понятия как тема, глобальная и локальная связность, вывод, предположения, схематичная структура и другие особенности дискурса, все они требуют один важный компонент – знание [18, с. 15].

Как показывают исследования дискурса, знание является не только ментальным, но и социальным. Знание, получается, разделяется и распространяется людьми, организациями, группами при взаимодействии. Без социальной основы, знание считалось бы лишь личной точкой зрения. Консенсус, общие сведения и общая основа являются главными факторами, определяющими социальные критерии знания [78].

Дискурс воспринимается и становится ясным (понятным) благодаря социальной природе знания. Знание выражается, раскрывается, передается и воспринимается в дискурсе, а также и в других формах взаимодействия, как например, посредством разговора, текста или таких социальных учреждений как государственные органы, медиа, образование и т.д.

Дискурс также имеет философские, лингвистические, когнитивные, социальные, культурные и исторические свойства [111, с. 55]. Это означает то, что знание и дискурс контактируют между собой во многих областях, они дополняют друг друга, и без знания было бы невозможным создавать и понимать дискурс.

Эксплицитное формирование взаимодействия дискурса и знания, в первую очередь, требует анализа типологии знания. Говоря о различии между «личным» и «социальным» знанием, то следует отметить, что «личное» знание приобретается путем личного опыта, анализа и используется при рассказе собственной, личной истории или события. Социальное знание же, в свою очередь, подразделяется на подгруппы такие как, межличностное, групповое и культурное знание. Традиционная концепция «знание о мире» воспринимается

как культурное знание, что означает, что знание разделяется большинством определенной культуры. Мы также можем отметить «национальное знание» относящееся к представителям одной нации, где для внедрения данного вида знания важную роль играют образование, медиа, формирующие знание и идеологию нации. Следующим видом социального знания является «глобальное, всемирное знание» которое разделяется и воспринимается членами всех различных культур. Также знание подразделяется на общее и специфичное (конкретное) знание. Как мы отметили выше, личное и социальное знание, связаны с общим и конкретным знанием. Таким образом, социальное или общее знание мы можем встретить во многих различных контекстах, а личное или конкретное знание опирается на личный опыт, на исторические события, и разделяется определенной нацией, культурой или группой людей.

Одним из важных факторов когнитивной теории дискурса является его осмысление о фундаментальной роли знания в восприятии и передаче информации. Носители языка нуждаются в огромном количестве знаний для воспроизведения и восприятия текстов или разговора. Социальное и культурное знание важно для построения связности, передачи глобальных тем, выражения своей личной точки зрения, где знание является важным звеном.

Ранее мы отметили типологию знания, его виды и дали описание каждому из его видов. Следует также выделить два важных вида знания, являющиеся неотъемлемой частью при построении дискурса:

- личное или групповое знание об определенных событиях: ментальная модель;
- социально или культурно разделяемое, общее знание: социальная репрезентация.

Личное знание опирается на кратковременную память, чаще всего относится к личным событиям и охватывает малый круг, как например, члены семьи, друзья, и т.д. Коллективное знание относится к важным историческим или политическим знаниям и разделяется большой группой людей, нацией или народом. Социально или культурно разделяемое знание является результатом



изучения, восприятия общественного дискурса. Такой вид знания больше воспроизводится в социальной памяти, и относится к определенной нации, к определенной группе людей, являющимися носителями одного языка, культуры. Рассмотрим следующий пример: газета “USA today”, November 20, 2013. [135, p. 5A]

*“November, 1963, at 12:29, it was a different America”.*

*«Ноябрь, 1963 год, в 12:29, эта была другая Америка».*

Читая данный заголовок статьи, гражданин или человек, хорошо знакомый с историей, культурой Америки, подсознательно понимает и может заранее предположить основную идею данной статьи, которая, несомненно, связана с бывшим президентом США, Джоном Кеннеди. Этот один из обычных осенних дней оставил в истории американской нации печальный след, день убийства Джона Кеннеди, в момент, когда он в сопровождении кортежа, проходя через огромную толпу людей, направлялся в Дилей плазу, штат Техас.

Восприятие (осмысление) и передача дискурса, включает активизацию, использование, изменение и обновление различных видов личного и социального знания. Для осмысления слов, предложений, параграфов или больших текстов обычно требуется имплицитный, социальный или культурно разделяемый вид знания. С дискурсивно-теоретической точки зрения, знание является основой или богатством участников коммуникативных событий, также частью контекста. Знание, это одно из «когнитивных» основ контекста. К сожалению, нет систематического процесса, позволяющего нам определить структуру дискурса контролирующего структуру знания. Мы можем предположить, что связь между дискурсом и знанием выражается в значении (смысл). Значение (смысл) может контролировать грамматическую и дискурсивную форму (как например, порядок слов, заголовок статьи, и т.д.), знание же, в свою очередь, помогает осмыслить (воспринимать) информацию контекста.

В зависимости от того, как мы определяем знание, мы можем также воспринимать модели контекста за знание, а модели текущих ситуаций как

ментальную модель событий, где знание будет восприниматься как конкретное (специфичное). Итак, если мы считаем модели контекста формой знаний, а модели контекста контролируют многие аспекты дискурса, включая его формы и варианты, тогда мы можем отметить, насколько велик масштаб контроля текста знанием.

Когнитивный аспект – это процесс мышления тесно связанный с уровнями смысла и значения. Смысл и значение определяют отношение субъекта к тексту, изучение же структуры понимания связано с субъектом понимания, так как значение имеет к личности объективное отношение, а смысл – субъективное. Согласно мнению В.Кинча и Т.В.Дейка, знание составляет основную часть контекста, посредством которого передается дискурс. При понимании текста поверхностные структуры трансформируются в глубинные структуры. Понимание происходит в результате трансформации. По их мнению, контекст это фильтр, через который люди воспринимают окружающую среду, мир. Когнитивный анализ процесса обработки дискурса основан на взаимодействии между репрезентациями и операциями в памяти. Стратегии допускают параллельную обработку, т.е. одновременный анализ частичной или неполной информации, поступающей одновременно из разных источников [89, с. 95].

Процесс построения репрезентации дискурса полностью опирается на знание. Чтобы понять, как дискурс функционирует, в первую очередь, надо определить, как передается или строится знание. Очевидная связь между знанием и дискурсом – это связь между всеми видами дискурса и общим знанием об этих структурах. Рассмотрим заголовок статьи из газеты “The International Newsweek”, January 17, 2008:

*“Franklin D. Roosevelt’s “New Deal” sealed the Deal in 1932”* [86,p.9].

Читая заголовок политической статьи, активизируется знание и о политических событиях. New Deal (Новый Курс) специально разработанная программа во главе с Франклином Рузвельтом, которая помогла пережить самые трудные годы США, и тем самым стала важной страницей в истории США.

Ознакомившись с данным заголовком, мы уже заранее можем понять или предположить суть, значение данной статьи.

Внутренняя речь определяет завершение трансформации кодированием. Внутренняя речь состоит из трех частей, а именно: языка, речи и интеллекта, и кодирование информации в процессе осмысления происходит за счет интеллекта. Понимание является ядром когнитивного аспекта, процессов кодирования и декодирования.

Р.Барт различает три вида понимания: когнитивное, идеологическое и регулирующее [13]. В процессе понимания когнитивной лингвистики представляют интерес взаимоотношения между структурой знания в тексте и знаниями, используемыми участниками дискурса. Структура знания участников дискурса должна отражать структуру знания текста. В результате идея текста приводится в движение. Следует отметить, что язык является знанием для ситуации общения и понимание языка происходит за счет ситуации. Язык влияет на понимание, а понимание с помощью текста на язык.

Понимание подразумевает вторжение в чужое сознание посредством текста и дискурса, но объекты понимания как когнитивного процесса различаются как беседа (речь), потому что структуры восприятия должны отражать объективные структуры содержания текста.

В процессе осмысления текста преуспевают те, у кого больше знаний, и это в большей степени относится к тем, кто имеет особые знания. Понимание текста не ограничивается пониманием лексических значений в тексте, потому что это является его внешним значением. Кроме того, знания участников дискурса охватывают уровни понимания и распознавания информации в тексте, а также идентификацию или противоречие между смыслом текста и знаниями участников дискурса.

Принципы информационной связности текста также показывают, что дискурс не является автономным, что достаточно знать лишь лексические значения слов и их сочетаний. Необходимо знание о мире, и следовательно, необходим когнитивный и социальный анализ знаний носителей языка в рамках



определенной культуры, анализ того как они используют эти знания в процессе интерпретации дискурса, и в установлении связности текста. Признание важности этих факторов, показывает то, что когнитивный анализ играет значительную роль в изучении и интерпретации дискурса. С этой точки зрения, анализ организации и использования знаний и убеждений, хранящихся в памяти, становится так же важным, как и структура дискурса в понимании и восприятии текста [98, с. 125].

Субъективные знания, стимулирующие общие знания текста, с одной стороны, и внутри текстовые знания с лингвистическими контрастами, риторическими вопросами, диалогической неполнотой, с другой стороны, мотивируют движение мыслей в тексте и являются языковым материалом, относящимся к объективному тексту.

Для установления связи между социальными и когнитивными ситуациями, познанием и тестами требуется междисциплинарный подход. Необходимо привлечь когнитивную, социальную психологию, микросоциологию и анализ дискурса. Таким образом, теоретическую базу данной главы составляют следующие научные области:

- когнитивная теория обработки информации, данная теория отводит особую роль стратегическому характеру производства и восприятия текстов, анализирует восприятие и осмысление текстов;
- социо-когнитивная теория дискурса, которая распространяет построенную стратегическую модель, приспособив ее к объяснению роли, мнений и социальных отношений в процессе обработки текстовой информации;
- социальное и социо-когнитивное познание и теория социальных ситуаций, с их помощью определяется общий подход к когнитивному измерению социальных ситуаций.

Т.Ван Дейк, сторонник социо-когнитивного подхода к дискурсу, автор идеи о непосредственной связи между социальными и дискурсивными структурами, отстаивая приоритет социальной ситуации в ее противостоянии к общественному мнению, все же полагает, что социальная структура влияет на

дискурс не прямо, а опосредованно. Придерживаясь мнения, что непосредственное и решающее воздействие на дискурс оказывает коммуникативная ситуация, базирующаяся на социальном субъективизме участников дискурса, он отмечает, что *«Между аспектами социальной ситуации и дискурсом нет прямой связи. Это широко распространенный и неверный подход. В социолингвистике, согласно господствующему мнению, пол, раса, возраст или статус влияют на то, как мы говорим. Прямого воздействия нет только потому, что социальные особенности ситуации не привлечены непосредственно к когнитивным процессам создания и понимания дискурса. Только когнитивное явление может оказать прямое воздействие на когнитивные процессы»* [115, с. 78].

Вместе с тем, наряду с должным вниманием к личности и ее субъективности, следует учитывать и социолингвистический аспект, являющийся приоритетным объектом дискурсивных исследований. Эта позиция ясно выражена в словах У.Тюберта: *«Коллективное мышление реально. Это дискурс»*. У.Тюберт рассматривает дискурс следующим образом: *«Дискурс – это сфера, создающая единственную реальность, с которой мы имеем дело, и мир текстов, которыми члены общества обмениваются между собой. Мы непрерывно вносим свой вклад в эту безграничную, всеохватывающую и все объединяющую сферу общения, которую я называю дискурсом»* [134, с. 12].

Несмотря на дискурсивную значимость индивидуальных и социальных факторов, доминирующая роль все же принадлежит индивидуальности, поскольку участник дискурса может сам выбирать лингвистические и риторические средства без учета таких факторов, как возраст, пол, раса, социальный статус.

Социо-когнитивный подход к дискурсу опирается не только на социальный контекст, но и на компетентность и фоновые знания участников дискурса. Дискурс рассматривается как комплексное социо-когнитивное явление, порождаемое социальными и коммуникативными ситуациями.

Создание дискурса обуславливается его участниками, когнитивные возможности которых классифицируются следующей парадигмой:

– адресант использует в дискурсе определенные лингвистические и риторические средства, необходимые для понимания, инференции и интерпретации;

– в процессе формирования дискурса адресат использует новые знания;

Р.Уодак приводит следующее определение дискурса: *«Текст является специфической и уникальной реализацией дискурса, в то время как дискурс является схемой и обобщением знания и структур»* [14, с. 39].

Участники дискурса обогащают свои фоновые знания новой информацией. К.Поппер не согласен с тем, что эти знания бесконечны и нестабильны. Иными словами, знания в дискурсе являются не абстрактным когнитивным феноменом, а специфичным человеческим знанием и это знание связано с внутренним контекстом участников, обуславливающим субъективизм дискурса.

Т.Ван Дейк в недавно опубликованной работе «Дискурс и знание. Социо – когнитивный подход» отмечает, что большая часть человеческого знания усваивается и формируется посредством дискурса.

Очевидно, что субъективизм участников, опирающийся на субъективизм коммуникативной ситуации и, наконец, на всю сумму факторов, входящих в социальную структуру, основывается на знании. Т.Ван Дейк привлекает внимание участников к роли ментальной репрезентации в дискурсе [139] .

Адресат развивает ментальные репрезентации путем соединения своего знания со знанием, полученным из текста, и тогда текст воспринимается им с большей легкостью. М.Фуко охарактеризовал дискурс как пространство репрезентации знания [31].

Несмотря на то, что некоторые исследователи пренебрежительно относились к роли языка и текста в репрезентации знания, многие лингвисты сходятся на том, что знание доводится до человека посредством языка и текста.

## **1.2. Идеология в критическом дискурсивном анализе**



В данной под-главе мы рассмотрим идеологию и дискурс в рамках критического дискурсивного анализа. Критический дискурсивный анализ был основан в рамках франкфуртской школы перед Второй мировой войной. В настоящее время внимание в критическом дискурсивном анализе сфокусировано на языке и дискурсе, инициированном «Критической лингвистикой» и развивающемся преимущественно в Великобритании и Австралии в конце 70-х годов XX века. Критический дискурсивный анализ является не просто направлением, школой, специализированной областью исследований, а одним из многих других «подходов» в дискурсивных исследованиях. Согласно Т.Ван Дейку, критическое изучение дискурса, для эффективного достижения своих целей должно отвечать ряду требований [146, с. 352]:

- как и в случае с другими исследовательскими традициями, чтобы быть принятым, критический дискурсивный анализ должен быть «лучше» других исследований;
- он фокусируется скорее на социальных проблемах и политических вопросах, чем на текущих парадигмах и актуальных темах;
- эмпирически адекватный критический дискурсивный анализ должен быть междисциплинарным;
- он направлен не просто на описание дискурсивных структур, а на их объяснение в терминах особенностей социального взаимодействия и преимущественно, социальной структуры;
- в более частном отношении, критический дискурсивный анализ ориентирован на изучение дискурсивных способов реализации, подтверждения, легитимации, воспроизводства и критики отношений власти и доминирования в обществе.

Согласно некоторым лингвистам, социальное восприятие определяется как система ментальной репрезентации и процессов членами групп. Различные социальные группы создаются на основе общих разделяемых ценностей, мнений, отношений, вер и т.д. Идеология, в свою очередь, мысленно представляет

основную социальную характеристику групп, как например, цель, задача, нормы, статус.

Критический дискурсивный анализ, в первую очередь, не заинтересован в субъективном значении или мнении носителя языка. Власть, злоупотребление властью, доминирование и их воспроизведение включает в себя коллективность, такие как группы, социальное движение, организации и т.д. [146, с.352]. Поэтому, кроме личной мысленной модели, которая считается особым (специфичным) дискурсом, когнитивный подход также должен считаться социальным восприятием, как например, вера или социальная репрезентация, которую они разделяют с членами своих групп или обществ. Знание, отношение, ценности, нормы и идеология являются другой формой социальной репрезентации.

Согласно Т.Ван Дейку, идеологическое социальное знание – это система убеждений или мнений, принадлежащих не индивидам, а главным образом, членам социальных формаций и институтов. Идеологии позволяют строить социальную реальность, основанную на определенных групповых интересах, мнениях, убеждениях. Дискурс и коммуникация играют центральную роль в формировании идеологии. Хотя формирование фундаментальной социо-когнитивной системы идеологии представляет собой очень сложный процесс, дискурс является главной социальной практикой, передающей эти убеждения. Для того чтобы сформировать и изменить сознание, люди используют всевозможные дискурсы, включая межличностные, и информацию, которую они порождают. Именно символическая элита контролирует типы дискурсов, темы, тип и объем информации, осуществляет подбор и корректирование аргументов и определяет характер риторических операций. Эти условия, главным образом, определяют содержание и организацию общего знания, убеждения, и в свою очередь, являются важным фактором формирования и воспроизводства мнений, оценок и идеологий. Сложность работы с дискурсом и процессом формирования оценок, препятствует мгновенному изменению коллективных убеждений и мнений, а также сложности в организованных оценках и идеологиях [136, с. 30].

За последние десятилетия, особенно в США, мы можем наблюдать наиболее систематичное внимание к деталям когнитивной репрезентации и процесса под названием «социальное осмысление или восприятие». «Социальное восприятие» является социальным фактором, учитывая то, что люди всегда или все чаще попадают под влияние других, а теоретически, когнитивная направленность многих исследований остается более индивидуальной, даже таких исследований, как «отношение» и его влияние на «поведение». Социальное восприятие, в основном, изучается за пределами реального социального и политического контекста, и основное внимание в нем уделяется информации, а не таким социальным верам как знание и идеология.

В рамках теории социо-когнитивной модели мы можем подтвердить, что контекст является не частью социальной ситуации, а лишь субъективной моделью ситуации. В такую модель контекста, играющую центральную роль в ментальном процессе, включено также формирование и восприятие дискурса. Эта модель объясняет, почему дискурс в одной и той же социальной ситуации показывает не только сходства, основанные на социо-культурные знания, но также является единственным в своем роде. Для каждой коммуникативной ситуации, участники модели знают, какая ситуация в данный момент соответствует каждому из его участников. Главной функцией модели контекста является создание дискурса в такой форме, чтоб он был оптимально правильным в социальной ситуации. Это также означает то, что теория контекста создает основу для дискурса.

Модель контекста должна быть сформирована в такой форме, чтобы надежным способом, в течение всего дня, выполнять эту важную функцию, а это означает, что контекст не должен быть сложным, иначе будет невозможно проанализировать дискурс. В зависимости от нашей цели и теоретической парадигмы, существует несколько путей для анализа фрагмента дискурса. Несмотря на глубокие различия в теории и методе, аналитики современного дискурса и речи, в общем, согласны с тем, что анализ, как минимум, должен быть направлен на структуру и стратегию разговора, определенного как



коммуникативное событие или пример социального взаимодействия. Мы можем проверить грамматические, стилистические, риторические, прагматические и другие структуры, являющиеся различными показателями разговора и которые можно назвать основной задачей дискурса. Различная «среда» разговора, такая как, например, социальные, политические, учебные и культурные условия, называются «контекстом».

Согласно определению Р.Сталкнера, контекст – это передача знаний или информации между участниками. Если контекст «контролирует» дискурс, это возможно только тогда, когда мы воспринимаем его как когнитивную структуру. И только в этом случае мы можем определить важность «связности». Модель понятия или восприятия дискурса взаимосвязана с его когнитивной сущностью, таким образом, делая его предметом когнитивной лингвистики [127, с. 98].

Следует отметить, что связь между знанием и идеологией очень широка и сложна. Для того чтобы понять и передать дискурс требуется огромное количество видов знаний. Другими словами, теория дискурса не может быть полностью завершена без детального изучения теории и связи его со знанием. Если посмотреть на определение идеологии и знания в английском языке, то можно понять разницу между ними.

*Knowledge* – is justified true belief, т.е. Знание – это оправданное, точное убеждение.

*Ideology* – is misguided beliefs, or false consciousness, т.е. Идеология – это неверное (ошибочное) убеждение. В политике или социальной психологии, идеология считается системой убеждений и не отделяется от других форм социально разделяемых репрезентаций.

Классическое отличие между знанием (*episteme*) и убеждением (*doxa*) тесно связано с отличительной чертой между знанием и идеологией. Идеология социальна и разделяется членами различных групп. Идеология может быть общей, абстрактной и формирует различные формы социальной репрезентации, как например, убеждение (отношение). Эта категория включает в себя такие понятия как коллективные цели, нормы, ценности и т.д. По этой причине, мы

обычно определяем что хорошо или плохо, правильно или нет, и идеология, в свою очередь, контролирует наши убеждения о мире, как например, в случае с религией или научной идеологией. Таким образом, идеология контролирует критерии, согласно которым члены общества оценивают знание. Другими словами, идеология вполне тесно связана с так называемым социально разделяемым знанием, как например, знание которое воспринимается студентами, лингвистами или такими группами общества как феминисты, расисты или же жители отдельных стран или культур. Что мы понимаем, когда говорим: «определенное знание»? Мы имеем в виду, что это убеждение, разделяемое определенными группами, и где в действительности знание формируется согласно определенным идеологическим параметрам групп, включая свои цели, интересы, ценности и т.д.

Следующий вопрос может быть сформулирован таким образом: «является ли групповая идеология и групповое знание одинаковыми понятиями, и как они влияют на структуру и процесс дискурса»? Следует отметить, что социальная репрезентация определенных групп, включает их знания. Идеология, в свою очередь, существенна и основывается согласно таким социальным репрезентациям как знание и убеждение. И это еще раз подтверждает тот факт, что социальная репрезентация групп идеологически обоснована. Идеология – это система взглядов социального восприятия, разделяемая членами социальных групп, образующиеся согласно социокультурным ценностям и организующиеся на основе идеологических идей которые отображают свойственные черты определенных групп.

Каждая группа или организация имеет идеологические категории, такие как, нормы, ценности, позиция, ресурсы.

Нормы/Ценности. Каждая группа или организация, основанная на определенных идеях, имеет свои цели и задачи, а также идеологические критерии для суждения и определения норм и ценностей.

Позиция. Каждая группа имеет характерные черты, определенные задачи и цели, не только по отношению к себе, но также для связи с другими группами.

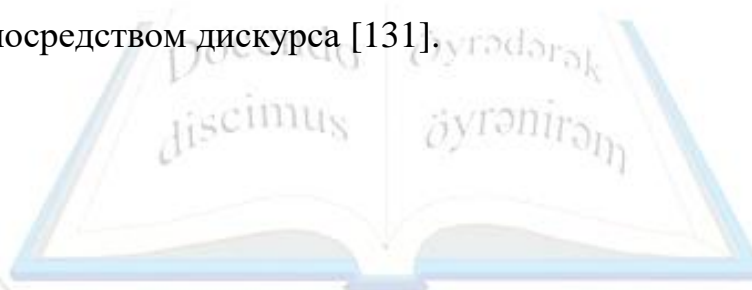
Как, например, журналист при написании статьи с уважением относится к своим читателям, врач по отношению к пациенту или педагог к студенту. Главной категорией или ядром каждой группы или организации является идеология.

Ресурсы. Все группы и организации имеют доступ к определенным социальным ресурсам. Так как ресурсы являются главными составляющими данной группы. Все эти три категории вместе составляют основную идеологию и интересы групп. Нужно также отметить, что эти категории являются показателями для построения идеологии и самоопределения групп и их связи с другими группами.

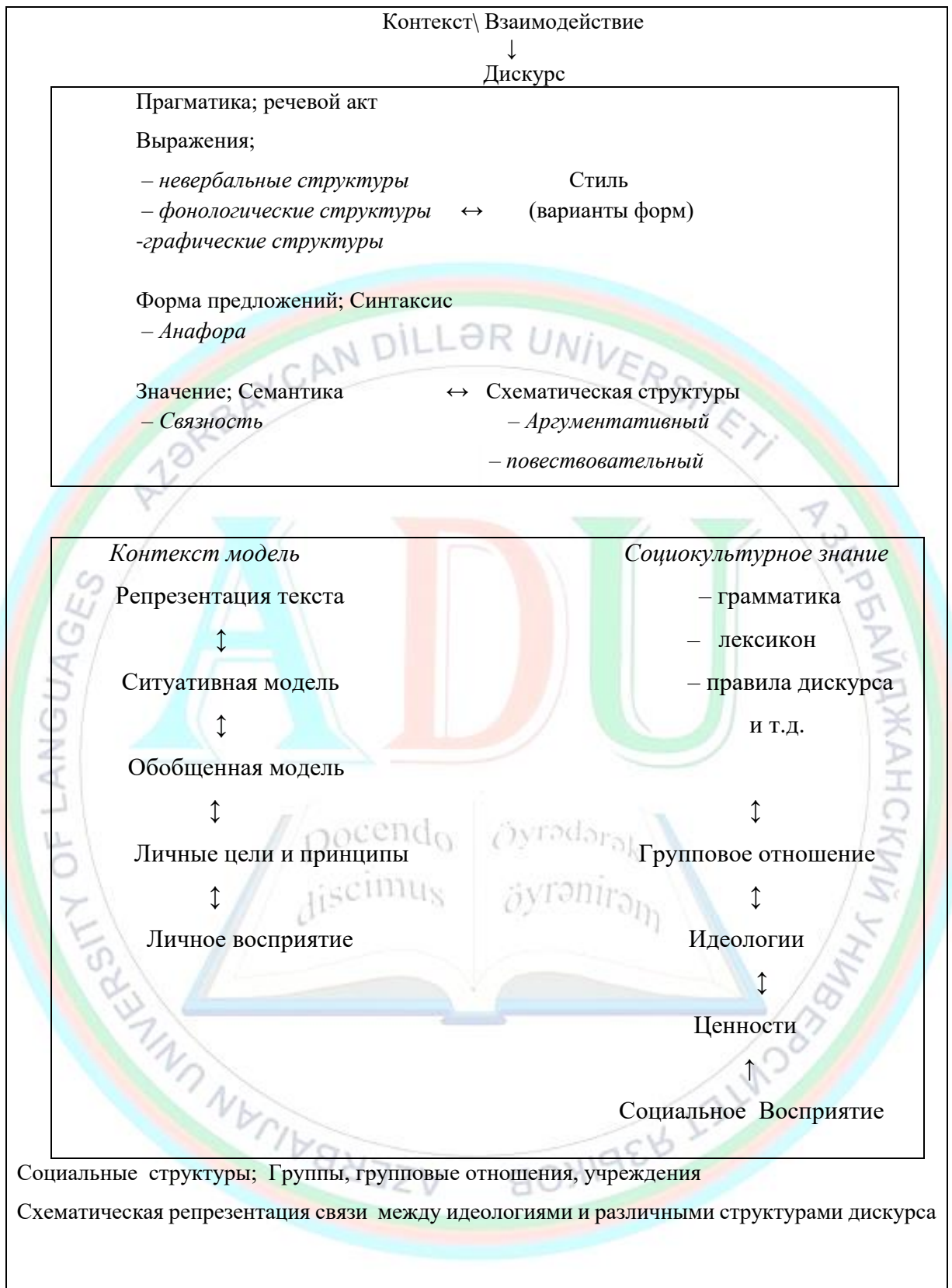
Для рассмотрения связи между идеологией и дискурсом, Т.Ван Дейк составил таблицу. Данная таблица представляет схематическую репрезентацию между идеологией и различными структурами дискурса в контексте.

В этой таблице, мы можем увидеть более точный анализ идеологического контроля дискурса. Здесь указана, как идеология и другие формы социального восприятия и модели контролируют и анализируют возможные эффекты на текст и речь. Такой подход показывает, как идеологические аспекты различных групп отображаются посредством дискурса [131].

**Таблица 1.1.**







Идеология определяется как форма убеждений, лежащая в основе каждой социальной организации или групп. Также считается, что идеология выражается и

воспринимается посредством дискурса, в письменной или устной форме взаимодействия.

Связь между дискурсом и идеологией сложная, т.к. отправитель может не выражать или избегать выражения своих идеологических идей. Как, например, феминисты, расисты и другие участники различных групп не всегда выражают свое мнение, даже если в этой ситуации их мнение было бы уместным и правильным. И это еще раз показывает то, что дискурс не всегда идеологически ясен, и дискурсивный анализ не всегда дает возможность определить идеологические убеждения людей.

Другими словами, концепт идеологии является скрытым, члены групп не всегда выражают убеждения организаций, к которым они относятся. Такая стратегия свойственна и считается правильной в политических дебатах, в международных переговорах. Однако это не означает, что идеология менее важна в глобальном мире, так как в некоторых конфликтных ситуациях концепт «идеология» считается не столь важным при разрешении конфликта. Очевидно, такой подход оказывает прямое влияние на методы изучения идеологии.

Один из важных социальных практик, воздействующих на идеологию, являются язык и дискурс, которые, в свою очередь, влияют на то, как мы воспринимаем или изменяем идеологию. Большая часть нашего дискурса выражает наше идеологически обоснованное мнение. Мы учим и осознаем наши идеологические идеи во время чтения или беседы с окружающими. Следует обращать внимание на дискурсивные параметры идеологии. Мы должны понимать, как идеология выражается посредством дискурса и как идеология формируется и передается в обществе. Дискурс является неотъемлемой частью общества, идеология же социально разделяемые идеи определенных групп людей.

Внутри одного общества или культуры имеется множество идеологий, следует разделять идеологию на группы или социальные движения. В отличие от общепринятого знания, идеология не является социо-культурной и не может восприниматься каждым. Наоборот, также как и в случае с убеждением, идеология дает толчок созданию различных мнений, идей, путем конфликта или рассуждения.

Члены различных идеологических групп разделяют более или менее одинаковые идеологии. Посредством дискурса идеология дает возможность созданию, восприятию и внедрению новых социальных мнений, идей в обществе.

Также как и другие формы восприятия, идеология может быть абстрактной и общей. Абстрактная идеология, чаще всего встречается в тексте и речи. Групповая идеология может повлиять на знание. Это может показаться противоречивым, так как знание не зависит от идеологии. Поэтому термин «идеологическое знание» заменяется «идеологическим убеждением», так как знание это научно доказанные факты.

Следует также отметить, что знание может быть подвержено влиянию идеологии, и контролироваться идеологическими принципами. Как, например, знание о «загрязнении» или «глобальном потеплении» известное всем на сегодняшний день, формулировалось под влиянием экологической идеологии. Но, несомненно, то, что мы сегодня не воспринимаем как идеологическое общее убеждение в нашем обществе или культуре, со временем может стать идеологическим убеждением. Связь идеологии с дискурсом, в первую очередь, формируется путем социального восприятия, как например, социально разделяемое мнение (убеждение) или путем различных форм групповых знаний.

Для репрезентации связи между социальным восприятием и дискурсом, Т.Ван Дейк представил следующую схему [ 131 ].

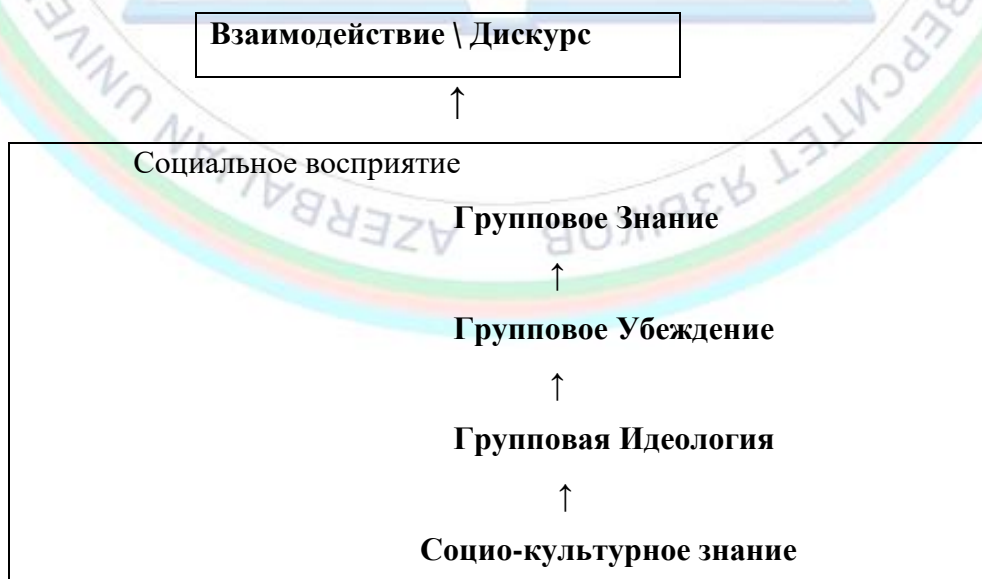


Схема 1.1



Идеология передается посредством дискурса, помогает передаче и объяснению идеологии, новым членам групп, а также защите идеологии групп от вмешательства со стороны.

Социально разделяемое знание также является формой социальной репрезентации, и из этого следует, что если идеология это есть основа социальной репрезентации, то наше знание также идеологически обосновано. При анализе концепта «идеологии» многие лингвисты считают, что социально разделяемое знание не может быть отделено от идеологических границ общества.

Социальная репрезентация также играет важную роль в построении личной модели. Другими словами, модель мышления может быть индивидуальной, социальной, вера или мнение одной группы может повлиять на индивидуальное мышление и все это передается посредством дискурса. Так, например, этнические и гендерные предубеждения, которые, в основном, относятся к социальным группам, в то же время могут относиться и к индивидуальному дискурсу. Или наоборот, личная мыслительная модель влиятельного человека о социальных событиях разделяется членами групп или обществ, мыслительная модель может обобщиться и абстрационироваться, и тем самым образуется отношение, мнение, знание и идеология. Исследования критического дискурс анализа также требуют идеологического анализа, особенно потому, что идеология передается, воспроизводится и воспринимается дискурсом.

Важно также отметить, что с когнитивной точки зрения нет прямой связи между дискурсом и идеологией. Главной верой, целью идеологии является организовать или же создать отношение, т.е. социально разделяемое мнение группы, которое, в свою очередь, повлияет на модель мышления других. Выявить и понять идеологию посредством дискурса не всегда возможно, так как идеология носит общий характер. Согласно Т.Ван Дейку, мы игнорируем общую структуру идеологии, а она определяет следующие категории важные для репрезентации групп и его членов [142, с. 100]:

- план членства (кто относится к группе);
- характерные действия (чем занимается группа);

- цель;
- отношения с другими группами (оппоненты);
- ресурсы, включая доступ к общественному дискурсу

В исследованиях критического дискурс анализа, одним из следующих компонентов, тесно связанных с идеологией является общество. Социальные факторы критического дискурс анализа, всегда получали больше интереса, чем когнитивные аспекты. Социальная структура в критическом дискурс анализе требует анализа микро (местной) и макро (глобальной) структур общества, т.е. индивидуальные и социальные члены общества, их взаимоотношение, с одной стороны, и социальные группы, организации, движения, их отношение, как например, власть и доминирование, с другой стороны. Язык, дискурс, вербальное взаимодействие, коммуникация относятся к макроуровню анализа. Критический дискурсивный анализ, в свою очередь, теоретически сближает микро и макро подходы. Согласно Т.Ван Дейку, имеются несколько путей анализа и установления связи между этими уровнями, которые могут стать целым в критическом анализе.

Носители языка - участники дискурса, являются членами различных социальных групп, организаций, или группы, которые активны благодаря своим участникам.

1. Действие-процесс: социальные действия отдельных участников являются составной частью групповых или социальных процессов, как например, законодательство, концепт власти, идеология и т.д.

2. Контекст – социальные структуры: ситуации различных дискурсивных взаимодействий являются составной или конструктивной частью социальной структуры, как например, пресс конференции могут быть практикой, типичной для организаций и медиа-институтов. Это значит, что локальные и более глобальные контексты тесно связаны и в равной степени влияют на дискурс.

3. Личное и социальное восприятие: носители языка как социальные агенты имеют и личное и социальное осмысление, личную память, знание, мнение. Эти два типа восприятия влияют на взаимодействие и дискурс членов групп, в то время как

разделяемая социальная репрезентация управляет коллективным действием групп [146].

Критический дискурсивный анализ – это вид аналитического исследования дискурса, исследующий пути социального злоупотребления властью, доминирования, социального неравенства, дискриминации, передающихся посредством социальных и политических контекстов.

В критическом дискурсивном анализе аспект, о котором нельзя забывать, и который является важным звеном – это общество. Критическое исследование дискурса для действительного осознания роли и цели общества и идеологии должно отвечать ряду следующих требований:

- критический дискурсивный анализ чтобы быть принятым, должен быть «яснее» чем другие исследования, подходы к анализу дискурса;
- в первую очередь, он должен быть нацелен на социальные проблемы и политические темы, чем на современные, текущие парадигмы;
- один из главных задач критического исследования дискурса является не просто объяснить структуру дискурса, а также объяснить его роль и особенности в обществе;
- критический дискурсивный анализ должен быть сфокусирован на изучение структур дискурса, а также связи между силой и доминированием в обществе.

Н.Фэркло и Р.Водак в критическом дискурсивном анализе выдвигают следующие главные задачи:

- критический дискурсивный анализ нацелен на социальные проблемы;
- властные отношения дискурсивны по своей природе;
- дискурс является составной частью общества и культуры;
- дискурс выполняет идеологическую работу;
- дискурс историчен;
- связь между текстом и обществом опосредована;
- дискурсивный анализ направлен на интерпретацию и объяснение;
- дискурс – это форма социального действия [63, с.271].



В словарь многих ученых критического дискурсивного анализа включены такие понятия как, *«власть, доминирование, гегемония, идеология, классы, гендер, раса, дискриминация, интересы, социальная структура, организации»* [5].

В критическом дискурсивном анализе превалирует три важных аспекта: концепт власти, идеология и культура.

Контроль дискурса является одним из важных форм силы (власти), контроль разума людей является одним из фундаментальных путей воспроизведения, доминирования или гегемонии. В рамках критического дискурсивного анализа «контроль разума» включает в себя принятие и подтверждение веры, идеологии посредством дискурса и коммуникации [62, с. 250].

Критический дискурсивный анализ сфокусирован на том, как структура дискурса влияет на ментальную репрезентацию. На глобальном уровне дискурса, случаи или темы могут повлиять на то, что люди видят какова самая важная информация во время речи или в тексте, и это определяет уровень их ментальной модели. Одним из свойственных факторов манипуляции является передача мнения, веры имплицитным способом, т.е. без отстаивания, убеждения и давления. Эти факторы показывают, как различные типы структур дискурса могут влиять на формирование или изменение ментальной модели, мышления индивида и его социальную репрезентацию. Если доминирующие группы, и особенно элита, имеют контроль над дискурсом общества и его структурой, то это означает, что в их власти контроль и над разумом и мышлением общества. В свою очередь, контроль также имеет свой лимит. Сложность восприятия, формирования и изменения веры – это показатели, которые заранее нельзя предугадать и понять какой эффект или влияние они окажут на разум отдельных получателей. Главной целью и задачей критического дискурсивного анализа является проанализировать и определить общую картину влияния, силы и доминирования дискурса на разум и мышление общества.

Критический дискурсивный анализ воспринимает язык как социальную практику. Среди определений критического дискурсивного анализа, самым «популярным» является нижеуказанное:

*«Критический дискурсивный анализ воспроизводит дискурс в письменной и разговорной форме как форму социальной практики. Описывая дискурс как социальную практику, отмечает и связь между особенными дискурсивными событиями и ситуацией, социальной структурой и т.д. Дискурс как социально основанный, так и социально обусловленный строит, создает ситуации, объекты знания, социальную идентичность и связь между людьми и группами людей. Так как дискурс является социальным фактором и дает толчок образованию такого важного вопроса как власть. Дискурсивная практика имеет также идеологические эффекты такие как, например, создание и воспроизведение неравных отношений между социальными классами, мужчиной и женщиной, этническими и культурными меньшинствами или большинством» [61, с. 258].*

Критический дискурсивный анализ воспринимает дискурс как стабильное использование языка, служащий организации и структурированию социальной жизни. В англоязычном мире, «дискурс» используется и в письменном и в устном тексте.

Некоторые ученые выделяют различные уровни абстракционизма, определяют «текст» как конкретную реализацию абстрактной формы знания «дискурс». Дискурсивно-исторический подход также тесно связан и с социо-когнитивной теорией Т.Ван Дейка, где он считает «дискурс» структурной формой знания и памятью социальной практики, а «текст» относит к конкретной устной речи или письменным документам.

Термин «критический» был впервые применен для характеристики подхода «Критическая лингвистика».

Одним из главных принципов критического дискурсивного анализа является наблюдение того, что использование языка это «социальная практика», определяемая социальной структурой, которая одновременно стабилизирует и изменяет эту структуру.

Лингвисты, в свою очередь, стараются раскрыть структуру власти и идеологии. Они определяют четыре центральные характерные черты идеологии [50].

– власть более важна, чем осмысление;

- она способна управлять ценностями индивидов;
- она указывает на путь посредством действий;
- она должна быть политически связана

В период фашизма, коммунизма, холодной войны, нового курса, тоталитарная идеология сопоставлялась с демократией, если отметим «идеологию» капитализма, то здесь идеология рассматривается как понятие со скрытым негативным смыслом. Очевидно, что идеология это система вер, но в то же время нелегко отделить или освободить идеологию от всего отрицательного.

Критический дискурсивный анализ рассматривает не тип дискурса, являющийся очевидным и центром культуры какого-либо общества, а более скрытый тип дискурса, который чаще встречается посредством концептуальной метафоры, тем самым привлекая внимание лингвистов, как например, жизнь – это путешествие, любовь – это война [71, с. 76].

Организации и группы, стремящиеся к власти, стараются повлиять на идеологию общества, чтобы сделать их ближе к модели мышления которую они хотят. Когда большинство людей в обществе одинаково думают об определенных вопросах, ситуациях, и даже забывают об альтернативных вариантах, наступает процесс А.Грамси – «гегемония». Согласно этой ключевой концепции идеологии, Т.Ван Дейк видит идеологию как «мировой взгляд» составляющий социальное восприятие.

Критическое дискурсивное исследование направлено не на изучение любого вида власти, а на исследование злоупотребления властью, или иначе говоря, на исследование доминирования, которые resultируют в социальном неравенстве, и влияют на построение идеологии общества. Это понятие требует анализа с помощью иных понятий и критериев социальной науки. Главная цель критического дискурсивного анализа – это исследование дискурсивного влияния на формирование мышления (идеологии) общества.

Одной из важных категорий критического дискурсивного анализа является «манипуляция». Т.Ван Дейк рассмотрел характерные черты манипуляции в рамках



тройственного подхода, эксплицитно связывающего дискурс, познание и общество [136].

Во-первых, обоснованность дискурсивно-аналитического подхода, подтверждается тем фактором, что большинство манипуляций реализуется посредством текста и речи. Во-вторых, надо учесть, что речь идет о манипуляции людским сознанием. В-третьих, манипуляция представляет собой форму словесной интеракции, которая включает в себя власть и злоупотребление дискурсивной властью. Манипуляция не просто включает в себя элемент власти, но также подразумевает злоупотребление дискурсивной властью, вершиной которого является доминирование. Манипуляция подразумевает использование нелегитимного влияния с помощью механизмов дискурса, где манипуляция заставляет других делать то, что соответствует интересам манипулятора и противоречит интересам манипулируемых.

Для анализа манипулятивного дискурса необходимо также исследовать и социальное окружение, «общество». Специфические черты манипуляции, отличающие его от убеждения – это власть и доминирование. Анализ измерения манипуляции предполагает описание средств, с помощью которых одни социальные группы и индивиды осуществляют контроль над окружающими.

Контроль осуществляется посредством воздействия на сознание и убеждения людей, а изменение убеждений приводит к желаемым действиям, которые производятся на основе этих убеждений. Также, надо отметить, для того чтобы осуществлять контроль на социальном уровне, манипулирующие должны соответствовать индивидуальным и социальным критериям, которые позволяют оказывать влияние на окружающих. Манипулирующие люди это, прежде всего, манипуляция сознанием людей – убеждениями, знаниями, мнениями, идеологией, которые контролируют их поведение.

Однако, существует также значительное количество дискурсивно – ориентированных форм ментального воздействия, такие как: информирование, обучение, убеждение и т.д. Данные факторы также влияют и формируют знание и мнение реципиентов.

Одна из эффективных форм контроля или управления идеологией реализуется посредством контроля над стратегиями понимания дискурса. Например, текст, напечатанный с отступами, крупным шрифтом или заглавными буквами, привлекает внимание, следовательно, на его составление будет затрачено больше времени, памяти, усилия, а это в свою очередь, ведет к более тщательному оформлению, как это обычно бывает, заголовками, названиями и рекламными слоганами. Специфика организации текстов и речи может особым образом влиять на понимание информации.

Т.Ван Дейк перечислил следующие специфические структуры дискурса, посредством которых формируются контекстуальные рамки манипуляции [139, с. 276]:

- подчеркивание позиций власти, авторитета, и морального превосходства агентов дискурса или тех, кто стоит за ними, а также подчеркивание подчиненного положения, недостатки знаний и иных слабых сторон реципиентов;
- фокус на новые убеждения, которые агент дискурса пытается внедрить в сознание манипулируемых, под видом нового знания, аргументов, доказательств и иных форм, стимулирующих восприятие и усвоение новой информации;
- дискредитация альтернативных, критических источников и противоположных убеждений;
- аргументация к релевантным идеологиям, позициям и эмоциям реципиентов.

Суммируя сказанное, отмечаем, что общая стратегия манипулятивных дискурсов заключается в фокусировании на тех когнитивных и социальных чертах реципиентов, которые делают их более восприимчивыми и менее устойчивыми против манипуляции, в результате чего реципиенты превращаются в жертв манипуляции. Именно на этом этапе реализуются основные условия осуществления доминирования и влияния мнения, мышления, идеологии на реципиента.

Основываясь на вышесказанном, Т.Ван Дейк предлагает использовать критерий контекстуальности, на основе которого реципиенты манипуляции, злоупотребления властью, могут рассматриваться как жертвы, которые по некоторым причинам, не имеют доступа к ресурсам, позволяющим выявить

манипуляцию, а также противостоять ей. Подобная ситуация может возникнуть в следующих случаях [139]:

- нехватка или отсутствие релевантных знаний для формирования контраргументов против ложной, фрагментарной или необъективной информации;
- наличие фундаментальных норм, ценностей и идеологий, при игнорировании или отрицании которых люди становятся легко внушаемыми;
- критические эмоциональные состояния или психологические травмы, под влиянием которых люди становятся легко внушаемыми;
- наличие социальных позиций, профессиональных и иных статусов, требующих от людей подчинения аргументам и дискурсам вышестоящих субъектов, групп или организаций.

Несмотря на то, что термин «Критический дискурсивный анализ» широко распространен, Т.Ван Дейк в своей книге «Дискурс и Власть» предлагает заменить этот термин на «Критические Дискурсивные Исследования» (КДИ). Главной причиной является то, что КДИ не является методом дискурсивного анализа. КДИ применяют любые методы, которые соотносятся с целями исследования, и эти методы, в целом, используются при изучении дискурса. Согласно Т.Ван Дейку, дискурсивный анализ является не методом, а областью научной практики, междисциплинарным проектом, распространенным во всех гуманитарных и социальных науках.

КДИ располагает большим количеством разных методов изучения в зависимости от целей исследования, природы изучаемого объекта, интересов и квалификации исследователя и других параметров исследуемого контекста. Таким образом, в обеих областях мы можем найти такие способы изучения структур и стратегий дискурса, как:

- прагматический анализ речевых и коммуникативных актов;
- риторический анализ;
- стилистический анализ;
- анализ специфики структур (новостей, дебатов, рекламных текстов, и т.д.);
- конверсационный анализ разговора;



– семиотический анализ визуального материала и других мульти-модальных параметров дискурса и взаимодействия.

Дискурс подвергается анализу не только как автономный вербальный «объект», но и как контекстуальное взаимодействие, социальная практика или тип коммуникации в социальном, культурном, историческом или политическом контексте.

На сегодняшний день, критический дискурсивный анализ – это сложившиеся научное течение, обладающее всеми факторами академической дисциплины. В центре критического дискурсивного анализа находятся такие важные социальные проблемы как расизм, этнические и социальные неравенства, подавление, гегемония и др., которые требуют всестороннего научного анализа. Критический дискурсивный анализ является одним из эффективных методологий с точки зрения не только аналитического и критического, но и образовательного и воспитательного потенциала, где главной целью является определять, анализировать и контролировать манипулятивные, идеологические дискурсы.



## II ГЛАВА

### АМЕРИКАНСКИЙ ДИСКУРС И ЕГО СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

#### 2.1. Концепты «Идеология и Власть» в системе американских ценностей

Концепт «Идеология» чаще всего воспринимается как «объективное» восприятие окружающей среды, а в последние десятилетия воспринимается как более «негативное» понятие, хотя Дестют де Траси впервые представил термин «идеология» как дисциплину изучающую «идеи общества» [19].

Терри Иглтон отмечал, что идеология имеет огромное количество определений, некоторые из которых не согласовываются друг с другом. Перечислим следующие определения идеологии [57]:

- процесс производства и постановки значений, ценностей социальной жизни;
- система идей характерные определенным социальным группам или классам;
- идеи, помогающие узаконить доминирующую политическую власть;
- формирование идей согласно социальным интересам;
- процесс, где социальная жизнь преобразовывается в реальность;
- мышление личности.

Одной из самых эффективных форм идеологического доминирования является то, когда доминирование групп доминирующие идеологии воспринимают как естественное и общепринятое. А.Грамси называет такую форму идеологического доминирования «гегемонией» [72]. Идеология – это основа социальной репрезентации, разделяемая социальными группами. В зависимости от групп, этничества, идеи доминирующих групп оценивались как позитивные или негативные. Идеология в большинстве случаев ассоциируется с социальными группами, классами, обществами, представляющими свои интересы.

Согласно теории Т.Ван Дейка, идеология и идеологические особенности мышления общества являются сложными и многосторонними, как например [132]:

- идеология имеет социальные и когнитивные особенности, которые следует рассмотреть в более комплексном подходе;
- с когнитивной точки зрения, идеология это специфичная форма социальной системы убеждений, хранимая в памяти;
- с социальной и когнитивной точки зрения, идеологическая система убеждений разделяется членами определенных социальных групп, или идеологических сообществ;
- идеологии, также как и языки, являются социальным фактором, не существует индивидуальных или личных идеологий, а только лишь индивидуальный или личный подход к идеологиям;
- в отличие от многих традиционных подходов к идеологии, они не являются отрицательными. Они имеют схожие структуры и функции, разделяемые доминирующими группами, которые могут быть «плохие» и «хорошие». Таким образом, вероятность идеологии быть «отрицательной» или «положительной» зависит от перспектив, ценностей и т.д.

Не все социально разделяемые убеждения групп идеологичны. Так как, идеологически разные или оппозиционные группы одного и того же общества должны иметь общие ценности, в первую очередь, надо уметь создать контакт между собой. Говоря об «общих ценностях», он подчеркивал важность «социокультурно разделяемого знания».

Существует несколько путей, где власть и доминирование влияют на контроль разума. Во-первых, адресат принимает веру, мнение, знание посредством дискурса надежных, доверенных ресурсов, таких как ученые, эксперты, медиа, профессионалы. Во-вторых, в некоторых исключительных ситуациях, адресат обязан быть получателем дискурса, как например, в процессе образования, во многих рабочих ситуациях. В третьем случае, во многих ситуациях, исключая медиа дискурс и общество, могут зарождаться



альтернативные виды убеждения. Четвертый тип влияния власти и доминирования на контроль разума тесно связан с предыдущим пунктом, где реципиенты не имеют достаточного знания, мнения, с помощью которого могли бы осмыслить получаемую им информацию [95].

Эти пути контроля разума, в большей степени являются контекстуальными, другие условия – дискурсивны, т.е. функционирование структуры и стратегий текста и речи. Иными словами, данный определенный контекст, определенное значение и форма дискурса имеют больше влияния на разум людей, чем что-либо другое. Контекстуальный контроль зарождается с факта того, что люди понимают и передают не только текст и речь, а также всю коммуникативную ситуацию. Таким образом, критический дискурсивный анализ изучает, как контекстуальные особенности влияют на членов доминирующих групп, определяющих коммуникативную ситуацию в «превалирующей модели контекста».

Индивидуальность социальных групп, основана не только на структурных свойствах, но также и на идеологии.

Традиционно проблемная связь между знанием и идеологией разрешается следующим образом: общее, социо-культурное знание, разделяемое эпистемическими группами. Однако каждая группа может развить особую группу, основанную на идеологии данной группы. Это знание называется «знанием» внутри группы, так как оно воспринимается, разделяется и допускается как действительность. В то время как для других групп, это знание может восприниматься убеждением, суеверием, предрассудком.

Идеологически основанная социальная репрезентация является общей и абстрактной. Она ментальная модель мышления, которая создает и контролирует дискурс, взаимодействие его с идеологией и другие социальные действия. Идеологии структурируются социальной схемой, состоящей из нескольких категорий, представляющих основные социальные измерения, как например, нормы, ценности, интересы, убеждения и т.д. Члены общества могут быть членами нескольких групп и участвовать в различных идеологиях. Так,

например, индивиды могут одновременно быть и националистами, феминистами и т.д., и разделять ментальную модель мышления, идеологию различных групп. Социальная практика, и, следовательно, дискурс, могут контролировать и управлять идеологией групп. Не всегда, но иногда идеологии представляют собой процесс соперничества, конфликта, доминирования и сопротивления между группами как часть социальной борьбы. Социальные практики, дискурсы членов групп могут контролироваться идеологией групп. Социальные группы создают и способствуют дискурсивному изучению и воспроизводству идеологий посредством специальных форм образования, тренингов, внушением идей и т.д. Эти идеологии, будучи основой социальной репрезентации групп, контролируют индивидуальный дискурс и другие социальные практики. В данном случае, это также является важным средством для внутригруппового взаимопонимания, управления и связности, а также для управления внутригрупповыми отношениями, соперничествами, конфликтами и т.д. Как мы понимаем, идеологическая социальная практика основывается на идеологии определяемой как разделяемая ментальная репрезентация, которую можно сравнить с использованием языка и основанной на грамматические, дискурсивные правила. В таком случае, идеологии являются основой для социальных практик, взаимодействий и групповых отношений.

Т.Ван Дейк говоря о концепте «власть», в своих работах предпочитал использовать слово «контроль». Он отмечал несколько форм контроля. Согласно его мнению, контроль осуществляется не только в отношении дискурса как социальной практики, но и в отношении сознания управляемых, т.е. в отношении их знания, мнений, отношений, идеологии и т.д. Согласно этому, можно отметить, что контролируя дискурс, возможно контролировать и сознание людей, то есть знания, идеологию, нормы, ценности [142].

Согласно определению Н.Фэркло, идеология это – репрезентация мировых аспектов, которые вносят важный вклад в формирование, создание понятий как власть, доминирование и эксплуатация. Анализ текста является одним из важных аспектов идеологического анализа и критики [61].

Идеология оказывает преобладающее влияние на американский дискурс и поэтому участники дискурса, в первую очередь, думают о том, какую идеологическую нагрузку носит соответствующий тип данного дискурса. Дискурс – это продолжительный процесс формирования знания и процесс циркуляции его в обществе. Дискурс может быть увиденным или услышанным, в текстах, в разговоре или в беседах. Дискурс продолжает свою работу тихо в наших мыслях, даже если дискурс используется индивидуально, он остается неотъемлемой частью социальной жизни общества. Мы используем дискурс, как для формирования восприятия социального мира, так и для связи между индивидом и обществом. Дискурс – это термин относящийся, в общем, как к теоретическому представлению, так и определенному понятию внутри него. Дискурс – это язык в социальном употреблении. Анализ дискурса отличается от лингвистического анализа тем, что он большое внимание уделяет тому, что образует «выражения, утверждения», чем как они образуются. Дискурс образуется и определяется различными социальными условиями.

Власть обсуждается, манипулируется, выражается, отвергается и оспаривается в межличностном общении посредством дискурса в условиях, определяемых властью. Согласно Н.Фэркло, существует различие между властью, стоящей за дискурсом, и властью в дискурсе, то есть скрытой властью, которая определяет статус и роль, направляет дискурс интерпретатора и стратегии интерпретации [62].

Многочисленные исследования институционального дискурса и дискурса на рабочем месте, регулируемого как кооперативными, корпоративными и иерархическими сетями в средствах массовой информации и в политике, продемонстрировали, как это право осуществляется и как институты присваивают и монополизируют формы дискурса, создавая «секретную» привилегированную группу людей, лица, имеющие доступ к товарам, товарам, услугам и возможность принятия решений, доступ к которым ограничен.

Среди ресурсов, обеспечивающих основу власти доминирующих групп, доступ к публичному дискурсу становится все более важным фактором, потому



что он позволяет получить доступ к механизмам контроля общественного разума. В современных обществах доступ к дискурсу является основным условием достижения согласия и, следовательно, наиболее эффективный способ осуществления господства [51].

Групповые социальные репрезентации (знания, установки) могут быть организованы идеологически. Идеология по определению носит общий и абстрактный характер, поскольку для них принципиальным является возможность соотнесения с самыми различными социальными ситуациями в различных социальных сферах.

Уровень абстракций комплексного контроля социальных знаний предполагает активное обучение на основе моделей опыта и прямого направления. В этой связи, идеология приобретает на позднем этапе развития, и значительно различается по уровню детализации у различных индивидов. Некоторые эксперты (идеологи) являются носителями более широкого корпуса идеологий, чем рядовые участники социальных групп.

Вместе с тем, для того чтобы стать членом какой-либо идеологической группы и даже идентифицировать себя с этим убеждением, необходимо осознать и воспринять эти идеологические убеждения. Личные идеологические вариации могут объясняться различиями на уровне индивидуальных мнений, воплощаемых в событийных моделях личностного опыта и контекста, кроме того различные субъекты являются представителями различных социальных групп, каждая из которых имеют свои установки и идеологии.

Считается, что в основе организации идеологий лежат модели, включающие в себя такие категории, как критерии участия, действия, цели, ценности и нормы, социальные позиции и т.д. В данных категориях содержится принципиальная информация, необходимая для определения группы принадлежности, ее взаимоотношений с другими группами, т.е. ответы на следующие вопросы: «Кто мы? Что мы делаем? С какой целью?» В рамках категорий социальной позиции сохраняется информация о потенциальных конфликтных взаимоотношениях с другими социальными группами.

Несмотря на многочисленное число определений, общей чертой понятия «идеология», является то, что идеология – это идеи и убеждения определенных групп людей. Для того чтобы объяснить природу идеологии, и ее связь с социальными науками и дискурсом, в первую очередь, надо проанализировать когнитивные особенности. В современной когнитивной и социальной психологии различаются несколько видов убеждения, такие как, личная-социальная, конкретная-абстрактная, простая-сложная. Убеждения мы также воспринимаем как нормы и ценности, и данные факторы помогают нам оценить мнения и убеждения. Идеология очень часто носит оценивающий характер. Идеология строится на основе разделяемых, социальных убеждений, а не на личном мнении. Социально разделяемое знание – это форма социальной репрезентации, указывающее на то, что если идеология является основой репрезентации, то и знание идеологически основано. Поскольку понятие идеологии является ключевым для наших размышлений о роли дискурса в реализации или легитимации власти, то оно требует некоторых пояснений, хотя и невозможно даже просто обобщить классические взгляды и современные дискуссии об этом предмете исследования [124, с. 54].

Контроль над сознанием осуществляется путем более широкого социокультурного подхода. При восприятии новой информации, новостей и т.д. читателям и зрителям следует быть более критичными и независимыми. В этом случае они будут способны противостоять информационной манипуляции, которая в свою очередь, направлена на распространение доминирующих идеологий, посредством которых осуществляется контроль над сознанием членов общества.

Контроль над дискурсом и идеологией – это контроль над мышлением, сознанием и восприятием читателей или зрителей, т.е. манипулирование обществом. Такие слои общества как представители элиты, политики, чиновники, журналисты имеют доступ к контролю общества.

Центральным понятием в критическом дискурсивном анализе является власть, точнее социальная сила групп или организаций. Мы также можем

определить социальную силу как социальный контроль, так как сила групп или организаций способны контролировать или управлять действием или умом членов других групп. Надо также отметить, что сила не абсолютна. Группы или организации в определенных ситуациях могут контролировать другие группы. Доминирование группы может противостоять, принимать или считать естественным силу или доминирование других групп.

Сила доминирующих групп могут интегрировать в закон, правила, нормы, обычаи, и даже в общий консенсус, который А.Грамси называет «гегемонией». Классовое доминирование, расизм являются характерными примерами гегемонии. Также следует отметить, что не все члены сильных групп сильнее, чем члены доминирующих групп, сила относится ко всей группе в целом [72, с.20].

Большая часть «современной» власти в демократических обществах является убедительной и манипулятивной, а не принудительной или побудительной, такой как явное исполнение приказов, приказов, угроз или экономических санкций. Очевидно, что дискурс играет решающую роль в «получении согласия» других. Поэтому важной задачей КДИ является также изучение точных когнитивных структур и стратегий, участвующих в этих процессах, влияющих на социальное познание групп. Речь идет о манипулировании ментальными моделями социальных событий посредством использования определенных структур дискурса, таких как заголовки, стиль, риторические фигуры, семантические стратегии и т.д.

Манипуляция, о которой идет речь в данной работе, воспроизводится посредством дискурса и включает в себя его невербальные характеристики (жесты, мимику), расположение текста на странице, визуальные изображения, звуки, музыку и т.д. Сами по себе структуры дискурса нейтральны, они приобретают манипулятивные функции в специфических коммуникативных ситуациях и в условиях специфической интерпретации дискурса на основе когнитивных контекстных моделей. Как мы уже упоминали ранее, манипуляция представляет собой социальную практику злоупотребления дискурсной властью,



включающую доминирующие и зависимые социальные группы, институты и агентов. В принципе это также означает, что один и тот же дискурс (или фрагмент дискурса) может носить манипулятивный характер в одной ситуации и нейтральный характер в другой. То есть манипулятивный смысл и его критическая оценка зависят от контекстных моделей реципиентов, моделей агентов дискурса, а также гипотетических моделей предполагаемых интенций агентов манипуляции. Манипулятивные дискурсы, как правило, воспроизводятся в ходе социальной коммуникации, контролируемой доминирующими политическими, бюрократическими, академическими, корпоративными и медиаэлитами. В этой связи контекст, о котором речь пойдет далее, влияет, главным образом, на участников, их роли, взаимоотношения, характерные действия и знания и цели. Иными словами, дискурс интерпретируется как манипулятивный в зависимости от контекстных моделей его участников. Как критические аналитики, мы характеризуем дискурс как манипулятивный не на основе анализа элементов текста, а прежде всего, на основе его контекстных категорий. Вместе с тем, несмотря на то, что структуры дискурса не обязательно носят манипулятивный характер, некоторые из них могут быть более эффективны для оказания влияния на сознание реципиентов в интересах агентов манипуляции.

К примеру, мы уже упоминали ранее о значении заголовков, которые, как правило, используются для того чтобы определить тему и подчеркнуть наиболее важную информацию, содержащуюся в тексте. В силу этой специфики, заголовки могут быть использованы для придания особого значения нерелевантным и малозначительным событиям. И наоборот, дискурсы о событиях особой важности в прессе зачастую не содержат заголовков, подчеркивающих негативные характеристики доминирующих социальных групп и институтов. Более того, пресса никогда не публикует статьи о расизме, не говоря уже о том, чтобы помещать подобные статьи на главной странице изданий [137]. Стратегия положительной саморепрезентации и негативной репрезентации оппонентов систематически реализуется в процессах

ангажирования фактов и перекладывания вины с политики правительства на оппонентов или других (террористов, иммигрантов и молодежь) [142].

Хотя социополитические манипуляции, как правило, обладают идеологической природой, а манипулятивные дискурсы традиционно включают в себя механизмы идеологической поляризации на всех уровнях анализа, дискурсивные структуры и стратегии манипуляции не могут быть редуцированы целиком к идеологическому дискурсу. Напротив, вполне возможно существование социополитических дискурсов, которые, несмотря на всю свою убедительность, не являются манипулятивными.

Среди них можно выделить парламентские дебаты или дискуссии в прессе и на телевидении. Следовательно, учитывая характер нашего анализа социальных и когнитивных контекстов манипулятивных дискурсов, следует обращать внимание на заданные ранее специфические рамки, такие как доминирующая позиция манипулирующей стороны, нехватка релевантных знаний у реципиентов, а также комплекс дополнительных условий, обеспечивающих направленность предполагаемых результатов манипуляции на интересы манипулирующей стороны в ущерб интересам манипулируемых.

Как уже упоминалось ранее, ситуация, при которой определенные дискурсивные стратегии используются исключительно в целях манипуляции, крайне маловероятна. Подобная фиксация не характерна для языка в целом — язык используется самыми разными людьми в самых различных ситуациях. Разумеется, говорящие обладают различными идеологическими убеждениями. Одни и те же дискурсивные структуры используются в ходе убеждения, информирования, образования и других легитимных форм коммуникации.

Однако, учитывая специфику конкретных ситуаций, те или иные стратегии (назовем их «прототипы манипуляции») могут чаще использоваться в манипулятивных целях. Стремясь сформировать у реципиентов определенные убеждения либо подвигнуть их на какие-либо действия, манипулирующая сторона может прибегать к различным уловкам. Так, например, в качестве уловки может использоваться непререкаемый авторитет чего-либо или кого-

либо. Так, например, поскольку для католиков серьезным аргументом является авторитет Папы, то католику крайне сложно отрицать что-либо, во что верит Понтифик. Основываясь на вышесказанном, мы предлагаем использовать критерий контекстуальное, на основе которого реципиенты манипуляции, как злоупотребления властью, могут рассматриваться как жертвы, которые по тем или иным причинам не имеют доступа к ресурсам, позволяющим выявлять манипуляцию, а также противостоять ей. Подобная ситуация может возникать в следующих случаях:

(а) нехватка или отсутствие релевантных знаний для формирования контраргументов против ложной, фрагментарной или необъективной информации;

(б) наличие фундаментальных норм, ценностей и идеологий, игнорирование или отрицание которых не представляется возможным;

(в) критические эмоциональные состояния или психологические травмы, под влиянием которых люди становятся легко внушаемы;

(г) наличие социальных позиций, профессиональных и иных статусов, требующих от людей подчинения аргументам и дискурсам вышестоящих субъектов, групп или организаций [137].

Таковы типичные условия когнитивных, эмоциональных и социальных ситуаций, позволяющие контролировать действия и дискурсы людей за счет их собственных контекстных моделей. Например, если реципиенты манипулятивного дискурса ощущают страх перед говорящим, это отражается в их контекстных моделях и влияет на диспозиции в отношениях доминирования и подчинения между агентами дискурса и его реципиентами. И напротив: для того чтобы манипуляция носила эффективный характер, агенты дискурса должны иметь представления о ментальных моделях реципиентов, предположительном объеме их знаний, их идеологиях, эмоциях, опыте и т.д.

Если у читателей или слушателей нет доступа к альтернативной информации или интеллектуальным ресурсам, чтобы противостоять таким убедительным сообщениям, результатом такой манипуляции может стать



формирование предпочтительных моделей конкретных ситуаций, которые, в свою очередь, могут быть обобщены на более общие, предпочтительные знания, отношения или идеологии. Одним из основных элементов дискурсивного воспроизводства власти и доминирования является сам доступ к дискурсу и коммуникативным событиям.

В этом отношении дискурс аналогичен другим ценным социальным ресурсам, которые лежат в основе власти и к которым существует неравномерно распределенный доступ. Например, не у всех есть равный доступ к средствам массовой информации или к юридическим, политическим или научным текстам и разговорам. То есть нам нужно изучить последствия таких сложных вопросов, как например, кто может говорить или писать кому, о чем, когда и в каком контексте, или кто может участвовать в коммуникативных мероприятиях в различных ролях получателя, например, в качестве адресатов, аудитории, посторонних и случайных слушателей.

Что касается других социальных ресурсов, мы можем предположить, что больший доступ в соответствии с несколькими ролями участников соответствует большей социальной власти. Другими словами, меры доступа к дискурсу могут быть довольно точными индикаторами власти социальных групп и их членов. Важнейшая форма доступа состоит в способности контролировать различные аспекты речи: какой способ общения может быть использован (устный, письменный), какой язык может использоваться, какие жанры дискурса разрешены, какие типы речевого акта, или кто может начинать или прерывать ходы разговора или дискурсивных последовательностей.

Власть и доминирование могут быть взаимосвязаны, подтверждены и воспроизведены различными видами доступа к различным формам дискурса в различных социальных ситуациях. Таким образом, доступ к речевому акту предполагает, а также разыгрывает и подтверждает социальную власть говорящего. Одна из стратегий доминирующего дискурса состоит в том, чтобы убедительно определить этнический статус-кво как «естественный», «неизбежный» или даже как «демократический», например, через отрицание

дискриминации или расизма, неравенства через переопределение с точки зрения класса.

Убедительный или манипулятивный успех такого доминирующего дискурса частично объясняется моделями доступа к такому тексту и разговору. То есть большинство властных элит и их власть предполагает преимущественный доступ к средствам массовой коммуникации, политическому дискурсу принятия решений, дискурсам бюрократии и правовой системе. То есть через доступ к средствам массовой информации доминирующие группы также могут иметь доступ и частичный контроль над обществом в целом [150].

Для анализа связи между дискурсом и властью, во-первых, мы должны найти доступ к определенным формам дискурса, как например, политика, СМИ, наука. Во-вторых, как отмечалось выше, действия контролируются сознанием. Следовательно, мы можем повлиять на разум, мышление людей, контролировать их действия и этот процесс называется манипуляцией.

Власть не только осуществляется «в» или «посредством» дискурса, но и существует как сила «за пределами» дискурса. В этом смысле связь между дискурсом и властью проявляется в виде прямой манифестации власти класса, группы или института, а также зависит от позиции или статуса их участников. Проанализируем способы реализации власти в дискурсе;

1. Непосредственное управление действием достигается воздействием дискурса, например, с помощью угроз, законов, приказов, регуляций, инструкций и с помощью менее прямых форм, таких как совет, рекомендация.

2. Убеждающие дискурсивные формы, как например реклама и пропаганда также направлены на прямое воздействие на действия адресата. Их власть основана на экономических, финансовых ресурсах и реализуется за счет доступа к масс-медиа и вниманию аудитории. Согласие в этом случае вырабатывается с помощью риторических средств, например, повторов и метафор, метонимий.

3. Помимо принуждающих форм дискурса воздействие на предполагаемые действия может достигаться с помощью описания возможных событий, ситуаций и действий, например, в форме прогнозов, планов, сценариев,

программ и предупреждений, которые часто комбинируются с различными видами совета. Властными группами в данном случае выступают профессионалы («эксперты»), а власть выражается в управлении знанием и технологиями

4. Различные виды распространенных и влиятельных текстов или произведений, таких как романы или кинофильмы, могут описывать желательный или нежелательный характер будущих действий и могут прибегать к риторике драматического или эмоционального описания. Властные группы, представляют собой то, что мы называем «символические элиты». Отличительной чертой этого класса дискурса являются новостные сообщения в СМИ, которые не только описывают текущие события и их возможные последствия, но и существенным образом дают оценку действиям и выражают мнения политической, экономической, военной и социальной властных групп. Основа власти вырабатывается преимущественно этим способом, согласно которому широкая аудитория узнает о том, кто находится у власти и что они хотят.

Это и есть ключевое условие существования как идеологической основы власти, так и различных форм сопротивления. Из этой типологии следует, что дискурсивная реализация власти носит в первую очередь убеждающий характер. Властные группы и институты редко вынуждены предписывать, что следует делать менее влиятельным группам, хотя в конечном итоге такие директивы могут оказаться решающими в ходе управления другими, как в случае государственного управления. Они убеждают, используя экономические, политические, социальные и моральные доводы и контролируя соответствующую информацию. В этом отношении информация может стать субъективной за счет ее предоставления в интересах властных элит или за счет ее ограничения, если она противоречит их интересам. Эти цели могут быть достигнуты с помощью риторических или художественных средств выражения [132, с.58].



Говоря о связи дискурса и власти, следует подчеркнуть, что группы, у которых более влиятельный дискурс, имеют больше шансов контролировать разум и действия других. Учитывая тот фактор, что каждый вид или тип дискурса находится в определенном времени и пространстве, в структуре социальных групп или организаций доминирование устанавливается идеологией групп. Следовательно, идеология и сила постепенно приобретают стабильный характер, и воспринимаются как «должное».

Контроль над публичным дискурсом – это контроль над сознанием аудитории, и значит над тем что желает или делает аудитория. Сегодняшние элиты это считаются политики, журналисты, учителя, адвокаты, кто имеет особый доступ к публичному дискурсу – все они являются теми кого можно назвать властными группами. Если определять власть как контроль, то формы, как например, политической, академической власти становятся эффективными, и тем самым обеспечивают контроль над сознанием аудитории.

Анализ властных структур позволяет нам перечислить прочие релевантные категории, в частности, аспекты власти, которые могут влиять на дискурс и его структуры: различные институты, внутренние властные структуры этих институтов, властные отношения между различными социальными группами и область реализации власти этими институтами и группами и их представителями. Не прибегая к анализу этих структур и аспектов социальной власти, мы просто утверждаем, что они манифестированы в различных структурах «властных» текстов.

На первом месте мы обозначили главные властные институты, такие как правительство, парламент, государственные службы, судебная система, армия, большие корпорации, политические партии, СМИ, организации, церковь и институты образования. С каждым из этих институтов соотносятся те или иные специфичные жанры дискурса, коммуникативные события, темы, стили, риторические средства. Внутри этих институтов существует традиционная иерархия позиций, рангов и статусов, а это подразумевает использование различных речевых актов, жанров и стилей, например, указывающих на

полномочия и приказ. Наряду с институтами существуют групповые властные отношения, например, между богатыми и бедными, мужчинами и женщинами, взрослыми и детьми, высоко образованными и теми, у кого нет достаточного образования, умеренными и радикалами, знаменитыми и неизвестными – в общем, властные отношения между «Мы» и «Они». Как в институциональном, так и повседневном, неформальном общении эти властные отношения могут актуализироваться членами доминирующих групп. В случае представителей, члены доминирующих групп могут основывать индивидуально реализуемую власть из коллективной власти группы, к которой они принадлежат. Эффект, оказываемый на дискурс в этих ситуациях, особенно очевиден в случае несбалансированного контроля над диалогом, речевыми актами, выбором тем и стиля. В реализации власти может быть изучена в аспекте границ ее действия или спектра и типа влияния. Некоторые институты и их лидеры могут совершать дискурсивные акты, влияющие на целые нации, государства, города, большие организации, а также на жизнь и смерть, здоровье, личную свободу, занятость, образование, частные жизни людей, в то время как другие институты и их представители оказывают гораздо меньшее и не такое серьезное влияние на людей.

И наконец, мы можем выделить различные виды легитимности этих форм социального контроля – от тотального контроля, осуществляемого или поддерживаемого силой, до частичного контроля, санкционированного элитой, большинством или же более или менее общим консенсусом. Эти отличия отражают возможные санкции, применяемые властными группами, а также принятие или сопротивление им со стороны объекта реализации власти. Различия в способах легитимации закрепляются также в различных жанрах, темах и стилях дискурса. Например, дискуссия, споры, дебаты не характерны для диктаторского дискурса. Из этого следует важность объема и характера дискурсивной легитимации в различных типах властных систем. Мы можем предположить, что любая политическая система, рассматриваемая как власть, например, государством, ассоциируется с собственным особым порядком или

типами дискурса. Поскольку принципы (нормы, правила, ценности, цели) легитимности внедрены в идеологию, процессы легитимации являются также дискурсивными процессами [104].

Т. Ван Дейк выделял некоторые характеристики анализа концепта «власть» [141, с. 339].

1. Власть – это свойство отношений между социальными группами, учреждениями или организациями. Следовательно, только социальная власть, а не индивидуальная власть.

2. Социальная власть определяется как контроль, осуществляемый одной группой или организацией над действиями и / или мыслями другой группы, тем самым ограничивая свободу действий других или влияя на их знания, взгляды или идеологии.

3. Власть конкретной группы или учреждения может быть "распределена" и может быть ограниченной определенной социальной сферой или сферой действия, например политика, СМИ, закон и порядок, образование или корпоративный бизнес, таким образом в результате разные «центры» власти и элитные группы, которые контролируют такие центры.

4. Доминирование здесь понимается как форма злоупотребления социальной властью, которая является незаконным с юридической или моральной точки зрения собственными интересами, часто приводящие к социальному неравенству.

5. Социальная власть и доминирование часто организованы и институционализированы, чтобы обеспечить более эффективный контроль и позволить рутинные формы воспроизводство энергии.

6. Власть основана на привилегированном доступе к ценным социальным ресурсам, таким как богатство, работа, статус или даже привилегированный доступ к публичному дискурсу и общению.

Идеология и идеологические практики реализуются, организуются посредством различных институтов: организаций, государства, образования, медиа, семьи и т.д. Так как доминирующие группы стараются привлечь,



передать, убедить и тем самым добиться того, чтобы их система ценностей воспринималась как норма. В таком случае «идеологическое воспроизводство» носит важную организационную роль, в то время как «власть» приобретает формы гегемонии.

## **2.2. Концептуализация идеологии в американском дискурсе**

Идеология оказывает преобладающее влияние на дискурс, глобализацию, глобальный английский язык и поэтому участники этих дискурсов должны, в первую очередь, думать о том какую идеологическую нагрузку носит данный тип дискурса. Идеология одна из основных проблем дискурса.

Идеология не является наукой, но включает в себя научные взгляды, оценку тенденций, процессов и различных сил социально-политической жизни.

Исследование данной темы отражает общественный характер развития и функционирования языков. Английский язык без специальных указов все чаще становится де-факто (практикуется или является действительностью, что не установлено официально), благодаря созданию всеобщего идеологического настроения. Практически всегда, в истории мира доминирование языка основывалось на идеологическом согласии. Также и английский язык приобрел свой статус и господство без централизованного планирования.

Идеология, мыслительная и духовная настроенность, как отдельного человека, так и общества соотносятся с культурой как часть с целым, и включает в себя и идеологию и менталитет. Язык и идеология взаимодействуют друг с другом, идеология оказывает большое влияние на язык, но и язык, в свою очередь, влияет на идеологию посредством его роли в концептуализации.

Социально-культурные перспективы продуктивно используются во всех исследованиях относительно коммуникативной природы языка. Такие исследования, сосредоточиваются на прагматических и когнитивных функциях языка, тем самым создавая нам возможность увидеть и понять его неразделимую связь с социальным значением.

Следует отметить, что в связи с этим, самым интересным феноменом стала возрастающая роль английского языка не только в Европе, но и во всем мире.

В настоящее время английский язык является средством межъязыкового и межкультурного общения. Английский язык превосходит масштабы распространения латыни в средневековой период, санскрита на исконной территории Южной Азии, а также испанского, арабского и французского языка. Американский английский – это язык экономической, политической, военной и культурной важности. Со временем американское влияние усилилось, и распространение американского образа жизни способствовало началу процесса «глобализации английского языка». Глобальный английский язык также считается «удобным языком», так как из всех языков на планете английский самый гибкий и наиболее быстро реагирующий на меняющуюся реальность, и он первый отражает эти новые реалии. Глобальный английский язык является средством международной коммуникации. Международный английский язык удивляет своей универсальностью и иначе называется *lingua franca* (лингва франка). Его доминирование настолько сильно, что даже вечно сопротивляющаяся Франция признала глобальную роль английского языка [121, с.13].

Одним из лингвистов активно участвующих в области исследования английского языка как лингва франка, является Б.Сайдхофер. Согласно тезису Б.Сайдхофера: *«В лингва франка важна не правильность сказанного, а адекватность. Мы используем разные языки в разных целях. Мы образуем сообщества, членов которых объединяет общая цель, а в лингва франка особенно важно быть понятым, невзирая на ошибки, которые может заметить только англичанин»* [121, с.387].

Учитывая эти факты Б.Сайдхофер отмечает точку зрения С.Брамфита о глобальной роли английского языка [122, с.17].

Право возлагается на людей использующих его, будь они носителями нескольких языков или же носителями одного языка. За последние полвека важным преимуществом социолингвистических исследований является выявление меры формирования языка за счет его использования. На данный

момент насчитывается 700 миллионов пользователей со всех континентов, среди которых лишь меньше половины является носителями этого языка.

Ссылаясь на эти заметки Б.Сайдхофер отмечает: *«Данный абзац еще раз подчеркивает историческую уникальность английского языка в мире, и фактом является то, что на данный момент число пользователей превышает число носителей этого языка»* [122].

Б.Сайдхофер также ссылалась на термин С.МакКея «Международный Английский язык», дал следующее определение этому термину: *«Международный Английский используется в процессе передачи информации (коммуникации) как носителями этого языка, так и носителями двух языков.*

*Международный английский язык является средством общения как между собеседниками одной местности с различной культурой и языками, так и в глобальном масштабе между представителями различных стран»* [121].

Это точка зрения ясно показывает позицию английского языка во всем мире, учитывая число людей использующих этот язык, а также его влияние на индивидуальное многоязычие, следует отметить то, что неповторимая (уникальная) роль английского языка в мире это общепринятая реальность.

С другой стороны, на роль английского языка в мире влияют его варианты и, в первую очередь, его Американские и Британские варианты. Существует следующий интересный взгляд на варианты английского языка как языка используемого в процессе обучения [104, с.109]. Цель которого проверить и переоценить такие концепции как стандартный, вариантность, носитель и не носитель языка, а также определить роль учителя являющегося носителем нескольких языков и культур, утверждающего, что контекст и требования изучаемого языка должны определять варианты которые будут изучаться.

Б.Сайдхофер отмечает более концептуальное определение роли и статуса английского языка и выдвигает некоторые предположения согласно использованию английского языка носителями славянских языков, немецкого, итальянского, а также фриульского языков. Из этого следует, что самой важной



проблемой является понимание того, как английский язык функционирует с другими языками в более широком Европейском контексте [120, с. 17].

Две основные общеевропейские организации, такие как Европейский Союз и Совет Европы способствуют распространению лингвистических разнообразий в регионе. Европейский Союз, будучи идеей сотрудничества независимых наций, пытается расширить свои границы, включая общества с лингвистическими и культурными отличительными чертами, которые могут представляться своей общественной деятельностью в учреждениях Европейского Союза. Следовательно, это выявляет потребность создания языковых курсов для должностных лиц, которые непосредственно будут принимать участие в мероприятиях проводимых данной организацией. Английский язык Евросоюза представляет новый язык с богатым словарным запасом, используемым в рамках различных организаций Евросоюза.

Следующей общеевропейской организацией является Европейский Совет, также содействующий использованию английского языка в своей деятельности. Вступление в союз новых членов из стран Восточного блока также дало толчок возрастающей роли английского языка, так как новые члены союза использовали английский язык для международных переговоров. После окончания Второй мировой войны, предпочтение изучения английского языка как иностранного в средних и высших учебных заведениях, также стало одной из причин оказавших значимое влияние на распространение английского языка.

Вместе с тем следует отметить, что все еще имеются серьезные проблемы для распространения языка в мире. Во-первых, существует общепринятое понятие, что английский язык носит единую функцию международного языка, и не представляет угрозы для других языков, так как у него определенная роль и статус. Во-вторых, умение противостоять такому лингвистическому империализму также отражает сильное побуждение и желание уберечь культурные оттенки, особенно относительно китайского, французского и испанского языков. Также имеются некоторые препятствия в использовании не

носителями английского языка, как в разговорной, так и в письменной форме, например, использование метафор, идиом, глагольных фраз и т.д. [103, с. 200].

Дискурс, с точки зрения М.Пеше это точка, где встречаются язык и идеология, а дискурсивный анализ идеологических аспектов – это использование языка и реализации в языке идеологии [104].

Глобальный статус английского языка отражают идеологические черты тех стран и культур, которые используют этот язык. Мы постарались показать, что идеология английского языка внедряется в общество и активно поддерживается средствами массовой информации во всех сферах жизни. Эта идеология разными завуалированными и явными способами обеспечивается политической, военной, экономической и культурной мощью государства, то есть США.

Как система знаний и отношений, убеждения формируются разными способами, например путём схематических структур, таких как письмо, или другими видами памяти. Для описания общего концепта, особенно применяемого в создании групп социально разделяемых убеждений имеющихся в социальной памяти, Т.Ван Дейком был использован термин «социальная репрезентация» [137].

Концепт «социальная репрезентация» был использован в социальной психологии и в других социальных сферах. Также как и идеология, знание и отношение, они оба являются примером социальной репрезентации.

Если идеологии являются основными убеждениями, разделяемыми группами, нам необходимо поместить их в то, что мы только что определили как социальную память, наряду с социальными знаниями и отношениями. В самом деле, мы будем предполагать, что идеологии являются основой социальной памяти, разделяемой группами. Таким образом, поскольку в одном обществе или одной культуре существует множество идеологий, нам нужно ограничить идеологии группами или социальными движениями.

В отличие от общепринятых знаний, идеологии не являются социокультурными и не могут считаться приемлемыми для всех. Напротив, как

и в случае с установками, идеологии обычно вызывают разногласия, конфликты и борьбу.

Одну и ту же «идеологическую группу» можно определить точно по тому факту, что ее члены разделяют более или менее одинаковую идеологию, как в случае социалистов, феминисток или анти-расистов как групп.

Конечно, существуют подгруппы с вариантами общей идеологии, и отдельные члены группы могут снова иметь индивидуальное мнение по определенным вопросам. Мы назвали идеологии «базовыми системами» убеждений, потому что другие, более конкретные убеждения могут зависеть от них или быть ими организованы.

Таким образом, расистская идеология может формировать множество предрассудков или расистских взглядов, например об иммиграции, об интеллектуальных способностях меньшинств, о роли иммигрантов на рынке труда, о связи между иммиграцией и преступностью и так далее.

В общем, идеологии формируют базовые социальные представления об убеждениях, разделяемых группой, и точно функционируют как каркас, определяющий общую согласованность этих убеждений.

Таким образом, идеологии позволяют легко выводить, приобретать и распространять новые социальные мнения в группе, когда группа и ее члены сталкиваются с новыми событиями и ситуациями, как это было в случае крупномасштабной иммиграции в последние десятилетия в Европе.

Идеологии и ценности среди ментальных представлений, обычно связанных с нашей социальной памятью, мы, наконец, должны упомянуть нормы и ценности, которые организуют наши действия и оценки. Они в основном определяют, что хорошо и что плохо, что разрешено или запрещено, а также основные цели, к которым должны стремиться отдельные лица, группы и общества.

Таким образом, свобода, независимость и автономия могут быть ценностями для групп, тогда как ум, красота или терпение обычно являются ценностями для людей. Учитывая тесную взаимосвязь между идеологиями и



убеждениями, такими как отношения, неудивительно, что существует также связь между идеологиями и ценностями.

Они имеют фундаментальное значение для социальной памяти. Однако в то время как идеологии типичны для групп и могут определять групповые конфликты и борьбу, ценности имеют еще более общую, более базовую, культурную функцию и в принципе справедливы для наиболее компетентных представителей той же культуры.

Какой бы ни была наша идеология, немногие из нас выступают против свободы или равенства, и открыто ставят себя за рамки социально приемлемого.

Однако, хотя нормы и ценности могут быть очень общими и приемлемыми с точки зрения культуры, они могут применяться в различных областях и способами, по поводу которых разногласия являются неизбежными. Когда это происходит, мы становимся свидетелями «перевода» ценностей в состав идеологических убеждений. Таким образом, мы все можем быть за свободу, но свобода рынка обычно защищается либеральной идеологией, свобода прессы – профессиональной идеологией журналистов, а свобода от дискриминации – феминистской или антирасистской идеологией. Точно так же равенство – это ценность, которая будет видна в большинстве оппозиционных идеологий, таких как социализм, феминизм и антирасизм. А индивидуализм и личная ответственность снова становятся заметными в консервативной и либеральной идеологиях.

Поскольку общественно разделяемое знание также является формой социального представления из этого следует, что если идеологии являются основой социальных представлений и также наши знания идеологически предвзяты. Действительно, без социальной основы, знание было бы не более чем личной верой. Консенсус, общий разум или точка соприкосновения входят в число многих понятий, определяющих эту социальную измерение знания. Знание выражается, передается, принимается и распространяется посредством дискурса и других форм социального взаимодействия. Знание может быть распространено и приобретено через разговоры, текст, социальные учреждения,

такие как правительство, СМИ, школы, университеты и т.д. Процесс построения дискурсивной репрезентации сильно зависит от знаний. Чтобы понять, как это работает, нужно сначала получить представление о том, как организованы знания, которые будут использоваться.

Согласно Фэркло, между языком и обществом существует не внешняя связь, а внутренняя и диалектическая связь. Язык – это часть общества. Лингвистические явления – это социальные явления особого рода, а социальные явления – это языковые явления. Лингвистические явления являются социальными в том смысле, что всякий раз, когда люди говорят, слушают, пишут или читают, они делают это способами, которые определяются социально и имеют социальные последствия. Даже когда люди больше всего осознают свою индивидуальность и считают себя наиболее изолированными от социальных влияний – например, в лоне семьи, – они по-прежнему используют язык способами, которые подчиняются социальным соглашениям [63].

И способы, которыми люди используют язык в своих самых интимных и личных встречах, не только социально детерминированы социальными отношениями в семье, они также имеют социальное воздействие в том смысле, что помогают поддерживать эти отношения.

С другой стороны, социальные явления являются лингвистическими в том смысле, что языковая деятельность, происходящая в социальных контекстах, не является просто отражением или выражением социальных процессов и практик, она является частью этих процессов и практик.

Например, споры о значении политических выражений – постоянный и знакомый аспект политики. Иногда люди открыто спорят о значениях таких слов, как демократия, национализация, империализм, социализм, освобождение или терроризм.

Чаще они используют эти слова более или менее явно разными и несовместимыми способами – примеры легко найти в обмене мнениями между лидерами политических партий или, скажем, между Советским Союзом и Соединенными Штатами Америки. Но дело не в симметричных отношениях

между языком и обществом как равными гранями единого целого. Целое – это общество, а язык – это одна из частей социального.

И хотя все языковые явления являются социальными, не все социальные явления являются языковыми. Второе следствие рассмотрения языка как социальной практики (язык – это социальный процесс) и подхода к нему через рассмотрение того, что отличает дискурс от текста.

Текст – это продукт, а не процесс, продукт процесса создания текста. Но Фэркло использует термин дискурс для обозначения всего процесса социального взаимодействия, частью которого является текст. Этот процесс включает в себя, помимо текста, процесс производства, продуктом которого является текст, и процесс интерпретации, для которого текст является ресурсом. Соответственно, анализ текста – это только часть анализа дискурса, который также включает анализ продуктивных и интерпретационных процессов [62].

Итак, рассматривая язык как дискурс и социальную практику, человек берет на себя обязательство не только анализировать тексты или просто анализировать процесс производства и интерпретации, но и анализировать взаимосвязь между текстами, процессами и их социальными условиями, как непосредственными, так и непосредственными. условия ситуативного контекста и более удаленные условия институциональных и социальных структур.

Определив контекстуальные рамки манипуляции, мы можем перечислить специфические структуры дискурса, посредством которых эти рамки реализуются:

(а) подчеркивание позиций власти, авторитета и морального превосходства агентов дискурса или тех, кто стоит за ними, а также подчеркивание подчиненного положения, недостатка знаний и иных слабых сторон реципиентов;

(б) фокус на новых убеждениях, которые агент дискурса пытается внедрить в сознание манипулируемых под видом нового знания, аргументов, доказательств и иных форм, стимулирующих восприятие и усвоение новой информации;



(в) дискредитация альтернативных, критических источников и противоположных убеждений;

(г) аргументация к релевантным идеологиям, позициям и эмоциям реципиентов.

Суммируя сказанное, общая стратегия манипулятивных дискурсов заключается в фокусировании на тех когнитивных и социальных чертах реципиентов, которые делают их более восприимчивыми и менее устойчивыми против манипуляции, в результате чего реципиенты превращаются в жертв манипуляции, воспринимающих убеждения, которые они отвергли бы в иной ситуации и совершающих поступки, которые они в иной ситуации не совершили. Именно на этом этапе реализуются основные условия осуществления доминирования и поддержания социального неравенства в обществе [55].

Одним из важных достижений когнитивной теории обработки дискурса стало признание фундаментальной роли знания в производстве и понимании. Будь то на уровне слов или предложений или на уровне целого дискурса, пользователям языка необходимы обширные знания, чтобы иметь возможность создавать или понимать значимый текст и разговаривать. В самом деле, как мы вскоре увидим, дискурсы во многих отношениях являются айсбергами, из которых только самая важная информация фактически выражается как значение. Таким образом, пользователям языка необходимы социальные и культурные знания, чтобы установить локальную согласованность, вывести глобальные темы, знать, какие части предложения или предложений утверждаются, а какие предполагаются, и так далее. Им нужны знания о конкретных событиях, чтобы отслеживать то, что они уже знают о событии, что является новой информацией, что является передним и второстепенным, и в целом им нужны знания, чтобы установить, имеет ли смысл беседу.

Игнорируя на мгновение фундаментальную проблему форматов ментального представления знания, я просто резюмирую некоторые важные аспекты этой решающей роли знания в обработке текста. Типология знаний,

которую мы предложили выше, предполагает, что в основном есть два типа знаний, на которые нам нужно обратить внимание при обработке дискурса:

- личные или групповые знания о конкретных событиях: ментальные модели
- общественно или культурно разделяемые, общие знания: социальные представления.

Личные знания обычно представлены в эпизодической памяти как часть нашей «личной истории» переживаний. При восприятии дискурса это источник личного рассказа и знания, которое не предполагается, а утверждается. После утверждения это может стать общим межличностным знанием или местным «общим основанием»; например, среди друзей и супругов, и в этом случае это предполагается в более позднем межличностном дискурсе. То же самое верно и на уровне группы в отношении видов знаний о событиях, которыми обладает коллектив или нация, таких как важные политические или исторические события.

В социальном или культурном плане общие знания являются результатом процесса усвоения и предполагаются во всех публичных дискуссиях. Это часть «публичной сферы» и обычно утверждается во всех формах дидактического дискурса для молодых или новых членов эпистемического сообщества. Такое знание обычно представлено в социальной памяти и предполагается, что оно используется для понимания всех значений дискурса и для построения ментальных моделей, то есть личных интерпретаций дискурса отдельными пользователями языка. Другими словами, понимание и производство дискурса на всех уровнях включают активацию, использование, изменение или обновление различных видов личных и социальных знаний.

В этом процессе понимание слов, предложений, абзацев или более крупных частей текста и речи требует активации обычно неявных, социально или культурно разделяемых знаний; например, при построении ментальных моделей, которые мы строим из нашего опыта повседневной жизни. Эти ментальные модели можно снова обобщить и абстрагироваться, если они построены как

более общие знания о мире. Восприятие дискурса это стандартная теория в психологии, и один из основных споров касается количества знаний, которые активируются, используются и применяются при построении ментальных моделей, то есть при интерпретации конкретных событий. Например, чтобы понять истории о террористических атаках 11 сентября 2001 г., нужно ли нам активировать все, что мы знаем о самолетах, небоскребах, террористах и т.д., или достаточно просто активировать соответствующие части знаний, чтобы установить местную и глобальную согласованность или построить ментальную модель?

Однако мы увидели, что существует не просто один тип «мирового» знания, а множество различных типов знаний, и, в зависимости от структур, стратегий и контекстов текста и разговора, они могут по-разному рассматриваться, использоваться, утверждаться, предполагаться и т.д. В некоторых ситуациях лучше или даже необходимо явно выражать свои личные знания в дискурсе, в других ситуациях разглашение личных знаний может быть неуместным, запретным или просто неинтересным. И в то время как культурные знания для компетентных членов могут всегда предполагаться во всех публичных дискуссиях, специализированные групповые знания могут использоваться и предполагаться только компетентными членами группы, такими как профессионалы или члены организации, учреждения.

То есть существует постоянная и динамическая взаимосвязь между когнитивными процессами активации и использования знания в производстве и понимании дискурса и свойствами коммуникативных контекстов, такими как настройки, типы и роли говорящих, текущие действия, намерения, жанры и т.д. Как мы видели в приведенном выше определении знания, которое также не может быть ограничено абстрактным или когнитивным измерением, но нуждается в социокультурном измерении с точки зрения сообществ, их критериев и практик, психология восприятия текста, таким образом, нуждается в социокультурной основе, в котором мы можем объяснить, как различные виды знаний по-разному влияют на восприятие. Действительно, такой социально-



когнитивный интерфейс может приводить к различным видам ментальных представлений, специализации, модулей, форм активации и так далее. Общее культурное знание, которое обычно предполагается во всем дискурсе, может быть не только социально изучено, переобучено, регулярно использоваться много раз и, следовательно, легко доступно, но такие процессы конкретного использования могут также иметь и ментальные последствия для построения знания.

Уникальные личные воспоминания об индивидуальной жизни или политических событиях, с одной стороны, или специализированные общие групповые знания, с другой, могут иметь совершенно иную форму ментального представления или манифестации мозга, в зависимости от их различного использования при восприятии дискурса. Действительно, в отличие от общих культурных знаний, такие личные, специфические или специализированные групповые знания часто легче забыть.

Знания обеспечивают часть контекста, в котором интерпретируется дискурс. Контекст рассматривается как своего рода фильтр, через который люди воспринимают мир.

Несмотря на то, что практики и институты действительно играют важную роль в выражении и воспроизводстве идеологии, мы все должны признать, что идеология не есть эти самые практики и институты.

Люди из разных идеологических сообществ могут иметь не только разное отношение ко многим вопросам, но в некотором смысле могут даже иметь разные виды «знаний», то есть убеждения, которых они придерживаются и соответствовать «фактам» как они их видят. Однако есть множество «фактов», которые вообще не оспариваются и являются частью общепринятого знания, разделяемого идеологическими оппонентами.

Пока такие убеждения не оспариваются идеологической группой, они функционируют как эпистемическая общая основа более широкого эпистемологического сообщества, такого как культура. Дискурсивно они функционируют, поскольку предполагаемое знание – это все дискурсы всех

компетентных членов этой культуры. Как предполагалось ранее, если бы такое знание было идеологическим, никакое общение и взаимодействие между членами различных идеологических сообществ культуры были бы невозможны.

Мы приходим к выводу, что вопрос об идеологической природе знания должен поэтому решаться таким образом; некоторые знания, особенно групповые, могут быть идеологически предвзятыми и, тем не менее, не могут быть названы идеологическими убеждениями самой группой. С другой стороны, в более широком контексте мы должны исходить из общего знания, которое не является идеологически предвзятым, по крайней мере, не внутри самой культуры.

Понимание, как самый сложный из процессов мышления, играет разграничительную познавательную роль в процессе формирования дискурса, благодаря чему модифицируется традиционное определение понимания. Так, оно рассматривается в психолингвистике как результат восприятия смысла во время речевой деятельности.

Если знание является субъективным отражением объективного мира, значит человек познает мир посредством знания. Для постижения знания, необходимо думать о структуре знания. Структура знания отражает структуру предмета, явления и объекта, к которым относится, и если мы хотим посредством освоения дойти до сути предмета, то нужно овладеть схемами о знании и структурированном в нем предмете [141].

Предмет → знание сформированное от схем предмета ← понимание

Как известно, текст переводится с латинского как связь, соединение, петля, ткань. Таким образом в буквальном смысле, создание текста или нахождение связи между петлями, их соединение подчиняется определенной закономерности, которая зависит от того, кто вяжет текст. Для вязания нужна петля, так как она является реальным источником процесса вязания, а их выбор зависит от субъективного мировоззрения, отношения и усмотрения личности. В результате намерения личности эти жизненные фрагменты – хаотического знания, превращаясь в язык текста и дискурса, обретают семантические оттенки

соответствующие логике субъекта, а также структурные черты. Как известно, объекты осмысления являются смыслами информационных сведений об окружающей среде и внутреннем мире субъекта. Мы рассматриваем понимание текста как восприятие смысла, то есть в процессе его формирования определяется роль новых элементов уже известных объектов в мыслительных процессах, а также их структура. Если говорить о восприятии смысла дискурсе, то это выбор и создание из фрагментных знаний в зависимости от ситуации новых, значимых для личности элементов и их введение в течение мыслительных процессов, то есть это творчество, и активность личности и ее результат. Таким образом, понимание – это и сам процесс, и его результат.

Если мы глубоко проанализируем этот познавательный процесс, то увидим, что знания проявляются в ломанных, усеченных, сокращенных формах, осмысление же объединяя эти обрывки начинают входить в глубинную суть предмета, для постижения упрощает его и строит сигматические связи между ними и в виде лингвистической валентности превращается в материал текста. Получается, что знания обрывочны, усечены, понимание же полно, цело. Знать является первым уровнем понимания. Далее следует узнавание, идентификация, эмпатия, интеракция и понимание. Поэтому считается, что знать это еще не значит понять. Знание – это часть понимания, понимание же – это полное знание [31]

Высказывания о том, что в формировании дискурса принимают участие различного вида знания [28], а также о том, что дискурс является артикулярной формой сознания способствуют расширению нашего представления о знаниях. Согласно К.Юнгу, творческие элементы структуры сознания формируются из архетипов «коллективная бессознательность», «коллективная сознательность» и «тьень» [89].

Несмотря на то, что в структуризации знания в дискурсе участвуют лингвистические и риторические средства, в понимании знания наряду с этой наглядно-предметной основой участвуют и такие интеллектуальные средства, как критическое мышление и творческая активность.



При лингвистическом как и при междисциплинарном подходе к дискурсу, текст представляется одним из важнейших коммуникативных факторов. Наши знания о тексте базируются в основном на литературных, стилистических и семиотических представлениях. Подобное восприятие вполне понятно и может быть объяснено рядом причин. К примеру, исследовательский интерес Аристотеля к различным стилистическим средствам в «Риторике» и «Поэтике» можно объяснить их участием в создании текстов [114].

Дискурс является идеальной платформой, разъясняющей общие аспекты когнитивного механизма человека, и фактически, обеспечивает формирование связей между структурами знания, и лингвистическими и риторическими репрезентациями разного уровня и разной природы [42].

Н.Фэйркло выделяет три аспекта или стадии критического анализа дискурса [61]:

- Описание – этап, связанный с формальными свойствами текста.
- Интерпретация связана с отношениями между текстом и взаимодействием – с рассмотрением текста как продукта производственного процесса и как ресурса в процессе интерпретации.
- Объяснение связано с отношениями между взаимодействием и социальным контекстом – с социальной детерминацией процессов производства и интерпретации, а также их социальных эффектов.

Одним из аспектов «здорового смысла» является значение слов. В большинстве случаев мы относимся к значению слова как к простому факту, и если есть какие-либо вопросы о «фактах», мы рассматриваем словарь как место, где мы можем их проверить. Идеология, конечно, не производит впечатления имеющей одно фиксированное значение – нет. Действительно, нет ничего необычного в том, что такие слова, как идеология, описываются как «бессмысленные», потому что они имеют так много значений. Но ситуация настолько безвыходная; Идеология действительно имеет ряд значений, но она не может быть бесконечно изменчивой по своему значению, и значения, которые

она имеет, имеют тенденцию группироваться в небольшое количество основных «семейств».

Идеология представляет собой форму социального знания, разделяемая членами группы, класса или других социальных формаций, передаваемых посредством дискурса. Ее социо-когнитивная природа включает в себя большое количество элементов. В соответствии с нашим анализом идеология представляет собой комплексную когнитивную систему, контролирующая формирование, трансформирование и применение других социальных знаний, таких как мнение, оценки, а также социальных репрезентаций, включая и социальные убеждения.

Идеология бывает социальной, политической и относится к особым группам и социальным структурам. Она также имеет когнитивные особенности, включает в себя такие ментальные показатели как идеи, мысли, мнения, вера, суждения и ценности. Теория и определение идеологии должно основываться на результате когнитивной науки, а также следует различать идеологию, от сознательности. С другой стороны, определение идеологии как системы убеждений, не совсем точное, так как идеология это более абстрактное понятие, относится к различным группам общества с социально разделяемой системой убеждений. И это еще раз подчеркивает тот фактор, что идеология это не индивидуальное восприятие. Среди этих систем убеждений следует выделить различные отношения между социальными группами, такие как либералы, консерваторы, левые, правые и т.д.

Идеологические различия выражаются различными способами, и в первую очередь, с помощью языковых средств, как например, лексические и метафорические средства.

### III ГЛАВА

## ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ИДЕОЛОГИИ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ И ЖАНРАХ АМЕРИКАНСКОГО ДИСКУРСА

### 3.1. Пути вербализации идеологии в американском медиа дискурсе

Главной целью данной подглавы является анализ лингвистических средств концептуализации «идеологии» в американском медиа дискурсе. Как известно, медиа дискурс является наиболее значимой платформой, где происходит концептуализация идеологии. Один из важных аспектов является насколько положительно или отрицательно средства массовой информации влияют на формирование идеологии общества. В первую очередь, нам также следует отметить функцию средств массовой информации как социальной силы, которая определяется доминирующей ролью группы людей и институтов. Свобода средств массовой информации также воспринимается как сила средств массовой информации.

Вряд быть ли могут сомнения в том, что из всех форм печатного текста сообщения СМИ являются более распространенными, если не более влиятельными, если судить по такому критерию власти, как количество реципиентов.

В публичной коммуникации важную роль, помимо устного и визуального дискурсов телевидения, играют газетные тексты. Вопреки распространенным убеждениям новости, опубликованные в прессе, обычно лучше запоминаются, чем телевизионные новости [115], и воспринимаются как более качественные, что может влиять на убеждающий характер, а значит и власть этого типа дискурса.

Мы видим, что многие влиятельные фигуры (а также их дискурс) является объектом постоянного внимания журналистов, а тем самым их власть подтверждается и легитимируется. Несмотря на то, что медиа представляют



собой форму медиа-власти, они обладают автономной ролью в производстве и воспроизводстве структур социальной власти.

Специально отбирая источники информации, освещая текущие события и выбирая темы материалов, новостные медиа решают, кто будет публично представлен, что будет сказано о них и особенно как это будет сказано. Многие последние исследования, посвященные производству новостей, показывают, что эти процессы не являются произвольными, а детерминированы интуитивным журналистским представлением об интересности новости.

Идеология является самоочевидной основой социального восприятия. Она представляет различные интересы социальных групп, таких как личность, цель, ценности, социальные взгляды и т.д. Согласно данному подходу, идеологию можно представить как «схему», по которой группы имеют свою определенную позицию в социальной сфере. Если рассматривать дискурс как социальную практику [54, с.258], то можно согласиться с мнением, что дискурс не только идеологичен, но и то, что им создаются идеологии.

Н.Зайчикова указывает на три основные характеристики дискурса.

1. Дискурс закреплен в тексте.
2. У дискурса есть когнитивная основа.
3. Дискурс идеологизирован.

При анализе любого типа и жанра дискурса эти характерные черты являются фундаментальными [95].

Исследования типов и жанров дискурса показывают, что некоторые из них, например, медиа, художественный, политический дискурсы привлекают особый интерес, так как они культурно и идеологически мотивированы. С точки зрения М.Пешо, дискурс: *«это точка, где встречаются язык и идеология, а дискурсивный анализ – это анализ идеологических аспектов использования языка и реализации в языке идеологии. Смыслы слов меняются в зависимости от классовых позиций в политической борьбе»* [104, с. 145]. Дискурс рассматривается М.Пешо как неотъемлемая часть идеологических классовых отношений. В лингвистических терминах дискурсивный процесс описывается

им как система отношений парафраз (пересказываний), синонимии и метонимии с идеологическими символами. При этом идеологические структуры рассматриваются как связка между индивидуальными и социальными моментами в дискурсе [104, с. 145].

Следует также отметить, что любого типа дискурс обладает определенной коммуникативной стратегией. Исходя из понимания дискурса как платформы для репрезентации концептов и образов, можно говорить о наличии интерфейса дискурса, который является ретранслятором эмоционального заряда, фактически посредством дискурса осуществляется культурно-историческая коммуникация между поколениями. Специфика медиа дискурса заключается в том, что он служит «средством» для многочисленных коммуникативных систем. Вследствие этого, концепция медиа дискурса вбирает понятие типов и жанров дискурса таких сфер деятельности социальной жизни, как например, экономический, политический, рекламный, спортивный и т.д.

Понятие «дискурс средств массовой информации» относится к проблемному полю массовой коммуникации как к процессу обмена информацией между всеми субъектами общества, направленному на разделение общественного мнения о социально значимой части социального бытия. Массовая коммуникация, нацеленная на широкую аудиторию, *«является социальным явлением из-за основной функции воздействия через концептуальную информацию»*. Массовая коммуникация как форма речевой деятельности «представляет собой социально обусловленный процесс, в котором эта особенность обновляется различными средствами и каналами коммуникации». СМИ обеспечивают процесс массовой коммуникации и осознают свой идеологический ресурс, направленный на *«когнитивную обработку личности и общества с целью создания особого взгляда на мир»* [95, с.52]. Это влияние более очевидно в тех случаях, когда у аудитории нет достаточного информационного ресурса или где, в первую очередь идеология не сформирована согласно повседневным или общим понятиям.

Также, хотим отметить, что медиа тексты не только передают конкретные события, новости, но и способствуют формированию общественного мнения. Читатели средств массовой информации напрямую выбирают элементы новых мыслей или идеологий. Медиа дискурс является одним из важных ресурсов для формирования или восприятия идеологии или мышления. Особенно в ситуациях или случаях, где идеология все еще не полностью сформировалась, в этом случае медиа овладевает дополнительным влиянием. Например, при восприятии таких понятий как развивающиеся страны, глобальная экономика или этнические конфликты, формирование моделей общества и социального образа общественности зависит от средств массовой информации.

Каждый журналист, создавая свой текст, чтобы получить как можно больше позитивной реакции, в первую очередь, думает о своих получателях и, особенно, об их идеологической и культурной принадлежности. Целью медиа дискурса является создание консенсуса среди граждан, чтобы легче определить действия которые лучшим образом решат проблему [101]. Считается, что отправители медиа текста знают свою потенциальную публику (аудиторию) и готовят свою речь согласно этому. В американском медиа дискурсе ситуация более осложненная, так как весь мир читает средства массовой информации США. Данный интерес имеет определенное воздействие на формирование медиа текстов в США.

Медиа – это субъекты производства, воспроизведения и передачи ценностных смыслов. Они «делают выбор, когда из миллиона событий на страницу попадают только сотни. Выбор должен основываться на определенном фильтре ценностей», то есть от той или иной интерпретации, представленной в СМИ, зависит от того, попадет ли определенная информация в фокус общественного мнения.

Сила медиа дискурса определяется не только умением контролировать интеллектуальную модель и социальную картину, которая является ее же последствием, а также умением сформировать условия контроля. Идеологическая тональность медиа текстов проявляется через использование



приемов воздействия на подсознание читателя: языковые игры, имплицитные способы передачи информации. Рассмотрим следующий текстовый отрывок статьи Rick Hampton из газеты «USA Today» 2013 :

*“Almost all Americans over 55 remember when they learned John F. Kennedy had been shot. And almost all Americans, regardless of age, know something about that 50 years ago, when everything seemed to change (USA Today/November, 2013)”* [135, с.1А].

*Почти все американцы старше 55 лет помнят, когда они узнали о том, что Джон Кеннеди был убит. И почти все американцы, независимо от возраста, знают что-то о произошедшем 50 лет назад, когда казалось что все изменилось.*

Отправитель этого текста, журналист газеты «USA Today» предполагает, что аудитория газеты или его аудитория в курсе тех событий, произошедших в начале 60-х годов прошлого столетия. Историко-политический контекст того времени диктовал некоторые изменения политики страны в зависимости от идеологической подоплеки, что и отражено в конце текста.

Идеология отличается своей консолидированной силой в дискурсе, так как она вмещает в себя и другие концепты (патриотизм, социальная дифференциация, гейдер). В процессе вербализации данных концептов происходит и одновременная репрезентация идеологии. Доминирование этих концептов естественно и очевидно, так как они отражают различные процессы общества, а также тесно взаимосвязаны между собой. Например, идеология является главным принципом социальной дифференциации, также она имеет сильную связь с патриотизмом. Для любого вида дискурса, идеология является основой, но, конечно, приоритеты меняются в зависимости от контекста, в которой существует идеология. Как мы заметили, согласно точке зрения Т.Ван Дейка о формировании идеологии в газетном и политическом дискурсе, каждая идеология, несмотря на ее глобальную природу, зависит от конкретной социальной культуры [137].

Различные риторические стратегии лексических и стилистических единиц широко используются в медиа дискурсе для привлечения внимания его участников. Данными языковыми средствами служат клише, фразеологизмы, метафоры, являющиеся ядром медиа дискурса и представляющие авторскую интенцию.

В текстах медиа дискурса, с идеологической тональностью, широко представлена также и имплицитность. Имплицитность – это подразумеваемое, скрытое и понимается как семантико-прагматическая категория, цель которой состоит в плане содержания и в плане выражения, когда мысли оказываются наиболее шире своего выражения в языковых единицах. Способами выражения имплицитного значения являются такие приемы как: метафора, литота, гипербола и другие. Метафора является одной из сильнейших и важных среди стилистических единиц, помогающая слушателям понять и осознать заметные ценности и предпочтения, и тем самым построить свою идеологию [94, с.69]. Рассмотрим следующий заголовок статьи DeWayne Wickham, газеты «USA Today»:

*“GOP Tea party wing launches second civil war (USA Today\ November, 2013; 9A)” [135, с. 9A]*

*Крыло доброй старой партии чаепития начинает вторую гражданскую войну.*

“GOP” от Good Old Party – «добрая старая партия», является аббревиатурой республиканской партии США. Крыло Республиканской партии, являющейся сторонниками ультраконсервативных взглядов, названо метафорическим выражением, которое концептуализирует идеологическое разделение не только между консерваторами и либералами, но также и между умеренными и радикальными силами внутри республиканской партии. Данное разделение ярко выражено в следующем отрывке статьи Пола Крагмена «Wall Street's Revenge», газеты «International New York Times»

*“Meanwhile, it’s hard to find Republicans expressing major reservations about undoing reform. You sometimes hear claims that the Tea Party is as opposed to bailing*

*out bankers as it is to aiding poor, but there's no sign that this alleged hostility to Wall Street is having any influence at all on Republican priorities. (December/2014)" [86, с.11]*

*Между тем, трудно найти республиканец, выражающих основные оговорки по поводу неправильных реформ. Вы иногда слышите утверждения, что Партия Чаепития выступает против как банковской системы, так и помощи бедным, но это не знак того, что враждебность по отношению к Уолл-стрит оказывает какое-либо влияние на приоритеты республиканцев.*

В данном тексте использованы две метонимии «Tea Party» и «Wall Street». Как мы уже отметили, «Tea Party» выражает конкретную идеологию внутри республиканцев, и автор этого текста успешно ассоциирует данную метонимию с другой не менее важной метонимией «Wall Street», которая олицетворяет финансовую элиту США концептуализируя социальную дифференциацию. Фактически показывая, что Tea Party выступает против Wall Street, автор строит своего рода континуум идеологии, которая концептуализирована двумя метонимическими выражениями.

В данной статье мы проанализировали силу и влияние медиа дискурса на общество. Сила ее не ограничивается только влиянием медики на свою аудиторию, но также включает роль медики в более широкие рамки социальной, культурной, политической и экономической структуры общества.

Медиа влияние в терминах «контроль над сознанием» должно протекать в рамках более широкого социо-когнитивного подхода, связывающего сложные структуры современного медийного ландшафта с использованием медики, и в конечном итоге, с множеством способов влияния на сознание людей, которое оно оказывает. «Масс-медиа» способствовало появлению огромного количества альтернативных СМИ, и в особенности, предоставило людям большие возможности за счет интернета, мобильных телефонов и индивидуальных способов использования новостей, развлечения и прочего «контента». Считается, что зрители и читатели должны стать более критичными и независимыми. Иллюзия свободы и разнообразия может быть одним из способов



производства идеологической гегемонии, которая может служить интересам доминирующих общественных сил. Представители власти заинтересованы в управлении собственным имиджем в масс медиа с целью завоевания поддержки и получения влияния на сознание аудитории. Они хотят управлять дискурсивными элементами производства публичного дискурса, такими как: нормирование времени, детализация содержания и стиль пресс-релиза, реклама, интервью с журналистами.

Детальный анализ таких дискурсивных практик, направленных на управление производством публичного дискурса, позволяет нам выявить, как социальные макроструктуры связаны со структурами публичного дискурса, и в конечном итоге, как они могут повлиять на сознание аудитории. Социальные процессы воспроизводства не являются строго детерминированными. Несмотря на различные формы влияния со стороны государства и властных организаций, газеты как организации и журналисты как личности могут сопротивляться давлению и преподносить новости в соответствии с их собственными точками зрения и интересами.

Для формирования и изменения сознания, люди используют всевозможные дискурсы и информацию, которую они получают. Работа с текстами и процесс формирования оценок, препятствуют изменению коллективного мнения и убеждений.

Структурированная в дискурсе информация является вербальным выражением сознания отправителя. Она обеспечивает эффективность взаимопонимания в процессе дискурсивной практики. Структурированная информация – это достояние ее создателя, характеристика активности его стратегического мышления, показатель умения творчески мыслить. Информация также структурируется посредством зрительных образов: актуализированное дискурсом идеальное представление умножает силу прагматического воздействия информации благодаря ее наглядности. Социально-психолингвистическая структура дискурсивной информации воплощает взаимообусловленность индивидуального и общественного.

Другой важной составляющей дискурсивной практики является мотивировка выбора адресантом того или иного лингвистического средства. Адресант всегда оказывается перед выбором, как минимум, трех языковых уровней. Выбор находится в компетенции активной памяти, прошлого индивидуального опыта, а также в компетенции наличных ситуативных намерений субъекта. В этом случае, память, ситуация и намерение наделяются особым статусом. На характер стратегического отбора влияют социальные, культурные, идеологические и другие факторы.

Говоря об адресной направленности дискурса, мы имеем в виду ориентацию информации на получателя. Структура текста исходит из презумпции, что и гносеологическая модель сознания адресата, обладающая аналогичной степенью структурированности, а препятствие когнитивному процессу могут относиться к двум разным интеллектуальным полям или временным и пространственным отношениям предметов и событий. Достоверность восприятия является условием успешного достижения прагматической цели.

При восприятии текста эксплицитные и имплицитные знания трансформируются в зрительные, слуховые и семантические образы. Извлекаемая информация одновременно материализуется и идеализируется, при содействии памяти анализ эксплицитной информации схватывается быстрее, так как взаимодействует с фоновыми знаниями. При восприятии текста, такие субъективные факторы, как знание, узнавание и идентификация, вовлекается в процесс приводящего к пониманию анализа. Текст, становится текстом, когда он понят.

Сила (власть) медиа дискурса определяется не только контролем ментальной модели и социальной репрезентации, которые являются последствием СМИ, а также требует формирования условий доступа к нему. Кто, на самом деле, контролирует медиа дискурс? Одна из важных мер контроля – это доступ. Какие группы имеют доступ к медиа, и какие имеются последствия доступа к медиа дискурсу?

Доступ к социальному дискурсу является одним из важных и интересных критериев социальной силы. Обычные представители общества имеют активный доступ только к повседневному диалогу с окружающими их людьми, и только лишь пассивный доступ к медиа, так как статьи, газеты которые они читают, не в силах формировать медиа дискурс. Элита, властные группы, контролируют и имеют доступ к широкому спектру текста и речи. Они являются не только активными участниками коммуникативных ситуаций, но и выступают в роли инициаторов дискуссий, устанавливают стиль дискурса, определяют его темы и решают, кто будет участником и получателем их дискурсов. Это также показывает доступ к медиа дискурсу. Журналисты стараются найти и интервьюировать их, узнать их мнение и тем самым представить их как важных актеров (представителей) новостей. Если элита способна контролировать доступ к СМИ, то это показывает силу (власть) элиты над СМИ. С другой стороны, элита и сама чтобы показать и доказать свою силу (власть), становится зависимым от СМИ.

Доступ к дискурсу и к коммуникативным событиям имеет различные формы. Более важные и сильные представители общества могут контролировать дискурс, выбирая время и место, участников, аудиторию, выбор языка, стиль, стратегии и многие другие особенности текста и речи.

Особый доступ к мышлению, восприятию представителей общества не означает контроль. Общество имеет свободу выбора в соучастие и восприятие медиа посланий, и также «не меняет свое мнение» в зависимости от того как бы хотелось медиа власти. Отклонение, неприятие, недоверие, критика и другие формы сопротивления являются показателями сопротивления противной стороны. Другими словами, «влияние» может быть определено как форма контроля мышлением, так как «сила медиа» и «элиты» стараются найти доступ к обществу посредством медиа.

Идеология или же идеологические практики, часто усваиваются, реализуются и организуются посредством таких факторов, как, государство, медиа, образование и т.д. Доминирующие группы стараются добиться того,



чтобы они воспринимались большинством как «социально-важная» система ценностей, норм и мнений.

При изучении языка, текста средств массовой информации могут быть бесчисленные дебаты о влиянии медиа на сознание и идеологию общества. Эта сила ограничивается не только влиянием на свою аудиторию, но в то же время играет важную роль в формировании социального, культурного, политического, экономического мышления общества. Как, например, слова, фразы, цитаты или заголовки в газетных статьях влияют на восприятие новостей аудиторией и носят влиятельный и убедительный характер.

Сила (власть) СМИ является, в общем, символической и убедительной, так как медиа, прежде всего, имеет потенциал контролировать в какой-то мере мнения, взгляды, мысли читателей или зрителей, но не действия. Следует отметить, что контроль намерений, планов, знания, мнения, веры является ментальной репрезентацией, контролирующей действия индивида. С другой стороны, психологические и социологические основания предполагают, что кроме распространяющейся, глубокой, символической силы медиа, аудитория способна сохранять минимум автономии и независимости, менее активно участвуя в «жизни» СМИ. Другими словами, несмотря на силу новостей и медиа, некоторые пользователи СМИ способны противостоять ее влиянию, убеждениям.

Это показывает тот факт, что контроль мыслей, со стороны медиа, должен быть особенно эффективным, так как читатели или зрители не должны осознавать характер и вовлечение такого контроля когда они «меняют свое мнение» не по своей воле, или же когда они воспринимают новости как правду, реальность, а журнальное мнение правильным и закономерным. Это также включает в себя изучение и анализ ментальной репрезентации, включающей в себя социальное познание, такое как воззрение и идеологии, разделяемые группой читателей или зрителей.

Если мы сможем установить более или менее ясную, точную связь таких ментальных репрезентаций, а также происходящие в них изменения в свойствах

новостей, статей и т.д., то мы сможем определить суть такого понятия как «сила СМИ». Тогда такие известные, но смутные понятия как «влияние» и «манипуляция» могут получить точное определение.

Во многих анализах социальной силы, включая также и силу (власть) СМИ, обычно «власть» воспринимается как негативное понятие, как злоупотребление властью (силой). Например, манипуляция является формой «власти СМИ», где информация не объективная или скрывается в такой форме, где восприятие и доверие аудитории изменяется в интересах СМИ. Чтобы различить законнорожденную власть, от злоупотребления властью, Т.Ван Дейк использовал термин «доминирование».

Читатели новостей, в первую очередь, должны понимать слова, предложения и другие структурные особенности. Это не означает то, что они должны знать его грамматику и лексикон, слова которые относятся к современной политике, менеджменту, науке или другим профессиям. Пользователям медики следует знать об определенных организациях или, в общем, иметь «знание о мире». Например, читая статью о войне в Персидском заливе, следует, как минимум, иметь представления о географии Средней Азии, а также обладать общими знаниями о войне, международной политике, исторических событиях и т.д. Это показывает то, что недостаточное знание может серьезно препятствовать восприятию новостей.

Одна из решающих факторов восприятия и анализа новостей является модель. Модель – это ментальная репрезентация того, что люди читают, в чем участвуют или чему свидетельствуют. Например, каждый раз, когда люди читают статью о выборах в США, у них формируется новая модель этого события. Итак, восприятие новостей означает то, что читатель в мыслях может построить свою модель.

Следует также отметить информативный и убедительный характер СМИ. Главной его целью является передать информацию, событие таким образом, чтобы реципиенты, читатели построили свою модель этого события. Так как структура и суть этой модели также может быть манипулирована структурой и

контекстом новостей. Сами журналисты также строят модель каждого события, и они стараются передать эти новости таким образом, чтобы модель читателя была более или менее близка к их модели.

Одна из самых эффективных путей влияния построения модели – это манипулирование информацией, являющейся важной для автора текста, которая обращает внимание читателей на информацию посредством фото, заголовков и т.д. Социально разделяемое знание и контроль этого знания может косвенно контролировать понимание и восприятие. Если информация носит политический или стратегически важный характер, то элита может передать читателям не подробную, точную информацию и тем самым управлять их знанием. Все это происходит с целью ограничить доступ читателя или зрителя к тем средствам массовой информации, которые предоставят более объективную информацию.

Стратегический контроль знания является решающим элементом контроля дискурса. Помимо знания, важными являются также такие формы понимания как социальное восприятие, социально разделяемое мнение, известное как воззрение. Принимая во внимание тот факт, что контроль знания влияет на понимание и восприятие, то контроль воззрения влияет на оценивание ситуации, события.

Контроль воззрения может также являться результатом контроля дискурса массовой коммуникации. Очевидно, что такой результат зависит от доступа к альтернативным ресурсам информации, таким как оппозиционное знание, мнение, убеждение и более фундаментальным идеологиям. Такие идеологии определяются как основной механизм социального восприятия групп, как например, система норм, ценностей контролирующая связность и развитие более особенных социальных воззрений. Структура знания, воззрения идеологий систематизируется и формируется согласно формам общественного дискурса, как например, знание, образование и т.д. После определенного периода, не нужно будет манипулировать знанием или мнением читателя, зрителя, так как в этом случае, огромную роль будет играть идеологический контроль.



Идеологический контроль полностью эффективен и является главным, руководящим, так как текст и речь больше не воспринимаются как идеологическое влияние, а принимаются как сама правда или реальность.

Понятие идеологии является ключевым для наших размышлений о роли дискурса. Несмотря на различные анализы концепта идеологии, следует отметить, что этот термин, основан или разработан в идеологической системе, и напрямую связан с сознанием членов общества.

Многие исследователи средств массовой информации считают, что медиа тексты при передаче информации, могут ее изменить или же сформулировать в такой форме, как они сами видят или воспринимают эту информацию. Эти тексты помогают обществу определять и осознавать мир, и тем самым выявлять правильную модель поведения и отношений. Как, например, «медиа продукты» (т.е. информация, тексты, статьи и т.д.) создают «правильный, примерный» образ родителей и детей, мужчин и женщин, рабочего, руководителя и т.д. Что является причиной преступлений социального неравенства, расовой дискриминации и т.д.? Какое послание лежит в основе медиа текстов и чьим интересам они служат? Эти вопросы являются лишь какой-то частью медиа и идеологии общества.

Многие идеологические анализы СМИ сфокусированы на контексте посланий, хотя, в первую очередь, следует посмотреть на последствия этих текстов, статей.

Идеология – это, несомненно, сложный термин с различными смыслами, значениями в зависимости от контекста в котором он используется. Когда лингвисты анализируют медиа тексты, чтобы выявить «идеологию текста», они в первую очередь, заинтересованы в анализе образа, лежащего в основе медиа текстов. Идеология тесно связана с такими понятиями как, мировоззрение, вера, ценности.

Когда мы анализируем идеологию медиа текстов, главное внимание уделяется посланию, цели, на основе которых создаются медиа тексты. Их главной целью является правильно донести послание, которое лежит в основе

каждого медиа текста, и тем самым повлиять, сформировать идеологию общества. Лингвисты, оценивая медиа тексты, главным образом, обращают внимание на то, насколько они соответствуют «реальному миру». Так как они способствуют восприятию информации в той форме, в какой они хотят.

Все формы средств массовой информации, такие как: радио, телевидение, фильмы, музыка, интернет являются главной мишенью атаки политиков с различных перспектив, так как они не сомневаются, что средства массовой информации это важное звено в формировании идеологии общества, формирующее воззрение и мышление общества.

По словам американского социолога, Д.Д.Хантера, СМИ – это «война культур» в современном американском обществе, где воюют проблема морали, этики и нравственного поведения. Д.Д.Хантер, также подчеркивал средства, где медиа тексты: реклама, новости, газетные статьи являются главной формой общественного дискурса и способствуют столкновению и войне культур. СМИ – это не только канал для передачи посланий, а поле, арена, где ведется война идеологий, культур. Большинство вопросов, из-за которых ведутся современные войны культур – вопросы принятия и приемлемости идей, распространяемые средствами массовой информации [79, с. 15-25].

Главными причинами того, что идеи или образы СМИ становятся такими спорными или полемическими, являются читатели или зрители, считающие, что представители СМИ стараются сознательно внедрять идеи, которые считаются обществом предосудительными и нежелательными.

Идеологический анализ чаще всего рассматривает истории, послания, передаваемые медиа текстами, а также возможные противоречия внутри текста, где, и в большинстве случаев, скрываются идеологические конфликты. Таким образом, идеологический анализ способствует зарождению более широких идеологических дебатов, существующих в обществе. И это помогает критикам выявлять идеи, которые передают медиа тексты, и то, как они строятся и как они меняются со временем.

Социолог С.Холл, в своих исследованиях культуры и идеологии американского общества, выдвинул анализ и роль гегемонии в СМИ. Он считал, что СМИ – это одна из главных и ключевых арен, где присутствует такое понятие как гегемония. СМИ не просто передают информацию или событие, но в свою очередь, представляют ее в нужной себе форме, тем самым пытаясь повлиять на идеологию и мышление общества. С.Холл отмечал: «репрезентация информации и передача информации это вовсе отличающиеся друг от друга понятия». Они заключают в себе активную работу выбора, передачи, структурирования и сформирования информации, а не просто передачу имеющийся информации. Согласно С.Холлу, СМИ это сила, передающая события в специфической форме [76, с. 200].

### **3.2. Пути вербализации идеологии в американском политическом дискурсе**

Идеологический анализ языка и дискурса широко практикуется учеными и критиками. При изучении дискурса, как объекта когнитивной и социальной психологии, а также в целом гуманитарных наук, мы не можем точно определить, насколько глубоко идеология выражается дискурсом или насколько идеология влияет на формирование дискурса [137, с. 86].

Политика является неотъемлемой частью социальной жизни общества. Согласно П.Чилтону, политика – это социальная деятельность, в первую очередь, борьба за право между теми, кто правит и теми, кому хотелось бы править, но в то же время политику можно определить и как совокупность стратегий для решения многих социальных конфликтов [49].

Согласно определению И.Энквиста, дискурс означает текст, плюс контекст, где контекст, вбирает в себя ситуативные компоненты. Текст и контекст являются двумя главными факторами, так как без них не может быть и дискурса [59, с. 25].

Политический дискурс является:

– сложным коммуникативным феноменом;



- целенаправленным социальным явлением;
- отображающей средой субъективной идеологии участников дискурса;
- когнитивным процессом, так как связан, с трансформацией знаний и формированием новых знаний.

Различные риторические стратегии определенных грамматических, лексических и стилистических приемов широко используются в политическом дискурсе, в первую очередь, для привлечения внимания читателей или слушателей.

Мы также рассматриваем метафорические слова и выражения, как одну из важных риторических приемов политического дискурса. Метафорические и метонимические выражения играют вполне значимую роль в политическом дискурсе. Они помогают определить скрытое значение различных субсистем, функционирующих в данной системе.

Анализ метафоры является центральным звеном в анализе политического дискурса. Политический дискурс строится, используя концепции отображающие взгляды на мир, идеология же, в свою очередь, неразрывно связана с концептом социальной дифференциации.

Каждый политик, создавая свой текст, в первую очередь, думает о своей аудитории, и в особенности об идеологических и культурных взглядах своих реципиентов. Главной целью политического дискурса является создать консенсус среди граждан. Обычно считается, что политики знают свою потенциальную аудиторию и согласно этому создают свою речь и используют определенные риторические приемы для привлечения внимания слушателей [94, с. 20].

Процесс глобализации повлиял и на современную аудиторию слушателей или читателей политического текста в американском дискурсе. Из-за глобального интереса к американской политике ситуация в американском политическом дискурсе становится все более сложной с точки зрения, учета интересов различных слоев населения внутри страны, а также интересов различных регионов и государств мира. Политикам приходится тщательно

выбирать слова и строить свой политический дискурс так, чтобы оправдать надежды, а также соответствовать ожиданиям своих слушателей. Речь политика является его главным оружием, с помощью которого он должен суметь не только убедить аудиторию, но иногда и манипулировать ею.

Политический дискурс строится путем использования таких концептов, которые считаются глобальными. Главной задачей здесь является как вербализировать эти концепты в различных политических дискурсах, которые относятся к различным культурам, и как решить конфликт между культурой, личностью и глобальными ценностями, так как восприятие, выводы и передача одного и того же концепта может отличаться как внутри одной культуры так и между разными культурами.

Политический дискурс, в отличие от большинства прочих дискурсивных форм, имеет отношение ко всем гражданам. Его власть связана как с ареалом его действия, так и с различными уровнями легитимности. Некоторые формы устного дискурса широко известны, их цитируют в повседневной жизни, массово распространяют СМИ, как, например, дискурс ведущих политиков, таких как президент и премьер-министр. Речи президента и его появления в масс-медиа являются важным социальным и политическим событием, особенно в США, и поэтому являются излюбленным предметом исследования

Это доминирующее присутствие особый доступ к масс-медиа могут быть интерпретированы как проявление политической власти [133].

Политический дискурс является сложным явлением коммуникации, включающим текст, контекст (социокультурный, идеологический, ситуативный), а также специфические средства языка, которые отвечают намерениям и задачам этого типа дискурса. Для эффективности политического дискурса, в нем должно быть указание на склонность отправителя к тем или иным политическим взглядам. В политическом дискурсе можно проследить когнитивные установки, в которых находят свое отражение личность адресанта, его культурная, политическая, идеологическая направленность. Процесс организации

политического дискурса сопровождается использованием концептов, отражающих идеологические взгляды людей в мире.

В политическом дискурсе, метафорические и метонимические выражения это весьма значительные элементы, помогающие ассоциировать эксплицитную информацию с имплицитным значением.

Метафора и другие стилистические приемы считаются более эффективными и убедительными, а также являются одним из важных приемов политиков. Такие лингвистические приемы важны и даже являются необходимым звеном политического дискурса, так как именно метафоры помогают передать и понять различные политические процессы и почувствовать себя частью этих процессов. Общество не всегда может следить или оценивать происходящие политические процессы, и вот в этом случае, именно стилистические приемы, которыми пользуются политики в своих речах, помогают слушателям или аудитории оценить и сформировать свою точку зрения о происходящих политических процессах.

Согласно определению Т.Ван Дейка, убеждение это процесс, где слушатель может изменить свое мнение под влиянием дискурса. Весьма очевидным фактом является то, что говорящий влияет не только на сознание слушателей, а также на их последующие поступки и роль в обществе [142].

Это доказывает то, что язык играет немаловажную роль в убеждении и управлении, а также является одним из важных средств контроля и доминирования (господства).

Рассмотрим следующий пример:

*“Senator Mc Cain just doesn’t get it – he doesn’t get that, this crisis on Wall Street hit Main street”* (B.Obama, President Election, 2008)

В американском дискурсе для дифференциации социальных групп раньше использовались фразы “White Collar” и “Blue Collar”, которые позднее были заменены фразами “Wall Street”, “Main Street”. В данном тексте отправитель использует метафорическое выражение «Main Street», которое концептуализирует идеологию.



Идеология представляет собой треугольную форму, соединяющую общество, дискурс и социальное сознание. Согласно этому подходу, идеология является основой для организации социального сознания разделяемого членами различных групп, организаций. Концепция идеологии позволяет соединить группу людей, разделяющих одинаковые мнения, веру, взгляды и имеющих одинаковые социальные ценности. Другими словами, идеология находится между социальной структурой и структурой мышления членов общества. Они позволяют им передать свои социальные ценности, создающие модели повседневной жизни. Идеология это не просто система идей, она также формирует сознание человека, сознание общества, а также имеет когнитивную и социальную функцию.

В литературе метафора также определяется не только как «стилистический прием», но и как «метод убеждения». Во-первых, метафора помогает передать политические процессы более ярким и понятным методом. Во-вторых, позволяет создать связь между логическими и эмоциональными формами убеждений.

Согласно Дж.Лакоффу и М.Джонсону сущностью метафоры является понять и передать смысл одного слова посредством другого слова. Метафоры – это стилистические приемы, охватывающие все виды дискурса [92, с. 15].

Главной целью политического дискурса является найти и использовать ту метафору, которая передаст мнение общества. Политики обычно используют метафору, чтобы передать скрытую точку зрения и таким образом создают символические или закодированные фразы.

Для любого политического дискурса, идеология является основным принципом. Согласно Т.Ван Дейку, каждая идеология, несмотря на ее глобальную сущность, ее основное свойство зависит от того, в какой конкретной политической культуре она существует [14].

Термин «идеология», как мы ранее указали в первой и во второй главе, впервые был выдвинут французским философом Дестютом де Траси в конце 18 века. Он дал следующее определение идеологии, идеология – это система идей, а также совокупность сознаний и подсознательных убеждений, идей и вер. Хотя

за последние годы, в современных словарях, мы можем увидеть абсолютно иное определение: *«идеология – это совокупность убеждений или принципов, которые основаны на политическую или экономическую систему, и которые влияют на поведение общества»* [19, с. 35].

Согласно мнению М.Эдельмана, метафора является средством передачи информации, он также считает, что метафорические и метонимические выражения дают не только широкое, но и более упрощенное название проблемам или вопросам пробуждающим внимание [56, с. 65]. Метафоры становятся символом более широких проблем. Например, Франклин Рузвельт в один из самых сложных периодов в истории США, называемой «Великая Депрессия», в своей речи призвал народ к соучастию в новой, разработанной им политической стратегии «Новый Курс»:[85]

*“I pledge you, I pledge myself, to a “New Deal” for the American people”*  
(Franklin Roosevelt , July 2, 1932, Capitol Plaza, Presidential Elections)

*«Я обещаю Вам, я обещаю себе, о периоде «Новый Курс» для американского народа».*

В этот период, когда все надежды были исчерпаны, специально разработанная программа, названная метафорическим выражением «Новый Курс», показала свою силу во всех сферах страны. За короткий период уверенность в стране возросла, и Соединенные штаты удачно перетерпели эти сложные годы «Великой Депрессии». Политика «Нового Курса» стала спасительной и новой стратегией, давшей толчок развитию экономики и многих других сфер США. Это метафорическое выражение из локального стало глобальным, в разные периоды, множество стран также пережили свой собственный «Новый Курс». Согласно М.Эдельману, метафорические и метонимические выражения особенно важны в период общественного беспокойства, когда общество нуждается быть убежденным в том, что есть пути решения проблем и правительство этим занимается. И это является еще одной причиной, почему метафорическое выражение «Новый Курс» было удачным [56].

Функционирование данной метафоры мы можем проследить по следующей таблице.

**Таблица 3.1.**



Метафорические и метонимические выражения помогают слушателям воспринимать тексты политической речи, и узнать цель политиков, а также как они соотносят себя с народом, насколько они заинтересованы мнением общества, так как всякий политический текст обладает информативным значением.

Анализируя речь политиков, мы можем заметить, что адресуя свою речь большой аудитории, политики используют в два или больше раз метафорических или метонимических приемов, чем, при адресации речи малой группе. Так как, при обращении к большой группе людей, речь должна охватывать интересы и мнения всей аудитории, поэтому для убеждения и поддержки, политики обращаются к метафорам. Преимуществом речи обращенной к малой группе является то, что здесь обе стороны разделяют общие интересы, и целью политика не является убедить свою аудиторию, они лишь делятся общими интересами.

Метафора ранее считалась приемом литературного языка, особенно поэзии. Но в своих работах, такие лингвисты, как Дж.Лакофф и М.Джонсон, убедительно настояли и доказали что это неправильный подход. Метафоры соответствуют практически всем сферам и всем видам дискурса. Нужно лишь учесть то, что метафорические и метонимические выражения, способны влиять



на понятийную систему человека и на его поведение, поэтому вполне очевиден интерес к метафорическим и метонимическим выражениям не только политиков, но и деятелей многих других сфер [92].

Важные исторические моменты государств, запоминаются путем метафорических или метонимических выражений, которые подобраны так, что охватывают все события и подчеркивают роль и важность данного события в истории государства. Таким образом, центральное место в риторике политиков занимают метафоры и метонимии. Удачно использованная метафора может внести коррективы в исход предвыборной кампании, поменять общественную жизнь, сформировать имидж в мировом сообществе.

Политический дискурс представляет собой отличную и широкую платформу для объяснения общих аспектов человеческого когнитивного механизма, и создает связи между концептами и их лингвистическими репрезентациями различных уровней и различной природы, являющимися структурами знаний. Политический дискурс формирует связи между универсальными и культурными концептами.

Такие образные средства как, метафора и метонимии играют центральную роль в дискурсе. Это особенно заметно в политическом дискурсе, который является наиболее убеждающим и риторическим по своей природе. Метафоры и метонимии помогают создать структуру политической категоризации и аргументации. К тому же они представляют такие структуры знаний как идеология, власть, социальные дифференциации и т.д., и таким образом, концептуализируют политический дискурс.

Целью данной главы является исследование роли и репрезентации идеологии в американском политическом дискурсе. Воспроизводство политической информации является также воспроизводством политического дискурса по причине тесной взаимосвязи между политическими действиями, участием в политических процессах с одной стороны, и коммуникацией и дискурсом с другой. Групповые социальные репрезентации могут быть организованы идеологически. Как мы отметили в предыдущей главе, идеологии

носят общий и абстрактный характер, поскольку для них принципиальной является возможность соотнесения с самыми различными социальными ситуациями в различных социальных сферах.

Уровень абстракций и комплексного контроля социальных знаний предполагают активное обучение на основе моделей опыта и прямого направления. В этой связи, идеологии приобретаются на достаточно позднем этапе развития и значительно различаются по уровню детализации у различных индивидов. Некоторые групповые идеологии являются носителями более обширного корпуса идеологий, чем рядовые участники социальных групп.

Для того чтобы стать членом какой-либо идеологической группы, необходимо воспринимать некоторые идеологические убеждения. Хотя классические работы в области политической идеологии отрицают возможность наличия у субъектов стабильных идеологий, представляя вероятным, что в сферах, где субъекты имеют социальные установки, наподобие тех, которые организуют их повседневную связь, существуют также и идеологии, лежащие в основе данных установок [87, с. 85].

Типичными темами исследований в области политического познания являются: организация политических убеждений, имидж политиков, политические суждения, принятие политических решений, социо-политические отношения, общественное мнение, связанное с репрезентацией и иными ментальными процессами соотносимые с политическими действиями и восприятием и пониманием политики.

Политическое познание в значительной степени связано с анализом социально разделяемых ментальных репрезентаций, формирующих мышление людей в ходе участия в политическом процессе. Наши знания и отношение к политикам, партиям, президентам воспринимается, изменяется или поддерживается посредством восприятия текста и речи в процессах социализации, образования, восприятия информации СМИ и неформальных разговоров. Таким образом, воспроизводство политической информации, как правило, является также воспроизводством политического дискурса, по причине

тесной взаимосвязи между политическими действиями, участием в политических процессах с одной стороны, и коммуникацией и дискурсом с другой. Между тем, изучение политического дискурса может быть теоретически и эмпирически релевантным лишь в том случае, когда структуры дискурса соотносятся с элементами политических структур и процессов. В данном случае уровень политических структур и процессов представляет собой макроуровень политического анализа, в то время как уровень дискурса рассматривается как его микроуровень.

Обращение к дискурсивным и когнитивным средствам воспроизводства социальной власти в обществе, очевидно, означает выход за пределы привычного политического или социологического макро анализа. Политика и медиа, бесспорно, влияют и контролируют друг друга, будучи, в свою очередь, зависимыми друг от друга. Политические и социологические анализы могут быть усилены и уточнены анализом связей и форм классового, группового и организационного управления.

Среди всех видов дискурса, политический дискурс считается наиболее идеологическим. В предыдущей главе мы исследовали, проанализировали общий характер или природу идеологии и пути его выражения в дискурсе. В данной главе, мы постараемся проанализировать и передать особенности политического дискурса, и его роль в формировании мышления, идеологий общества. На самом деле, понятие идеологии в политическом дискурсе отличается от выражения идеологии в академическом, медиа и литературном дискурсе.

Т.Ван Дейк выделяет политический дискурс, так как считает его самым идеологическим. Он определяет идеологию основой социальной репрезентации, и считает понятие идеологии намного широким и либеральным, чем просто социально разделяемой ментальной репрезентацией [137].

Л.Альтюссер предполагал, что идеология не синонимична с реальным миром. Он считал, что реальный мир и реальные условия существования человека находятся за пределами идеологии, идеология не представляет и не



отражает реальные условия человека в реальном мире. С помощью языка, мы строим и передаем многочисленные версии и репрезентации реальности, тем самым создаем различные идеологии, но не различные реальности и не различные репрезентации реальности [36].

С политической точки зрения можно выявить два вида идеологии, которые выражаются в тексте и речи политиков. Первый вид – это профессиональная идеология, которая подчеркивает их деятельность как политиков, и социо-политическая идеология которой они придерживаются как члены различных политических партий или социальных групп. Существуют консервативные политики, социалисты, неолибералы, националисты, расисты и т.д. и все эти идеологии отражаются в дискурсе политиков. В некоторых случаях, может произойти столкновение основных принципов идеологий, представляемых политиками. Иногда политические представители государства предпочитают придерживаться демократических принципов, так как это то, что требуется со стороны демократического консенсуса, хотя с социальной точки зрения они могут представлять идеологию, основанную на принципах неравенства, как например, идеология расизма. Или, например, если политики представляют религиозную партию, их преданность Богу может столкнуться с их привязанностью (преданностью) к демократической идеологии. Другими словами, идеология, дискурс и политика образуют треугольник, который ставит ряд интересных теоретических и аналитических вопросов.

Следует отметить, что политический дискурс это не жанр, а класс жанра, определяемый социальным миром, то есть политикой [119].

Таким же способом, научный дискурс, образовательный дискурс и юридический дискурс представляют классы жанров дискурса относящихся к науке, образованию и закону. Следовательно, государственные указы, парламентские дебаты, речь политиков находятся среди многих жанров относящихся к политике. Политика – это неотъемлемая часть жизни общества, которая влияет на формирование мышления, контролирует и управляет идеологией общества.

Идеологии определяются как важная форма убеждений, мышления разделяемая членами различных групп, это также означает, что политический дискурс – это платформа где политики передают свою идеологическую индивидуальность. Одной из причин того, что современная политическая наука не полностью принимает понятие идеологии, является то, что социальные актеры, то есть политики, могут совмещать в себе комбинацию нескольких идеологий. Такая комбинация идеологий в политике вовсе не совместима с общепринятой теорией идеологии, также как, например, идиосинкразическая речь людей не является отражением против грамматики и структуры языка. Идеология определяется группой людей, а не индивидами. Но, конечно же, основано на их личном опыте и жизненных ситуациях, на членстве различных групп. Индивиды, таким образом, разделяют свои идеологии. Политический и идеологический анализ дискурса обычно основывается на индивидуальный дискурс, поэтому это вовсе не странно видеть влияние различных идеологий.

Одна из интересных задач идеологического анализа политического дискурса – это не только определить различные идеологические ресурсы, а также выявить пути их взаимодействия в создании дискурса. Среди многих видов дискурса, следует отметить идеологию профессиональных групп, которые играют важную роль в повседневной жизни, так они контролируют большую часть нашей жизненной деятельности. Например, журналисты, судьи, учителя, профессора и т.д. Это также относится и к политикам, так как социальная идентичность политиков определяется такими категориями как их деятельность, цель, норма, ценности, отношения с другими группами и т.д.

Идеологическое самоопределение политиков как профессионалов, мы можем классифицировать следующим образом:

- создание личности (профиля);
- деятельность (представитель идей граждан и т.д.);
- цель (управлять страной, городом, и т.д.);
- нормы и ценности (демократическая ценность, честность и т.д.);
- позиция, отношение с другими группами;

– ресурсы (политическая власть, сила).

Если принять во внимания тот факт, что обычно политики критикуют других политиков за то, что «не слышат голос народа», мы можем полагать, что основная деятельность и нормы определения идеологии политиков включает «слушать и слышать голос народа».

Политическая идеология является подтипом и отличается от профессиональной идеологии политиков, так как эта идеология относится ко всем политикам, не принимая во внимание членом какой партии, группы они являются.

Имеются также и социальные идеологии, как например, феминизм, анти-расизм, или религиозная идеология христианского или исламского мира. Эти идеологии также взаимосвязаны с политической идеологией. Господствующей ценностью политики, характеризующей основу идеологии политики, является «демократия», «равенство», как самые важные факторы силы общества. Хотя «демократия» такое доминирующее и консенсуальное понятие, что больше относится к политике, чем идеологии, но она является неоспоримой ценностью жизни общества.

Политический дискурс и его особенности контролируются одной или более основной идеологий, как например, социальным мышлением, отношением с одной стороны, и более индивидуальной ментальной моделью определенных событий, коммуникативных ситуаций с другой стороны.

Связь между идеологией и дискурсом может быть вполне косвенной. Специфичное, особенное отношение, мышление, или личные модели могут быть типом репрезентации, которая взаимодействует между идеологией и структурой дискурса. Это показывает то, что идеологии не всегда бывают объяснимы. Они могут быть скрытными, неявными, могут передаваться в форме мнения об определенных событиях, или же в форме описания события.

Проанализируем идеологические особенности следующих слов Д.Трампа: (The New York Times, September 5, 2016) Mr. Spencer wrote:[83]



*“Immigration is a kind a proxy war – and may be a last stand – for White Americans, who are undergoing a painful recognition that, unless dramatic action is taken, their grandchildren will live in a country that is alien and hostile”.*

*«Иммиграция является своего рода войной и может быть последним этапом для белых американцев, которые переживают болезненное осознание того, что если важное действие не будет принято, их внуки будут жить в стране, которая является чуждой и враждебной».*

Дональд Трамп является представителем партии Республиканцев, и свою речь он адресует иммигрантам, подчеркивая важность этой проблемы для общества США. Этим он показывает социально разделяемое отношение к иностранцам, которое основывается на идеологии расизма. С точки зрения когнитивной репрезентации, он передает “Americans” как позитивный термин, а “Immigrants” негативный, тем самым указывая на опасность и угрозу, которую они представляют для общества США. В целом, этот пример нам показал идеологию лежащую в основе отрицательно передаваемом выражении “Immigrants” (иммигранты), тем самым подчеркивая угрозу не только обществу США, но и всей Европе.

Политический дискурс и, следовательно, политические действия (как например, поддержка государства, противостояние оппозиции и т.д.) могут создать основу их связи, доверия, законности, которые основаны на общие идеологические принципы.

С другой стороны, политика практически всегда имела приоритет над идеологией. В политических ситуациях, многие политики, сторонники различных партий, больше внимания уделяет на число своих избирателей, чем на свои идеологические принципы. Для того чтобы стать членом какой-либо идеологической группы необходимо принимать некоторые идеологические убеждения.

Работы в области политической идеологии и некоторые направления социальной психологии также отрицают возможность придерживания стабильных идеологий у политиков, так как они имеют социальные установки,

согласно которым строят, организуют свою повседневную деятельность, и, конечно же, идеологии которые лежат в основе данных установок.

Политический контекст, следует определять в терминах когнитивных моделей участников коммуникативных событий. По сути, данные модели представляют собой субъективные и оценочные репрезентации, как самого субъекта коммуникативной ситуации, так и других ее участников дискурсивно-релевантных категорий, таких как:

- общественная сфера (политика);
- общее социальное действие (законодательная деятельность);
- текущие обстоятельства (обсуждение законопроекта);
- текущие интеракции (политические дебаты);
- жанр дискурса (речь);
- политические роли участников (спикер, член парламента, член оппозиции т.д.);
- когнитивные характеристики участников (идеологии, политические убеждения, цели, знания и т.д.).

Эти категории формируют схему, определяющую структуру модели контекста коммуникативных событий участников. Иными словами, политический дискурс, в первую очередь, зависит не от темы и стиля, а от того кто говорит, кому говорит, что говорит в какой ситуации и с какой целью. Другими словами, политический дискурс считается политическим, поскольку его функции реализуются непосредственно в ходе политического процесса [95]. Кроме того, Фуко говорит не столько о реальной практике письма и речи, сколько о дискурсивной практике как системе анонимных исторических правил (1989), что представляет собой ход, сводящий понятие практики к его привычной противоположной структуре. Некоторые исследователи Фуко предупреждали, что Фуко подчеркивает политическую полезность и критическую способность анализа дискурса как мощного средства, позволяющего создавать формы критики и сопротивления, даже когда его метод интерпретируется в «дескриптивистской» манере и превращается в своего рода диагноз культура и

общество, позволяя только характеризовать множество исторических явлений. Дискурс настолько тесно связан с режимом власти, что обеспечивает воспроизводство социальной системы через формы отбора, исключения и доминирования.

Как указывалось ранее, Н.Феркло разрабатывает трехмерную основу для анализа дискурса. Первое измерение – это дискурс как текст – он относится к языковым особенностям, таким как выбор словаря (выражение, метафоры), грамматики (транзитивность, модальность), связность (союзы) и структура текста [60].

Второе измерение – это дискурс как дискурсивная практика – он относится к производству, распространению и потреблению текстов. Это означает, что при анализе грамматики, словарного запаса или структуры текстов внимание уделяется речевым актам, связности и интертекстуальности – аспектам текста, которые связывают его с контекстом.

Третье измерение – это дискурс как социальная практика, подразумевающая идеологические эффекты и гегемонистские процессы, в которых участвует дискурс. Такая концептуализация дискурса подчеркивает взаимную детерминацию и связь части и целого, микро – и макроуровней, что помогает сформировать эту модель в рамках теории идеологических процессов, поскольку дискурс рассматривается с точки зрения гегемонистских процессов и изменений в гегемонии.

Политический дискурс является ключевым понятием в политической риторике, с главной мишенью – политической властью, неотделимой частью которого является аргументация, поскольку для привлечения аудитории на свою сторону необходимо четко уметь обосновывать свою точку зрения, уверить их в своей правоте. Решительная речь стимулирует, меняет или укрепляет существующее мнение, побуждает адресата к действию.

Согласно нашей главе, мы можем отметить, что различные идеологии могут быть выражены одновременно, и могут одновременно относиться к различным контекстам.



С политической точки зрения, профессиональная идеология, контролирует отношения, убеждения, практику и дискурс политиков и то, что им следует и не следует делать. Взаимодействие консервативной и либеральной идеологий, является показателем того, кто принадлежит США, а кто нет, тем самым указывая на идеологию национализма и расизма.

Одной из функций идеологии является узаконить власть господствующего класса в обществе, в конечном счете, идеи, преобладающие в обществе – это идеи господствующего класса.

### **3.3. Пути вербализации идеологии в американском художественном дискурсе**

В литературе, как и в политике или теологии, идеология занимает важное место, и ее невозможно проглядеть или игнорировать. Во многих литературных теориях или критиках, указывается общепринятое определение «идеологии», идеология – это совокупность убеждений и идей.

Ценность литературы заключается в том, что она воплощает энергию общества, писатель не принимает мир за веру, а пересоздает его. Литература, в свою очередь, является продуктом социального сознания, видением мира.

В данной подглаве, мы постараемся проанализировать взаимосвязь идеологии с художественной литературой. В этой связи мы рассмотрим роман американского писателя XX века Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби».

Причина нашего выбора заключается в том, что Скотт Фицджеральд является одним из самых ярких представителей американской литературы, и данное его произведение вобрало в себя весь колорит американского образа жизни XX века. Что же касается романа «Великий Гэтсби», то он является примерным произведением с этой точки зрения.

До настоящего времени, в литературе шли дебаты о том, что на самом деле является реальностью и в чем главная роль и функция литературы в жизни общества. Исследования того, существует ли связь между идеологией и литературой, продолжаются по сей день. В нашей работе мы постараемся определить и указать

связь между идеологией и литературой, а также роль и важность литературы в формировании и управлении идеологий общества.

В своей книге «Идеология» Тери Иглтон (ведущий британский литературовед), указал на то, что невозможно дать одно определение «идеологии», так как никто пока не пришел к единому определению идеологии, и его книга также не является исключением. Он также отметил, что термин «идеология» совмещает в себе множество значений и поэтому трудно собрать все его значения в одно определение [57, с. 120].

Согласно мнению А.Грамси, идеология не должна восприниматься только как совокупность идей, так как идеология создается и управляется доминирующим классом для поддержки своих интересов. В этом случае, идеология распространяется и прививается контролирующим или господствующим классом, и так становится частью образа жизни, мышления общества. Все привычки, убеждения, вера, со временем порождаются идеологией, и со временем кажутся естественными и обычными [72, с. 50].

Язык, лингвистика, идеологическое сложение и формирование являются главными и фундаментальными принципами реальности в интерпретации Ж. Лакана. Согласно его концепции, участие или вовлечение личности в понятие общества и социальный порядок определяются лингвистической моделью, языком или посредством идеологической структуры. И эти идеологические структуры, согласно Ж.Лакану, играют неотъемлемую роль в формировании нашего знания, а также обуславливают нашу сознательную и несознательную жизнь. Только посредством языка личность может иметь возможность создать отношения, воспринимать и передавать информацию. Ж.Лакан подчеркивает важность языка, а также считает, чтобы правильно и точно понять или передать информацию, нам нужен многосторонний подход для анализа общества в целом, то есть с социальной, экономической, политической и идеологической точки зрения [77].

Научная литература, посвященная изучению дискурса, пестрит высказываниями о семантике текста и способах его интерпретации. Следует

отметить, что исследователи семиотической структуры Ю.Лотман, Р.Барт и У.Эко, высказывали, что, в первую очередь, стоит уделить особое внимание способам восприятия и интерпретации текста. Р. Барт, исследователь структуры художественного текста, высказал следующую мысль: «наша цель – осознать, представить себе, прочувствовать смысловую множественность текста, открытый характер процесса формирования смысла» [58, с. 308].

У.Эко указывает на замысел как на важный феномен, ограничивающий нарастание множественности текстуальных смыслов и их интерпретаций. Речь идет не только о замысле адресанта, но и о смысле самого текста, преграды, воздвигаемые авторским намерением, ограничивают беспредельное множество истолкований [58].

Художник Анри Матисс заметил, что искусство несет печать своей исторической эпохи, а великое искусство наиболее глубоко отмечено этой печатью. Многие мыслители старались рассматривать литературные произведения с точки зрения истории.

Литературные произведения – это не плод мистического воображения и их невозможно объяснить только посредством психологии автора. Это формы восприятия, особые способы видения мира, и в этом качестве они связаны с доминирующим мировоззрением, т.е. с «общественным настроением» или идеологией эпохи. Идеология эта, в свою очередь, есть продукт конкретных социальных отношений, в которые вступают люди в конкретное время и в конкретном месте, то, как классовые отношения переживаются, узакониваются и продолжают. Понять произведение означает, прежде всего, осознать отношения между идеологическими мирами, в которых они пребывают, отношения, которые проявляются в стиле, образах. Идеология общества никогда не бывает простым отражением идей преобладающего класса, а наоборот, это сложное явление, которое включает в себя противоречащие взгляды на мир.

Фр. Энгельс в своей работе «Людвиг Фейербах и конец классической философии», отмечал, что литература, по сравнению с политической и



экономической теорией, «непрозрачно», поскольку в ней идеология не представлена в ясном виде [118].

Идеология – это, в первую очередь, не набор доктрин. Идеология обозначает стиль, способы, которыми люди проживают свои роли в обществе, ценности, идеи, образы, которые привязывают их к социальным функциям, и таким образом, препятствуют их пониманию общества как целого. Литературные произведения – это выражение идеологий своего времени и являются отражением господствующих идеологий.

Более ясный разбор отношений между литературой и идеологией был предложен французским философом А.Альтюссером, утверждающим, что искусство не может быть сведено к идеологии, так как оно имеет к ней определенное отношение. Идеология обозначает те воображаемые способы, посредством которых люди постигают мир, предоставляемый литературой. Литература позволяет нам «увидеть» природу идеологий, и тем самым приближает нас к пониманию идеологии, которое дает научное знание [14, с. 60].

М.Пешо, в своей работе: «К теории литературного производства» различает «иллюзию» и «вымысел». Иллюзия – это обыденный идеологический опыт человека, то есть материал, который писатель трансформирует в нечто иное, придает ему форму и структуру [104].

В данной подглаве, как было отмечено выше, для анализа идеологии в американском литературном дискурсе, мы выбрали произведение Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби». Это произведение передает разнообразие таких социальных, политических, идеологических тем, как: справедливость, сила, жадность, предательство, «американская мечта» и т.д.

По мнению известного современного критика Джона Олдрижа: *«Великий Гэтсби – одна из последних попыток американского писателя выразить сущность американской жизни 20-х годов»*. Это живой роман, основанный на действительности. [82]

Данное произведение считается блестящим примером социальной жизни Америки в 1920-е годы. С.Фицджеральд очень ясно и аккуратно разделил роман на

определенные группы, и каждая группа борется со своими проблемами, тем самым напоминая о том, каким же опасным, рискованным, ненадежным является, на самом деле, мир. Создавая отличные социальные классы, С.Фицджеральд старался передать сообщение об элитизме, который присутствовал во всех слоях общества Америки 1920-х годов.

Повествование романа ведется от имени Ника Каррауэя, для которого важны и ценны такие качества личности, как, духовное богатство человека, честность, достоинство. Для многих читателей он, наряду с Гэтсби, является главным героем романа. Действующие лица романа представляют не более чем ряд отчетливо выраженных позиций, фигур, основанных на моральные абстракции и передающие взгляд на стиль американской социальной жизни.

Следует отметить очевидную связь между мечтой Гэтсби и мечтой общества Америки. С.Фицджеральд посредством Гэтсби сурово критиковал мечту и рвение общества в поисках роскошной жизни. Этим своим произведением он как будто старался изменить или же исправить неправильное представление членов общества Америки об американской мечте. Главной задачей С.Фицджеральда, как считают критики, было показать идеалиста по природе, и чем выше он поднимается на верхние ступени социальной иерархии, тем больше терял идеализм в глазах читателя.

Джон Каллахан, автор книги «Иллюзии нации. Миф и история в произведениях Скотта Фицджеральда», согласился с исследованиями Фицджеральда, которые были целенаправленны в сердце Американской идеологии. В романе мечта носит двойной характер, с одной стороны романтический, несомненно, красивый, но в то же время нелепый, ущербный и т.д. Двойственность характера американского общества автор старался передать посредством персонажа Великий Гэтсби. Главной задачей и целью автора было передать свое недовольство и повлиять на мышление и идеологию общества.

Язык и стиль Фицджеральда отражает то, как он видит Американскую мечту, ее идеологию, ее характер и тем самым указывая на ее противоположность и искажение реальности. Общество воспринимало американскую мечту как обещание

свободы: свободу от гонений, преследований, несправедливой враждебности, войны, и в то же время свободу для продвижения вперед и достижения успеха. Посредством языка произведения Фицджеральда показали, насколько идеология общества 20-х годов искажена, повреждена «подавлениями», так как даже если общество является целым, единым, его члены социально и эмоционально изолированы друг от друга. Примером этому служит описание Ником дружбы Тома и Дэйзи, где он говорит:[66,с. 85]

*“Two old friends whom (he) scarcely knew at all”.*

*«Два старых друга, которые едва знали друг друга».*

Согласно данному примеру, автор пытался передать свои наблюдения и выводы общества, где все разделены и оторваны друг от друга своими амбициями и стараются притеснять, подавлять других, для достижения своих индивидуальных целей.

Главная тема романа «Великий Гэтсби» – это «общество» и «классы». В романе описываются три социальных класса «old money», «new money», «no money». Война между классами описывается посредством Гэтсби и Тома, их стремлением к Дэйзи. Указывая на социальные классы, автор уделял внимание не только на финансовое положение, но и на их культуру, образование, и статус в обществе. С.Фицджеральд в своем романе описывает красочный, кричащий богатством, незабываемый Нью-Йорк, а также светский мир богатств, интриг, стремление к элите.

В 1920-е годы США переживала период расцвета, когда нефть стала главным ресурсом прибыли экономики. Для Фицджеральда американская мечта – это абсурд и искажение желаний членов общества. Этот красивый, изящный, но в то же время ущербный аспект идеологии и мышления, автор передал посредством Гэтсби, который стал для многих читателей эмблемой «американской мечты». Жизненная идеология Гэтсби передает глубокую внутреннюю раздвоенность «американской мечты». Корни этой двойственности связаны с историей Америки, которая вобрала в себя идеологию свободы, независимости, а также идеи материального благополучия и власти.



В своем романе автор пытался передать идеи аморальности, нравственного и духовного краха общества, где превалируют такие ценности как деньги, власть богатых, безнравственность.

С.Фицджеральд глубоко осознавал всю тонкость аморальности, бесчеловечности отношений, идеи «равных возможностей» и «безграничной свободы» составляющих основу «американской мечты». В своем произведении «Великий Гэтсби», автор изменил понятие «американской мечты» в «американскую трагедию». В период своего творчества С.Фицджеральд верил в создание общества «безграничных возможностей», общества подчинившего себе обстоятельства и добившееся успеха. Со своей точки зрения, я полагаю, что тем самым он старался исключить (устранить) стереотипы и социальные слои общества, и создать общество, в котором присутствуют равенство, гармония, где нет рвения к достижению «американской мечты». В своей личной жизни, автор, как и Великий Гэтсби, был влюблен в девушку из богатой семьи. Центральной темой романа является война между иллюзией и реальностью. Гэтсби старался и боролся заново создать и изменить прошлое. И когда Ник, выражая свое недовольство отношением Гэтсби, сказал: «*You can't repeat the past*» – «Ты не можешь повторить прошлое», Гэтсби ответил: «*Why; of course you can!*» «Почему? конечно же, смогу».[66]

В тот момент, в погоне за будущим, он не осознал что прошлое уже позади, но как мы указали ранее в примере, он сожалел и понимал, что не может быть будущего без прошлого. Позднее он сам осознает, что слепое следование идеалам «американской мечты» приводит к деградации личности, разрушению и краху человека, поставившего свою деятельность на службу этическим нормам «преуспевания». Лишенный стойкой внутренней сопротивляемости идеологии буржуазной морали с ее ложной этикой, писатель постоянно расплачивался за стереотипность суждений и легенду о ней, что не могло не сказаться на его творчестве.

В названии романа «Великий Гэтсби» присутствует ирония С.Фицджеральда, так под словом «великий», автор указывал не на «величие Гэтсби», а на то, насколько

«велика» его мечта, носящая двойственный характер, с одной стороны – наивность и простодушие, а с другой – аморальность и преуспеяние.

В погоне за своей мечтой Гэтсби осознает крушение мечты и иллюзий, которые вскрыли нравственную несостоятельность не только самой «мечты», но и всего американского общества, где идеология общества полностью зависит или подчинена материальному благополучию. В заключительной главе, Гэтсби сам критикует величественность американской мечты [66, с. 107].

Описывая Дэйзи, Гэтсби отметил: *“Her voice is full of money”*.

*«Ее голос полон денег»*

Ник подтвердил слова Гэтсби

*“High in a white palace the king's daughter, the golden girl...”*

*«Высоко в белом замке дочь короля, золотая девочка ...»*

*“Gatsby wants to go back to the west end and the past, whereas he seems to belong to the East. As a successful businessman he should be oriented towards the future. His ideology should be faithful to the American dream from rags to riches, and no looking back. Parts of him follow that model, but once he has reached the top, his former palace and time seem preferable.”*

*«Гэтсби хотел вернуться на запад и в прошлое, принимая тот факт, что он относился к востоку. Как успешному бизнесмену, ему следует стремиться в будущее. Его идеология должна быть верной американской мечте, из грязи в князи, не вспоминая прошлое. Часть его следовала этой модели, но, несмотря на достижение цели, бывший дворец и время казалось предпочтительнее».*

*“Gatsby believed in the green light, the orgiastic future that year by year recedes before us. It eluded us then, but that's no matter – tomorrow we will run faster, stretch out our arms farther... And one fine morning-so we beat on, boats against the current, borne back ceaselessly into the past».*

*«Гэтсби верил в зеленый свет, в безумное будущее, которое с каждым годом отдаляется от нас. Оно ускользает от нас, но несмотря на это, завтра мы будем бегать быстрее, вытягивать наши руки дальше ... И в одно прекрасное утро мы*

налегая на весла лодки будем плыть против течения, и будем нестись обратно в прошлое».

Этот параграф передает всю идеологию романа – неизбежность от прошлого. Гэтсби, в конце романа, несмотря на всю роскошь своей жизни, хотел вернуться в прошлое. В повествовании Ника, неизбежность, связанная с прошлым и настоящим, а также стремительное рвение вперед являлось лишь иллюзией. Идеи того, что американская мечта – это будущее и стремление к богатству, в конце романа отвергается и самим Гэтсби [66, с. 23].

*“The future is not some American dream, but a rekindling of the past”.*

«Будущее – это не осуществление американской мечты, а возрождение прошлого».

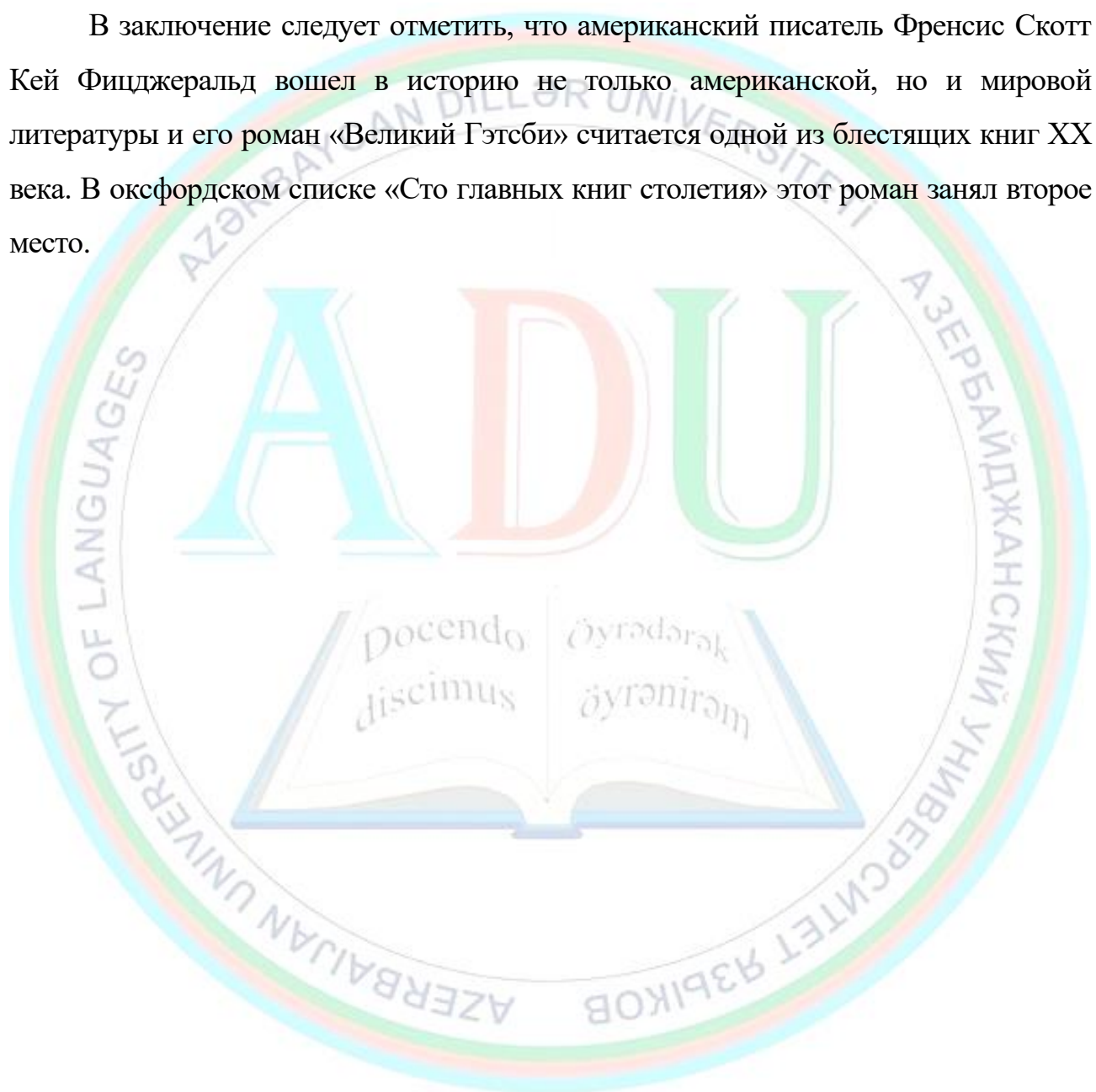
Это предложение еще раз показывает, что роман был создан для критики и выражения недовольства доминирующей идеологии 20-х годов в американском обществе. Где члены общества, в образе Гэтсби, в погоне за богатством забывали нравственные ценности, тем самым создавая абсурдную идеологию, которая преследовала американское общество на протяжении недолгого времени.

Первой и основной группой, которую критиковал С.Фицджеральд, были богатые, то есть элита. Автор также считал, что в формировании идеологии общества, элита, политики, знаменитости играют решающую роль. И в искажении морали и нравственных ценностей американского общества автор видел виноватыми именно эту группу людей. В романе, он также делил богатых на две группы, первую группу он называл “old money”, т.е. семьи у которых предки также были богатыми, и наследство передавалось из поколения в поколение. Вторую группу он называл “new money”, т.е. люди, разбогатевшие в 20-е годы, и, несмотря на их финансовое состояние, в обществе богатых их не принимали и считали не достойными для членства. С.Фицджеральд, как и многие другие писатели Америки XX века, посредством романа, описали общую картину общества Америки. Показали наличие неравенства, дискриминации, стараясь тем самым выразить свое недовольство состоянием общества, которое царило в 1920-е годы.



В период своего творчества для С.Фицджеральда всегда было важным повлиять или хотя бы немного изменить идеологию, нравственность и мышление американского общества. Верность общечеловеческим ценностям позволили его произведениям стать в один ряд с творениями таких великих американских писателей как Э. Хемингуэй, Т. Драйзер, Т. Вульф.

В заключение следует отметить, что американский писатель Френсис Скотт Кей Фицджеральд вошел в историю не только американской, но и мировой литературы и его роман «Великий Гэтсби» считается одной из блестящих книг XX века. В оксфордском списке «Сто главных книг столетия» этот роман занял второе место.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящая диссертационная работа посвящена всестороннему анализу концепта «идеологии» в американском дискурсе, а также анализу путей вербализации идеологии в политическом, художественном и медиа дискурсах.

Проанализировав американский дискурс, дав описание его важнейших свойств и особенностей, указав на значимость исследования данного концепта для современного языкознания, а также рассмотрение научной литературы и анализ различных политических, художественных и медиа материалов способствовали заключению следующих выводов.

1. Критический дискурсивный анализ – это вид аналитического исследования дискурса, исследующий пути социального злоупотребления властью, доминирования, социального неравенства, дискриминации, которые передаются посредством социальных и политических контекстов. В критическом дискурсивном анализе аспект, о котором нельзя забывать, и который является важным звеном – это общество.

Главная цель критического дискурсивного анализа – это исследование дискурсивного влияния на формирование идеологии общества. Критический дискурсивный анализ – это сложившееся научное течение, обладающее всеми факторами академической дисциплины.

2. При изучении дискурса, в первую очередь, нужно исследовать ментальную модель, процесс, а также определить правила и конвенции социального знания общества. Дискурс – это система знаний, которая информирует социальные слои, и в следствии образует силу общества. Дискурс является активным звеном при построении общества, и в тоже время зависит от общества. Следовательно, большое внимание лингвистов к политическому, художественному и медиа дискурсу, безусловно, продуктивно и дает возможность лучше разъяснить теорию дискурса, и более того, исследовать и понять вербальную коммуникацию.

3. Идеология является главным аспектом организации социального восприятия между членами различных социальных групп, организациями и т.д. Идеология является и социальной и когнитивной категорией. Когнитивная репрезентация передается посредством дискурса и действия, а социальная репрезентация указывает на социальный статус и интересы различных социальных групп. Социально разделяемое знание – это основа социальной репрезентации, и если идеология является основой репрезентации, то и знание идеологически основано. Идеология – это система взглядов социального восприятия, которые образуются согласно социо-культурным ценностям и организуются на основе идеологических идей.

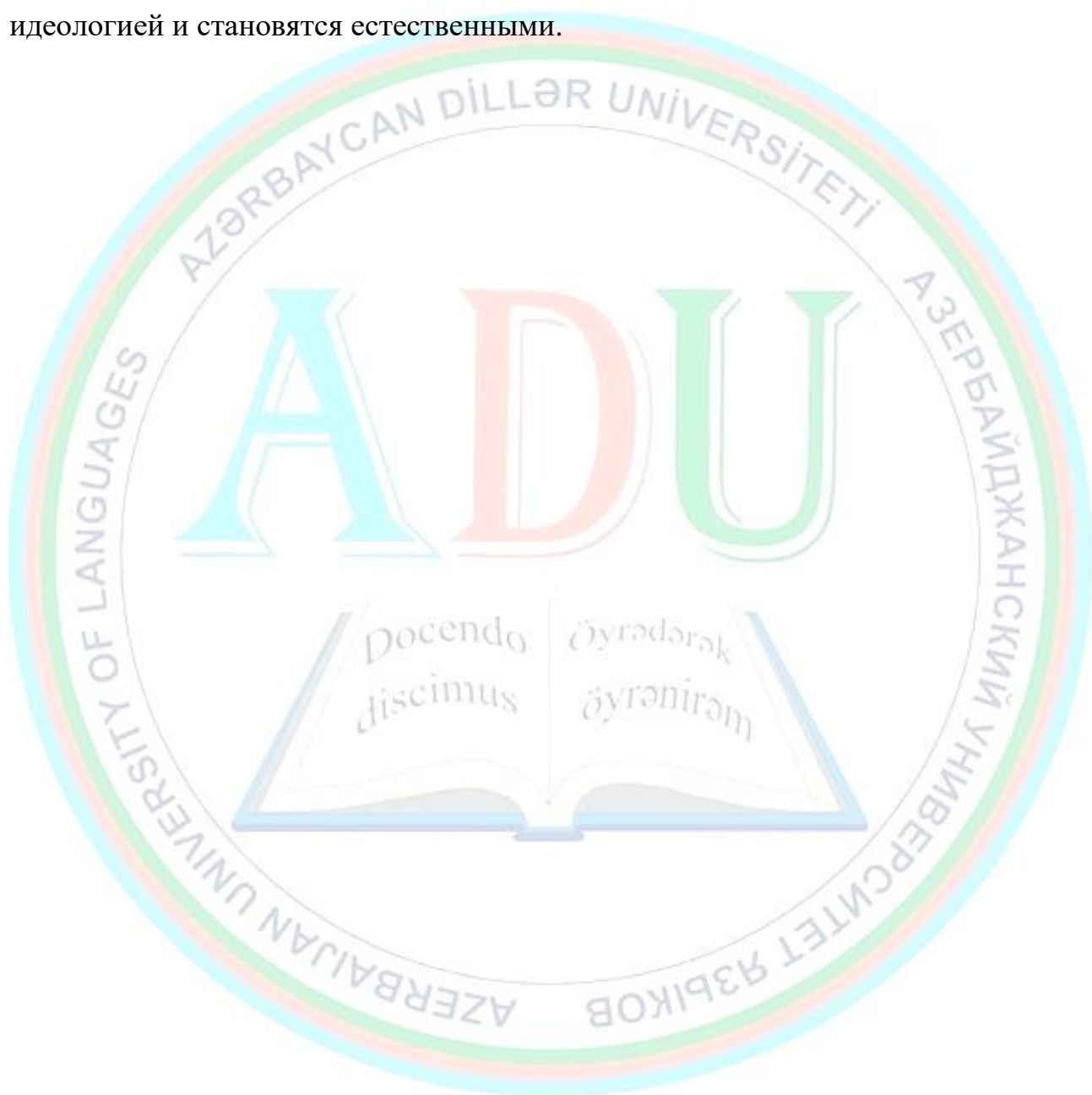
4. В нашей работе, мы проанализировали пути вербализации идеологии в американском политическом дискурсе. Согласно анализу, американский политический дискурс является: сложным коммуникативным феноменом, отображающей и манипулирующей средой идеологий, сознанием общества, когнитивным процессом, так как связан с трансформацией знаний и формированием новых знаний. Как институциональный тип дискурса, политический дискурс представляет собой отличную и широкую платформу для объяснения общих аспектов человеческого когнитивного механизма, и создает связи между концептами и их лингвистическими репрезентациями различных уровней и различной природы, являющимися структурами знаний.

5. Следующий вид анализа американского дискурса – это медиа дискурс, являющийся значимой платформой для вербализации данного концепта, так как идеология является самоочевидной основой социального восприятия. В связи с этим мы считаем, что данный тип дискурса привлекает особый интерес, так как он культурно и идеологически мотивирован. Согласно данному подходу, идеологию можно представить как «схему», по которой доминирующие группы имеют определенную позицию в социальной сфере.

6. В нашей работе, для анализа путей вербализации концепта «идеологии» в американском художественном дискурсе, мы выбрали произведение американского писателя XX века Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби», так



как данное произведение вобрало в себя весь колорит американского образа жизни XX века. Анализируя данное произведение и его героев, мы подчеркнули тот фактор, что идеология распространяется и прививается контролирующими и господствующими классами и так становится частью образа жизни, мышления общества. Все убеждения, вера, мышления со временем порождаются идеологией и становятся естественными.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### *Azərbaycan dilində:*

1. Abdulla, K.M. Dilçiliyə səyahət və yaxud dilçi olmayanlar üçün dilçilik / K.M.Abdulla. – Bakı: Mütərcim, – 2010. – 200s.
2. Abdullayev, Ə.Ə. Aktual üzvlənmə, mətn və diskurs / Ə.Ə.Abdullayev. – Bakı: Xəzər Universiteti Nəşriyyatı, – 2011. – 272 s.
3. Abdullayev, Ə.Ə. Koqnitiv dilçiliyin əsasları / Ə.Ə.Abdullayev. – Bakı: Sabah, – 2006. – 208 s.
4. Abdullayev, Ə.Ə. Mətni anlama modelləri / Ə.Ə.Abdullayev. AR AMEA, – Bakı: Səda, – 1999.
5. Məmmədov, A.Y. Diskurs tədqiqi. Dərs vəsaiti. / A.Y.Məmmədov, M.M.Məmmədov. – Bakı: BDU nəşriyyatı, – 2013. – 78 s.
6. Məmmədov, A.Y. Diskurs təhlilinin koqnitiv perspektivləri / A.Y.Məmmədov, M.Y.Məmmədov. – Bakı: Caşloğlu, – 2010. – 96 s.
7. Məmmədov, A.Y. Mətn yaradılmasının formal əlaqə vasitələri sistemi / A.Y.Məmmədov. – Bakı: Elm, – 2002.
8. Veysəlli, F.Y. Dil, cəmiyyət və siyasət / F.Y.Veysəlli. – Bakı: Mütərcim, – 2004. – 350 s.
9. Veysəlli, F.Y. Dilçiliyin əsasları / F.Y.Veysəlli. – Bakı: – Mütərcim, – 2013. – 420 s.
10. Veysəlli, F.Y. Diskurs təhlilinə giriş / F.Y.Veysəlli. – Bakı: Təhsil, – 2010. – 141 s.
11. Veysəlli, F.Y. German dilçiliyinə giriş / F.Y.Veysəlli. – Bakı: Mütərcim, – 2011. – 408 s.
12. Yunusov, D.N. German dilləri ixtisası üzrə materiallar toplusu / D.N.Yunusov, L.M.Cəfərova. – Bakı: Mütərcim, – 2014. – 208 s.

### *Rus dilində:*

13. Барт, Р. Семиотика: Поэтика / Р.Барт. – Москва: Прогресс, – 2000. – 250 с.
14. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Взаимосвязь «дискурс – общество»: когнитивный подход к критическому дискурс-анализу // - Екатеринбург: Современная политическая лингвистика, - 2006. - 123-136 с.
15. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика / Р.Водак. – Волгоград: Перемена, – 2007. – 225 с.
16. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. / И.Р.Гальперин. – Москва: Наука, – 1981. – 140 с.
17. Гумбольдт, В.Фон. Избранные труды по языкознанию. / В.Фон Гумбольдт. – Москва: Наука, – 2000. – 400 с.
18. Дейк, Т.А. ван. (пер. с англ. И. Ф. Ухвановой) Язык и идеология: к вопросу о построении теории взаимодействия. Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов // Минск; БГУ – 2000, – 54-60 с.
19. Дестют, Де Траси. Основы Идеологии. Идеология в собственном смысле слова / Де Траси Дестют. пер. с фр. Д.А.Ланина – М.: Академический Проект; Альма Матер, – 2013. – 334 с.
20. Жуков, И.В. Критический анализ дискурса печатных СМИ: особенности освещения конфликта / И.В.Жуков. – Тверь, – 2002. – 57с.
21. Зимняя, И.А. Исследование речевого мышления в психолингвистике / И.А.Зимняя. – Москва: Наука, – 1976. – 240 с.
22. Ирхин, Ю.В. Дискурс-анализ: сущность, подходы, методология, проектирование / Ю.В.Ирхин. – Москва; – 2014. – 128 с.
23. Карасик, В.И. Лингвистика текста и анализ дискурса / В.И.Карасик. – Волгоград, – 2004. – 36 с.
24. Кибрик, А.А. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания, – Москва, – 1994. – с.126-139
25. Лотман, Ю. Структура художественного текста / Ю.Лотман. СПб: Искусство – СПб, – 2000. – 285 с.



26. Лурия, А.Р. Язык и сознание. / А.Р.Лурия. – Москва: Изд. Питер, – 2019. – 316 с.
27. Рахимова, М.В. Американская модель популярной культуры // М.В.Рахимова. – Москва: Знание, – 2007. – 216-220 с.
28. Ревзина, О.Г. Дискурс и дискурсивные формации в критике и семиотике. / О.Г Ревзина /, – Новосибирск, – Критика и семиотика. Вып.8. -2005. – с. 66-78
29. Сеидов, С.И. Феноменология творчества: История, парадоксы, личность. / С.И.Сеидов. – Баку: Чашыюглу, – 2009. – 304 с.
30. Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов / А.И.Соловьев. – М.: Аспект Пресс, – 2000. – 559 с.
31. Фуко, М. Археология знания / М.Фуко. СПб: Гуманитарная Академия, – 2004. – 416 с.
32. Шевченко, А.Ю. Дискурс-анализ политических медиа-текстов. Политические исследования / А.Ю.Шевченко. – Москва, – 2002. – 23с.
33. Щерба, Л.В. Языковая система и речевая деятельность. / Л.В.Щерба. Л.: - Ленинград: Издательство «НАУКА», – 1974. – 428 с.

*İngilis dilində:*

34. Abdullayev, A. Discourse Analysis and Theme Development // PC; Technical University of Berlin, – Germany, – 2003.
35. Ahrens, K. Analysing Conceptual Metaphors in Political Language. In: Politics, Gender and Conceptual Metaphors / K.Ahrens. – London: Palgrave Macmillan, – 2009. – 275 p.
36. Althusser, L. Ideology and Ideological State Apparatuses / L.Althusser. – USA: Verso Publications, – 2014. – 273 p.
37. Bernecker, S. Knowledge: Readings in Contemporary Epistemology/ F.I.Dretske. – Oxford, Oxford University Press, – 2000. – 608 p.

38. Blackledge, A. Discourse and Power in a Multilingual World / A.Blackledge. – Amsterdam Philadelphia: John Benjamins, – 2005. – 252 p.
39. Blommaert, J. Discourse: A Critical Introduction (Key Topics in Sociolinguistics) / J.Blommaert. – New York, – USA. Cambridge University Press – 2005. – 314 p.
40. Blommaert, J. The Sociolinguistics of globalization / J.Blommaert. – Cambridge University Press, UK, – 2010. – 229 p.
41. Bloor, M. The Practice of Critical Discourse Analysis: An Introduction / M.Bloor, T.Bloor. – London: Hodder Arnold, – 2015. – 216 p.
42. Boldyrev, N.N. Categories as a Form of Knowledge Representation in Language. In: Issues of Cognitive Linguistics / N.N.Boldyrev. Russia : Cognitive Studies of Language, IV, – 2005. – 16-40 p.
43. Bourdieu, P. Cultural reproduction and social reproduction, Knowledge, Education and Cultural change / P.Bourdieu. – London. – 2000. – 42 p.
44. Bourdieu, P. Language and Symbolic Power. / P.Bourdieu. – Cambridge: Polity Press, – 1988. – 320 p.
45. Britton, B.K. Models of Understanding Text. / B.K.Britton, A.C.Graesser (eds). – Mahwah, NJ: Erlbaum, – 1996. – 376 p.
46. Campbell, N. American Cultural Studies: An Introduction to American Culture. / N.Campbell, K.Alaisdar. 2<sup>nd</sup> edition. – London: Routledge, – 2012. – 337 p.
47. Canagarajah, S.A. Resisting linguistic Imperialism in English Teaching / S.A. Canagarajah. – Oxford: Oxford University Press, – UK. – 1999. – 216 p.
48. Cap, P. Applying Cognitive Pragmatics to Critical Discourse Studies // Journal of Pragmatics, – Elsevier Science, – 2014. – p.16-30
49. Chilton, P.A. Politics as text and talk: analytic approaches to political discourse / P.A.Chilton, C.Schaffner. – Amsterdam: John Benjamins, – 2002. – 246 p.
50. Chilton, P.A. Analysing Political Discourse: theory and practice/ P.A.Chilton. – London: Routledge, – 2004. – 329 p.
51. Chilton, P. Language, Space and Mind: The Conceptual Geometry of Linguistic Meaning/ P.A.Chilton. – London: Cambridge University Press – 2014. – 353 p.

52. Chouliaraki, L. Discourse in late modernity: rethinking critical discourse / L.Chouliaraki, N.Fairclough. – Edinburgh: Edinburgh University Press, – 1999. – 166 p.
53. Crystal, D. English as a Global Language / D.Crystal. – USA: Cambridge University Press – 2012. – 224 p.
54. Dijk, T.A. Ideology. An Interdisciplinary approach / T.A.Dijk. – London: Sage Publications, – 2000. – 366 p.
55. Dye, T.R. Power and Society / T.R.Dye, B.C.Harrison. – Belmont, CA: Thomson/Wadsworth, – 2005. – 420 p.
56. Edelman, M. Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence / M.Edelman. – New York: Academic Press INC, – 2013. – 65 p.
57. Eagleton, T. Ideology, Introduction to Ideology / T.Eagleton. – London: Verso, – 2007. – 268 p.
58. Eco, U. Kant and The Platypus; Essays on language and Cognition / U.Eco. – USA, Florida: First Harvest, – 2000. – 453 p.
59. Eco, U. The role of the reader. Explorations in the semiotics of text / U.Eco, I.Enkvist. USA : Indiana University Press;, – 1979. – 288 p.
60. Fairclough, I. Political Discourse Analysis / I.Fairclough, N.Fairclough. – USA: by Routledge, – 2012. – 263 p.
61. Fairclough, N. Critical discourse analysis; the Critical Study of Language / N.Fairclough. – London: Longman, – 2013. – 582 p.
62. Fairclough, N. Analysing Discourse, textual analysis for social research / N.Fairclough. – NY, USA: Routledge, – 2003. – 264 p.
63. Fairclough, N. Language and Power / N.Fairclough. – New York, USA: Routledge, – 2013. – 225 p.
64. Fetzer, A. The multilayered and multifaceted nature of political discourse. In: The pragmatics of political discourse. Explorations across cultures // A.Fetzer. – Amsterdam: John Benjamins, – 2013. – 1 - 18 p.
65. Fiske, S.T. Social Cognition. / S.T.Fiske, S.E.Taylor. – New York: McGraw-Hill, – 1991. – 608 p.



66. Fitzgerald, S. *The Great Gatsby* / S.Fitzgerald. Last edition – New York, USA, – 2016. –126 p.
67. Flick, U. *The Psychology of the Social.* / U.Flick (ed.). – Cambridge; New York Cambridge University Press, – 1998. –300 p.
68. Foucault, M. *Archeology of Knowledge* / M.Foucault. – New York: Patheon book, – 2004. – 239 p.
69. Foucault, M. *Discipline and Punish* / M.Foucault. – USA: Vintage Books edition, – 2005. – 326 p.
70. Francis, B. *Theory of ideology and Culture, Knowledge is Power* / B.Francis. – USA, – 2014. – 42 p.
71. Gee, J.P. *An Introduction to Discourse Analysis* / J.P.Gee. – New York, USA: Routledge, – 2014. – 176 p.
72. Gramsci, A. *Hegemony and Revolution,* / A.Gramsci. USA: Echo points books and media, – 2014. – 316p.
73. Grossberg, L. *Ideology, New keywords: A Revised Vocabulary of Culture and Society* / L.Grossberg, T.Benett. – UK: Blackwell, – 2012. –454 p.
74. Grillo, E. *Power without Domination: Dialogism and the Empowering Property of Communication* / E.Grillo (ed.). – Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, – 2005. –264 p.
75. Grzega, J. *Towards Global English Via Basic Global English (BGE)* // *Journal of EuroLinguistics*, USA, – 2005. –p. 65-164
76. Hall, S. *Representation; Cultural Representations and Signifying practices* / S.Hall. – USA: Sage Publications, – 2003. – 391 p.
77. Hamilton, D.L. *Social cognition* / D.L.Hamilton. – New York: Psychology Press, – 2005. – 649 p.
78. Hart, Ch. *Critical Discourse Analysis and Cognitive Science* / Ch.Hart. – UK: Palgrave Macmillan, – 2015. – 219 p.
79. Hunter, J.D. *Culture Wars. The struggle to define America* / J.D.Hunter. – USA: Basic Books NY, – 2001. – 432 p.

80. <http://www.dissercat.com/content/stereotipnye-i-individualnye-sostavlyayushchie-kontsepta-politician-v-gibridnom-zhanre-polit>
81. <https://www.history.ac.uk/1807commemorated/media/methods/critical.html>
82. <https://core.ac.uk/download/pdf/144514728.pdf>  
<https://www.nydailynews.com/news/politics/king-trump-leading-transformation-turn-gop-kkk-article-1.2784690>
83. <https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/071/995.htm>
84. <https://www.fdrlibrary.org/dnc-curriculum-hub>
85. International New York Times, December 16, Tuesday, USA, 2014
86. Johnson, David W. & Johnson, Roger T. Civil Political Discourse in a Democracy // Journal of Peace Psychology, – 2000. – 291-317 p.
87. Kickpatrick, A. World Englishes / A.Kickpatrick. – USA: Cambridge University Press, – 2012. – 252 p.
88. Kintsch, W. Strategies of discourse comprehension / W.Kintsch, T.v.Djik. – USA: New York Academic Press, – 2005. – 128 p.
89. Knoblauch, H. Communication, contexts and culture. A communicative constructivist approach to intercultural communication. Culture in communication. Analyses of intercultural situations / H.Knoblauch. – USA: John Benjamins, – 2007. – 120 p.
90. Kreckel, M. Communicative Acts and Shared Knowledge in Natural Discourse. / M.Kreckel. – London; New York: Academic Press, – 1981. – 316 p.
91. Lakoff, G. Metaphors We live by / G.Lakoff, M.Johnson. – USA: The University of Chicago Press, – 2003. – 193 p.
92. Litosseliti, L. Gender identity and discourse / L.Litosseliti, J.Sunderland. – USA: John Benjamins, – 2002. – 336 p.
93. Mammadov, A.Y. Metaphors in the American and Russian political discourse // – Baku: Cashioglu, 2010. – p. 69-75
94. Mammadov, A.Y. The role of figurative language in political discourse. Studies in Language, Culture and Society / A.Y.Mammadov, M.Y.Mammadov.– Frankfurt: Peterlang Edition, – 2014. – 127 p.

95. Mammadov, A.Y. *Studies in text and discourse* / A.Y.Mammadov. – New Castle Upon Time, Cambridge Scholars Publishing, – 2018. – 115 p.
96. Makoni S. *Disinventing and reconstituting languages, Applied Linguistic, Multilingual Matters* / S.Makoni, A.Pennycook. – UK: Clevedon, – 2007. – 159 p.
97. May, S. *Language and minority rights: Ethnicity, nationalism, and the politics of language* / S.May. – London: Longman, – 2012. – 411 p.
98. Markman, A.B. *Knowledge Representation.* / A.B.Markmaan. – Mahwah, Ni: Erlbaum, – 1999. –344 p.
99. Moscovici, S. *Social Representations. Explorations in Social Psychology.* / S.Moscovici. – Cambridge: Polity Press, – 2000. –240 p.
100. Musolff, A. *Metaphor and political discourse: Analogical Reasoning in Debates* / A.Musolff. – London: Palgrave MacMillan, – 2004. – 211p.
101. Newsweek “The International Newsmagazine”// January 18, – USA, –2010.
102. Pennycook, A. *Global Englishes and transcultural flows* / A.Pennycook – London: by Routledge, – 2007. – 183 p.
103. Pecheux, M. *Discourse Analysis* / M.Pecheux. – USA: Rodopi Editions, – 2005. – 264 p.
104. Phillipson, R. *Linguistic imperialism* / R.Philipson. – Oxford: Oxford University Press, – 2002. – 427 p
105. Preston, D. *Linguistic profiling: The linguistic point of view, Language allegiances and bilingualism in the US* / D.Preston. – USA: John Benjamins, – 2003. –79 p.
106. Potter, J. *London; Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction.* / J.Potter. – Thousand Oaks, CA: Sage, – 1996. –264 p.
107. Berthes, R. *Elements of Semiology* / R.Berthes. – New York, – USA: – 2000. – 108 p.
108. Renkema J. *Introduction to Discourse Studies* / J.Renkema. – Amsterdam Philadelphia: John Benjamins, – 2004. –449 p.
109. Ricento, T. *An introduction to language policy, Theory and method* / T.Ricento. – UK: Blackwell Publishing, – 2006. – 362 p.



110. Ricento, T. Ideology, politics and language policies; Focus on English/ T.Ricento. – Amsterdam :John Benjamin's, – 2000. – 193 p.
111. Ricento, T. Historical and Theoretical Perspectives in Language Policy and Planning //– USA: Journal of Sociolinguistics, – 2000. No 4 (2), – p. 196-213
112. Ricento, T. The discursive construction of Americanism. Discourse and Society// – NY, USA: Sage Journals, N 14 – 2003. No 14 (5), – 611- 637 p.
113. Ricento, T. Problems with “Language –as – resource” discourse in the promotion of heritage languages in the USA // – USA: Journal of Sociolinguistics, – 2005. – 348-368 p.
114. Rogers, R. Critical Discourse Analysis in Education / R.Rogers. – New York, USA: – 2011. – 296 p.
115. Russell, B. Power: A New Social Analysis / B.Russell. – London and New York: Routledge, – 2004. –258 p.
116. Schaffner, C. Third Ways and News Centers – Ideological unity or differences?/ C.Schaffner. – Manchester, UK: Jerome Publishing, – 2003. – 150 p.
117. Schaffner, C., Political discourse, media and translation / C.Schaffner, S.Bassnett. – Cambridge Scholars Publication, UK, – 2010. – 243 p.
118. Scheff, T.J. The structure of context: Deciphering frame analysis / T.J.Scheff. – Cambridge University Press, – 2005. – 385 p.
119. Seidhofer, B. A concept of International English and related issues; from “Real English” to “Realistic English” / B.Seidhofer. – Strasbourg: Peter Publishing, – 2003. –24 p.
120. Seidlhofer, B. ELF: English in a global context / B.Seidlhofer. – Abingdon and New York: Routledge, – 2016. – 170 p.
121. Seidlhofer, B. English as a Lingua Franca in European Multilingualism, Exploring the dynamics of multilingualism/ B.Seidlhofer. – Amsterdam: John Benjamins, – 2013. – 406 p.
122. Semino, E. Metaphor in discourse / E.Semino. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2008. – 244 p.

123. Shore, B. Culture in Mind: Cognition, Culture, and the Problem of Meaning. / B.Shore. – New York: Oxford University Press, – 1996. –448 p.
124. Sperber, D. Relevance: Communication and Cognition / D.Sperber, D.Wilson. – Cambridge, MA: Harvard University Press, – 1986. –338 p.
125. Sperber, D. Communication and Cognition / D.Sperber, W.Deirde. 2<sup>nd</sup> edition. – Blackwell Sociological Theory, Oxford, – 1995. – 385 p.
126. Stalkner, R. Context and Content, Essays on Intentionality in Speech and thought / R.Stalkner. – USA: Oxford University press, – 2009. – 279 p.
127. Storey, J. Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction/ J.Storey.– NY, USA: Pearson Education, – 2012. – 261 p.
128. Schmitt, C. Legality and Legitimacy / C.Schmitt, J.Seitzer (ed.). – Durham, NC: Duke University Press, – 2004. –216 p.
129. Simmons, A.J. Justification and Legitimacy: Essays on Rights and Obligations / A.J.Simmons. – Cambridge; New York: Cambridge University Press, – 2003. 195–216 p.
130. Teun, A. Dijk. Discourse and Context. A socio-cognitive approach / Teun, A. Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2008. – 267 p.
131. Teun, A. Djik. A Paradigm for Cognition/ Teun, A. Djik, W.Kintsch. – Cambridge: Cambridge University Press, – 1998. – 459 p.
132. Talbot, M. Media discourse: Representation and Interaction / M.Talbot. – Edinburgh: Edinburgh University Press , – 2007. –208 p.
133. Teubert, W. Meaning, Society and Discourse / W.Teubert. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2010. –291 p.
134. USA Today// – 2013, 20 November, Wednesday, USA,
135. Van Dijk, T.A. Ideology, A Multidisciplinary Approach / Van Dijk, T.– London: Sage publication, – 1998. –384 p.
136. Van Dijk, T.A. Discourse, ideology and context // – Amsterdam: Folia Linguistica – 2002. No 35(1–2), – 11-40 p.

137. Van Dijk, T.A. 'Text and context of parliamentary debates.' Cross-cultural perspectives on parliamentary discourse / Van Dijk, T.A. – Amsterdam: Benjamins Publishing, – 2003. – 372 p.
138. Van Dijk, T.A. Contextual Knowledge Management in Discourse Production. New Agenda in Critical Discourse Analysis/ Van Dijk, T.A.– Amsterdam: – 2005. – 250 p.
139. Van Dijk, T.A. Discourse and Context: A Sociological Approach / Cambridge: Cambridge University Press, – 2008, – 261 p.
140. Van Dijk, T.A. Society in Discourse: How Context Controls Text and Talk/ Van Dijk, T.A. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2008, – 260 p.
141. Van Dijk, T.A. Society and Discourse. How Social contexts influence text and talk / Van Dijk, T.A. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2010. – 287 p.
142. Van Dijk, T.A. Discourse and knowledge. A Socio – Cognitive Approach / Van Dijk, T.A.– Cambridge University Press, – 2014. – 407 p.
143. Van Dijk, T.A. Discourse semantics and Ideology. Discourse & Society/ – 1995. – 289 p.
144. Van Dijk, T.A. Ideology: A. Multidisciplinary Approach/ Van Dijk, T.A. – London: Sage Publications, – 1998. – 384 p.
145. Van Dijk, T.A. Critical Discourse Analysis. In: A Handbook of Discourse Analysis / Van Dijk, T.A. – Oxford: Blackwell, – 2001. – 371 p.
146. Weber, M. The spirit of Capitalism / M.Weber. – New York: Routledge, – 2001. – 263 p.
147. Werth, P. Text words, representing conceptual space in discourse/ P.Werth. – UK: Prentice Hall, – 2000. – 408 p.
148. Westwood S. Power and the Social / S.Westwood. – London and New York: Routledge, – 2002. – \_\_\_p.
149. Wilkes, A.L. Knowledge in Minds: Individual and Collective Processes in Cognition / A.L.Wilkes. – UK:Psychology Press, – 1998. – 387 p.
150. Williams, R. "Ideology": Keywords: A Vocabulary of Culture and Society/ R.Williams. – New York: Oxford University, – 2005. – 454 p.



151. Wodak, R & Meyer M. Methods of critical discourse analysis / R.Wodak, M.Meyer. 2<sup>nd</sup> edition. – London: Sage Publications, – 2009, – 201 p.
152. Wodak, R. The Discourse of Politics in Action/ R.Wodak. – London: Palgrave Macmillan, – 2009. – 719 p.
153. Wodak, R. Approaches to Media Texts, The Sage Handbook of Media Studies / R.Wodak, B.Busch. – London: Sage Publications, – 2004. – 150 p.
154. Wodak, R. A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis/ R.Wodak, P.Chilton. – Amsterdam: John Benjamins, – 2005. – 338 p.

