

Кажигалиева Г.А.¹, Момбаева А.²,

¹к. ф. н., и. о. ассоциированного профессора,
²магистрант

Казахского государственного женского педагогического университета,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: gulnaiman@mail.ru; mombaeva1991@mail.ru

**КОНЦЕПТ «МӘҢГІЛІК ЕЛ» И РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА МОДЕРНИЗАЦИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ
В СМИ КАЗАХСТАНА**

Статья посвящена языковой репрезентации лингвокультурного концепта «Мәңгілік Ел» и его влиянию на модернизацию общественного сознания в русскоязычном дискурсе СМИ Казахстана.

Современные СМИ Казахстана ориентированы на внедрение системы новых политических концептов, одним из которых является «Мәңгілік Ел». На материале репрезентации данного концепта рассматривают методы и приемы вербального воздействия, в частности, такие как: «трендовость материала», «создание резонанса», «мнимый выбор», упрощение, семантическое манипулирование, «ссылка на исторические факты», «мнение эксперта» и др.

Авторами статьи выделяются новые методы манипулятивного воздействия: риторический прием «Усиление чувства собственной ответственности» или (образно): «Кто, если не мы?» и метод «Эффект двуязычного повтора».

Спектр языковых средств манипулятивного воздействия разнообразен, от лексических единиц до синтаксических.

На основе проведенного лингвокогнитивного анализа репрезентации концепта «Мәңгілік Ел» в дискурсе СМИ Казахстана в работе делается вывод о его фундаментальности в плане воздействующей силы, способной модернизировать общественное сознание.

Ключевые слова: модернизация общественного сознания, концепт «Мәңгілік Ел», вербальное воздействие, лексические средства, манипулятивное воздействие, дискурс СМИ, метод, политический дискурс.

Kazhigalieva Gzh.A.¹, Mombaeva A.²,

¹ Candidate of Philological Sciences, A/Professor,
²graduate student

of Kazakh State Women's Pedagogical University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: gulnaiman@mail.ru; mombaeva1991@mail.ru

**«Mangilik el» concept and the representation
of linguistic interaction methods on modernization
of common consciousness in media**

The article is devoted to the language representation of the linguistic and cultural concept of «Mangilik El» and its influence on the modernization of public consciousness in the Russian-language discourse of the mass media of Kazakhstan.

Modern mass media of Kazakhstan are focused on the introduction of a system of new political concepts, one of which is «Mangilik El». The material of the representation of this concept considers the methods and techniques of verbal impact, in particular, such as: «material trend», «creating resonance», «imaginary choice», simplification, semantic manipulation, «reference to historical facts», «expert opinion» and other

The authors of the article highlight the new methods of language manipulative influence, which include the rhetorical device «Strengthening the sense of one's own responsibility» or (figuratively): «Who, if not us?» And the method «Bilingual repeat effect».

The range of language tools of manipulative influence is various, from lexical units to syntactic ones.

On the basis of the conducted linguistic and cognitive analysis of the representation of the concept «Mangilik El» in the discourse of the mass media of Kazakhstan in the work, it is concluded that it is fundamental in terms of an influencing force capable of modernizing the public consciousness.

Key words: modernization of public consciousness, the concept of «Mangilik El», verbal impact, lexical means, manipulative influence, media discourse, method, political discourse.

Қажығалиева Г.Ж.А.¹, Момбаева А.²,

Қазақ мемлекеттік қыздар педагогикалық университетінің

¹ қауымдастырылған профессор м.а., ф. ф. к.,

² магистрант,

Қазақстан, Алматы қ., e-mail: gulnaiman@mail.ru; mombaeva1991@mail.ru

**«Мәңгілік ел» тұжырымы және қазақстандық
БАҚ-та қоғамдық сананы жаңғыртуға ықпал жасайтын
лингвистикалық құралдардың репрезентациясы**

Мақала «Мәңгілік Ел» лингвомәдени тұжырымының тілдік репрезентациясына және оның Қазақстан бұқаралық ақпарат құралдарының орыс тіліндегі дискурсындағы қоғамдық сананы жаңғыртудағы ықпалына арналған.

Қазақстанның қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдары жаңа саяси тұжырымдар жүйесін енгізуге бағытталған, олардың біреуі «Мәңгілік Ел».

Бұл тұжырым репрезентациясының негізінде тілдік әсер ету әдістері қарастырылады, атап айтқанда: «материалдық тренділік», «резонансты құру», «алдауыш таңдау», жеңілдету, семантикалық манипуляция, «тарихи фактілерге сілтеме», «сараптамашының пікірі» және т.б.

Мақаланың авторлары манипуляциялық әсердің жаңа әдістерін айқындайды, олар: «Өзін-өзі жауапкершілік сезімін нығайту» риторикалық құрылғы немесе бейнелеп айтқанда «Біз болмасак, онда кім?» және «Екі тілдік қайталанудың әсері» әдісі.

Манипуляциялық әсер етудің тілдік құралдарының диапазоны әр түрлі, лексикалық бірліктерден бастап синтаксистік түрлеріне дейін.

Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдарының дискурсындағы «Мәңгілік Ел» тұжырымының репрезентациясын лингвокогнитивтік талдаудың негізінде жұмыста оның қоғамдық сананы жаңғыртуға мүмкіндік беретін іргелі туралы ықпал ету күші ретінде қорытынды жасалады.

Түйін сөздер: қоғамдық сананы модернизациялау, «Мәңгілік Ел» тұжырымы, тілдік ықпал ету, лексикалық құралдар, манипуляциялық ықпал, БАҚ дискурсы, әдіс, саяси дискурс.

Введение

СМИ как институциональный тип дискурса в условиях бурного развития современных информационных технологий оказывается доминирующим средством воздействия на сознание общества.

В Казахстане, как известно, в связи со значительными изменениями в общественно-политической и социально-экономической жизни, а также новыми политико-идеологическими установками, обозначенными в Посланиях Президента Н.А. Назарбаева, происходит трансформация системы ценностей индивида и общества.

Значительный вклад в модернизацию общественного сознания в Казахстане вносят СМИ, так как в современном мире у политиков минимализированы возможности прямого контакта с

населением. В дискурсе массмедиа журналисты выступают в качестве посредников между политиками-профессионалами и массовой аудиторией непрофессионалов (Никитина К.В., 2008; Блакар Р.М., 1987).

К его основным характеристикам относятся:

– полифункциональность: информационная функция, воздействующая, функция социального контроля, идеологическая, легитимизации власти, культурно-образовательная и др.;

– сложная структура: дискурс СМИ вбирает в себя различные виды дискурсов: политический, рекламный, научный, спортивный и др.;

– оперативность, актуальность;

– стилевая и композиционная специфика.

Отмеченные выше особенности, а также умелое использование языка позволяют СМИ оказывать влияние на сознание людей.

Экспериментальная часть

Анализ ряда СМИ Казахстана выявил наиболее важные концептуальные установки, демонстрирующие ориентированность на трансформацию общественного сознания в языке современного дискурса СМИ:

- формирование нового типа мышления,
- внедрение системы новых политических концептов (путь/жол, модернизация сознания/Рухани жаңғыру, Мәңгілік Ел);

- формирование новых концептуальных доминант и их ассоциативных связей:

политика: единство, единая нация, казахстанский патриотизм, консолидация, казахстанский путь, елбасы, модернизация сознания, вечная страна;

экономика: бизнес, предприимчивость, конкурентоспособная экономика, топ 30 конкурентоспособных стран;

культура: ценности, Рухани жаңғыру, казахский язык, национальная культура, толерантность;

образование: образованность, компетентность, саморазвитие, мобильность, креативность, конкурентоспособность, успешная личность, трехязычие.

Модернизация сознания требует определения конкретного направления – духовно-идеологического вектора, определяющего приоритеты развития и порождающего позитивное восприятие изменений. Таким вектором является понятие и патриотический акт «Мәңгілік Ел». Сама идея «Мәңгілік Ел» была обозначена президентом Назарбаевым в Послании народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050». Новый политический курс состоявшегося государства» в декабре 2012 года (Назарбаев Н., 2012), а в 2014 г. на XXIV сессии АНК был принят патриотический акт «Мәңгілік Ел» (Патриотический акт «Мәңгілік Ел», 2016).

Концепт «Мәңгілік Ел» в казахстанских русскоязычных СМИ репрезентируется с применением следующих методов воздействия на модернизацию общественного сознания.

Первый метод – метод, который принято называть «иницирование информационной волны» (Зелинский С.А., 2008) или «трендовость материала» (наш термин). Суть его в рассмотрении одной и той же проблемы, вопроса во всех СМИ на протяжении длительного периода. Эта всеохватность, глобальность позволяет эффективно влиять на общественное сознание и трансформировать его. Применение данного

метода, например, в связи с внедрением идеи «Мәңгілік Ел» и репрезентацией соответствующего концепта, как показывает изученный нами материал, является продуктивным. Широкое распространение идеи, ее постоянное обсуждение в СМИ – передачи, рубрики, информация о проводимых мероприятиях – закладывают в сознание соответствующие позитивные понятия и установки.

Еще один прием воздействия, используемый в современной журналистской практике, который также влияет на модернизацию общественного сознания, – «создание резонанса» или, как его определяем мы, – «метод имидж». Суть его заключается в том, что используется предрасположенность большинства людей остро реагировать на различные расовые, национальные и религиозные ситуации (Чалдини Р., 2000: 45).

Так, с целью модернизации общественного сознания в Казахстане СМИ акцентируют внимание на тесной связи казахских концептов «Мәңгілік Ел», «Рухани жаңғыру» с развитием общества и его процветанием в будущем. Таким образом, эти понятия, ассоциируемые в сознании народа с историей казахского народа, благодаря СМИ, начинают восприниматься как важные элементы будущего нации, его национальной культуры и получают положительный резонанс в обществе. *Мәңгілік Ел*, *Рухани жаңғыру* представляют собой не просто казахские лексемы и словосочетания с определенным национально-историческим содержанием, но становятся символом светлого экономического будущего государства и процветания казахской культуры. На основе резонанса у них формируется новый «имидж». Это прослеживается в следующих примерах: «*Мәңгілік Ел – нация единого будущего*»; «*Мәңгілік Ел – путь в будущее*», «*Мәңгілік ел – Мәңгілік тіл*».

К методам, влияющим на модернизацию общественного сознания, можно отнести также «мнимый выбор» (Кара-Мурза С.Г., 2004). Суть воздействия основана на том, что читателям сообщается о двух противопоставленных способах решения проблемы или двух позициях по одному вопросу, но при этом одна из точек зрения представлена в наиболее выгодном свете, для того чтобы она была принята аудиторией.

В случае с модернизационной идеей Мәңгілік Ел используется дополнительный риторический прием, который мы определили как «Усиление чувства собственной ответственности» или (образно): «*Кто, если не мы?*», например: «Сегодня нашим фактором единства становится

государственный язык, и *мы должны сами показывать пример* для всех в ведении языковой политики, проявлять уважение к языку, стремиться глубже его познать» (ibirzha.kz).

Рассмотрим еще один текст, его композицию и содержание:

«Сегодня перед Казахстаном стоит множество глобальных вызовов. От того, как *мы* на них среагируем, зависит не только *наша* с Вами жизнь, но и жизнь целых поколений будущих граждан страны. Мир трансформируется. Меняется абсолютно все. В мире складывается совершенно новая конфигурация отношений между людьми. Начинается настоящая борьба за выживание. В конкуренцию включаются самые обычные люди. Будущее Казахстана будет зависеть не от того, сколько у нас нефти, танков или средств в национальном фонде, а от того, смогут ли *наши кайраты и асели* создавать продукты лучше, качественнее, креативнее, чем вани, гансы, джоны или пу с ху. Оно будет зависеть от *нашей* способности создать такие условия, при которых самые талантливые люди будут стремиться в Казахстан, а не из него. И это произойдет совсем скоро. *Мы* понимаем свои недостатки, *мы* понимаем свои сильные стороны. У нас есть шанс вырваться вперед. Президент потому и говорит об окне возможностей. *Мы* или им воспользуемся или не воспользуемся. Решать *нам* и действовать тоже *нам*. Но обеспечить качественный прорыв страны вперед невозможно только лишь усилиями правительства. На это должно работать все общество, каждый из нас. Иначе ничего не выйдет. А как включить общество в этот процесс? Кто должен это сделать? Патриотический Акт может стать просто документом, а может стать началом для пробуждения *нашего* общества, его мобилизации для обеспечения общенационального рывка в развитии. И если есть хоть малейший шанс, что произойдет второе, *мы* обязаны им воспользоваться» (sayasat.org).

Начинается фрагмент с постановки проблемы. Затем следует переход на «*мы*» (Кто, если не *мы*!?) и ответственность «*мы*» за будущую жизнь и благополучие страны. Далее следует развертывание проблемы, указание на происходящие изменения, в которых усиливается борьба за выживание. И вновь звучит ответственность «*мы*» (наши кайраты и асели) за будущие действия.

Последующее содержание текста строится на бинарности, противопоставлении, которое также способствует усилению роли «*мы*» и воздействию на общественное сознание:

– Будущее Казахстана будет зависеть *не от того* сколько у нас нефти, танков или средств в национальном фонде, *а от того*, смогут ли наши кайраты и асели создавать продукты лучше, качественнее, креативнее, чем вани, гансы, джоны или пу с ху.

– Оно будет зависеть от нашей способности создать такие условия, при которых самые талантливые люди будут стремиться *в Казахстан*, а не из него.

– Мы понимаем свои *недостатки*, мы понимаем свои *сильные стороны*.

– Мы или им *воспользуемся* или *не воспользуемся*.

– Но обеспечить качественный прорыв страны вперед *невозможно только лишь усилиями правительства*. На это должно работать все общество, *каждый из нас*.

– Патриотический Акт может стать *просто документом*, а может стать *началом для пробуждения нашего общества*, его мобилизации для обеспечения общенационального рывка в развитии.

Таким образом, воздействующая сила данного текста основывается как на манипулятивном методе воздействия на массовое сознание «мнимый выбор», так и на собственно лингвистических средствах: повторе личного местоимения «*мы*», «*наш*», риторических вопросах, синтаксическом параллелизме, анафоре, эпифоре и предложениях с градационно-сопоставительными, противительными и разделительными союзами.

Следующий метод – упрощение – позволяет внушать аудитории главную мысль благодаря «краткой, энергичной и впечатляющей форме» – форме утверждения» (Кара-Мурза С.Г., 2004: 157). «Подобная форма исключает всевозможные обусловления, заставляя аудиторию принимать описываемый факт как данность» (Гаврилов А.А., 2012: 154).

Например: «В этом же Послании Глава государства поручил организовать разработку и принятие Патриотического акта «Мәңгілік Ел», призвав все общественные и политические силы страны *не быть равнодушными и подключиться к работе*» (kst.adilet.gov.kz). В этой фразе содержится лозунговая формулировка *не быть равнодушными*, которая применяется в речи как способ исключить обсуждение вопроса и призвать к действию, участию в необходимом, благом деле.

Следующий отрывок содержит прямое утверждение, подкрепляемое прилагательным в превосходной степени: «Елбасы отметил, что Мәңгілік Ел должна быть как вторая Консти-

туция: «Консолидирующие ценности на базе Мәңгілік Ел – это гражданское равенство, трудолюбие, честность, культ учености и образования, светская страна – страна толерантности. В этом случае *гражданство будет самым надежным фундаментом устойчивого и успешного государства*» (kst.adilet.gov.kz).

Воздействующая сила современных модернизационных концептов в казахстанских СМИ основана также на акцентировании в них духовной составляющей.

Общество современного Казахстана на данном этапе развития нуждается в духовных ценностях. Идеологическая ниша, какое-то время после распада СССР оставшаяся свободной, сейчас требует заполнения. Уже, как известно, наблюдаются негативные тенденции ее отсутствия, которые, в частности, проявились в распространении различных религиозных организаций.

В общенациональной идее Мәңгілік Ел обозначается приоритет духовного, что отвечает запросам общества. Эта мысль репрезентируется в СМИ, и она имеет важное значение для модернизации общественного сознания: «Сегодня однозначно признано, что именно духовные основы национального сознания создают передовой уклад общественной жизни и инновационную экономику» (qazaquni.kz).

В этом фрагменте применен метод семантического манипулирования (Зелинский С.А., 2008; Кара-Мурза С.Г., 2004). Этот метод предполагает специальную «компоновку» понятий, вызывающих либо позитивные, либо негативные ассоциации, что позволяет влиять на восприятие информации (например, *мы – борцы за независимость; за нами все прогрессивное человечество*). Поскольку метод основан на определенных ассоциациях, он позволяет легко влиять на человека в силу его привычек и убеждений.

Семантическое манипулирование в приведенном выше отрывке заключается использовании в начале предложения утвердительной формулировки «Сегодня однозначно признано». Слово «однозначно» вызывает ассоциативную связь с понятиями «правильно», «верно», «доказано», а значит, программирует сознание на положительное восприятие последующего текста и информации.

Дискурс СМИ предполагает сложное взаимодействие известной и неизвестной информации: предполагаемых общих базовых (национально, социально и культурно обусловленных) знаний

с новыми полученными знаниями (Пинчук З.Е., 2013).

Поэтому одна из важнейших составляющих медиакоммуникации – предполагаемые автором знания реципиента, и возможные стратегии их использования, которые необходимы говорящему для прогнозирования реакции читателя на создаваемый текст (Van Dijk T.A., 2005: 76).

С данным свойством дискурса СМИ связано использование метода «ссылки на исторические факты», эффективного, по нашему мнению, способа воздействия на модернизацию сознания общества. Например:

– «*Единство всегда было отличительной чертой казахского народа, как мы помним из истории, в тяжелые годы в Казахстан прибыло много переселенцев других этносов, и казахский народ всех принял радушно. Нужно рассказывать об этом, проводить исследования белых пятен истории региона, – добавила Камал Абилкасымовна*» (ibirzha.kz).

В данном фрагменте упоминается исторический факт, отражающий национальный характер казахского народа, опора на который способствует позитивному восприятию читателем общенациональной идеи «Мәңгілік Ел».

При создании текста автор использует проекцию фоновых знаний, актуальных для данного сообщения, чтобы напомнить читателю об уже известных ему фактах и тем самым усилить положительное восприятие содержания.

На наш взгляд, можно выделить вариант метода «ссылки на исторические факты», который основан на упоминании временного фактора, назовем это метод «ссылка на время». Так, например, для обоснования какого-либо тезиса часто прибегают к аргументу «как показало время»: «*Как показало время, вхождение Казахстана в ТОП-50 крупнейших экономик мира стало возможным благодаря только лишь стратегическим, прозорливым и глубоким идеям, проектам и инициативам Лидера нации*» (news.ivist.kz).

Нередко в СМИ прибегают к методу «мнение эксперта» (Зелинский С.А., 2008; Кара-Мурза С.Г., 2004). Введение мнения эксперта придает тексту сообщения большую весомость, авторитетность, достоверность. Например:

– «*По сути национальная идея «Мәңгілік Ел», провозглашенная Лидером нации Нурсултаном Назарбаевым, служит своеобразной базовой доктриной, призванной не просто объединить и сплотить народ Казахстана, но и в культурно-духовном, морально-нравственном плане определить четкие и ясные пути дальней-*

шего развития. Президент, в силу своей дальновидности, поручил разработать эту концепцию с учетом сложившейся основы ценностей, как основного духовного богатства страны», – отметил кандидат политических наук Тимур Бижанов» (bnews.kz/ru).

Мнение эксперта при этом отличается оценочностью, эмоциональностью и использованием других средств воздействия на сознание читателя. Во-первых, эксперт выбирает эмоциональное обозначение «Лидер нации»; во-вторых, применяет книжную лексику (доктрина, концепция, призвана); в-третьих, включает в речь оценочные лексемы и выражения (четкие и ясные пути, в силу своей дальновидности). Таким образом, положительное отношение выражается не только планом содержания (аргументация), но и планом выражения (языковые средства).

Мнение эксперта оказывает воздействие на читателей как авторитетностью самого источника, так и его последовательной аргументацией.

Еще более убедительным оказывается отсылка к фразе «по мнению экспертов». Использование формы множественного числа имеет наибольший эффект воздействия на сознание воспринимающего информацию: «По мнению экспертов – это стратегический документ, в котором будут систематизированы фундаментальные ценности Казахстана» (inform.kz).

На наш взгляд, можно выделить еще один метод воздействия на модернизацию общественного сознания (назовем его «эффектом двуязычного повтора»), который применяется в казахстанских СМИ для выделения основных, наиболее важных понятий и идеологических установок, например:

– «С 1 января 2015 года в Казахстане уже объявлен старт новой президентской социальной линии под названием «Нұрлы Жол» или «Светлый путь». Программа направлена на продолжение курса реформ в экономике страны и предусматривает снижение нехватки социального жилья» (ndk.kz).

– «Духовная модернизация – Рухани жаңғыру» (liter.kz/ru).

Либо акцентируется внимание на переводе казахской лексемы, ее понятийного содержания: «Идея Назарбаева «Мәңгілік ел» является ключом к изучению политической и исторической философии нашего народа, нашей страны и не

только. «Мәңгілік ел» означает вечный народ, вечную землю, вечную страну и родину одновременно», – добавил депутат» (ia-centr.ru).

Использование казахских наименований проектов и программ имеет и национально-культурное обоснование. В казахском мировосприятии именам, наименованиям придавали важное значение, поэтому и сами казахские наименования, употребляемые параллельно с русскими, выполняют еще роль позитивного воздействия на носителей казахского языка и казахской культуры.

Результаты и обсуждение

Идейное содержание концепта «Мәңгілік Ел», одного из доминаторов в процессе модернизации общественного сознания посредством СМИ, – это связь прошлого и настоящего, которая должна воплотиться в общенациональной, модернизационной идее казахстанской идентичности и единства.

В дискурсе СМИ Казахстана применяется комплекс методов, оказывающих влияние на модернизацию общественного сознания. Среди них можно выделить как общепризнанные в лингвистической науке: «создание резонанса», «мнимый выбор», упрощение, семантическое манипулирование, «ссылка на исторические факты», «мнение эксперта», так и новые («эффект двуязычного повтора»), которые характерны для казахстанских СМИ.

Заключение

Современные СМИ, следовательно, активно используют различные лингвистические инструменты влияния на общественное сознание граждан, которые включают композиционные и эмоционально-стилистические особенности построения текста, а также языковые единицы разных уровней.

Идейное содержание концепта «Мәңгілік Ел» репрезентирует теоретический конструкт национального проекта будущего страны. Вербализация концепта и его воздействующий потенциал базируется как на его ценностной, духовной составляющей, так и на его эмоционально-образной лингвостилистической репрезентации в дискурсе казахстанских СМИ.

Литература

- Никитина К.В. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США): дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2006. – 197 с.
- Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального воздействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–124.
- Назарбаев Н. Стратегия «Казахстан-2050». Новый политический курс состоявшегося государства. – Астана, 14 декабря 2012 г. // Режим доступа: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1200002050>
- Патриотический акт «Мәңгілік Ел». – Астана, 26 апреля 2016 г. // Режим доступа: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36637518#pos=5;-274
- Зелинский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. – 407 с.
- Чалдини Р. Психология влияния. Пер. с англ. Е. Волков и др. – СПб.: изд-во «Питер», 2000. – 272 с.
- Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2004. – 528 с.
- Гаврилов А.А. Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества // Молодой ученый. – 2012. – №8. – С. 152–155. // Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/43/5220/>
- Пинчук З.Е. Роль знаний реципиента в дискурсе средств массовой информации // Филологические науки в России и за рубежом: материалы II Междунар. науч. конф. – СПб.: Реноме, 2013. – С. 87-90. // Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/106/4365/> (дата обращения: 22.09.2018).
- Van Dijk T.A. Contextual Knowledge Management in Discourse Production. A CDA Perspective // A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis. – 2005. – P. 71–100.

References

- Nikitina K.V. (2006) Tehnologiyi rechevoi manipulatsiyi v politicheskom diskurse SMI (na materiale gazet SShA): dis. ... kand. filol. nauk. Ufa, 2006. 197 p. (In Russian)
- Blakar R.M. (1987) Yazyk kak instrument sotsialnoi vlasti [Yazyk i modelirovaniye sotsialnogo vozdeystviya]. Moscow: Progress, 1987. Pp. 88–124. (In Russian)
- Nazarbayev N. (2012) Strategiya «Kazakhstan-2050». Novyi politicheskiy kurs sostoyavshegosya gosudarstva. Astana, 14 dekabrya 2012 g. Retrieved from <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1200002050> (In Russian)
- Patriotosheskiy akt «Mangilik El». (2016) Astana, 26 aprelya 2016 g. Retrieved from http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36637518#pos=5;-274 (In Russian)
- Zelinskiy S.A. (2008) Informatsionno-psihologicheskoye vozdeystviye na massovoye soznaniye. SPb.: Izdatelsko-Torgovyi Dom «SKIFIYA», 2008. 407 p. (In Russian)
- Chalдини R. (2000) Psihologiya vliyaniya. SPb.: izd-vo «Piter», 2000. 272 p. (transl. from Engl.)
- Kara-Murza S.G. (2004) Manipulatsiya soznaniyem. M.: Algoritm, 2004. 528 p. (In Russian)
- Gavrilov A.A. (2012) Sredstva vozdeystviya SMI na obshchestvennoye soznaniye v usloviyah informatsionnogo obchestva [Molodoi uchenyi]. 2012. No 8. Pp. 152–155. Retrieved from <https://moluch.ru/archive/43/5220/> (In Russian)
- Pinchuk Z.E. (2013) Rol znaniy retsipienta v diskurse sredstv massovoi informatsiyi [Philology in Russia and abroad]. Proc. Sci. Conf. SPb.: Renome, 2013. Pp. 87–90. Retrieved from <https://moluch.ru/conf/phil/archive/106/4365/> (In Russian)
- Van Dijk T.A. (2005) Contextual Knowledge Management in Discourse Production. A CDA Perspective [A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis]. 2005. Pp. 71–100.