

АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА

На правах рукописи

**ПУТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА ИДЕОЛОГИИ
В АМЕРИКАНСКОМ ДИСКУРСЕ**

Специальность: 5708.01 – Германские языки

Отрасль науки: Филология

Соискатель: **Габибуллаева Нигяр Фикрет гызы**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора философии

Баку – 2021

Диссертационная работа выполнена на кафедре английского языка Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента.

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

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, доцент
Сафаралиева Рена Теймур гызы

доктор философии по филологии, доцент
Гусейнова Лала Асиф гызы

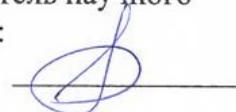
доктор философии по филологии
Агазаде Айнур Музаффар гызы

Диссертационный совет ED 2.12 Высшей Аттестационной Комиссии при Президенте Азербайджанской Республики, действующий на базе Азербайджанского университета языков.


Председатель диссертационного совета: доктор филологических наук, академик
Абдуллаев Камал Мехти оглы

Ученый секретарь диссертационного совета: доктор философии по филологии, доцент

Сардарова Ирада Надир гызы

Председатель научного семинара: доктор филологических наук, профессор

Вейсалли Фахраддин Ядигяр оглы

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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)¹. 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.

¹ Van Dijk, T.A. Critical Discourse Analysis. In: A Handbook of Discourse Analysis / T.A. Van Dijk. – Oxford: Blackwell, – 2001. – 371 p.

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.);
- конверсационный 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 носит 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 идеологическое согласие. 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 применения. 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.

Название организации, 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 216108 знаков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *Введении* обосновывается выбор и актуальность темы исследования, определяется его объект и предмет, цели и задачи, указываются материал и методы исследования, излагается научная новизна, освещается теоретическая и практическая значимость работы, излагаются основные

положения, выносимые на защиту, даются сведения об апробации и структуре диссертации.

Первая глава работы именуется **«Концепт «Идеология» как одна из основ дискурса»** и состоит из двух подглав.

В первой подглаве первой главы под названием **«Дискурс как социальное явление»**² мы отметили подход к дискурсу таких лингвистов как Т.Ван Дейк, М.Фуко и т.д. Хотя исследования в области дискурса продолжают на протяжении более чем полувека, интерес к данному исследованию не иссякает, так как именно текст- дискурс является той важной средой, благодаря чему дискурс приобретает социальное и индивидуальные свойства.

Согласно подходу М.Фуко³, 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 о определенной теме или случае.

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, также систему знаний носителя языка⁴.

² Van Dijk, T.A. Discourse and Context: A Sociological Approach / T.A.Van Dijk. Cambridge: Cambridge University Press, – 2008. – 261 p.

³ Foucault, M. Archeology of Knowledge / M.Foucault. – New York: Patheon book, – 2004. – 239 p.

⁴ Foucault, M. Archeology of Knowledge / M.Foucault. – New York: Patheon book, – 2004. – 239 p.

Знание и дискурс контактируют между собой во многих областях, они дополняют друг друга, и без знания было бы невозможным создавать и понимать дискурс.

Рассмотрим следующий пример, газета “USA today”, November, 2013⁵.

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

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

Читая этот 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, Джон Кеннеди.

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

За последние десятилетия мы можем увидеть более систематичное внимание к деталям когнитивной репрезентации и процесса, особенно в США, 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 в таких исследованиях, как «отношение» (attitude) и его влияние на «поведение».

В рамках теории социо-когнитивного модели, мы можем подтвердить, что контекст не является частью социальной ситуации, а лишь субъективной моделью ситуации. В такую модель контекста которая играет центральную роль в ментальном процессе включен также в 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. Главной функцией модели контекста является создать дискурс в такой форме, чтоб она

⁵ USA Today// – 2013, 20 November, Wednesday, USA

была оптимально правильна в социальной ситуации. Это также означает то, что теория контекста создает основу для дискурса.

Следующий важный и неотъемлемый компонент исследования дискурса является общество. Данный компонент, по очевидным причинам, 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, то есть индивидуальные социальные актеры и их взаимодействие, с одной стороны, и социальные группы, движения, организации, также их отношение, как сила и доминирование, с другой стороны. 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 имеющиеся в обществе проблемы, как социальное неравенство, гендерные проблемы, этничность и т.д.⁶

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 языка⁷.

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

⁶ Van Dijk, T.A. Society and Discourse. How Social contexts influence text and talk / T.A.Van Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2010. – 287 p.

⁷ Fiske, S.T. Social Cognition. / S.T.Fiske, S.E.Taylor. – New York: McGraw-Hill, – 1991. – 608 p.

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.

Следует отметить, что различие подходов в 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 также коммуникативной ситуации. Речь идет и дилемме, вытекающей из двух различных подходов к дискурсу в рамках критических исследований дискурса, – социального и социо-когнитивного подхода.

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 классифицируется 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.Водаком. 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 призму⁸. 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. Социокогнитивный подход» отмечает, что большая часть человеческого знания усваивается и формируется посредством дискурса⁹.

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 знание¹⁰.

Следует еще раз подчеркнуть, что отношения между знанием и идеологией – это обширная и сложная проблема, включающая множество теорий и дисциплин, и что одна работа

⁸ Eco, U. The role of the reader. Explorations in the semiotics of text / U.Eco, I.Enkvist. USA: Indiana University Press, – 1979. – 288 p.

⁹ Van Dijk, T.A. Discourse and Context: A Sociological Approach / T.A.Van Dijk. Cambridge: Cambridge University Press, – 2008. – 261 p.

¹⁰ Eco, U. Kant and The Platypus; Essays on language and Cognition / U.Eco. – USA, Florida: First Harvest, – 2000. – 453 p.

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.

Вторая подглава первой главы называется *«Идеология в критическом дискурсивном анализе»*. В данной главе мы рассмотрели идеологию и дискурс в рамках критического дискурсивного анализа. Критический дискурсивный анализ был основан в рамках франкфуртской школы перед II мировой войной. В настоящее время внимание в критическом дискурсивном анализе сфокусировано на языке и дискурсе, которое инициировано «Критической Лингвистикой»¹¹. Критический дискурсивный анализ является не просто направлением, школой, специализированной областью исследований, а одним из многих других «подходов» в дискурсивных исследованиях.

Идеология очень часто носит оценивающий характер. Идеология строится на основе разделяемых, социальных убеждениях, а не на личном мнении. Социально разделяемое знание это форма социальной репрезентации, и это показывает то, что если идеология является основой репрезентации, то и знание идеологически основана. Поскольку понятие идеологии является ключевым для наших размышлений о роли дискурса в реализации или легитимации власти, оно требует некоторых пояснений, хотя и невозможно даже просто обобщить классические взгляды и современные дискуссии об этом

¹¹ Van Dijk, T.A. Society in Discourse: How Context Controls Text and Talk / T.A. Van Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2008. – 260 p.

предмете исследования¹².

Несмотря на различные подходы к концепту идеологии, этот термин имеет отношение к групповому или классовому «сознанию». Идеология и идеологические практики реализуются и организуются посредством различных институтов, таких как, государство, медиа, образование, религиозные центры.

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.¹³

Исследования критического дискурса анализа также требует идеологического анализа, особенно потому что идеология передается, воспроизводится и воспринимается дискурсом.

На сегодняшний день, критический дискурсивный анализ – это сложившееся научное течение, которое обладает 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 дискурсы¹⁴.

¹²Van Dijk, T.A. 'Text and context of parliamentary debates.' Cross-cultural perspectives on parliamentary discourse / T.A.Van Dijk. – Amsterdam: Benjamins Publishing, – 2003. – 372 p.

¹³ Van Dijk, T.A. Society in Discourse: How Context Controls Text and Talk/ T.A.Van Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2008. – 260 p.

¹⁴ Wodak, R. Methods of critical discourse analysis / R.Wodak, M.Meyer. 2nd edition. – London: Sage Publications, – 2009. – 201 p.

Вторая глава называется «Американский дискурс и его специфические особенности» и состоит из двух подглав.

Первая подглава второй главы именуется «*Концепты «Идеология и Власть» в системе американских ценностей*».

Идеологии структурируются социальной схемой, состоящая из нескольких категорий, которые представляют основные социальные измерения, как например, нормы, ценности, интересы, убеждения и т.д. Члены общества могут быть членом нескольких групп, и участвовать в различных идеологиях. Так например, индивиды могут одновременно быть и националистом, феминистом и т.д., и разделять ментальную модель мышления, идеологии различных групп. Социальная практика, и следовательно дискурс, могут контролировать и управлять идеологию групп. Не всегда, но иногда идеологии представляют собой процесс соперничества, конфликта, доминирования и сопротивление между группами, как часть социальной борьбы. Эти идеологии будучи основой социальной репрезентации групп, контролируют индивидуальный дискурс и другие социальные практики. В таком случае, это также является важным средством для внутригруппового взаимопонимания, управления и связности, также и для управления внутригрупповых отношений, соперничеств, конфликтов и т.д. Идеологическая социальная практика основывается на идеологию которая определяется как разделяемая ментальная репрезентация, которую можно сравнить с использованием языка основанная на грамматические, дискурсивные правила. 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, ценности¹⁵.

Идеология и идеологические практики, реализуются, организуются посредством различных институтов, как например, организации, государство, образование, медиа, семья 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» имеет важную организационную роль, в то время как «власть» приобретает формы гегемонии.

Идеология в большинстве случаев ассоциируется с социальными группами, классами, обществами которые представляют свои интересы. Контроль над дискурсом и идеологией – это контроль над мышлением, сознанием и восприятием читателей или зрителей, т.е. манипулировать обществом¹⁶.

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,

¹⁵ Dijk, T.A. Ideology. An Interdisciplinary approach / T.A.Dijk. – London: Sage Publications, – 2000. – 366 p.

¹⁶ Eagleton, T. Ideology, Introduction to Ideology / T.Eagleton. – London: Verso, – 2007. – 268 p.

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.¹⁷

Вторая подглава именуется **«Концептуализация идеологии в Американском дискурсе»**.

Идеология оказывает преобладающее влияние на дискурс и глобализацию и глобальный английский язык и поэтому участники этих дискурсов должны, в первую очередь, думать о том какую идеологическую нагрузку несет данный тип дискурса. Идеология является одной из основных проблем дискурса¹⁸.

Глобальный английский язык является средством международной коммуникации. Международный английский язык удивляет своей универсальностью и иначе называется *lingua franca* (лингва франка).

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

¹⁷ Talbot, M. Media discourse: Representation and Interaction / M.Talbot. – Edinburgh: Edinburgh University Press, – 2007. – 208 p.

¹⁸ Francis, B. Theory of ideology and Culture, Knowledge is Power / B.Francis. – USA, – 2014. – 42 p.

Итак, идеология – это не «до» или «между» людьми, группами или классами общества, а часть их разума. Также как и язык, идеология является как социальным, так и ментальным объектом. Идеология и 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 концептуализации¹⁹.

Идеология бывает социальной, политической и относится к особым группам и социальным структурам, она также имеет когнитивные особенности. Она включает в себя такие ментальные показатели как идеи, мысли, мнения, вера, суждения и ценности.

Третья глава именуется **«Лингвистическая вербализация идеологии в различных типах и жанрах американского дискурса»** и состоит из трех подглав.

В первой подглаве третьей главы мы проанализировали **«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. Одним из важных вопросов – 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.

¹⁹ Van Dijk, T.A. Discourse and knowledge. A Socio – Cognitive Approach / T.A. Van Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, – 2014. – 407 p.

Идеология является самоочевидной основой социального восприятия. Она представляет различные интересы социальных групп, таких как например, личность, цель, ценности, социальные взгляды и т.д. Согласно данному подходу, идеологию можно представить как «схему», согласно которому группы имеют свою определенную позицию в социальной сфере.

Сила медиа дискурса определяется не только умением контролировать интеллектуальную модель и социальную картину которая является его же последствием, но также и 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 Hampson из газеты “USA Today”

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;1A)

Почти все Американцы старше 55 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 все казалось изменилось.

Отправитель этого текста, журналист газеты “USA Today” предполагает, что аудитория его или газеты в курсе тех событий произошедшие 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.

В текстах медиа дискурса с идеологической тональностью широко представлена также и имплицитность. Имплицитность это подразумеваемое, скрытное 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 единиц.

Способами выражения имплицитного значения являются такие приемы как например; метафора, литота, гипербола и другие. Метафора является одной из сильнейших и важных среди стилистических единиц, которой помогает слушателям понять и осознать заметные ценности и предпочтения, и тем самым построить свою идеологию²⁰. Рассмотрим следующий заголовок статьи DeWayne Wickham, газета “USA Today”;

GOP Tea party wing launches second civil war (USA Today\ November, 2013;9A)

Крыло доброй старой партии чаепитие начинает вторую гражданскую войну.

“GOP” от Good Old Party – «добрая старая партия», является аббревиатурой республиканской партии США. Крыло Республиканской партии, которые являются 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.

По словам американского социолога, Д.Хантера, СМИ – это «война культур» в современном американском обществе, где воюют проблема морали, этики и нравственного поведения. Д.Хантер, также подчеркивал средства, где медиа тексты-реклама, новости, газетные статьи – являются главной формой общественного дискурса, и которые способствуют столкновению и войне культур. СМИ это не только канал для передачи посланий, а поле, арена, где ведется война идеологий, культур²¹.

Вторая подглава третьей главы посвящена анализу *«Пути вербализации идеологии в Американском политическом дискурсе»*.

²⁰ Mammadov, A.Y. Metaphors in the American and Russian political discourse / A.Y.Mammadov – Baku: Cashioglu, 2010. – p. 69-75

²¹ Hunter, J.D. Culture Wars. The struggle to define America / J.D.Hunter. – USA: Basic Books NY, – 2001. – 432 p.

Политика является неотъемлемой частью социальной жизни общества. Мы также рассматриваем метафорические слова и выражения, как одну из важных риторических приемов политического дискурса²².

Каждый политик, создавая свой текст, в первую очередь думает о своей аудитории, и в особенности об их идеологических и культурных взглядах своих реципиентов. Главной целью политического дискурса это создать консенсус среди граждан²³. Обычно, считается что политики знают свою потенциальную аудиторию и согласно этому создают свою речь и используют определенные риторические приемы для привлечения внимания слушателей²⁴.

Метафоры становятся символом более широких проблем. Например, Франклин Рузвельт в один из самых сложных периодов в истории США, «Великая Депрессия», в своей речи призвал народ к соучастию в новой, разработанной им политической стратегии «Новый Курс»;

“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, давший толчок развитию экономики, и многих других сфер США. Это

²² Ricento, T. An introduction to language policy, Theory and method / T.Ricento. – UK: Blackwell Publishing, – 2006. – 362 p.

²³ Ricento, T. Ideology, politics and language policies; Focus on English / T.Ricento. – Amsterdam: John Benjamin’s, – 2000. – 193 p.

²⁴ Musolff, A. Metaphor and political discourse: Analogical Reasoning in Debates / A.Musolff. – London: Palgrave MacMillan, – 2004. – 211 p.

метафорическое выражение, из локальной стала глобальной, в разные периоды многие страны также пережили свой собственный «Новый Курс».

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. Они могут передаваться в форме мнения об определенных событиях, или же в форме описания события²⁵.

Проанализируем идеологические особенности следующих слов Д.Трампа;

(The New York Times, September 5, 2016) Mr. Spencer wrote:

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”.

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, который основывается на идеологию 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 лежащий в основе отрицательно передаваемом выражении “Immigrants” (иммигранты), тем самым подчеркивая угрозу не только обществу США, но и всей Европе.

Третья подглава третьей главы называется **«Пути вербализации идеологии в американском художественном**

²⁵ 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.

дискурсе». В литературе как и в политике или теологии, идеология занимает важное место, и его 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 на веру, а пересоздает его. Литература в свою очередь является продуктом социального сознания, видением мира²⁶.

В данной подглаве, мы постарались проанализировать взаимосвязь идеологии с художественной литературой. В этой связи мы рассмотрим роман американского писателя 20-го века Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби». Причина нашего выбора заключается в том, что Скотт Фицджеральд является одним из самых ярких представителей американской литературы, произведение которое вобрало в себя весь колорит американского образа жизни 20-го века. Что же касается романа «Великий Гэтсби», то оно является примерным произведением с этой точки зрения.

Это произведение передает разнообразие социальных, политический, идеологических тем, как – справедливость, сила, жадность, предательство, Американская мечта и т.д.

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 поднимается он на верхние ступени социальной иерархии, тем больше теряет идеализм в глазах читателя.

²⁶ Рахимова, М.В. Американская модель популярной культуры // М.В.Рахимова. – Москва: Знание, – 2007. – с.216-220

Посредством языка произведения Фицджеральда указывали то 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 Ника дружбы Тома и Дэйзи, где он говорит;

«Two old friends whom (he) scarcely knew at all».

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.

1920-е года США переживала период расцвета, период 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, кто стал для многих читателей эмблемой Американской мечты. Жизненная идеология Гэтсби передает глубокую внутреннюю раздвоенность «американской мечты». Корни этой двойственности связаны с историей Америки, которое вобрало в себя идеологию свободы, независимости, также и идеи материального благополучия и власти.

Идеи того что американская мечта это будущее и стремление к богатству, в конце романа отвергается и самим Гэтсби.

“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.

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.

В заключении представлены основные выводы и обобщения, вытекающие из содержания диссертации. Таким образом, 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 который в первую очередь исследует 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.

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, который информирует социальные слои, и в следствии образует силу общества. Дискурс является активным звеном при построении общества, и в тоже время зависит от общества.

3. Идеология является главным аспектом организации социального восприятия между членами социальных групп, организациями и т.д. Идеология является как когнитивной так и

социальной категорией. Когнитивная репрезентация передается посредством дискурса и действия, социальная указывает на социальный статус, а также интересы различных социальных групп.

4. В нашей работе, мы проанализировали пути вербализации идеологии в американском политическом дискурсе. Согласно анализу, американский политический дискурс является; 1) сложным коммуникативным феноменом, 2) отображающей и манипулирующей средой идеологий, сознанием общества, 3) 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.

5. Следующим видом анализа американского дискурса является медиа дискурс, которая является 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», согласно которому 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 20 века Скотта Фицджеральда «Великий Гэтсби», так как данное произведение вообрало в себя весь колорит американского образа жизни 20го 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 со временем становятся естественным.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Идеология посредством глобального английского языка // – Баку, Азербайджанский Университет Языков, журнал «Dil və Ədəbiyyat», – 2015. № 6, – с. 87-91
2. О когнитивной теории дискурса // – Баку, Бакинский Славянский Университет, журнал «Tağıyev Oxuları», – 2016. № 1, с. 3-6
3. Концептуализация идеологии в американском медиа дискурсе // Баку, Бакинский Государственный Университет, Международный научно-теоретический журнал «Dil və Ədəbiyyat», – 2016. № 1 (97), – с. 47-49
4. Социо-когнитивный подход к дискурсу // – Баку, Азербайджанский Университет Языков, Международная научная конференция об актуальных проблемах когнитивной и прикладной лингвистики, – 20-21 октября, – 2016, – с.192-194
5. Метафорическая репрезентация идеологии в американском политическом дискурсе // – Австрия-Вена, European Journal of Literature and Linguistics, – 2017. с.7-10
6. Репрезентация идеологии в американском художественном дискурсе // – Баку, Азербайджанский Университет Языков, журнал «Dil və Ədəbiyyat» – 2017. № 1, – с. 496-502
7. Дискурс как социальное явление // – Баку, Азербайджанский Университет Языков, журнал «Elmi Xəbərlər», – 2017. №3, – с.110-114
8. Концепты «идеология и власть» в системе Американских ценностей // – Баку, Институт Образования Азербайджанской Республики, журнал «Elmi Əsərlər», – 2018. № 8, – с.327-331
9. Концепт «идеология» и дискурс в рамках критического дискурсивного анализа // Российская Федерация, Тальяти, Балтийский Гуманитарный Журнал, – 2020. том 9, №3(32), – с. 237-239
10. Лингвистическая вербализация идеологии в американском медиа и политическом дискурсах // Российская Федерация,

Екатеринбург, Актуальные вопросы Филологической Науки XXI века, IX Международная научная конференция молодых ученых, – 7 февраля, – 2020, – с. 34-40

Защита диссертации состоится 23 сентября 2021 года
в 13⁰⁰ на заседании Диссертационного совета ED 2.12
действующего на базе Азербайджанского университета языков.

Адрес: AZ1014, г.Баку, ул.Р.Бехбутова, 134.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке
Азербайджанского университета языков.

Электронная версия диссертации и автореферата размещена на
официальном сайте Азербайджанского университета языков.

Автореферат разослан по
Соответствующим адресам «23» Августа 2021 года.

Подписано в печать: 20.08.2021.

Формат бумаги: _____

Объем: 38568

Тираж: 70 экз.