

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра теории и методологии журналистики**

**РЫБКА**  
Ксения Вячеславовна

**ПЕРСУАЗИВНОСТЬ КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ**  
**ДИСКУРСА СМИ: ЭКСПРЕССИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА**  
**АДРЕСАТА**

Магистерская диссертация

Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
профессор В.И. Ивченков

Допущена к защите

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой теории и методологии журналистики  
кандидат филологических наук, доцент Н.А. Федотова

Минск, 2019

## Оглавление

РЕФЕРАТ .....	3
ВВЕДЕНИЕ .....	6
ГЛАВА 1 ДИСКУРС СМИ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАЛИНГВИСТИКИ .....	9
1.1 Дискурс в системе междисциплинарного знания .....	9
1.2 Медиадискурс: сущность явления и онтологический статус .....	12
1.3 Дифференциальные признаки и свойства медиадискурса .....	15
1.4 Функции СМИ в медиадискурсе и стратегии дискурса СМИ .....	19
1.5 Медиатекст как основной элемент медиадискурса .....	23
ГЛАВА 2 КАТЕГОРИЯ ПЕРСУАЗИВНОСТИ В СИСТЕМЕ ДИСКУРСА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ .....	27
2.1 Персуазивность как универсальная стратегия медиадискурса .....	27
2.2 Персуазивные стратегии и техники в системе СМК .....	32
2.3 Экспрессивное воздействие персуазивного контента на адресата .....	40
ГЛАВА 3 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ПЕРСУАЗИВНОГО МЕДИЙНОГО КОНТЕНТА .....	45
3.1 Освещение в СМИ выхода Великобритании из Европейского союза как объект научного изучения .....	45
3.2 Специфика реализации категории персуазивности в белорусском медиапространстве .....	46
3.2.1 Реализация персуазивных экспликаций в медиадискурсе «СБ. Беларусь сегодня» .....	46
3.2.2 Персуазивные техники на интернет-портале TUT.by .....	52
3.3 Медиапроизводство с точки зрения персуазивных практик на зарубежных веб-ресурсах .....	56
3.3.1 Euronews: перлокутивный эффект персуазивных практик .....	56
3.3.2 Персуазивность медиатекстов на телеканале «РБК»: способы реализации .....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	69

## РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация: страниц – 86, источников – 177.

ПЕРСУАЗИВНОСТЬ, ПЕРСУАЗИВНЫЕ СТРАТЕГИИ, ПЕРСУАЗИВНЫЕ ТЕХНИКИ, ПЕРСУАЗИВНЫЙ КОНТЕНТ, РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, ВОЗДЕЙСТВУЮЩИЕ ФУНКЦИИ СМИ, ЭКСПРЕССИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, МЕДИАДИСКУРС, ДИСКУРС, ДИСКУРСИВНЫЙ АНАЛИЗ.

Объект исследования: категория персуазивности в дискурсе СМИ.

Предмет исследования – экспрессивное воздействие категории персуазивности дискурса СМИ на аудиторию.

Цель работы: установить специфику экспрессивного воздействия на адресата в процессе реализации категории персуазивности как универсальной стратегии дискурса СМИ.

Методы исследования: синхронный, сравнительный, индукции, интерпретации, дискурсный анализ, контент-анализ. Важное место в работе отводится дискурсному анализу как одному из методов исследования медиатекстов.

Полученные результаты: проведен анализ персуазивного контента, в частности убеждающих стратегий и техник, ведущих белорусских СМИ, информационного канала Euronews и российского ресурса «РБК»; выявлены основные персуазивные компоненты медиатекста; истолкованы принципы воздействия персуазивного контента СМИ на аудиторию; обоснована универсальность категории персуазивности в системе медийного дискурса, даны рекомендации по достижению эффективности стратегии персуазивности в медиапроизводстве.

Новизна темы заключается в описании особенностей реализации категории персуазивности в отечественных и зарубежных интернет-изданиях.

Область возможного практического применения: проведенный в настоящем исследовании анализ персуазивного контента в средствах массовой информации может быть использован белорусскими СМИ при производстве, а также при подготовке и переподготовке кадров на факультете журналистики Белорусского государственного университета.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованные в работе.

Рыбка К.В.

## РЭФЕРАТ

Магістарская дысертацыя: старонак – 86, крыніц – 177.

ПЕРСУАЗІЎНАСЦЬ, ПЕРСУАЗІЎНЫЕ СТРАТЭГІІ, ПЕРСУАЗІЎНЫЕ ТЭХНІКІ, ПЕРСУАЗІЎНЫ КАНТЭНТ, МАЎЛЕНАЕ ЎЗДЗЕЯННЕ, УЗДЗЕЯННЕ ФУНКЦЫЙ СМІ, ЭКСПРЭСІЎНАЕ ЎЗДЗЕЯННЕ, МЕДЫЯДЫСКУРС, ДЫСКУРС, ДЫСКУРСІЎНЫ АНАЛІЗ.

Аб'ект даследавання: катэгорыя персуазіўнасці ў дыскурсе СМІ.

Прадмет даследавання – экспрэсіўнае ўздзеянне катэгорыі персуазіўнасці дыскурсу СМІ на аўдыторыю.

Мэта працы: усталяваць спецыфіку экспрэсіўнага ўздзеяння на адрасата ў працэсе рэалізацыі катэгорыі персуазіўнасці як універсальнай стратэгіі дыскурсу СМІ.

Метады даследавання: сінхронны, параўнальны, індукцыі, інтэрпрэтацыі, дыскурсны аналіз, кантэнт-аналіз. Важнае месца ў рабоце адводзіцца дыскурснаму аналізу як аднаму з метадаў даследавання медыятэксту.

Атрыманыя вынікі: праведзены аналіз персуазіўнага кантэнту, у прыватнасці пераконваюць стратэгіі і тэхнік, вядучых беларускіх СМІ, інфармацыйнага канала Euronews і расійскага рэсурсу «РБК»; выяўлены асноўныя персуазіўныя кампаненты медыятэксту; вытлумачаны прынцыпы ўздзеяння персуазіўнага кантэнту СМІ на аўдыторыю; абгрунтавана ўніверсальнасць катэгорыі персуазіўнасці ў сістэме медыйнага дыскурсу, дадзены рэкамендацыі па дасягненню эфектыўнасці стратэгіі персуазіўнасці ў медыявытворчасці.

Навізна тэмы заключаецца ў апісанні асаблівасцяў рэалізацыі катэгорыі персуазіўнасці ў айчынных і замежных інтэрнэт-выданнях.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: праведзены ў гэтым даследаванні аналіз персуазіўнага кантэнту ў сродках масавай інфармацыі можа быць выкарыстаны беларускімі СМІ пры вытворчасці, а таксама пры падрыхтоўцы і перападарыхтоўцы кадраў на факультэце журналістыкі Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць даследаванні, а таксама аб'ектыўнасць спасылкаў на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

## THE ABSTRACT

Master thesis: pages – 86, sources – 177.

PERSUASIVENESS, PERSUASIVE STRATEGIES, PERSUASIVE TECHNIQUES, PERSUASIVE CONTENT, SPEECH EFFECT, MEDIA IMPACT FUNCTIONS, EXPRESSIVE IMPACT, MEDIA DISCOURSE, DISCOURSE, DISCOURSE ANALYSIS.

The object of study: the category of persuasiveness in the discourse of the media.

The subject of the research is the expressive impact of the persuasiveness of media discourse on the audience.

Objective: to establish the specifics of the expressive impact on the addressee in the process of implementing the category of persuasiveness as a universal media discourse strategy.

Research methods: synchronous, comparative, induction, interpretation, discourse analysis, content analysis. An important place in the work is given to discourse analysis as one of the methods for studying media texts.

Results obtained: analysis of persuasive content, in particular, persuasive strategies and techniques, leading Belarusian media, information channel Euronews and the Russian resource "RBC"; main persuasive components of the media text were revealed; interpreted the principles of the impact of persuasive media content on the audience; The universality of the category of persuasiveness in the system of media discourse is grounded, recommendations are made on how to achieve the effectiveness of the strategy of persuasiveness in media production.

The novelty of the topic lies in the description of the features of the implementation of the category of persuasiveness in domestic and foreign online publications.

The field of possible practical application: the analysis of persuasive content in the mass media carried out in this study can be used by the Belarusian media in the production, as well as in the training and retraining of personnel in the journalism department of the Belarusian State University.

The author of the work confirms the reliability of the study, as well as the objectivity of references to sources used in the work.