

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/61257>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Рекламные тексты, копирайтинг

Содержание

Содержание 2

Введение 3

Глава 1 Анализ дискурса и средств воздействия 5

1.1. Специфика дискурса в современных медиа 5

1.2. Речевые инструменты воздействия в дискурсе 10

Глава 2 Специфика дискурса благотворительности 18

2.1. Исследование темы благотворительности 18

2.2. Языковые и визуальные инструменты воздействия применительно к теме благотворительности 27

2.3. Анализ речевых инструментов применительно к конкретным примерам 31

2.4. Написание текстов, содержащих речевые инструменты воздействия по исследуемой теме 42

Заключение 45

Список используемой литературы 47

Приложения 50

Введение

Общество подвергается психологическому воздействию со стороны СМИ постоянно и повсеместно.

Реклама товаров и услуг, благотворительные проекты, разного рода призывы, негативная информация или навязывание определенных идей – все то, что дает свобода массовой информации, открывает доступ к масштабному психологическому воздействию на общество.

При этом в последнее время набирает популярность реклама благотворительных фондов и инициатив.

Статистка на сегодня, тем не менее, такова, что более половины населения страны не доверяют благотворительным фондам, и лишь 8% населения когда-либо жертвовали через благотворительные организации [1]. Поэтому можно сделать вывод, что нужны инициаторы развития благотворительности в нашей стране, которые имеют задачей популяризацию благотворительности и волонтерства среди населения России.

При этом становится особенно актуальной популяризация именно посредством СМИ, так как СМИ, особенно виртуальные, на сегодняшний день являются самым эффективным инструментом распространения любого сорта инициатив. При этом, находят применения определенные средства воздействия, изучение которых является темой актуальной.

Таким образом, объект в данной работе инструмент речевого воздействия, а предмет – дискурс благотворительности.

Так как целью данной работы является изучение речевых инструментов воздействия в дискурсе благотворительности, то для ее достижения были поставлены следующие задачи:

1. Обзор видов дискурса в современных медиа
2. Анализ специфики дискурса благотворительности
3. Анализ языковых и визуальных инструментов воздействия в дискурсе
4. Анализ речевых инструментов применительно к конкретным примерам
3. Написание текстов, содержащих речевые инструменты воздействия по исследуемой теме благотворительности

Глава 1 Анализ дискурса и средств воздействия

1.1. Специфика дискурса в современных медиа

В настоящее время наиболее актуальным направлением лингвистики, сформировавшимся в последние десятилетия, стало изучение различных типов дискурса. Термин «дискурс» очень популярен в современных лингвистических, филологических, философских, социологических и антропологических исследованиях. В некоторых работах по лингвистике используются оба термина: «дискурс» и «коммуникация». При этом, данные термины можно рассматривать почти как синонимичные или даже идентичные или интерпретировать одно в отношении другого [2, 3]. При этом многие исследователи не считают нужным эти термины целенаправленно дифференцировать. При этом, тем не менее, термин «коммуникация» рассматривается как термин, описываемый в основном логиками, математиками и современными кибернетиками.

В энциклопедии лингвистики под редакцией В.Н. Ярцева оба термина нашли свою интерпретацию. Здесь коммуникация (от латинского «*communatio*» - обнародовать и обобщать, связывать, разговаривать) воспринимается как нечто большее, чем дискурс и понимается как беседа (= взаимодействие), обмен мыслями, информацией, идеями и т. Д. - определенная форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-профессиональная деятельность [4].

Статья о дискурсе Арутюновой Н.Д., которая рассматривает дискурс (от французского «дискурс» - речь) как «связный текст, наделенный экстралингвистическими, а именно, прагматическими, социокультурными, психолингвистическими и другими факторами. Текст автором рассматривается в его «аспекте, связанном с событиями», а речь рассматривается как сфокусированное социальное действие, как компонент взаимодействия людей и механизмов, и их познания (когнитивных процессов) [5].

Существуют разные мнения относительно правильного термина - «дискурс» или «общение», когда речь заходит о речи, но в случае письменных СМИ ученые более заинтересованы в том, чтобы назвать его «дискурс». Дискурс — это погруженная в жизнь речь. Автор отмечает, что связь с жизнью, событиями и познанием не позволяет нам анализировать, например, древние тексты как дискурс [5].

Кроме того, дискурс — это термин из множества наук в области гуманитарных знаний. Как заявил Дейк Т. Ван, «изучение дискурса проявляется практически во всех дисциплинах гуманитарных и социальных наук» [6]. Он даже предлагает говорить в связи с дискурсом, как о новой «междисциплинарности» или даже «междисциплинарности».

В отечественной лингвистике первые попытки дифференциации понятий «текст» и «дискурс» были осуществлены в начале 70-х гг. В результате корреляция между данными понятиями была сведена к следующей формуле: дискурс — это текст плюс коммуникативная ситуация.

Соответственно, текст трактовался как дискурс минус коммуникативная ситуация [7].

Лингвистические исследования в контексте дискурсивной парадигмы и дискурс-анализ как методология получили широкое распространение в 90-е гг. XX века. В конце XX в. в рамках коммуникативной лингвистики возник коммуникативный синтаксис, как следствие в начале XXI в. получила свое распространение коммуникативно-дискурсивная парадигма знаний. Коммуникативный подход оказал сильнейшее влияние на формирование современных лингвистических теорий дискурса [7]. Ключевым понятием коммуникативной лингвистики выступает понятие коммуникации.

Когда дело доходит до анализа, важно отметить, что основная идея дискурсивного анализа основана на том факте, что текст является живым документом. Когда люди читают тексты, они неизбежно воспроизводят в своей голове фрагменты более ранних текстов, трансформируют и переосмысливают новую информацию с разных точек зрения.

Поскольку дискурс-анализ является относительно новой лингвистической дисциплиной, еще не выработан определенный общий подход, который поддержали бы все специалисты по дискурсу. Основные направления дискурс-анализа формируются на основе исследований отдельных ученых и их последователей. В западной литературе можно выделить «системно-функциональную» грамматику Холлидея, работу Дейка Т. Вана, социолингвистические подходы У. Лабова и другие.

Наряду со все возрастающей важностью социальных и других медиа, интерес к анализу дискурса также возрастает. Анализ дискурса не важен исключительно с точки зрения политики, продаж, рынка или пропаганды, но его важность возрастает во всех аспектах общества и кажется существенной для любого типа общения.

Дискурс-анализ — это широкая область, которая связана с использованием языка в контексте. Поэтому, дискурс — это широкий термин с разными определениями, которые «объединяют целую палитру значений». Анализ дискурса принимает во внимание различные теоретические и методологические подходы, такие как лингвистический, антропологический, философский, психологический и социологический. Природа языка тесно связана с требованиями, которые мы предъявляем к нему, и функциями, которые он должен

выполнять. В самых конкретных терминах эти функции являются специфическими для культуры.

«Конкретная форма, принятая грамматической системой языка, тесно связана с социальными и личными потребностями, которые язык должен обслуживать» [8].

В конце XX - начале XXI века произошел огромный рост информационных технологий, а Интернет привел к новому росту популярности СМИ.

В последние годы количество исследований средств массовой информации значительно выросло. Были исследования, в которых изучался язык прессы, с выделением специфических лексических, синтаксических и стилистических особенностей.

Другой областью интересов был анализ идеологии, отраженной в средствах массовой информации и в текстовых структурах. Например, Van Dijk [9] и Fairclough [10] показали, как доминирующие идеологии элиты были воспроизведены в средствах массовой информации и как можно выявить идеологии путем изучения языковых особенностей, используемых в текстах (таких как пассивные предложения). Анализ Ван Дейка обработки текста в производстве новостей перечисляет пять основных операций: отбор, воспроизведение, суммирование, локальное преобразование (добавление, удаление, перестановка, замена) и формулировка стилистического и риторического введения.

Упомянутые процедуры аналогичны добавлению, удалению, перегруппировке и замене стратегий реконтекстуализации, определенным Блэкледжем [11], и могут в равной степени использоваться для описания производства новостей через языковые границы, как будет показано ниже.

Лингвистический анализ газетных СМИ очень часто скептически. Лингвисты иногда видят себя в качестве надзора за тонким манипулированием языком, чтобы исказить реальность. Так, Уайт утверждал, что, «строго» описывая субъективные межличностные особенности в репортажах новостей, журналисты с помощью «объективного» языка могут претендовать на нейтралитет, в основном там, где формальный язык обеспечивает вид нейтралитета. Также Уайт предполагает, что использование такого безличного регистра - всего лишь «риторическая уловка, чтобы помочь запутать субъективность репортера».

С другой стороны, ряд других ученых-лингвистов идентифицируют язык газет как один из четырех основных регистров английского языка, наряду с устной беседой, академическим письмом и художественной литературой и уделяют большое внимание «жанровому анализу» в лингвистическом исследовании газет, где язык, используемый в печатных СМИ, описывается в таких терминах, которые отличают его от других «жанров» языка.

Лингвисту Беднареку, в свою очередь, принадлежит основанное на корпусе исследование оценки в газетах, проведенное на корпусе из 100 газетных статей, включающих корпус из 70 000 слов, как из таблоидных, так и из широкоформатных СМИ. Работа Беднарека носит количественный характер, и она дает подробные объяснения и обоснования своей системы оценки и предвзятости в газетах.

Область анализа критического дискурса предлагает большой потенциал в качестве основы для анализа газет, и в этой области был проведен ряд существенных работ. В сочетании с корпусной лингвистикой он предлагает очень мощный инструмент для анализа того, как газетные тексты формируют темы с течением времени.

При этом следует упомянуть такой важный инструмент, как дискурс анализ (ДА), одной из основных особенностей которого является изучение аутентичного текста и разговоров в социальном контексте.

Ранний вид ДА касался внутренней структуры текстов в то время, как системная функциональная лингвистика Холлидея — это новая эволюция против внутренней структуры текстов. Согласно Холлидею [8], тексты должны кодировать как личные, так и социальные процессы. Другими словами, тексты следует генерировать, понимать и помещать в определенные ситуационные рамки.

Список используемой литературы

1. КАФ Фонд поддержки и развития филантропии [Электронный ресурс] [http://www.cafrussia.ru/page/mirovoi\\_reiting\\_blagotvoritelnosti\\_1](http://www.cafrussia.ru/page/mirovoi_reiting_blagotvoritelnosti_1) (дата обращения 10.04.2019).
2. Grudeva E.V., Discourse and communication; Novosibirsk: «SibAK», 2015 – P. 7-10.
3. Kluev, Iu. V., Discourse in mass-communication (interdisciplinary characteristics, perspectives, approaches) // Vestnik SPSU. Series 9. Philology. Oriental Studies. Journalistics., №1. 2013, P.207-217
4. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — 685 с.
5. Арутюнова Н.Д. (1998), Дискурс / Лингвистика. Большая энциклопедия: под ред. В. Н. Ярцева, Научное издательство «Большая русская энциклопедия». - С. 136-136.

6. Dijk, T. Van (2007), The study of discourse: an introduction / Discourse Studies (Sage Benchmarks in Discourse Studies). – 5 vols. – London: Sage, pp. xix-xlii.
7. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 277 с
8. Halliday, M. K. (1985). An introduction to functional grammar. London: Arnold, 1985.
9. Dijk, T. Van (2001). Critical Discourse Analysis. B D. Schiffrin, D. Tannen, & H. E. Hamilton, The handbook of discourse analysis. Oxford: Blackwel.
10. Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. Dijk, Discourse as social interaction (pp. 258-284). London: Sage.
11. Adrian Blackledge: Discourse and Power in a Multilingual World. John Benjamins, 2005.
12. Kress, Gunther R. Before Writing: Rethinking the Paths to Literacy. New York. 1997.
13. Пирогова Ю.К. Рекламный текст, семиотика и лингвистика [Электронный ресурс] file:///C:/Users/User/Desktop/Reklaminy%20Text/Reklamny\_text\_semiotika\_i\_lingvistika.pdf (дата обращения 10.04.2019).
14. Baldwin Н. How to create effective TV commercials. – Lincolnwood, Illinois, 1989.
15. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.07.2017) О средствах массовой информации" Статья 4. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации [Электронный ресурс] [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/) (дата обращения 10.04.2019).
16. ИнфоTV [Электронный ресурс] <https://russian.rt.com/inotv/2017-03-20/Forbes-po-kachestvu-zhizni-Rossiya> (дата обращения 10.04.2019).
17. И все за одного. Справочник благотворительных организаций [Электронный ресурс] [https://ivsezaodnogo.ru/foundations?search\\_by=name](https://ivsezaodnogo.ru/foundations?search_by=name) (дата обращения 10.04.2019).
18. КАФ Фонд поддержки и развития филантропии [Электронный ресурс] [http://www.cafrussia.ru/page/mirovoi\\_reiting\\_blagotvoritelnosti\\_1](http://www.cafrussia.ru/page/mirovoi_reiting_blagotvoritelnosti_1) (дата обращения 10.04.2019).
19. Агентство РИА новости [Электронный ресурс] РИА Новости <https://ria.ru/spravka/20150617/1075174812.html> (дата обращения 10.04.2019).
20. Фонд профилактики социального сиротства [Электронный ресурс] <http://fondpcc.ru/> (дата обращения 10.04.2019).
21. Интернет-портал «Такие дела» [Электронный ресурс] <https://takiedela.ru> (дата обращения 10.04.2019).
22. Благотворительный фонд «Нужна помощь» [Электронный ресурс] <https://nuzhnapomosh.ru/about/> (дата обращения 10.04.2019).
23. Ильина Н.Ю. Проблемы освещения благотворительности в СМИ и пути их решения [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-osvescheniya-blagotvoritelnosti-v-smi-i-puti-ih-resheniya> (дата обращения 10.04.2019).
24. Дискуссия «СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЯМОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ: БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ НА ЯЗЫКЕ МЕДИА» ПРОШЛА НА ФЕСТИВАЛЕ «ВЕРА И СЛОВО» <http://www.pravoslavie.ru/98075.html> (дата обращения 10.04.2019).
25. The Village. Новости Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга [Электронный ресурс], <http://www.the-village.ru/village/city/situation/215209-izdanie-takie-dela> (дата обращения 10.04.2019).

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaaya-rabota/61257>