

На правах рукописи

КОНОВАЛОВА Мария Владимировна

ЭВОКАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИАДИСКУРСЕ

Специальность 10.02.19 – теория языка

Автореферат

диссертации на соискание учёной степени

доктора филологических наук

Екатеринбург – 2017

Работа выполнена на кафедре теоретического и прикладного языкознания ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Питина Светлана Анатольевна

Официальные оппоненты: **Нестерова Наталья Михайловна**
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», профессор кафедры иностранных языков, лингвистики и перевода

Харченко Елена Владимировна
доктор филологических наук, профессор,
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», зав. кафедрой «русский язык как иностранный»

Чудинов Анатолий Прокопьевич
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет», заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Алтайский государственный университет», г. Барнаул

Защита состоится 08 февраля 2017 г. в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.285.22 на базе ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов, комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», <http://lib.urfu.ru/mod/data/view.php?d=51&rid=259904>

Автореферат разослан _____ 2016 г.

Учёный секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент

Л.А. Назарова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Теория языка начала XXI века проявляет повышенный интерес к исследованиям интерактивного медиадискурса в рамках дискурсивной и когнитивной лингвистики, психолингвистики, коммуникативистики, семиотики, прикладной лингвистики, медиапсихологии и медиалогии. При этом возникает целый ряд научных задач, не решенных языковедами и другими представителями гуманитарного и естественнонаучного направлений. Современные изыскания в области интерактивной медийной коммуникации направлены на поиск оригинальных способов исследования, разработки инструментария лингвистического изучения виртуального медиадискурса. Среди всего многообразия научных отраслей наиболее продуктивными для настоящего исследования являются труды по философии сознания, теории познания, когнитивной лингвистике, антропологии, социологии, теории искусственного интеллекта, виртуалистике, теории коммуникации и медиалогии.

Актуальность диссертационного исследования обусловлена комплексным изучением феномена эвокации в качестве коммуникативного процесса, представленного в Интернет-медиадискурсе репрезентацией действительности и воздействием медиатекстов на реципиентов, в русле дискурсивной лингвистики на пересечении когнитивной, коммуникативной и медийной парадигм.

Теоретическое осмысление коррелирования реального, языкового и виртуального пространства при репрезентации медиадискурса в Интернете осуществляется на материале новостей и статей на английском, немецком и других языках. В исследовании представлена когнитивная структуризация Интернет-медиапространства в соответствии с социальными категориями и концептами медийного дискурса, поэтому основные положения диссертации разработаны в русле следующих значимых для лингвистической мысли направлений: 1) когнитивной лингвистики – авангардного направления со-

временных лингвистических исследований; 2) анализа дискурса – интенсивно развивающегося уровневого раздела лингвистики; 3) дискурсивной лингвистики; 4) виртуалистики – раздела психологических исследований виртуальности; 5) новейших исследований по коммуникативистике, теории коммуникации, медиапсихологии и медиалогии.

Цель диссертационной работы состоит в матричном структурировании репрезентации медиадискурса в Интернет-пространстве и в изучении эвокативного воздействия медиатекстов. Поставленная цель требует реализации целого ряда **задач**:

1. Обобщить достижения в области дискурсивной, коммуникативной, когнитивной лингвистики, проанализировать разнообразные подходы к исследованию медиадискурса.

2. Рассмотреть особенности репрезентации реальности в Интернет-медиадискурсе.

3. Изучить экспериментальный массив, включающий языковой материал в виде новостных и аналитических медиатекстов на различных языках, на предмет эффективности применения матричного анализа.

4. Установить характерные черты информационных концептов и представить их типологию.

5. Определить тематическую составляющую информационных концептов и соотнести с концептуальной областью.

6. Выделить когнитивные механизмы ориентации и соответствующие компоненты матрицы коллективного сознания.

7. Смоделировать когнитивную матрицу коллективного сознания, репрезентирующую реальность в Интернет-медиадискурсе.

8. Разработать когерентный контент-срез для определения текущего эвокативного состояния отдельного медиаресурса.

9. Провести когерентный контент-анализ конструктивной и деструктивной модели СМИ.

10. Установить функции медиатекстов и описать некоторые приемы эвокативных воздействий в Интернет-медиадискурсе, реализуемых в новостных и аналитических текстах.

Объектом настоящего исследования является эвокация, предметом – репрезентация действительности в Интернет-медиадискурсе и эвокативное воздействие медиатекстов на реципиентов.

Методология работы сформирована на основе классических и новейших трудов по теории языка и смежным исследованиям (М.М. Бахтин, Э. Бенвенист, К. Бюлер, В.В. Виноградов, В. фон Гумбольдт, Д.С. Лихачев, Ю.М. Лотман, Ч.С. Пирс, С.А. Питина, В. Скаличка, Ф. де Соссюр, Л.А. Шкатова, У. Эко, Р.О. Якобсон), дискурсивной лингвистике и дискурсивному анализу (И.В. Арнольд, Р. Барт, И.Р. Гальперин, А. Кибрик, В.В. Красных, Ю. Кристева, М.Л. Макаров, Т.М. Николаев), коммуникативной лингвистике (М.М. Бахтин, Т.Г. Винокур, В.Н. Волошинова, Т.А. Воронцова, И.Н. Горелов, В.В. Дементьев, Г.В. Колшанский, О.А. Леонтович, А.М. Пешковский, А.А. Потемня, А.А. Чувакин, А.А. Шахматов, Л.В. Щерба, Л.П. Якубинский), когнитивной лингвистике (Н.Н. Болдырев, А. Вежбицкая, Д. Герартс, Е.И. Голованова, Т.А. ван Дейк, В.З. Демьянков, Ф. Джонс-Лэрд, Е.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Дж. Миллер, Л. Талми, Ж. Фоконье, Н. Хомский, З. Харрис, Ч. Филлмор, У. Чейф, Р. Шенк), психолингвистике (Л.С. Выготский, Э. Кастронова, А.А. Леонтьев, Н.А. Носов, В.А. Пищальникова, Л.В. Сахарный, Р.М. Фрумкина, С. Хоружий, Е.В. Шелестюк) и др.¹

В основу работы положены следующие концепции и теории:

- учение об эвокации А.А. Чувакина;
- положения Тамбовской школы когнитивной лингвистики и Н.Н. Болдырева;
- теория единства культурно-языкового пространства Ю.М. Лотмана;

¹ Имена ученых приведены в алфавитном порядке, поскольку не всегда удаётся отразить хронологию развития научных идей применительно к настоящему диссертационному исследованию.

- концепция знаковой природы языка и ее функционирования Ф. де Соссюра, Ч.С. Пирса и Ч.У. Морриса;
- коммуникативная теория Сепира – Уорфа;
- концепция кодифицирующих комбинаций в содержании знака У. Эко;
- психологические и психолингвистические концепции Л.С. Выготского, А.А. Леонтьева, теория виртуальности Н.А. Носова;
- учение Н. Хомского о структуре языка, о поверхностных и глубинных образованиях;
- когнитивно-грамматическая концепция Дж. Лакоффа и его учение о когнитивном моделировании;
- теория речевых актов;
- теории ментальных и интегрированных пространств Ж. Фоконье и М. Тернера;
- когнитивная концепция М. Минского и Ч. Филлмора о фреймах, языковых категориях.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые эвокативный подход был разработан относительно Интернет-медиадискурса и применен в его изучении с учетом когнитивного, лингвокультурного, психологического и коммуникативного параметров описания языковых явлений, в интеграции достижений перечисленных гуманитарных областей теоретического знания и прикладных медийных исследований.

Новой является разработка эвокативных аспектов репрезентации и когнитивно-матричного анализа Интернет-медиадискурса, когерентного контент-среза эвокативного состояния СМИ, а также кластерного анализа по определению эвокативных функций медиатекстов.

Центральное место в исследовании занимает понятие «эвокация», которое впервые экстраполируется на новую область исследований – виртуальную реальность – и кладется в основу изучения эвокативной репрезентации и воздействия в Интернет-медиадискурсе. Анализ новейших лингвистических

работ по эвокации показывает, что эвокация изучается с позиций языко-ситуативной коммуникации.² в художественном тексте в качестве объекта, средства, процесса и продукта воспроизведения в свете системного подхода. В то же время наследие фундаментальных лингвистических исследований XIX века позволяет каждое новое явление в языковой реальности рассматривать с учетом категорий пространства, времени, места, языковедческие труды XX века – с позиций лингвокультурных и лингвосоциальных, а когнитивные и коммуникативные исследования XXI века – в свете концептуальных и медийных категорий.

В основе работы лежит научная традиция Пражской лингвистической школы, стремящейся рассматривать отдельный коммуникативный акт в качестве обмена сообщениями между адресантом и адресатом, а также разработки российских ученых Челябинского и Алтайского государственных университетов. Новым является также исследование эвокативной репрезентации Интернет-медиадискурса в лингвокультурных категориях и соответствующих типов концептов посредством когнитивно-матричного анализа. Эвокативное воздействие медиадискурса в Интернет-пространстве впервые изучается в связи с реализацией концептов в медиатекстах. До настоящей работы информационные концепты не подвергались системному исследованию, описанию и типизации.

Потенциал исследования репрезентативного и концептуального аспекта медиадискурса, а также вопросы эвокативного воздействия в интерактивной медийной коммуникации могут быть раскрыты в дальнейшем развитии научных положений настоящей работы и при применении предложенных аналитических разработок во всем корпусе медиатекстов на различных языках.

В работе впервые разрабатывается концепция репрезентации медиадискурса в Интернете. Сообразуясь с идеями и достижениями современной

² Термин А.А. Чувакина.

лингвистики, считаем возможным и целесообразным подойти к изучению эвокации в качестве структурной лингвистической категории. Базовым понятием в исследовании становится эвокация. Языковые проявления эвокативной репрезентации реальности в Интернет-медиадискурсе заключаются в вербализации различных типов информационных концептов в медиатекстах.

Структурированный концептуальный фон употребления того или иного слова свидетельствует об активации большого количества сложных когнитивных структур и при простой актуализации отдельного концепта в сознании человека. Поэтому при описании процессов, происходящих в сознании человека при установлении взаимосвязей между лингвокультурными и информационными концептами в Интернет-медиадискурсе, была использована именно когнитивная матрица.

Выявление лингвокультурных категорий когнитивной матрицы коллективного сознания позволило объективно представить основные структурные компоненты в соответствии с новостными концептами и концептами международной аналитики. Концептуальное содержание определяет образ СМИ в Интернет-пространстве и соотношение типов концептов в когнитивной матрице. Когнитивная матрица новостных и аналитических концептов во взаимосвязи с различными типами концептуального знания дает объективное представление о репрезентации значимых когнитивных структур медиадискурса в Интернет-пространстве.

Наиболее существенные результаты работы сформулированы в следующих **положениях, выносимых на защиту:**

1. Виртуальное информационное пространство является вторичным по отношению к реальности и вербализует информационные концепты, которые формально выстроены так, чтобы иметь возможность образовывать когерентные концептуальные области, komponуя репрезентируемую информацию в удобном для быстрого восприятия виде.

2. Медиадискурс представляет собой корпус медиатекстов. Реальность, из которой черпают информацию о событиях крупные новостные агентства, репрезентируется в виртуальности структурой концептуальных областей. Они формируют связанные гипертекстами последовательности медийных ресурсов, СМИ, блогов, социальных сетей: все медиатексты, продуцируемые ресурсами в виртуальном медийном пространстве, выстраиваются в цепочки информационных потоков.

3. Эвокация – это категория дискурса, обозначающая коммуникативный процесс, оперирующий информационными концептами при преобразовании объекта в продукт. Будучи также категорией медиатекста, она описывает отношение к действительности и предполагает наличие у него эвокативности – репрезентирующего свойства, характеризующего уровень завершенности, устойчивости к внешним воздействиям; способности сохранять единство и внутреннюю структуру связей между информационными концептами в продукте эвокации при его взаимодействии с другими структурами знаний.

4. Информационный концепт является единицей передачи вербальной и невербальной информации в медиадискурсе, пространство которого представлено совокупностью концептуальных областей, сконцентрированных и структурированных сообразно схожим тематическим признакам, а также согласно формальным когерентным схемам.

5. В процессе когерентизации в информационном концепте выделяется темарематическое ядро, в котором определяется тематическая соотнесенность (тема) информационного концепта, а также рематические временные и пространственные характеристики.

6. Тематические элементы ядра соотносятся с лингвокультурными категориями и концептуальными областями «информация», «участники события», «время», «место», «интенция», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация».

7. Лингвокультурные компоненты матрицы коллективного сознания включают следующие концептуальные области: «территория», «время или исторический момент», «этнос», «политическая и экономическая ситуация», «творчество», «информационное пространство».

8. Выделенные компоненты матрицы коллективного сознания формируют социокультурно значимые семантические поля, порождающие тематически однозначно идентифицируемый контекст, в которых вербализуются концепты из различных сфер общественной жизни для воздействия информации на реципиентов. На языковом уровне эти явления находят выражение в медиатекстах, воплощающих все перечисленные смыслы при помощи языковых средств.

В процессе работы используются различные общенаучные и лингвистические **методы** исследования. Дискурсивный подход к исследованию обуславливает выбор когнитивного матричного анализа в качестве метода изучения медиадискурса, поскольку охват некоторого числа медиатекстов, выстраивающих отдельный поток информации, возможен в матричном формате. В исследовании также используются контекстный, семантический анализ, когнитивно-матричный анализ, дискурс-анализ, когерентный контент-срез, контрастивно-описательный метод.

Источником используемого **материала** послужили медиатексты на различных языках, более 800 сайтов СМИ, аналитических агентств и фондов, специализированных форумов, блогов. Исследуемый материал перечислен в приложении, изучен полностью при помощи веб-инструментария (онлайн-переводчиков, поисковых систем): каждый сайт был проанализирован по структуре и контенту, определен тип СМИ, выделены наиболее часто встречающиеся рубрики. Названия сайтов вместе с сегментом Интернета, языковой принадлежностью, названиями рубрик скомпонованы по лингвокультурным категориям и концептуальным областям. Формальные концепты выделены на основе результатов практического наблюдения за тэгами и актуаль-

ной повесткой дня по международной аналитике, которая, учитывая специфику подборки сайтов, естественным образом находила свое отражение в их контенте. В работе отражены наиболее значимые и самые показательные примеры для наглядной иллюстрации теоретических положений и практического применения разработанного нами аналитического инструментария.

Необходимо отметить, что весь набор сайтов был получен и обработан при непосредственном участии в нескольких волонтерских Интернет-проектах по международной аналитике.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке и применении эвокативных исследований в отношении медиадискурса в Интернет-пространстве, репрезентативного моделирования, а также специфики и приемов эвокативного воздействия на реципиента. Данное исследование вносит вклад в разработку эвокации на материале медиадискурса, совершенствование моделирования языковых явлений, понимания виртуального медийного пространства как лингводискурсивного семиозиса. Теоретические положения диссертации могут найти применение в дальнейших эвокативных исследованиях, изучении дискурсивной, когнитивной, коммуникативной лингвистики, развитии и совершенствовании когнитивно-матричного анализа, контент-среза; способствовать глубокому освещению вопросов соотношения языка и мышления, языка и культуры, коммуникативистики, медийных исследований и когнитологии.

Практическая ценность работы. Результаты проведенного исследования могут использоваться в теоретических курсах общего языкознания, введения в языкознание, когнитивной лингвистики, в курсах по психолингвистике, коммуникативистике, теории и практике межкультурной коммуникации, при написании учебно-методических пособий; при составлении курсов и пособий по прикладной лингвистике, при составлении курсов по международной проблематике и журналистике.

Апробация работы. Основное содержание работы получило освещение в 44 публикациях, включая коллективную монографию «Дискурс: функционально-прагматический и когнитивный аспекты» (отв. ред. Е.Н. Азначеева, Челябинск, 2008), монографию «Эвокационная категория когерентности на примере юридического дискурса» (Челябинск, 2014), коллективную монографию «Лингвокультура университета» (отв. редактор С.А. Питина, Челябинск, 2016). Результаты исследования апробированы в 16 научных журналах, рецензируемых ВАК.

Основные положения диссертации отражены в научных докладах на международных (Челябинск, 2003, 2005, 2009, 2010, 2013; Ижевск, 2006; Екатеринбург, 2011; Canada – Westwood, 2013; Germany – Munich, 2013; Тамбов, 2014, 2015), всероссийских (Челябинск, 2004; Москва, 2014; Челябинск, 2015) конференциях по когнитологии, переводу, межкультурной коммуникации, германистике, теории массовых коммуникаций и журналистике. Теоретические положения и материалы диссертации обсуждались на заседаниях кафедр теории языка (теоретического и прикладного языкознания), немецкого языка Челябинского государственного университета, в докладе на конференции по германистике Центра немецкого языка Московского государственного лингвистического университета.

Структура диссертации: работа представлена на 397 с., содержит 12 таблиц, состоит из введения, пяти глав, заключения, списка сокращений, списка литературы, словарей и Интернет-источников текстов, представляющих материал для практического анализа.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Проведение настоящего научного изыскания обусловило теоретическое осмысление насущных вопросов философии, лингвистики, теории познания и психологии, коммуникативистики и медийных исследований.

В главе 1 «**Лингвистические, философские и психологические основы эвокации**» рассматривается понятие эвокации, процесса эвокации, его компоненты и категории, эвокативные аспекты познания в виртуальной и реальной действительности, особенности мышления человека, находящегося в Интернет-пространстве, соотношение виртуальной и ментальной реальности, освоение виртуальной реальности и условия её постижения, интерактивность, а также познавательные процессы концептуализации, категоризации и когерентизации.

Неразрывно связана с виртуальностью интерактивность, важным представляется анализ особенностей функционирования сознания в виртуальности, когнитивные аспекты протекания психических процессов познания виртуального мира. В этой связи актуальными становятся познавательные процессы концептуализации, категоризации и когерентизации, которые рассматриваются в качестве органичных составляющих репрезентативного процесса медиадискурса в Интернет-пространстве.

Эвокация – это одна из категорий текста, реализующая его репрезентативную функцию. Эвокация выражает отношение текста к действительности с точки зрения языковой репрезентации дискурса. Эвокативная коммуникативная деятельность напрямую связана с ситуативной коммуникацией, носит преобразовательный характер, выполняет задачу конструирования реальности в конкретном типе дискурса и фиксации полученной дискурсивной действительности в тексте благодаря категории эвокации.

Таким образом, коммуникативная эвокативная деятельность включает несколько предметных и процессуальных компонентов – объект, средства,

продукт и сам процесс эвокации. Объектом эвокации является отражаемая речевым произведением реальность в совокупности коммуникативных, текстовых, семиотических, мыслительных и познавательных частей. Средствами эвокации будут языковые, когнитивные, контекстуальные, семантические, визуальные и др. средства репрезентации конкретных объектов реальности. Использование полученных репрезентативных образований в речи превращает отражаемую реальность в продукт эвокации – Интернет-медиадискурс, медиатекст, репрезентирующий собственный вариант реальности.

Эвокация в качестве категории текста способствует вызыванию в памяти образов и формирует дискурсивную реальность. В процессе эвокации и при эвокативном моделировании происходит обращение к хранящимся в памяти образам, фоновым и смежным с ними единицам знаний в когнитивной базе коммуникатора и реципиента информации. Медиадискурс наиболее показателен в данном аспекте, поскольку при продуцировании любого медиатекста происходит обращение к имеющимся у реципиентов знаниям, добавление к ним новой информации и включение в формируемую текстом реальность новых элементов, имеющихся в представлениях автора дискурса и потенциально присутствующих в картине мира реципиентов целевой аудитории.

Эвокативное свойство сообщает дискурсу концептуальную, фреймовую, сценарную завершённость содержания сообщения, предполагает наличие апеллятивов к концептам и категориям матрицы коллективного сознания, использование их в качестве конститутивных элементов при реализации коммуникативных стратегий и интенций коммуникантов. Медийными эвокативными средствами может быть целый ряд стилистических, жанровых, лексических, интонационных, мелодических, синтаксических, грамматических средств, а также целый ряд графических, визуальных, видеоэффектов, рассчитанных на визуальное оформление контента и привлечение реципиентов.

В связи с вышеизложенным необходимо отметить, что освоение Интернет-пространства, являющегося вторичным по отношению к реальности, имеет свои трудности. Интернет-пространство, или виртуальность воспринимается человеком в качестве константной, когерентной, но в то же время не воспринимаемой в целом. Важным условием постижения виртуальности является исчезновение ощущения нахождения в Интернет-пространстве. То же самое релевантно и для медийного дискурса, развёрнутого в виртуальности. При осмыслении отдельных фрагментов виртуальности происходит подсознательное, автоматическое присвоение того «я-образа», который был получен в момент вхождения в Интернет-пространство (ник или псевдоним, коммуникативный стиль, навык использования виртуального инструментария и т.д.).

Виртуальное медийное пространство, Интернет-медиадискурс большей частью оформлен вербально, печатные, аудио- и видеоматериалы передают информацию в виде дискурса. Виртуальный мир познаётся человеком через выделение объектов, предметов, свойств, характеристик, установления связей, закономерностей взаимодействия между ними. Однако это часть работы сознания в виртуальности, поскольку когерентное понимание мира и формирование его общей картины включает не только отражение, концептуализацию, категоризацию предметов, но и установление закономерностей дискурсивной динамики в изменениях отражаемых объектов, их взаимодействия и взаимного воздействия.

Эвокация среди рассматриваемых когнитивных процессов отвечает за вызывание в памяти схожих предметов и объектов при их отражении, категоризацию и концептуализацию получаемых знаний в совокупности с имеющимися в памяти структурами. Эвокация становится также необходимым условием когерентного восприятия мира, поскольку обеспечивает встраиваемость новых знаний в концептуальную картину мира, а также осознание реципиентом репрезентируемой медиатекстом действительности.

Картина мира, сформированная на основе знаний, почерпнутых из виртуальности, состоит из тематических, ситуативных, структурных концептов, сочетание которых позволяет создавать новые единицы знаний, последовательности действий с ними и обрабатывать полученную информацию. В ходе исследования мы обнаружили две разновидности таких концептов: концепт-алгоритм и концепт-образец. Первый тип обозначает последовательность действий при получении ощущений и их обработке, второй тип актуален при создании когерентной концептуальной картины мира. Такими действиями являются: идентификация объекта, различение и установление отдельных признаков, определение среди них значимых, а также интерпретация в соответствии с концептуальной картиной мира реципиента. Получается воспроизведение операции анализа. Концепт-образец соответствует операции синтеза – при накоплении знаний от сенсоров происходит процесс наложения ментальной структуры-образца на совокупность поступающих сигналов, соотнесение с имеющимися концептами, распределёнными по различным составляющим имеющейся картины мира. Наглядным примером результата такой операции является фреймовая модель знания. Полученная структура обладает когерентностью, потенциалом к репрезентации и синтезу новых образов, однако при идентификации и осмыслении объекта виртуальности осознаются не все его свойства, существующие в реальности.

В главе 2 «**Эвокативная репрезентация медиадискурса в Интернете**» выделяется информационный концепт, рассматриваются его признаки, структура и типология; концептуальная сфера Интернет-медиадискурса репрезентирована в компонентах когнитивной матрицы. Разработка матрицы коллективного сознания (МКС) включает когнитивно-матричный анализ компонентов коллективного сознания, рассмотрение признаков и структур информационного концепта в качестве оперативной единицы медиадискурса, типологию медийных информационных концептов. МКС разложена на компоненты коллективного сознания и типы информационных концептов. Со-

держательные компоненты МКС соответствуют следующим параметрам: «территория», «время» или «исторический момент», «этнос», «политическая и экономическая ситуация», «творчество» и «информационное пространство», формальные компоненты – типам информационных концептов: ядерные тематические и рематические, верификационные и периферийные, гипертекстовые тематические и рематические концепты.

Ядро информационного концепта представляет собой когерентный образ события, свёрнутое представление о произошедшем, описываемом в новостном, медийном сообщении. В языковом выражении информационный концепт представлен в виде заголовка к медиатекстам. Периферийные концептуальные области информационного концепта соответствуют когнитивным структурам «участники события», «время», «место», «интенция», «языковая репрезентация», «виртуальная репрезентация». Области можно условно разделить на несущие информацию о реальном мире и на адаптирующие информацию к виртуальному когнитивному пространству. Периферийные составляющие информационного концепта необходимы при интерпретации сообщения, раскрытии подробностей, а также для встраиваемости в виртуальное медийное пространство при условии сохранения функции репрезентации и передачи информации реципиентам массовой аудитории. Типы информационных концептов могут быть разными: тематические, рематические, верификационные, социологические и культурные.

Таким образом, информационный концепт становится единицей универсального медийного кода, кодирующего информацию, и распределяется по типам в соответствии с репрезентативной функцией и соответствующей концептуальной областью, представляющей компонент матрицы коллективного сознания. Коллективное сознание формирует особое ментальное пространство, которое вместе с функцией регуляции и моделирования общественных отношений реализует функцию хранения и накопления знаний о мире, о ценностях и достижениях этноса, об окружающих людях. Создавае-

мое коллективным сознанием ментальное пространство помогает членам сообществ осваивать окружающий мир, накапливать жизненный опыт и передавать знания последующим поколениям. В матрице коллективного сознания заключён общий код общественного устройства и парадигма социальных процессов, компоненты которых находят своё отражение в медиадискурсе (таблица 1).

Таблица 1. Матрица коллективного сознания

МСК	Чистый информационный концепт (ЧИК)					
	Ядерные тематические ИК	Ядерные рематические ИК	Верификационные ИК	Периферийные ИК	Гипертекстовые тематические ИК	Гипертекстовые рематические ИК
Этнос (культурно-историческая общность)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Территория (пространственный компонент)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Время (исторический момент)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Политическая и экономическая ситуация (уровень развития общества)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Творчество (искусство, литература, идеология)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК
Информационное пространство (среда, формирующая смыслы, ценности)	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК	МИК

ИК – информационный концепт;

МИК – матричные информационные концепты;

МСК – матричные смысловые компоненты.

Наиболее значимым и важным компонентом МКС является «этнос», или этническая обусловленность культуры общества, языка и порождаемого данной общностью информационного пространства. Этническое пространство подразделяется на внутриэтническое и межэтническое, в которых язык

выполняет две функции: первая – сплочение и интеграция этноса, вторая – дифференцирующая функция, позволяющая определить принадлежность индивида к этносу и культуре. Национальный язык является важнейшим этническим признаком, в котором закреплена специфика национального характера и менталитета. В этническом пространстве основной функцией языка становится участие в систематизации представлений конкретного этноса о мире, формировании уникальной позиции, своеобразного взгляда на мир. Язык служит средством коммуникации, познания и мышления этноса, позволяет накапливать единицы знаний о мире, которые складываются в мировоззрение, культуру, национальную специфику народа (Чанышева).

«Территория», или географическое расположение участников коммуникации, продуцирующих текст или дискурс, а также расположение автора дискурса в виртуальном пространстве получает важное значение. Использование топонимов или других географических данных в тексте и дискурсе позволяет ориентировать реципиента относительно автора в реальном пространстве. Та же функция релевантна и для репрезентанта концептов или области концептов в виртуальном пространстве. Концепт «территория» изначально возник с целью организации пространства вокруг людей таким образом, чтобы человек мог ориентироваться в нём. Сопутствующие характеристики человека или групп людей относительно местоположения постоянно дополнялись новыми единицами знаний, новыми концептами, которые целенаправленно располагались во взаимосвязи и составляли целостные, завершённые образы людей, сообществ, народов.

С концептом «территория» часто связано указание на географическое нахождение стран, географические и климатические условия, с которыми ассоциированы язык, культура, искусство, достижения в науке, экономическая или политическая информация, международные и межличностные отношения, отличительные национальные черты, история народа, вера, легенды, сказания и др. В зависимости от степени владения знаниями по перечисленным пара-

метрам коммуникаторы выстраивают дискурс в более узком или широком коммуникативном пространстве. Таким образом, компонент «территория» отвечает за ориентирование коммуникативной ситуации относительно события и эксплицирует связи с концептуальной областью напрямую, через топонимы, топографические данные, картографические, страноведческие, культурные сведения, которые могут быть соотнесены с конкретной местностью. Данный концепт ориентирует дискурс относительно коммуникативной ситуации, сообщая любому тексту когнитивные структуры, необходимые для включения в концептуальные области страноведческих знаний. Владение указанным компонентом матрицы коллективного сознания иноязычной культуры в межкультурной коммуникации способствует качественному выстраиванию текста или дискурса.

Исследованием компонентов концепта «время» занимались философия, лингвистика, филология, физика и другие науки. Чаще всего концепт «время» рассматривается во взаимосвязи с концептом «пространство». Концепт «пространство» рассматривался нами в качестве составляющего концептуальной области «территория», являющегося компонентом матрицы коллективного сознания. Мы рассматриваем концептуальную область «территория» в качестве компонента МКС, подразумевающего большую важность и акцентуацию территориальной принадлежности в сознании социума. Формирование коллективного сознания социума часто происходит в глубокой зависимости от изначального места проживания, складывается из истории отдельных поселений и их объединений в ходе исторических событий. Многие знания, обычаи и традиции складывались в зависимости от условий проживания на конкретной территории, особенностей её географического расположения, ландшафта, климата, в то время как концепт «пространство» в рамках коллективного сознания обычно содержит нормы определения местонахождения одних предметов относительно других – единицы измерения, принятые ориентиры, стороны света, ощущения пространства как такового относительно

отдельного человека, создание, моделирование окружающей среды в соответствии с определёнными представлениями, свойственными только данной культуре.

Компонент МКС «политическая и экономическая ситуация» показывает уровень развития общества, отражая в медийных публикациях важнейшие события из политической и экономической сферы социума. Политические и экономические новости, аналитические статьи на данную тематику могут быть маркером эпохи, показателем достижений и упадка, хотя, конечно же, акцентировать будут успешные моменты из жизни общества. Теоретическое исследование указанного компонента требует обращения к тщательному изучению политического и экономического дискурсов в непосредственной связи с медиадискурсом, что представляет слишком большую область исследований, но может быть перспективным продолжением нашей работы.

«Творчество» и «информационное пространство» так же, как и предыдущий, относятся к компонентам МКС, охватывающим большое количество исследовательского материала. В компоненте «творчество» могут быть представлены концепты и сферы искусства, литературы, живописи, скульптуры, музыки, дизайна, моды и других творческих сфер жизни общества. «Информационное пространство» включает компонент среды, формирующей смыслы, концепты, ценности в Интернет-медиадискурсе. На формирование смыслов оказывает влияние широкий спектр достижений научной мысли и культуры, нашедших своё отражение в виртуальном семантическом пространстве: философия, психология, лингвистика, филология, прагмалингвистика и другие отрасли человеческого знания. Как и предыдущий компонент, «информационное пространство» требует пристального и глубокого исследования, которое в рамках настоящего изыскания возможно лишь частично, поскольку поставлены конкретные цели в изучении отдельных феноменов Интернет-медиадискурса. Таким образом, компоненты МКС «политическая и экономическая ситуация», «творчество» и «информационное пространство»

охватывают огромный пласт содержательных медийных и когнитивных структур, широчайший спектр культурных, исторических, общественных и общечеловеческих знаний, который невозможно изучить в ходе отдельного лингвистического исследования, однако также невозможно исключить их из матрицы коллективного сознания, поскольку так или иначе содержательные компоненты обязательно апеллируют к указанным концептуальным областям медиадискурса.

Медиадискурс – это одна из разновидностей дискурса, сознательная речемыслительная деятельность, тематически обусловленная в едином информационном континууме. Данный вид дискурса подразумевает наличие определённого новостного контента и соответствующего ему семантического наполнения, коммуникативных микро- и макроправил, когнитивных алгоритмов накопления, передачи и интерпретации знаний. Главная отличительная черта виртуального медиадискурса заключается в трансформации фактологической, оценочной и субъективной информации в медиатекст, опубликованный с учётом внимания массовой аудитории – реципиентов, принадлежащих различным слоям общества, владеющим разными языками. В медиадискурсе поступающая информация подвергается ряду когнитивных операций – концептуализации или преобразованию фактической информации в смысловые единицы, переводу имеющихся знаний по уровням понимания, когерентизации или синтезированию знаний различных форм и содержания, среди которых присутствует уникальный тип концептов, знание, свойственное исключительно медийному дискурсу, а также интерпретации в соответствии с интенциями коммуникантов.

Рассмотрение медиадискурса в качестве совокупности медиатекстов, имеющих схожие характеристики и взаимодействующих в медийном информационном пространстве, подразумевает изучение когнитивных способов образования знания в медиадискурсе, коммуникативных процессов и роли СМИ в формировании социально значимых контекстов. Анализ медиатекстов

с дискурсивных позиций позволяет расфокусировать внимание исследователей, сосредоточенное исключительно на психологических и социальных аспектах медийной речевой деятельности, и направить его на коммуникативные, лингвистические и когнитивные характеристики. В связи с упомянутыми чертами медиадискурса необходимо отметить наличие институциональности, обусловленное работой с массовой аудиторией. Трансляция информации на множество реципиентов происходит по дискурсивным правилам формирования информационных концептов, регламентирующих подачу и интерпретацию предоставляемых сведений.

Медиатексты, выстраивая гипертекстовые и иные типы взаимосвязи, создают дискурс в соответствии с определёнными нормами репрезентации действительности. Виртуальный компонент, присутствующий в репрезентации медиадискурса, сообщает некоторые правила инициирования и развития тем в информационном пространстве. Синтез и передача знаний о мире при помощи медиадискурса воплощается в сложном когерентном речевом произведении, содержащем фактические сведения о событии, фоновых знаниях о заявленной в сообщении теме, новом знании в рамках, индивидуальном опыте реципиента, схожем с репрезентируемыми в сообщении событиями.

Исследование столь сложных когнитивных образований требует выбора метода на основе матричного анализа концептов, представляющих тему медиатекста и сосредоточенных в заголовке сообщения. Общая тематика объединяет медиатексты как по формальным, так и по содержательным концептуальным компонентам, отражая определённую концептуальную область и сферу коллективного знания. Дискурсивный подход к исследованию обуславливает выбор когнитивного матричного анализа в качестве метода изучения медиадискурса, поскольку охват больших сегментов, состоящих и определённого числа медиатекстов, посвящённых одной тематике и выстраивающих отдельный информационный поток, возможен именно в матричном формате. Эвокативный методологический компонент в когнитивном матрич-

ном анализе заключается в возможности целостного рассмотрения медиатекста в качестве конечного продукта эвокации, реализующего возможность выстраивания не только новостного информационного потока, но и целых сегментов концептуального знания, определения типов концептов, которые будут задействованы в частях медиадискурса, их концентрацию и специфику.

Разработав МКС и проанализировав определённое количество медиатекстов, мы пришли к ряду следующих выводов: медиадискурс репрезентируется в виде совокупности областей информационных концептов, сконцентрированных согласно тематике и структурированных сообразно семантическим признакам, а также согласно формальным когнитивным схемам. Интернет-медиадискурс эксплицирует многие из указанных процессов, что позволило нам смоделировать матрицу коллективного сознания по отдельным информационным концептам, используя принцип выделения области синтагматических и парадигматических отношений составляющих её единиц. Основным средством достижения понимания является язык медиадискурса, позволяющий интерпретировать и адаптировать когнитивные системы двух или более культур, которые не совпадают даже при наличии одинаковых концептов. Восприятие чужой культуры на этапе ознакомления отличается приданием чрезмерного значения поступающей информации. Новая информация разнообразит картину мира реципиентов, но позже, по мере встраивания информации в картину мира реципиента, и шире – в матрицу коллективного сознания. Она больше не воспринимается новой и не нуждается в маркировке в качестве новых знаний о чуждой культуре.

В главе 3 «**Эвокативное воздействие в медиадискурсе**» рассматриваются теоретические основы воздействия в медиадискурсе, коммуникативная ситуация в эвокативном аспекте, контекст во взаимосвязи с компонентами матрицы коллективного сознания; разработан и применён когерентный контент-срез Интернет-СМИ, представлены его результаты в отношении конструктивной и деструктивной модели виртуального СМИ.

Формирование концептуальной картины мира в Интернет-медиадискурсе базируется на коммуникативных процессах, оперативными единицами которых становятся концепты, функционирующие или возникшие в них. Отличительной характеристикой подобных концептов является наличие виртуальной составляющей в смысловой структуре, а иногда отсутствие сигнификата. Данное отличие виртуальной коммуникации обусловило появление в виртуальном пространстве усечённого варианта объективно отражаемой реальности, позволяющей индивидам, так или иначе находящимся в ней, налаживать коммуникацию, вырабатывать поведенческие паттерны и сценарии коммуникативного взаимодействия.

Эвокативные аспекты Интернет-коммуникации, связанные с обменом информацией, рассматривались многими коммуникативистами. Процесс информационного обмена в виртуальном медиадискурсе напрямую коррелирует с характеристиками, формирующими информационные потоки СМИ и обусловленными возможностями пользователей Интернета. Указанные особенности регулируют степень достоверности и мобильности информации, восприимчивость и чувствительность реципиентов. Если рассматривать эвокацию в качестве коммуникативного процесса, то в ходе преобразований объекта в продукт коммуниканты находят и используют общие средства, что возможно при совместном определении точек соприкосновения и путей достижения объективно совпадающих целей.

Эвокативное воздействие в медиадискурсе осуществляется в процессе восприятия реципиентами определенного информационного потока и является более мягким типом воздействия по сравнению с воздействием пропаганды. Пропаганда часто предусматривает репрезентацию информационного потока одной направленности, ориентированного на настойчивое, активное убеждение в собственной правоте и правильной презентации события, исторических фактов, картины мира. Эвокативное воздействие отличается сохра-

нением интенций реципиента и объединением их с интенциями субъекта путём поиска общих моментов и убеждения в правильности подхода.

Воздействие осуществляется через моделирование медиадискурса, эвокативный анализ и синтез, а также при помощи отдельных приёмов трансформации значения и вызывает в памяти у реципиента те образы, факты, аргументы и ассоциации, которые могут быть осознаны и восприняты как не противоречащие его позиции, картине мира, представлениям, не вызывающие отторжения. Благодаря эвокации коммуникативный процесс в медиадискурсе корректируется, направляет коммуникантов к поиску общих целей и обоюдовыгодному разрешению противоречий. Эвокатор, или инициатор коммуникации помогает остальным коммуникантам осознать и воплотить свои интенции в объекте эвокации, чтобы получившийся в результате медиaproдукт был понятен и приемлем реципиентам.

В ходе исследования нами были выделены динамическая и статическая модели коммуникативного процесса. Динамические эвокативные модели предполагают большую интенсивность медийных потоков, ориентированы на порождение большого количества медиатекстов, что способствует быстрому проникновению эвокативных концептов в сознание реципиентов с последующей встраиваемостью их в концептуальную картину мира. Статические эвокативные модели рассчитаны на постепенный последовательный процесс проникновения концептов в картину мира, многократное закрепление концептов и воздействие, имеющее целью создание когерентного поведенческого сценария или паттерна. Медиатексты данной модели характеризуются статикой образа, когерентностью сообщений, многократностью повторов, от которых зависит метрика, положительным коннотативным содержанием и социально-ориентированной тематикой.

В качестве примера рассмотрим контент-срез ресурса ИТАР-ТАСС. Результат показывает, что публикации распределены по компонентам МКС следующим образом:

1. «Этнос» – 6 публикаций.
2. «Территория» – 8 публикаций.
3. «Исторический момент» – 3 публикации.
4. «Экономическая и политическая ситуация» – 6 публикаций.
5. «Творчество» – 3 публикации.
6. «Информационное пространство – 5 публикаций.

«Этнос», или культурно-историческая общность получила в данном контент-срезе 6 публикаций, в которых наблюдается обращение к условиям, в которых в настоящий момент времени находятся целые народы: «Ситуация на **Украине**. Хроника событий. 31 июля», «**Нетаньяху: Израиль** уничтожит сеть тоннелей боевиков вне зависимости от переговоров», «“Корпус мира” приостанавливает миссию в **Западной Африке** из-за эпидемии лихорадки Эбола». Все приведённые примеры ориентируют на эвокацию сведений о тяжёлой политической и экономической ситуации в названных странах: военные конфликты на Украине и в Израиле, изменения эпидемиологической обстановки в Западной Африке. Следующие примеры «**Путин** предложил восстановить в Кремле разрушенные **Чудов** и **Вознесенский монастыри**» и «**ФМБА: Россия** близка к решению вопроса о жизнеобеспечении космонавтов в полете на Марс» из семантического поля компонента «этнос» вербализуют концепт «русский этнос», на языке которого передаётся информация. Выделенные лексемы также способствуют эвокации единиц знаний, связанных с ними в медийном пространстве: фамилия главы государства и упоминание Кремля в одном предложении вместе с конкретизацией – Чудов и Вознесенский монастыри – эвоцируют в картине мира русскоязычного реципиента культурные, политические и территориальные знания, которые сопровождаются положительными коннотациями от осознания возрождения культурного наследия. Второй пример относится к рубрике «наука» и содержит сообщение о научном открытии с указанием страны, чьи учёные его совершили. Обозначение научной проблемы «жизнеобеспечения космонавтов в

полете на Марс» эвоцирует в памяти реципиента обращение к концептам с информацией об упомянутой научной отрасли, о достижениях российских учёных в данной научной сфере и о ближайших прорывных перспективах. Соответственно, сопровождающие сообщение коннотации будут реализовываться через положительные эмоции, вызываемые данным сообщением.

Второй компонент МКС «территория» насчитывает 8 соотнесённых публикаций и является пространственным компонентом, ориентирующим реципиента в пространстве относительно события. Событие отцентрировано относительно государств, которые выступают в качестве субъектов действия, что гипотетически ставит реципиента в позицию способности оценить глобальность события в сфере международных отношений или на уровне целого региона. Потенциальная вовлеченность в международные дела позволяет реципиенту почувствовать свою ответственность за принимаемые решения, особенно если они исходят от государства, на чьей территории реципиент проживает.

Таким образом, конструктивная модель виртуального СМИ часто предполагает новостной или просто информативный формат, сообщающий информацию реципиенту при реализации следующих условий:

- 1) максимально точные и достоверные сведения о событии с подтверждением цифровыми данными;
- 2) отсутствие оценочной лексики и тропов при описании событий;
- 3) замены логическими реальными отношениями между описываемыми объектами;
- 4) избегание описания ирреальных событий, использования оксюморонов, юмора, паралогических переключений и т.д.;
- 5) небольшое количество абстракций, синкретическое включение отражаемого и воображаемого мира в категориальную модель, предопределяющую наличие рациональной картины мира и рефлексии у реципиента.

Общий анализ результатов когерентного контент-среза страницы телеканала CNN показывает, что Интернет-сайт предназначен для обзорного ознакомления посетителей и телезрителей с актуальной повесткой дня. Перечисляются заголовки сюжетов, распределяемых по рубрикам, причём не только тематическим, но и предназначенным для привлечения внимания и подсчётов популярных сюжетов. Трудность анализа заключалась в том, что сюжеты часто перемещались из тематических рубрик в статистические, и не совсем понятно было, какие концепты в визуальном ряде или тексте способствовали увеличению числа просмотров и переносу сюжета. В названии тематических рубрик и заголовках сюжета присутствуют лексемы, которые полностью или частично совпадают по смыслу.

Ярким примером хаотического переноса являются полные или частичные синонимы, которые встречаются, например, в рубрике **Business**: “Ebola's **economic** 'scare factor””. В статистических рубриках появляются публикации, автоматически переставляемые туда после набора определённого количества просмотров или по причине важности темы, актуальности представленной в сюжете точки зрения. Нет возможности проверить, совпадает ли действительное количество просмотров с представленным редакцией и не вносится ли публикация в актуальный список преднамеренно по признаку соответствия мейнстриму.

Анализ контент-среза сайта телеканала CNN показывает, что публикации распределены по компонентам МКС весьма неравномерно:

1. «Этнос» – 29 публикаций.
2. «Территория» – 21 публикация.
3. «Исторический момент» – 3 публикации.
4. «Экономическая и политическая ситуация» – 4 публикации.
5. «Творчество» – 15 публикаций.
6. «Информационное пространство» – 6 публикаций.

Очень много публикаций соотносится с компонентами «этнос» и «территория». Вполне возможно, что подобный «перевес» связан с тремя рубриками, семантически связанными с концептами «этнос» и «территория»: спорт, путешествия и публикации о горячих точках. Активизация последней тематики, тревожные негативные ассоциации и ожидания целевой аудитории, связанные с ней, выводят данные публикации на передний план.

Компонент МКС «этнос» представлен заголовками 29 публикаций, в которых упоминается топоним или этноним. Примеры можно условно разделить на две категории: прямое упоминание географических названий и этнонимов в заголовке и опосредованное использование семантического поля «этнос» (таблица 2).

Таблица 2. Реализация компонента МКС «этнос»

Прямое упоминание географических названий и этнонимов	Опосредованное использование семантического поля «этнос»
<ul style="list-style-type: none"> • Israel: 'Mission accomplished' as troops leave Gaza • Australian and Dutch experts examine the area of the Malaysia Airlines Flight 17 plane crash on Sunday, August 3, near the village of Rossipnoe, in the Donetsk region of eastern Ukraine • China: Did couple steal state secrets? • Kurds battle Islamists for Iraqi town • Russians mass near Ukraine border • Africa and U.S.: Invest in human 	<ul style="list-style-type: none"> • CNN Exclusive: Inside mind of Hamas' political leader • Tennis: Bouchard in hometown loss • Tennis: Kyrgios wins Masters debut • Golf: McIlroy on top of the world • Tennis: Serena joins '200 club' • Golf: Fresh blow for Tiger Woods • NBA: All-star's gruesome injury • Commonwealth: Bolt wins gold • Golf: PGA - Johnson 'not

Прямое упоминание географических названий и этнонимов	Опосредованное использование семантического поля «Этнос»
<p>rights</p> <ul style="list-style-type: none"> • World losing interest in Syria conflict? • Why Africa leaders' summit matters • Commonwealth: England on top • How does Russia see Putin? • MH370: Australia picks Dutch company for next phase of undersea search • South China dispute • China meat scandal prompts recall • 20 China travel tips • Israel calls 'hypocrisy' in international criticism 	<p>banned'</p> <ul style="list-style-type: none"> • Will protest shape HK's future?

Географические названия в рассмотренных нами публикациях служат не только для центровки события в пространстве относительно реципиента, но и для обращения к определённым характеристикам, фоновым знаниям реципиента, связанным с данными названиями и контекстом. В исследуемых примерах – это топонимы, этнонимы и антропонимы: **Israel, Gaza, Australian, Dutch, Malaysia, Rossipnoe, Donetsk, Israel, China, Kurds, Iraqi, Russians, Ukraine, Africa, Syria, Africa, England, Russia, Japan's, Australia, South China, China, Ukraine**. Израиль упоминается в связи с конфликтом в секторе Газа, что активизирует фоновые знания реципиента о ситуации в данном регионе, причинах, сторонах конфликта.

В зависимости от того, какая информация относительно данного события поступала реципиентам до этого, целевая аудитория и будет рассматри-

вать конфликт, ситуативно сопереживая позиции одной из сторон. Уже из заголовка новости ясно, что компания CNN будет предоставлять фактическую и оценочную информацию израильской стороны, поскольку топоним Israel находится в начале заголовка и располагает реципиента к принятию информации именно от израильской стороны, что и подчёркивает дальнейшее развитие темы в заголовке: "... 'mission accomplished' as troops leave **Gaza**" («... "миссия завершена", поскольку войска покидают сектор Газа»). По такой же схеме развития темы построены заголовки «**Israel** calls 'hypocrisy' in international criticism», "World losing interest in **Syria** conflict?", "**Australian** and **Dutch** experts examine the area of the **Malaysia** Airlines Flight 17 plane crash on Sunday, August 3, near the village of **Rossipnoe**, in the **Donetsk** region of eastern **Ukraine**", "**China**: Did couple steal state secrets?", "**Kurds** battle Islamists for **Iraqi** town", "**Russians** mass near **Ukraine** border" («Израиль называет лицемерием международную критику», «Мир теряет интерес к конфликту в Сирии?», «Австралийские и голландские эксперты в воскресенье 3 августа осматривают место падения самолёта МН 17 малазийских авиалиний недалеко от деревни Рассыпное в Донецкой области на востоке Украины», «Китай: украли ли супружеская пара государственные секреты?», «Курды сражаются с исламистами за иракский город», «Русские стягивают войска к украинской границе»). Можно сказать, что данная схема развития темы относится к имплицитной соотнесённости с компонентом «этнос», но актуализация фоновых знаний реципиента свидетельствует скорее о концептуальной области «этнос», а не «территория».

Таким образом, проведя когерентный контент-срез разноязычных моделей СМИ для сравнения компонентов МКС, мы пришли к выводу, что **отдельный медиа-ресурс способен продуцировать эвокативный эффект при моделировании сообщения, который может быть конструктивным или деструктивным по отношению к МКС и концептуальной картине мира реципиента.** При возрастающем потоке деструктивных медиатекстов,

не разделяемых сопутствующими конструктивными информационными потоками, опасность дестабилизации МКС может возрасти, поскольку множество не связанных друг с другом целевых реципиентов придут к схожим деструктивным заключениям. Причём эвокативный эффект сам по себе не несёт эмотивной составляющей, он может способствовать её созданию при соответствующем моделировании медиатекста.

Конструктивная модель виртуального СМИ предполагает новостной или информативный формат, предоставляющий информацию реципиенту при следующих условиях: точные и достоверные сведения о событии с подтверждением цифровыми данными; отсутствие оценочной лексики, эмотивно окрашенных художественных средств при описании события; отсутствие метатезы, перемешивания логических и реальных отношений между описываемыми объектами; избегание описания ирреальных событий и фреймовых переходов. В процессе формирования деструктивной модели могут выполняться разные функции СМИ, адаптивная и регулирующая, которые реализуются через создание отрицательных коннотаций. При первичной обработке информации определяется совокупный образ события, соответствующий предметной реальности и основанный на фактических данных. Получается образ, стремящийся к отражению реальности на уровне сенсорного образа, под которую в реальной модели подстраивается коннотативная информация, но подстраивается так, чтобы реальность происходящих событий не наводила на мысль о ложности негативных коннотаций.

Деструктивная модель СМИ может привести к дестабилизации и иметь следующие характеристики: наличие большого числа публикаций тревожно-негативного характера при недостоверном и одностороннем освещении событий, так или иначе сообщающее однотипность сюжетам, интерпретациям и оценкам событий. Такая модель создаёт у реципиента предпосылки к наступлению состояния инграуала, причём наличие оценочных, эмоциональных лексем, абстрактных существительных, присутствие одной точки

зрения на событие семантически формирует искусственно усечённую модель мира. В текстах наблюдается искажение отношений между предметами, подмена субъекта объектом и наоборот (зеркальное перевёртывание и перемешивание смыслов), синтез семантически несовместимых смыслов, которые выглядят совместимыми только при условии достаточных фоновых знаний. Использование в подобных медиатекстах моделей сознательно усечённой реальности при неправильной интерпретации фактов формирует модель квази-реальности, оставляя реципиенту минимум возможностей полноценно осмыслить освещаемое событие.

В главе 4 «**Эвокативное моделирование в Интернет-медиадискурсе**» рассматриваются коммуникативные процессы и эвокативное моделирование: эвокативный синтез представлен в виде языковых и жанровых компонентов, коммуникативно-ситуативного орнамента в Интернет-медиадискурсе; эвокативный деструктив реализуется через антиномичный метод моделирования медиадискурсивного пространства (информационные войны), а также через моделирование информационных потоков.

Свободное моделирование коммуникативной ситуации при создании медиадискурса согласно целям эвокатора обусловлено исключительно динамикой коммуникации, по завершении которой реципиенты благодаря успешному осознанию общих интенций успешно встраивают полученные концепты в свою концептуальную картину мира, не считая их предложенными или навязанными, что характерно для рекламы или пропаганды каких-либо мировоззрений или идей. Эвокация делает видимыми имплицитные коммуникативные цели, придаёт им форму, дополняет содержанием. Осознание коммуникантами общих целей позволит считать их своими, предотвратит конфликт интенций, противоречия с объективно осознанной реальностью и картиной мира реципиентов. Эвокация также способствует переосмыслению и частичной перекодировке имеющейся картины мира, нейтрализации фреймовых переходов при сохранении когерентного образа предмета. Таким образом,

эвокативное моделирование в медиадискурсе – это конструирование в виде медиатекста информационной модели представлений коммуникатора об объектах и предметах реальной действительности. Изменяются ли в ходе коммуникации представления реципиентов относительно обсуждаемых вопросов или описываемых событий, зависит от представления, коммуникативной стратегии и тактики, а также от выбора и правильного применения эвокативных средств.

Вне зависимости от модели коммуникации в создаваемых медиатекстах будут реализованы концепты, балансирующие концептуальную картину мира и разрушающие её деструктивные смысловые компоненты. На основании вышеизложенных положений мы разработали когерентный контент-срез, методологический инструмент для определения текущего эвокативного состояния отдельного медиаресурса на основе матричного анализа контента. Анализ контента осуществлялся по принципу рассмотрения информационного концепта, сформулированного в заголовках материалов, на предмет наличия составных концептуальных частей, соответствующих компонентам МКС. Подсчёт частоты вербализации концептов одного матричного компонента, развивающей одну тему или ряд концептов одного типа, характеризует коммуникативный процесс. Преобладание компонентов одного уровня или сочетания схожих по темам может свидетельствовать об актуализации тем, эвокативный эффект которых может быть оценен при сравнении с актуальной новостной повесткой. Проявления редакционной или корпоративной политики будут отражаться в использовании определённого типа информационного концепта, если речь идёт о виртуальном медиаресурсе, об индивидуальных предпочтениях в случае отдельного блога, дневника и личной странички.

Анализ источников по коннотативной специфике показывает, что положительные и отрицательные коннотации передаются концептами с эмоциональным содержанием, которое сообщается им контекстом. Положительные коннотации, возникающие при вербализации концептов, обозначают переда-

чу положительных эмоций, а могут и не обозначать; сведения с негативными коннотациями также не всегда противоречат логике и нарушают смысловую структуру МКС, иногда они служат средством её имплицитного укрепления. В ходе исследований проявился так называемый механизм коллективного самосохранения, свойственный любому человеческому обществу, и упоминание концептов, относящихся к концептуальной области этноса или сопутствующих этнических характеристик, не приводит к нарушениям и рассинхронизации компонентов МКС у реципиентов.

Необходимо отметить, что МКС служит информационной средой для создания и порождения когерентных моделей реальности и квазиреальности, свидетельствующей о потребности человека создавать индивидуальную картину мира, семантически сбалансированную, категоризованную и позволяющую систематизировать постоянно поступающий поток однообразных ощущений. В настоящее время благодаря техническим возможностям моментального и взаимосвязанного виртуального воплощения большого количества информации сфера духовной жизни визуализуется и протекает во взаимодействии с другими реципиентами, с постоянным взаимным влиянием. В виртуальном пространстве коммуникатор и реципиент ведут себя одинаково – воспринимают, навязывают или игнорируют ту информацию или те единицы знания, которые наиболее соответствуют комфортному для них психическому состоянию и адекватной их знаниям картине мира. Если образ события сформирован в медиадискурсе качественно, то реципиенту поступает новая информация. Если образ искусственен и в нём сознательно искажены какие-то смыслы, то, воспринимая его, реципиент дезинформируется благодаря «амальгамным» образам, накладывающимся на имеющиеся у него представления.

В главе 5 «**Эвокативные функции в Интернет-медиадискурсе**» отражены результаты кластерного анализа эвокативных воздействий согласно компонентам МКС, а именно: кластеры МКС, репрезентирующие культурно-

историческую общность, территорию, время, политическую и экономическую ситуацию, а также намечены перспективы исследования компонентов творчества и информационного пространства как условия формирования смыслов. Далее рассмотрены отдельные приёмы эвокативных воздействий, наиболее характерные для современного состояния Интернет-медиадискурса.

Вербализация информационных концептов происходит в выделенных лингвокультурных концептуальных областях, представленных в МКС. Пересечение концептуальных областей с чистыми информационными концептами актуализует медийный кластер текстов, выполняющий определённую эвокативную функцию, которая соотнобразует с репрезентативной функцией текста. Медийный кластер текстов (МКТ) в ракурсе виртуального пространства образует сочетание текстов, предоставляющих информационный базис для порождения коммуникации в рамках медийного пространства. В рамках кластера будут возникать и распространяться тексты, репрезентирующие в различных, часто не схожих интерпретациях одни и те же темы, которые актуальны в медиадискурсе на момент создания сообщений.

Реализуемые медийными кластерами эвокативные функции отражают различные аспекты медийной коммуникации на уровне информационных концептов с национальным, территориальным, историческим, политическим, экономическим, творческим и метатекстовым контекстом. Событийный ряд был рассмотрен в соответствии с верификационными, гипертекстовыми, ядерными и периферийными концептами. Медийный кластер текстов в Интернет-медиадискурсе объединяет часть всего корпуса медиатекстов, фиксирующих информацию и создающих информационный базис для порождения коммуникации в рамках медийного пространства. Медиатексты, входящие в данный кластер, и порождаемые ими гипертексты в той или иной мере будут выполнять соответствующую функцию. Границами кластера в медийном пространстве могут быть публикации одного СМИ или целого ряда СМИ, а также все производные медиатексты, находящиеся в различных сегментах

виртуального пространства, объединённые одной темой или ремой. В порожденных ими информационных потоках относительно происходящих событий будут возникать и распространяться сообщения, репрезентирующие в различных интерпретациях одни и те же категории, которые были непосредственно акцентированы в исходных медиадискурсах.

Границы МКТ будут обозначены наличием текстов и дискурсов в различных сегментах виртуального пространства, объединённых одной темой или рематической фактической информацией. Формирование МКТ в единое целое происходит при использовании в текстах и порождённых ими дискурсах на заданную тему. В матрице коллективного сознания МКТ образуют отдельную ячейку в зависимости от тематических и рематических концептов, соответствующих концептуальной области компонентов МКС. Рассмотрим виртуальный медиадискурс в компонентах матрицы коллективного сознания и соотнесении типов чистых информационных концептов с матричными смысловыми компонентами или понятийными концептами (таблица 3).

Таблица 3. Эвокативные функции медиатекстов

МСК	Чистый информационный концепт (ЧИК)					
	Ядерные тематические ИК	Ядерные ре-тематические ИК	Верификационные ИК	Периферийные ИК	Гипертекстовые тематические ИК	Гипертекстовые ре-тематические ИК
Этнос	1. МКТ с национальным контекстом, когда любые события представлены в национальном ракурсе	2. МКТ событийного ряда из жизни одного этноса	3. МКТ – национальный идеологический МКТ, в котором тексты содержат верификацию с опытом народа	4. МКТ контекста или информационного фона во всех релевантных текстах	5. МКТ гипертекстового национального дискурса в медиaprостранстве	6. МКТ, текстов содержащих событийный ряд из жизни одного этноса
Территория	7. МКТ с территориально обусловленным контекстом, туристический дискурс	8. МКТ событийного ряда на определённой территории	9. МКТ международной аналитики: геотактическая аналитика	10. МКТ с территориальными деталями в контексте	11. Гипертекстовый КСО пропаганды, дискурс военных действий, геополитическая аналитика	12. Гипертекстовый МКТ с событийным рядом, дискурс обозначения развития событий – геостратегическая аналитика
Историч. момент	13. МКТ широкой исторической тематики	14. МКТ исторически значимых событий современности, открытий	15. МКТ современной эпохи	16. МКТ с историческими деталями в контексте	17. Гипертекстовый КСО, дискурс определённой исторической эпохи	18. МКТ соотношения событий с историческими условиями

МСК	Чистый информационный концепт (ЧИК)					
	Ядерные тематические ИК	Ядерные ре- тематические ИК	Верификационные ИК	Периферийные ИК	Гипертекстовые тематические ИК	Гипертекстовые ре тематические ИК
Политическая и экономическая ситуация	19. МКТ политической и экономической тематики	20. МКТ новостей	21. МКТ политической и экономической аналитики	22. МКТ с отдельными сведениями о политической и экономической ситуации	23. Новостной дискурс	24. КСО новостей в медиадискурсе
Творчество	25. МКТ творческой тематики	26. МКТ новостей творческой тематики	27. МКТ обзорных и критических статей	28. МКТ творчества в контексте	29. КСО медийного дискурса	30. МКТ новостей
Информационное пространство	31. МКТ метатекстов об информационном пространстве	32. МКТ новостных метатекстов	33. КСО ценностного дискурса	34. МКТ с наименьшей зависимостью от информационной среды	35. КСО виртуального медиадискурса	36. МКТ метановостей

ИК – информационные концепты;

МСК – матричные смысловые компоненты;

МКТ – медийный кластер текстов;

КСО – коммуникативно-ситуационный орнамент.

В качестве примера кластерного анализа приведём рассмотрение текстов с историческим контекстом на наличие гипертекстовых связей. Гипертекстовый повтор во многих текстах исторических тематических концептов образует когерентное смысловое ядро исторически значимого временного отрезка. Часто тексты и дискурсы смежной тематики повторяют исторические и статистические данные, результаты исследований. В аналитических статьях показателем наличия тематических концептов помимо значимых для выбранной тематики исторических событий является статистика, связанная с определённым периодом.

Специфика кластера этнических рематических концептов приобретает особую значимость при массовом распространении информации об этническом терроризме. В подобном ракурсе большое значение приобретает конфессиональная принадлежность акторов упомянутых событий. Метрический анализ медийных сегментов Интернета с помощью Google-метрики представлен в таблице 4.

Таблица 4. Метрический анализ медийных сегментов Интернета

Медийный сегмент	США	Велико-британия	Нидерланды	Норвегия	Россия
Исламистский терроризм	Islamic terrorism – более 1 720 000	1 290 000	Islamic terrorism - 1 380 000 Terrorisme – 148 000	Islamic terrorism - 1 380 000 Terrorisme – 149 000	Исламистский терроризм – 91 300

Можно сделать вывод о том, что чаще всего исламистский терроризм освещается в американских и английских электронных СМИ. Данные по медиапространству Нидерландов и Норвегии свидетельствуют о гораздо меньшем количестве материалов в СМИ, посвящённых этой теме или хотя бы использующих данный концепт в виде метафоры.

В российском сегменте Интернет-медиадискурса используется словосочетание «исламистский терроризм», который является политическим термином, его значение несколько отличается от «islamic terrorism», точным переводом которого было бы «исламский терроризм». В русском языке нет понятия исламского терроризма, т.е. терроризма людей, исповедующих ислам, но есть исламистский, т.е. терроризм, использующий ислам для прикрытия террора.

Рематические смысловые конструкции, созданные с концептом «исламистский терроризм» и «islamic terrorism», становятся ядерными, т.е. весьма значимыми в том или ином медийном тексте или дискурсе, поскольку сообщают новые данные о террористических актах. Учитывая прямое отношение конфессиональной принадлежности к критериям этнической идентификации, можно сказать, что данный пример показателен для рематического модифицирования медийного пространства.

В статье Jamestown Foundation “Terror Trends: 40 Years' Data on International and Domestic Terrorism” дается ретроспективный анализ с приведением статистических данных за исторический период: “Between 1969 and 2009, there were 38,345 terrorist incidents around the world. Of these attacks, 7.8 percent (2,981) were directed against the United States, while 92.2 percent (35,364) were directed at other nations of the world:..” (Между 1969 и 2009 годами в мире было совершено 38 345 террористических актов. 7,8 процентов (2 981) из них были направлены против Соединённых Штатов, 92,2 процента (35 364) – против других наций: ...») ³.

Значимым для данной статьи трагическим событием, вошедшим в историю Соединённых Штатов, становится 11 сентября 2001 года, когда были совершены теракты в Нью-Йорке. В статьях американских авторов о терроризме часто упоминают эту дату и выстраивают анализ безопасности США

³ URL: <http://www.heritage.org/research/reports/2011/05/terror-trends-40-years-data-on-international-and-domestic-terrorism>

относительно этих терактов (до или после). “On September 10, 2001, Osama bin Laden’s name was well known to the U.S. intelligence community. By that point, bin Laden had directed various attacks against the U.S. through the al-Qaeda terror network, including the 1993 World Trade Center bombing and the 1998 U.S. embassy bombings in Africa” («10 сентября 2001 года имя Осамы бен Ладена было хорошо известно американской разведке. К этому моменту бен Ладен организовал множество атак против Соединённых Штатов через террористическую сеть Аль-Каида, включая теракт 1993 года во Всемирном торговом центре и теракт 1998 года в Посольстве США в Африке»).

“The 9/11 attacks, and the subsequent publication of The 9/11 Commission Report served as a tremendous catalyst for a much-needed and robust debate over the nature of the threat facing the United States. The report also drew significant attention to the nation’s intelligence failures and lack of a framework for preventing, preparing for, and responding to acts of terrorism” («Атака 11 сентября и последовавший за ней доклад Комиссии 11 сентября послужили сильнейшим катализатором для столь необходимых открытых дебатов о природе угроз Соединённым Штатам. В докладе также обращалось особое внимание на промахи национальной разведки, а также на недостаток разработок по предотвращению, профилактике и реагированию на террористические акты»).

Концепты «The 9/11 attacks», «9/11» репрезентированы в огромном количестве медиатекстов, образуя гипертекстовый коммуникативно-ситуационный орнамент по отдельному концепту, имеющему особую значимость для жизни и истории американской нации. Метрика поисковых систем отражена в таблице 5.

Таблица 5. Метрический анализ концепта the 9/11 attacks и 9/11

Концепт	Google	Яндекс
«The 9/11 attacks»	About 702,000 results	23 тыс. ответов

	(0.42 seconds)	
«9/11»	About 12,000,000 results (0.30 seconds)	139 млн ответов

Большое количество результатов показывает распространение текстов в англоязычном сегменте Интернета, которые наверняка перекликаются не только гиперссылками, но и гипертекстовым единством раскрываемых ими тематик. Проследить все гипертекстовые связи у 12 миллионов текстов не представляется возможным, однако стоит отметить, что характерным является сценарная реализация фрейма в коммуникативных ситуациях обсуждения текстов, когда медиатекст становится источником дискурса и других текстов, связанных через гипертекстовые тематические концепты.

Когнитивная модель репрезентативного воздействия представляет собой совокупность необходимой коммуникативной информации с целью дальнейшей компиляции и стереотипизации её содержания. Информационное пространство содержит возможности для различных типов преобразования информации или приёмов эвокативного воздействия на реципиентов. В процессе борьбы воздействий информационных потоков, различных интересов, редакционной политики ряда влиятельных СМИ в медиадискурсе наблюдается применение некоторых приёмов воздействий: зеркальность, дезинформация, сенсационность, контекстуальные изменения в новостном потоке. При использовании названных приёмов совершаются следующие действия с информацией, такие как изменение модуса, тональности, поляризации оценок, подмена понятий, искусственное создание противоречий, мифологизация, упрощение событий и их значимости, фальшивая аргументация, эвфемизация информации и многие другие.

В итоге исследование эвокации в Интернет-медиадискурсе показало, что данная категория реализует репрезентативную функцию и выражает отношение медиатекста к действительности. Эвокация напрямую связана с коммуникативной ситуацией, носит преобразовательный характер и выпол-

няет в медиадискурсе задачу конструирования реальности. При развёртывании медиадискурса в виртуальном пространстве дискурсивная действительность преобразуется в соответствии с его характеристиками и находит своё отражение в отдельных медиатекстах. Коммуникативная деятельность заключается в преобразовании объекта при помощи соответствующих средств в продукт эвокации. Объектом медийной эвокации становятся события, предметы и явления реальности во всей совокупности смыслов. Средствами эвокации могут выступать языковые, когнитивные, контекстуальные, семантические, метрические, визуальные, при помощи которых объекты репрезентируются в концепты, в дальнейшем конструирующие реальность в медиадискурсе.

На уровне текста эвокативный процесс способствует вызыванию в памяти образов и формирует дискурсивную реальность за счёт аллюзивного привлечения фоновых знаний реципиента. При эвокативном моделировании также происходит обращение к единицам знаний в когнитивной базе коммуникатора и реципиента информации.

Эвокативный процесс часто сообщает дискурсу концептуальную, фреймовую сценарную завершённость, характеристику когерентности и адекватности отражаемого события коммуникативной ситуации и языковым средствам одновременно, поскольку ситуативные параметры и языковые средства художественной выразительности участвуют в создании продукта эвокации. Эвокативное свойство предполагает наличие апеллятивов к концептам компонентов матрицы коллективного сознания, которые используются в качестве конститутивных элементов в коммуникативных стратегиях и интенциях коммуникантов. Таким образом, эвокация – это репрезентация реального мира в Интернет-медиадискурсе через размещение эвокативных продуктов в виртуальной реальности, оказание эвокативного воздействия при формировании концептуальной картины мира через моделирование виртуальной реальности и формирование информационных потоков.

Когнитивная модель репрезентативного воздействия представляет собой конгломерат необходимой коммуникативной информации с целью дальнейшей компиляции, стереотипизации её содержания и передачи в производных медиатекстах. Интернет-медиадискурс охватывает множество преобразований информации и приёмов эвокативного воздействия на реципиентов. Однако дальнейшее исследование столь сложных явлений медийной действительности представляется возможным в рамках последующих научных изысканий по настоящей тематике: в процессе взаимного влияния информационных потоков в медиадискурсе наблюдается целый ряд приемов эвокативного воздействия различной природы. Некоторые из них были рассмотрены подробно с целью осмысления коммуникативно-ситуационного орнамента из медиатекстов, воплощающих то или иное глобальное коммуникативное действие, вносящее значительные изменения в ход информационных потоков. Однако дальнейшее исследование столь сложных явлений медийной действительности представляется возможным в рамках последующих научных изысканий по настоящей тематике.

Основное содержание работы получило освещение в 44 публикациях, результаты исследования апробированы в 16 научных журналах, рецензируемых ВАК, в двух коллективных монографиях и авторской монографии.

**Основные результаты диссертации опубликованы в следующих работах:
Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, определенных ВАК РФ**

1. Коновалова, М. В. Когерентность и интертекстуальность как текстовые категории [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2007. – № 8 (86). Филология и искусствоведение. – С. 21–26.

2. Коновалова, М. В. Верификационная когерентность в юридическом дискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2008. – № 26 (127). Филология и искусствоведение. Вып. 25. – С. 75–77.

3. Коновалова, М. В. Типы когерентности в юридическом дискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2008. – № 21 (122). Филология и искусствоведение. Вып. 23. – С. 83–86.

4. Коновалова, М. В. Эвокационное воздействие в публицистическом дискурсе на примере информационной волны [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2011. – № 33 (248). Филология и искусствоведение. Вып. 60. – С. 72–75.

5. Коновалова, М. В. Виртуальное пространство и виртуальный гештальт [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2013. – № 24 (315). – Филология и искусствоведение. Вып. 82. – С. 97–101.

6. Коновалова, М. В. Виртуальное пространство как творческая платформа медиадискурса [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2013. – № 10 (301). Филология и искусствоведение. Вып. 76. – С. 126–129.

7. Коновалова, М. В. Когеретизация и познавательный процесс [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2013. – № 31 (322). Филология и искусствоведение. Вып. 84. – С. 49–52.

8. Коновалова, М. В. Эвокативные особенности культурной стратегии сайта радиокompании «Голос России» в аспекте медиабезопасности [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2013. – № 21. Филология и искусствоведение. Вып. 80. – С. 292–295.

9. Коновалова, М. В. Процесс виртуального познания и когерентность [Текст] / М. В. Коновалова // Когнитивные исследования языка : материалы междунар. конгресса по когнитив. лингвистике. – Тамбов : [б. и.], 2014. – Вып. XVIII : Язык. Познание. Методология когнитивных исследований. – С. 528–530.
10. Коновалова, М. В. Соотношение процессов когеретизации, эвокации и коммуникации [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2014. – № 6. Филология и искусствоведение. Вып. 88. – С. 179–181.
11. Коновалова, М. В. Эвокационное моделирование в медиадискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Вопросы когнитивной лингвистики : общерос. акад. науч. журн. – М. ; Тамбов : [б. и.], 2015. – Вып. 1. – С. 71–75.
12. Коновалова, М. В. Когнитивные аспекты эвокационного моделирования [Текст] / М. В. Коновалова // Когнитивные исследования языка : материалы междунар. конгресса по когнитив. лингвистике. – Тамбов: [б. и.], 2015. – Вып. XX : От когнитивной лингвистики к когнитивному терминоведению. – С. 92–99.
13. Коновалова, М. В. Эвокативный аспект смешанной коммуникации в медиадискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2015. – № 20 (375). Филология и искусствоведение. Вып. 97. – С. 64–69.
14. Коновалова, М. В. Медиадискурс и подходы к его изучению [Текст] / М. В. Коновалова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2015. – № 27 (382). Филология и искусствоведение. Вып. 98. – С. 101–108.
15. Коновалова, М. В. К вопросу об эвокации и эвокативности [Текст] / М. В. Коновалова // Успехи соврем. науки и образования. – Белгород, 2016. – № 1. – С. 119–121.
16. Коновалова, М. В. Эвокативное моделирование в полемической беседе (часть 1) [Текст] / М.В. Коновалова // Успехи соврем. науки. – Белгород, 2016. – № 6. – С. 43-46.

Монографии и коллективные монографии

17. Коновалова, М. В. Категория когерентности в юридическом дискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Дискурс: функционально-прагматический и когнитивный аспекты : коллектив. моногр. / отв. ред. Е. Н. Азначеева. – Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2008. – С. 121–129.

18. Коновалова, М. В. Эвокационная категория когерентности на примере юридического дискурса [Текст] : монография / М. В. Коновалова. – Челябинск : Энциклопедия, 2014. – 144 с.

19. Коновалова, М. В. Эвокативные аспекты формирования корпоративной культуры вуза [Текст] / М. В. Коновалова // Лингвокультура университета : коллектив. моногр. / отв. ред. С. А. Питина. – Челябинск : Энциклопедия, 2016. – С. 28-37.

Публикации в других изданиях

20. Коновалова, М. В. Полилогическая речь как одно из средств в формировании коммуникативной компетенции у учащихся и студентов (на примере обучения устной иноязычной речи) [Текст] / М. В. Коновалова // Гуманистические основы преподавания гуманитарных дисциплин в вузе : материалы междунар. науч.-практ. конф.; Челяб. фил. ун-та Рос. акад. образования, 28 нояб. 2003 г. – Челябинск, 2003. – С. 140–142.

21. Коновалова, М. В. Проблема дефиниции понятия дискурса в современной коммуникативной лингвистике [Текст] / М. В. Коновалова // Природа детства и глубинные законы психического развития ребёнка : материалы Всерос. науч. конф. – Челябинск : Полиграф-Мастер, 2004. – С. 61–64.

22. Коновалова, М. В. Реализация юридического дискурса в акте правовой коммуникации [Текст] / М. В. Коновалова // Языки профессиональной коммуникации : материалы II междунар. науч. конф. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2005. – С. 117–120.

23. Коновалова, М. В. Юридический дискурс как вид институционального дискурса [Текст] / М. В. Коновалова // Русский язык и русская речь в XXI

веке: проблемы и перспективы : материалы междунар. науч.-практ. конф., 30–31 марта 2006 г. – Ижевск : Изд-во Удмурт. гос. ун-та, 2006. – С. 39–43.

24. Коновалова, М. В. К вопросу о структуре дискурса [Текст] / М. В. Коновалова // *Lingua mobilis*. – 2006. – № 2 (2). – С. 94–98.

25. Коновалова, М.В. Особенности языка текста закона [Текст] / М. В. Коновалова // *Lingua mobilis*. – 2006. – № 2 (2). – С. 190–195.

26. Коновалова, М. В. Прагматическая специфика интертекстуальности как глобальной текстовой категории [Текст] / М. В. Коновалова // Прагматические аспекты коммуникативной лингвистики и стилистики (проблемы общего и романского языкознания) : сб. науч. тр. фак. лингвистики и перевода Челябин. гос. ун-та. – Челябинск : Образование, 2007. – С. 52–55.

27. Коновалова, М. В. Глобальные категории когерентности и интертекстуальности в юридическом дискурсе [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М. В. Коновалова. – Челябинск, 2008. – 25 с.

28. Коновалова, М. В. Тематическая когерентность в тексте закона [Текст] / М. В. Коновалова // Языки профессиональной коммуникации : материалы IV междунар. науч. конф., Челябин. гос. ун-т, 3–5 дек. 2009 г. – Челябинск : Изд-во Челябин. гос. ун-та, 2009. – С. 223–228.

29. Коновалова, М. В. Лингвистический анализ названий сайтов электронных изданий западногерманского направления [Текст] / М. В. Коновалова // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. – 2010. – № 1 (5). – С. 32–35.

30. Коновалова, М. В. Особенности новостного медийного текста Интернет-изданий [Текст] / М. В. Коновалова // Провинциальный мегаполис в современном информационном обществе : материалы междунар. науч. конф., Чел. гос. ун-т, 24–26 марта 2010 г. – Челябинск : Энциклопедия, 2010. – С. 157–160.

31. Коновалова, М. В. Волонтерские Интернет-проекты по международной проблематике в Рунете [Текст] / М. В. Коновалова // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. – 2011. – № 1 (7). – С. 80–82.

32. Коновалова, М. В. Сферы использования эвокативного воздействия в публицистическом дискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Российские СМИ и журналистика в новой реальности : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Екатеринбург : [б. и.], 2011. – С. 339–341.

33. Коновалова, М. В. Приёмы эвокации в публицистическом дискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2012. – № 1 (9). – С. 79–82.

34. Коновалова, М. В. Информационный поток в виртуальном медиапространстве [Текст] / М. В. Коновалова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2013. – № 1 (11). – С. 89–92.

35. Коновалова, М. В. Эволюция восприятия действительности и формирование образа знака [Текст] / М. В. Коновалова // Челяб. гуманитарий. – 2013. – № 3 (24). – С. 100–103.

36. Коновалова, М. В. Эвокационное моделирование в медиадискурсе (на примере полемической беседы) [Текст] / М. В. Коновалова // Германистика: перспективы развития : тезисы Всерос. науч. конф., посвящ. 100-летию со дня рожд. Ольги Ивановны Москальской, 27–28 нояб. 2014 г. – М. : ФГБОУ ВПО МГЛУ, 2014. – С. 53–54.

37. Коновалова, М. В. Концептуальные основания эвокационного моделирования в медиадискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // Современ. проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 17. – (Прил. к журн. «Филологические науки»).

38. Коновалова, М. В. Медиадискурс с позиций когнитивной семантики // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 18. – (Прил. к журн. «Филологические науки»).

39. Коновалова, М. В. Проблематика и перспективы изучения процессов когеретизации и эвокации [Текст] / М. В. Коновалова // Современ. проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 16. – (Прил. к журн. «Филологические науки»).

40. Коновалова, М. В. Принципы определения компонентов когнитивной матрицы в медиадискурсе [Текст] / М. В. Коновалова // *Соврем. проблемы науки и образования*. – 2015. – № 6. – С. 1. – (Прил. к журн. «Филологические науки»).

41. Коновалова, М. В. Эвокативный аспект информационной безопасности [Текст] / М. В. Коновалова // *Соврем. проблемы науки и образования*. – 2015. – № 6. – С. 2. – (Прил. к журн. «Филологические науки»).

42. Коновалова, М. В. Тезисы: язык и медиа в эру информации [Текст] / М. В. Коновалова // *Соврем. проблемы науки и образования*. – 2015. – № 6. – С. 3. – (Прил. к журн. «Филологические науки»).

43. Konovalova, M. V. Interactivity and performance features of consciousness in virtuality [Текст] / M. V. Konovalova // *Science and Education : material of the IV International research and practice conference, Munich, October 30–31, 2013. Germany, Waldkraiburg – Munich : Vela Verlag, 2013. – Vol. II. – P. 422–424.*

44. Konovalova, M. V. Virtuality as a modality of self-identification [Текст] / M. V. Konovalova // *Science, Technology and Higher Education : material of the III International research and practice conference, Westwood, October 16, 2013. – Canada, Westwood : Accent Graphics communications, 2013. – Vol. I. – P. 298–300.*

Подписано в печать 00.00.16.

Формат издания 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 3,1. Уч.-изд. л. 2,4.

Тираж 150 экз. Заказ 00.

Бесплатно

Издательство Челябинского государственного университета

454021, Челябинск, ул. Молодогвардейцев, 57 б