

# ЭВОКАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ИНФОРМАЦИОННЫХ И АНАЛИТИЧЕСКИХ ЖАНРАХ

М.В. Коновалова

Челябинский государственный университет,  
454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129

*Статья посвящена анализу эвокативного воздействия в новостных и аналитических жанрах: новостной заметке, интервью, статье, докладе и беседе. Рассматриваются способы эвокативного воздействия на примере отрывков из текстов перечисленных жанров. Новизна исследования видится в том, что экспликация концептуальных признаков в различных медиатекстах была рассмотрена с позиции эвокативного воздействия на реципиента. Изучается степень схожести речевого и эвокативного воздействия, распространённость и востребованность жанров в современном медиадискурсе. Приводятся различные классификации журналистских жанров, среди которых выделяются наиболее распространённые. Эвокативное воздействие представлено типом речевого воздействия, связанного с реализацией авторских интенций, репрезентацией или вербализацией концептов и экспликацией концептуальных признаков при помощи языковых средств.*

*Материалом исследования послужили медиатексты зарубежной прессы: новостная заметка, интервью, статья, доклад и беседа. В качестве примеров рассмотрены отрывки из текстов перечисленных медийных жанров. Выявлено несколько способов эвокативного воздействия на реципиента:*

- 1. скрытая оценка освещаемых событий, выраженная в отборе новостей и средств репрезентации;*
- 2. проблемная формулировка журналистского материала, направленная на вербализацию концептов в необходимом журналисту наборе концептуальных признаков;*
- 3. формулировка вопросов, предопределяющая ответы собеседника;*
- 4. заимствование интервьюируемыми персонами стилистических приёмов интервьюера в ответах на вопросы;*
- 5. использование глаголов, выражающих значение принятия решений, перемещений, противоречия праву, военного конфликта и т.д.;*
- 6. оперирование концептами, присутствующими в картине мира реципиентов, которые служат получению новой информации;*
- 7. экспликация понятийных признаков концептов в аналитических докладах;*
- 8. использование эвокативных приёмов выяснения фактов, мнений, прогнозов.*

*Доказано, что вербализация концептуальных признаков в медиадискурсе может использоваться с целью оказания эвокативного воздействия на реципиента информации.*

**Ключевые слова:** *теория репрезентации дискурса, медиалингвистика, информационное воздействие, эвокативное воздействие, медиадискурс, медиатекст, медийные жанры, новости.*

**Введение.**

**Т**еоретические аспекты речевого воздействия изучают коммуникация, коммуникативистика, лингвистическая прагматика и теория речевых актов. Целью статьи является рассмотрение практических способов эвокативного воздействия на иноязычном материале новостной заметки, интервью, статьи, доклада и беседы с учётом современного уровня теоретического осмысления данной проблематики.

В связи с интенсивным изучением речевого воздействия в рамках медиадискурсивных исследований актуальным в научном понимании явления становится разграничение собственно речевого воздействия и манипулирования. Под речевым воздействием понимается воздействие на человека через речь с целью заставить сознательно принять чужую точку зрения, решение, передать информацию и т.д. Манипулирование отличается от речевого воздействия бессознательным следованием чужой воле, вопреки собственному намерению [8].

Т.Г. Добросклонская отмечает, что репрезентация многообразия современного медиадискурса основывается на типологии речевых и традиционно журналистских жанров, поэтому в медийной парадигме различаются устный и письменный, авторский и коллегиальный тексты. Традиционная типология медиаречи в свою очередь опирается на тип СМИ и функцию, которую выполняет медиатекст. Существуют печатные, радиальные, телевизионные форматы СМИ, а также СМИ конвергентной журналистики, включающей все перечисленные каналы передачи информации благодаря Интернету. Однако при соотнесении конкретного речевого произведения с жанром возникают трудности с изменением жанровых характеристик медиаречи. Т.Г. Добросклонская предлагает преодолеть их при помощи концепции жанровой функции текста, которая подразумевает соотнесение сообщения с воздействием на аудиторию и с одним из типов медиаречи [1, с. 20]. Соотнесение с типом медиаречи предполагает обращение к традиционным журналистским жанрам – новости, аналитика, реклама и др., а соотнесение сообщения с воздействием на массовую аудиторию заключается в определении важных для целевой аудитории тем и необходимой интерпретации событий.

**Эвокация в медиадискурсе.**

Исследователи медиа часто отмечают, что СМИ обладают собственным набором языковых средств воздействия на массовую аудиторию с целью создания определённой картины мира в коллективном сознании [17, 18]. В.Г. Костомаров предполагает под информационным воздействием сложность отграничения информирующей от воздействующей функций СМИ, подчёркивает их онтологическую неразделённость, считая, что воздействие является неотъемлемой частью всех журналистских жанров [4]. Однако процесс восприятия любой информации непосредственно связан с познанием и моделированием мира, взаимодействием, пусть отсроченным или опосредованным, между автором медиатекстов и реципиентом [13]. В то же время именно когнитивный аспект воздействия даёт основание для более чёткого разграничения упомянутых функций.

Эвокация – это коммуникативный процесс, оперирующий информационными концептами при преобразовании события в медиатекст. Эвокация связана с процессом вербализации концептуальных признаков при помощи языковых средств и работает непосредственно с ментальной сферой реципиента, в большей степени опираясь на имеющиеся в его памяти или дополнительно сообщаемые СМИ фоновые знания, которые структурируются новой информацией. Поэтому при эвокативном воздействии так важна характерная особенность медиадискурса, заключающаяся в учёте ожиданий реципиентов, ориентировке на определённую массовую аудиторию. Авторы воплощают собственную интенцию через предположение и поиск общих позиций с реципиентами медиатекстов. Редакционная политика и маркетинговые исследования издания определяют набор актуальных тем, репрезентирующих события с необходимой степенью речевого воздействия, часто не ощущаемого реципиентами. Репрезентация событий в данном случае осуществляется через воспроизведение общих позиций, общих для автора и реципиентов. В качестве таких позиций можно рассматривать некоторые компоненты коммуникативной ситуации: актуальные темы, политические взгляды, предпочтения аудитории и пр.

Итак, эвокация подразумевает репрезентацию события при помощи информационных концептов и преобразование события в медиапродукт. Информационный концепт – это

единица передачи вербальной и невербальной информации в медиадискурсе. Информационные концепты выполняют функцию передачи новостей с целью информирования реципиента о событии и функционируют в медиадискурсе в качестве основных единиц знания. Информационные концепты выбираются в зависимости от интенции автора медиатекста, также как и эвокативные средства репрезентации.

Важной особенностью репрезентации информационных концептов является то, что при эвокативном воздействии эксплицируются лишь те концептуальные признаки, необходимость которых обусловлена авторскими намерениями или ожиданиями реципиентов. Эта особенность отличает эвокативное воздействие от собственно речевого и подразумевает достижение эффективности коммуникации на когнитивном уровне через встраивание полученной информации в картину мира реципиента. Свидетельством подобного встраивания является дальнейшее оперирование теми же информационными концептами, репрезентированными в медиапродукте, что может проявиться в создании похожего медиатекста, в ответном посте на форуме, в блоге и т.д. Копирование (перепост) медиатекста на странице социальной сети косвенно свидетельствует о наличии информационных концептов в картине мира реципиента, которые были вербализованы в скопированном медиатексте. Необходимо отметить, что информационный концепт предназначен для передачи новой информации о событиях, дополнение к концептам, уже имеющимся в картине мира реципиента [6]. Поэтому он может функционировать исключительно в медиадискурсе, теряя свои свойства при использовании в других типах дискурса.

#### **Эвокативное воздействие.**

Эвокативное воздействие заключается в информировании массового реципиента о событии с опорой на его фоновые знания и ожидания, в то время как речевое воздействие подразумевает воплощение коммуникативной и предметной интенций исключительно автора речевого произведения [8]. Подобная специфика воплощения эвокативного воздействия объясняется особенностями медийной коммуникации, в первую очередь нацеленной на информирование реципиента о событиях. Таким образом, эвокативное воздействие – это обоюдное воздействие медиа-

текста на автора и реципиента информации с опорой на их фоновые знания, целью которого является информирование о событии и устранение противоречий.

Речевое воздействие направлено на побуждение собеседника к совершению действия для реализации предметной цели, а коммуникативная цель достигается лишь при условии сохранения взаимопонимания. В медиадискурсе таких жёстких условий протекания коммуникации нет, более того, эффективно общаться собеседники могут и в полемике.

Эвокативное воздействие в медиадискурсе осуществляется путём репрезентации событий в медиатекстах, доступных для массового понимания и эксплицирующих необходимые концептуальные признаки. Эффективность эвокативного воздействия фиксируется не только в ответной реплике или статье, но и при простом чтении медиатекста или в просмотре сюжета: реципиент обращается к медиадискурсу за новой информацией, значит полученные сведения будут восприняты и отложены в памяти. Большинство сайтов СМИ использует специальные счётчики просмотров, обращений к рекламным баннерам и объявлениям, публикации в социальных сетях. Все перечисленные параметры являются привычными, их используют медиаспециалисты в сфере рекламы, PR, маркетинга и т.д. То есть эвокативные средства, используемые в репрезентации событий и при экспликации соответствующих концептуальных признаков в медиатексте, могут быть лингвистическими и экстралингвистическими.

Концептуальное содержание медиадискурса, среди которого выбираются концепты для репрезентации в медиатекстах, определяется актуальной повесткой дня, сообщающей важные в настоящее время темы. Актуальная тема профилирует событие или ситуацию, описывая их упомянутыми средствами, истолковывает в соответствии с интенциями автора медиатекста. В медиатексте актуальной тематики вербализуется тот или иной концептуальный признак или отношения, определяется набор когнитивных областей, с привлечением которых будет репрезентировано событие и сформирован контекст, при помощи лексических единиц вербализующий определённую часть знаний реципиента [5, с. 16-17].

В понимании Т.Г. Добросклонской актуальные когнитивные области называются медиатопами (политика, экономика, спорт и т.д.), то

есть Т.Г. Добросклонская систематизирует медиатексты по тематической доминанте (устойчивым, постоянно освещаемым в медиадискурсе темам) [2, с. 43]. В сущности, средства репрезентации событий в различных медийных жанрах выбираются по-разному, в зависимости от жанровой специфики, авторских предпочтений, особенностей описываемых событий. В медиадискурсе представлено несколько жанров. А.А. Тертычный подразделяет их на три большие группы: собственно информационные, аналитические и художественно-публицистические [12]. К информационным жанрам он относит заметку, корреспонденцию, отчёт, интервью, опрос, репортаж, некролог, к аналитическим – те же разновидности аналитического плана, добавляя к ним статью, беседу, мониторинг, рейтинг, анкету, релиз, расследование, обозрение, обзор, прогноз, версию, эксперимент, рекомендацию и т.д., к художественно-публицистическим – очерк, фельетон, памфлет, комментарий, историю, легенду, эпитафию, анекдот, шутку и пр. [11].

#### **Эвокативное воздействие в информационных и аналитических жанрах.**

Многие исследователи (Т.Г. Добросклонская, Л.Е. Кройчик, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик, Л.Н. Темникова и др.) так же, как и А.А. Тертычный отмечают чрезвычайную подвижность системы журналистских жанров. Отчасти процесс пересмотра жанровых границ объясняется бурным развитием информационных технологий, Интернета, что привело к утрате некоторыми из них информационных или аналитических черт или полному исчезновению из медиадискурса. К первым можно отнести отчёт, интервью, корреспонденцию и репортаж, ко вторым – очерк, фельетон, передовую статью, обзор. Некоторые жанры вопреки общей тенденции усилили своё присутствие: новостные заметки, статьи, доклады, беседы, интервью, эссе, колонки [10]. Поэтому при анализе наибольшей эффективности эвокативного воздействия уместно рассмотреть медиатексты, широко распространённые в современном медиадискурсе, базирующемся на новых информационных технологиях.

Итак, наиболее распространённые в медиадискурсе жанры – это новостная заметка, статья, доклад, беседа, интервью, эссе, колонка или дневник (блог). Перечисленные жанры можно условно разделить на три группы: новостные (заметки, интервью), аналитические (статьи, докла-

ды, беседы) и художественно-публицистические (эссе, колонки, блоги). Наибольший интерес с точки зрения эвокации, по нашему мнению, представляют новостные и аналитические жанры, поскольку мягкое эвокативное воздействие посредством вербализации определённых концептуальных признаков в контексте новостей и аналитики проявляется чаще, чем при прямом использовании выразительных средств в художественно-публицистических жанрах.

Рассмотрим специфику эвокативного воздействия в каждом из выделенных нами жанров.

##### *Новостные заметки*

Новостная заметка принадлежит к оперативно-новостному жанру (оперативность является следствием динамики виртуального медиадискурса) и характеризуется лаконичностью в изложении новостей. Как отмечает М. Монтегомери, важными критериями для отбора новостей, публикуемых в жанре заметки, являются такие компоненты публицистической картины мира, как субъект, время, пространство [15]. З.Г. Кахужева добавляет актуальность, масштаб и последствия описываемого события [3].

Что касается эвокативного воздействия, то оно проявляется в первую очередь в кратком, доступном и нейтральном информировании массовой аудитории о событии и выполнении функции ориентирования читателя в постоянно меняющемся мире (нейтральность информирования объясняется выполняемой функцией и огромным количеством событий, к которым массовая аудитория не имеет никакого отношения: реципиент просто принимает к сведению поступающую информацию).

Удовлетворяя запрос реципиента на получение исчерпывающей информации о событии, новостная заметка помогает быстро воспринять информацию, сформулировать собственное понимание и отношение к происходящему и, если позволяют технические возможности платформы, предоставляющей заметку, отреагировать на перемены и полученную информацию постом или комментарием. Фактографическую формулу новостной заметки фреймовой или жёсткой структуры (формула «что, где, когда, кто, как») можно соотнести с определёнными концептуальными областями, репрезентирующими событие по определённой схеме построения образа и вербализации соответствующих концептуальных признаков события.

Вербализованные концептуальные признаки в свою очередь актуализуют некоторые фоновые



знания, которые можно представить синтаксической структурой простого повествовательного предложения, формулирующего главные для данной публикации признаки: кто, что сделал, где это произошло и т.д. Чаще всего такая формулировка новости помещается в начале заметки, в заголовке или в первом абзаце:

*Das irakische Militär hat die Hochburg des «Islamischen Staats» zurückerobert. Am Sonntag besuchte Ministerpräsident Haider al-Abadi die zerstörte Stadt* «Иракские военные вновь захватили оплот “Исламского государства”. В воскресенье премьер-министр Хайдер аль-Абади посетил разрушенный город» (заметка Spiegel online).<sup>1</sup> Описываемым событием является захват иракского города Мосул, который произошёл в воскресенье 9 июля 2017 года. Если проанализировать сообщение согласно концептуальным областям, представленным в общеизвестной новостной формуле, то получится следующее: что – город Мосул (фонговое знание вербализовано через метафору *die Hochburg des «Islamischen Staats»*), где – Ирак (репрезентирован прилагательным *irakische* в словосочетании, обозначающем субъект действия), когда – в воскресенье (дата репрезентирована через день недели *Am Sonntag* и число публикации заметки), кто – иракские войска (субъект действия назван *Das irakische Militär*), как – вновь захватили (вербализовано через глагол со значением повторного действия *zurückerobert*)» [16].

Эвокативное воздействие в новостной заметке осуществляется через скрытую оценку освещаемых событий, которая выражается в отборе новостей и единичных языковых средств для их репрезентации. В рассматриваемом нами примере единственным средством выражения отношения автора к репрезентируемому событию можно считать метафору *die Hochburg*, остальные языковые средства стилистически нейтральны, сообщают информацию о событии и представляют собой объективированные конструкции, что свидетельствует об изначальной интенции автора сохранить нейтральность модуса. Необходимо отметить, что стиль новостной заметки подразумевает превалирование функции информирования над функцией воздействия, однако полностью его не исключает, лишь переводит его на более глубокий когнитивный уровень эвокативного воздействия.

### Интервью.

Жанр интервью, в первую очередь, характеризуется диалогичностью, сменой реплик, наличием некоторого количества вопросов, партнёров-собеседников. По характеру предоставляемой информации интервью может быть информационным и аналитическим. Интервью выполняет функцию сбора новостного материала, дополнительного освещения событий, получения экспертных мнений, оценок, журналистских расследований. Интервью включает основательную предварительную подготовку журналиста к проведению беседы. Интервьюер и интервьюируемый следуют определённой технике ведения беседы, заранее спланированной коммуникативной стратегии [14].

На этапе подготовки к интервью закладывается эвокативное воздействие на реципиентов, не принимающих непосредственного участия в беседе: журналист начинает поиск собеседника, интересного целевой аудитории, определяет круг обсуждаемых тем, тактики ведения диалога, создание доверительной атмосферы общения и подходящей тональности [7, с. 99].

Очевидно, что перечисленные подготовительные мероприятия большей частью касаются когнитивных аспектов ведения интервью, от которых зависит выбор речевых средств, формулировка и очерёдность вопросов. При условии резких отличий позиций интервьюера и интервьюируемого журналист не может вести интервью, целенаправленно полемизируя с собеседником и отстаивая свою точку зрения, поскольку интервью часто декларируется как поиск истины в обсуждаемой теме, раскрытие личности интервьюируемого, а не журналиста, который в данном случае исполняет роль радушного хозяина или хозяйки студии и концентрирует собственное внимание и внимание аудитории на госте. Последнее условие всё же обязывает найти точки соприкосновения с интервьюируемой персоной, иначе общение будет неэффективным. Так, по словам Ларри Кинга, ведущего CNN, который взял 50 тысяч интервью, он оставляет своё эго на пороге студии и даже заявляет, что может разговаривать с гостями, которые высказывают антисемитскую точку зрения: «Я верю в свободу слова. К примеру, как ни неприятно это для меня, для еврея, но я думаю, что у людей есть право и на антисемитские

<sup>1</sup> Отрывок из заметки «Irak meldet vollständige Rückeroberung Mossuls» (Ирак заявляет о полном возврате Мосула) URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/mossul-irak-meldet-rueckerobert-der-frueheren-is-hochburg-a-1156888.html> (дата обращения 07.07.2017)

высказывания. Мне это не нравится, но я признаю за людьми это право».<sup>2</sup>

Рассмотрим примеры, репрезентирующие в контексте вопроса те концептуальные признаки, которые создают предпосылки их вербализации в ответах интервьюируемого. В качестве примера приведём отрывок интервью Чака Тодда (NBC-News), взятого у бывшего главы ЦРУ Джона Бреннана по вопросу вмешательства российских хакеров в выборы США.<sup>3</sup> В начале интервью приводятся цитаты Государственного секретаря США Р. Тиллерсона и Министра иностранных дел С.В. Лаврова, обозначается тема:

CHUCK TODD: *This Sunday, Trump, Putin, and Russia election interference. Rex Tillerson says President Trump pressed Vladimir Putin on Russian hacking, but that it's now in the past.*

REX TILLERSON [TAPE]: *Let's talk about how do we go forward. [END TAPE]*

CHUCK TODD: *The Russians say the president accepted Putin's denial.*

SERGEI LAVROV [TAPE]: *And he accepts the things that Mr. Putin has said. [END TAPE]*

CHUCK TODD: *So was it President Trump or Putin who got what he wanted out of their first meeting? My guests this morning: former C.I.A. director John Brennan and Republican Senator Lindsey Graham.*

«ЧАК ТОДД: Сегодня воскресенье, Трамп, Путин и вмешательство России в американские выборы. Рекс Тиллерсон говорит, что президент Трамп прижал Владимира Путина в вопросе российского хакерства, но теперь это в прошлом.

РЕКС ТИЛЛЕРСОН [ЗАПИСЬ]: Давайте поговорим о том, как мы продвигаемся вперёд. [КОНЕЦ ЗАПИСИ]

ЧАК ТОДД: Русские говорят, что президент принял опровержения Путина.

СЕРГЕЙ ЛАВРОВ [ЗАПИСЬ]: И он согласен с тем, что сказал Путин. [КОНЕЦ ЗАПИСИ]

ЧАК ТОДД: Так кто же, президент Трамп или Путин получил то, что он хотел от их первой встречи? Мои гости этим утром: экс-директор ЦРУ Джон Бреннан и сенатор-республиканец Линдси Грэм» [19].

Постановка темы звучит в первой реплике ведущего и отличается лаконичностью формулировки: *Trump, Putin, and Russia election interference*. В отличие от рассмотренного ранее жанра новостной заметки тема интервью

не является констатацией факта, а ставит вопрос, требующий обсуждения, итогом которого должно явиться подтверждение или отрицание российского вмешательства в выборы. Тема выражена через перечисление имён президентов США и России, а также через существительное *interference* с семантикой вмешательства, помехи, создания препятствий. Выбор лексемы обусловлен потребностью в такой формулировке вопроса, чтобы у интервьюируемых персон была возможность раскрыть тему, в которой они компетентны: один по специфике профессиональной деятельности, второй – по республиканской политической позиции.

Дальнейшее развитие темы осуществляется в цитатах американских и русских политиков, и лишь после этого ведущий обращается непосредственно к Джону Бреннану: *Alright, there's a lot to unpack in here but let's start with, do you interpret this as President Trump taking the word of Vladimir Putin over the word of the--America's intelligence community?* «Хорошо, есть много того, что можно здесь раскрыть, но давайте начнём с Вас, понимаете ли Вы, что президент Трамп поверил Владимиру Путину, не поверив словам разведывательного сообщества Америки?» Д. Бреннан сразу переходит к обоснованию собственной позиции: *he doesn't take the word of the intelligence community* «он не поверил словам разведывательного сообщества», и раскрывает её в тех же лексемах, что были в вопросе. И в первой же ответной реплике Д. Бреннана проявляется эвокативное воздействие: трижды звучит словосочетание *the intelligence community*, хотя он представляет лишь одно из 17 разведывательных ведомств США – ЦРУ (CIA – Central Intelligence Agency). Таким образом, вопрос ведущего, сформулированный противопоставлением слов Путина и американского разведсообщества, предопределил ответ интервьюируемой персоны в тех же лексемах.

Эвокативное воздействие в данном случае проявилось в применении стилистического приёма синекдохи: вместо одной разведслужбы называется всё разведсообщество, и интервьюируемый заимствует формулировку в своих ответах. Необходимо упомянуть, что в данном случае эвокативное воздействие не является манипулятивным, поскольку не предполагает со-

<sup>2</sup> Отрывок из интервью Е. Альбац с Ларри Кингом «Я хотел бы взять интервью у Осамы бен Ладена» URL: <http://newtimes.ru/stati/novosti/71caf5e6df54698428f4a2df6e0a5158-ya-hotel-bi-vzyat-untervu-y-osami-ben-ladena.html> (дата обращения 07.07.2017)

<sup>3</sup> Отрывок из интервью Чака Тодда с Джоном Бреннаном и Линдси Грэмом «Meet the Press - July 9, 2017» URL: <http://www.nbcnews.com/feature/meet-the-press-24-7/meet-press-july-9-2017-n781106> (дата обращения 07.07.2017)

знательного воздействия на реципиента: автор так мыслит и так репрезентирует своё видение мира, оставляя реципиенту право выбора, принять точку зрения автора или отвергнуть. В данном случае интервьюируемый её принимает, что свидетельствует о наличии общего концепта в картине мира собеседников. В последующих репликах присутствуют ещё шесть упоминаний *the intelligence community*, что показывает, как однажды эксплицированный признак концепта ЦРУ (CIA) вновь используется в диалоге, а, значит, является частью картины мира интервьюера и интервьюируемой персоны.

#### Статья.

Статья – наиболее распространённый тип медиатекстов, который может относиться к новостным и аналитическим жанрам. В зарубежной прессе при освещении актуальных событий часто пишется новостная статья, не превышающая объёмом заметку, содержащая оценочные компоненты или избирательно сообщающая сведения. Оценочные компоненты в статье репрезентируют общепринятую точку зрения на события. Благодаря постоянному воспроизведению в медиатекстах, она часто не воспринимается жанровым аналитическим признаком.

Например, статья на сайте BBC *UK court to rule on Saudi arms exports* «Суд Соединённого Королевства вынесет решение о поставке оружия Саудовской Аравии» сообщает о вынесении решения Верховного суда относительно британского экспорта оружия в Саудовскую Аравию. Новостью в статье является отложенное решение Верховного суда, которое будет принято в следующий после публикации понедельник. Эксплицированными признаками логических операций в статье являются типы и количество поставляемых вооружений, данные по проблемам питания и миграции населения Йемена, предположения о последствиях использования британского вооружения: *Equipment sold to Saudi Arabia includes Typhoon and Tornado fighter jets, as well as precision-guided bombs* «Оборудование, проданное Саудовской Аравии, включает истребители “Тайфун” и “Торнадо”, а также высокоточные бомбы», *Restrictions on food and fuel imports have pushed Yemen to the brink of famine, and two million people in the country have been internally displaced* «Ограничения на импорт продовольствия и топлива подтолкнули Йемен на грань голода, а два миллиона человек в стране были интернированы», *Monday's verdict could*

*have far-reaching consequences for Britain's relations with its Gulf Arab allies* «Решение суда в понедельник может иметь далеко идущие последствия для отношений Британии с арабскими союзниками в Персидском заливе».<sup>4</sup>

Эвокативное воздействие данной статьи можно определить по косвенным свидетельствам его проявления: глаголы со значением принятия решений, провала, жалоб, голода, перемещений: *decide, failed to suspend, the UN blames, pushed to the brink of famine, have been internally displaced*. Для описания объекта эвокации – экспорта британского оружия в Саудовскую Аравию – используются словосочетания со значением военного конфликта и противоречия гуманитарному праву: *fighting a war, contravened humanitarian law*. Таким образом, эксплицируется концептуальный признак правовой оценки ARMS TRADE, что можно расценить и как косвенное свидетельство отношения автора, и как его желание быть объективным. Но в любом случае, экспликация данной характеристики не оставит реципиента равнодушным и запомнится, дополнив имеющиеся у него представления о событии [20].

#### Доклад.

Многие жанры не закреплены за какой-либо одной коммуникативной сферой и часто переходят в медиадискурс. К ним относится и жанр аналитического доклада. Чаще всего доклады публикуют аналитические агентства, институты, фонды, исследовательские группы. В зависимости от предмета исследования, освещаемого в рамках доклада, они бывают социальными, маркетинговыми, геополитическими и т.д. Структура аналитического доклада определяется спецификой предоставляемой информации и перекликается со структурой научного доклада. Характерными чертами жанра аналитического доклада является наличие новой информации, результатов исследований, выдвижения гипотез и новых идей в раскрываемой тематике, обобщения факторов, анализ факторов и обстоятельств, приведших к определённым событиям. При заимствовании в медиасреду жанр аналитического доклада сохраняет свою композиционность, и тема развивается по сходной с научным вариантом схеме: обозначение темы, создание гипотезы, формулировка тезисов, доказательства, иллюстрация примерами, выводы или резюме [9, с. 55].

Эвокативное воздействие в докладе во многом детерминировано тем, что в качестве целе-

<sup>4</sup> Отрывок из статьи «UK court to rule on Saudi arms exports» («Суд Соединённого Королевства вынесет решение о поставке оружия Саудовской Аравии») URL: <http://www.bbc.com/news/uk-40550652> (дата обращения 07.07.2017)

вой аудитории предполагаются специалисты, хорошо знакомые с освещаемой проблематикой, владеют терминологией и складывающейся ситуацией в затрагиваемой сфере общественной жизни. На примере аналитического доклада можно наглядно продемонстрировать такую особенность эвокации, как осознание специалистами собственных имплицитных интенций, связанных с предметом доклада, который призван расширить и дополнить их знания.

Автор доклада изначально оперирует теми концептами, которые присутствуют в картине мира реципиентов, настроенных на получение новой и полезной информации. Часто эвокативное воздействие аналитического доклада проявляется в экспликации понятийных признаков обсуждаемых концептов. Например, в аналитическом докладе фонда The Heritage Foundation, посвящённом актуальной проблеме приёма беженцев, под названием *The U.S. Refugee Admissions Program: A Roadmap for Reform (USRAP)* «Программа приёма беженцев в США: дорожная карта для реформы» описывается современное состояние дел в работе с беженцами, оценивается социальная и геополитическая ситуация в регионах мира, где происходят военные конфликты, а также выдвигается ряд предложений по реформированию программы их приёма и адаптации.

Понятийные признаки USRAP вербализованы в пункте *The Principles Undergirding USRAP Reform* «Принципы, на которых базируется реформа USRAP». В последующем тексте они раскрываются подробнее. Так, принцип *USRAP is a useful humanitarian initiative with which the U.S. engages the world and provides relief for a select few during international crises* / «USRAP – полезная гуманитарная инициатива, благодаря которой США взаимодействуют с миром и предоставляют помощь отдельным людям во время международных кризисов», раскрывается в пяти компонентах: 1. *Enabling the U.S. to assert American leadership in foreign crises.* 2. *Providing the U.S. with a way to respond positively to intractable crises.* 3. *Assisting allies and partners in crisis.* 4. *Strengthening American public diplomacy.* 5. *Alleviating human suffering* / «1. Предоставление американскому руководству возможности участия в разрешении внешних кризисов. 2. Предоставление США возможности позитивно реагировать на не-

разрешимые кризисы. 3. Помощь союзникам и партнёрам в кризисе. 4. Усиление американской публичной дипломатии. 5. Устранение человеческих страданий».<sup>5</sup> Эксплицированные концептуальные признаки взаимодействия с миром посредством USRAP оказывают эвокативное воздействие на реципиентов, располагают целевую аудиторию к восприятию, осмыслению и внимательному отношению к докладу и в последствии к следованию представленным в нём рекомендациям.

#### *Эвокативное воздействие беседы.*

Жанр беседы впервые отделяет от интервью А.А. Тертычный, отмечая, что журналист прибегает к данному жанру в случае отсутствия однозначной трактовки событий. Основными условиями отграничения жанра беседы от остальных, по мнению А.А. Тертычного, являются следующие шесть пунктов: компетентность собеседников, актуальность темы, ясность цели, чёткость стратегии, гибкость тактики, логическая стройность [8, 13]. Эвокативное воздействие беседы, несмотря на отличия от жанра интервью, практически совпадает с эвокативным воздействием последнего. Помимо предварительного продумывания стратегии и тактики ведения беседы, подготовки специально сформулированных вопросов, направленных на вербализацию концептов в необходимом журналисту наборе концептуальных признаков и использования некоторых стилистических приёмов в речи, беседа подразумевает выяснение фактов, мнений, прогнозов и предложений собеседника [там же].

#### **Выводы.**

Таким образом, эвокативное воздействие в рассмотренных жанрах проявляется как:

1. скрытая оценка освещаемых событий, выраженная в отборе новостей и средств репрезентации;
2. формулировка вопросов, предопределяющая ответы собеседника;
3. заимствование интервьюируемыми персонами стилистических приёмов интервьюера в ответах на вопросы;
4. проблемная формулировка журналистского материала, направленная на вербализацию концептов в необходимом журналисту наборе концептуальных признаков;

<sup>5</sup> Отрывок из доклада «The U.S. Refugee Admissions Program: A Roadmap for Reform (USRAP)» (Программа приёма беженцев в США: дорожная карта для реформы) URL: <http://www.heritage.org/immigration/report/the-us-refugee-admissions-program-roadmap-reform> (дата обращения 07.07.2017)



5. использование глаголов, выражающих значение принятия решений, перемещений, противоречия праву, военного конфликта и т.д.;

6. оперирование концептами, присутствующими в картине мира реципиентов, которые настроены на получение новой информации;

7. экспликация понятийных признаков концептов в аналитических докладах;

8. использование эвокативных приёмов для уточнения фактов, выяснения мнений.

Эвокативное воздействие в медиадискурсе способствует быстрому восприятию медиатек-

стов благодаря общим позициям, заранее подготовленным или предварительно эксплицированным автором медиадискурса. Автор и реципиент заимствуют вербализованные информационные концепты, дополняя свою картину мира, что создаёт основу для последующего восприятия медиатекстов того же жанра, а также коммуникативный базис медиадискурса. Таким образом, эвокация в медиадискурсе проявляется в виде коммуникативного процесса, репрезентирующего конкретное событие в информационных концептах.

### Список литературы

1. Альбац Е., Хазов С. Я хотел бы взять интервью у Осамы бен Ладена / Е. Альбац, С. Хазов // Newtimes. 2017. URL: <http://newtimes.ru/stati/novosti/71caf5e6df54698428f4a2df6e0a5158-ya-hotel-bi-vzyat-untervu-y-osami-ben-ladena.html> (дата обращения 07.07.2017)
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
3. Добросклонская Т.Г. Типологическое описание медиатекстов в системе медиалингвистики / Т.Г. Добросклонская / Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа : сб. статей / под ред. Л.Р. Дускаевой. Отв. ред. Н.С. Цветова. СПб. : С.- Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2014. С. 17-20.
4. Кахужева З.Г. Лингвостилистические особенности новостной заметки / З.Г. Кахужева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2012. №1. С. 201-205.
5. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. М.: Изд-во МГУ, 1971. 266 с.
6. Лэнекер Р. В. Концептуальная семантика и символическая грамматика / Р.В. Лэнекер // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. №3. С.15-27.
7. Пичугин А.В., Смирнов В.Б. Беседа: разновидность интервью или самостоятельный жанр? / А.В. Пичугин, В.Б. Смирнов // Вестник ВолГУ. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. 2005. №4. С. 118-121.
8. Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации / Е.Б. Сахнова // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2013. №4. С. 98-103.
9. Скорикова Т.П. Жанрообразующие факторы устного научного монолога / Т.П. Скорикова // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2015. №3. С. 51-58.
10. Стернин И.А. Речевое воздействие как теоретическая и прикладная наука. [Электронный ресурс] / И.А. Стернин. Режим доступа: URL: <http://sterninia.ru/index.php/izbrannye-publikatsii/item/108-rechevoe-vozdjstvie-kak-teoreticheskaya-i-prikladnaya-nauka> (дата обращения 7.07.2017).
11. Темникова Л.Б. О многообразии медиа жанров в современной российской и зарубежной журналистике / Л.Б. Темникова // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU. 2016. №115. С.999-1008.
12. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие/ А.А. Тертычный. М.: Аспект Пресс, 2000. 312 с.
13. Тертычный А.А. Форматирование жанров в периодических печатных средствах массовой информации в России / А.А. Тертычный // Российский гуманитарный журнал. 2013. №2. С. 117-130.
14. Халиуллин А.Г. Диалогическая природа жанра интервью в современной прессе/ А.Г. Халиуллин // Вестник ТГПУ. 2010. №21. С. 175-178.
15. Enos O., Inserra D., Meservey J. The U.S. Refugee Admissions Program: A Roadmap for Reform (USRAP) // The Heritage Foundation. 2017. URL: <http://www.heritage.org/immigration/report/the-us-refugee-admissions-program-roadmap-reform> (дата обращения 07.07.2017)
16. Irak meldet vollständige Rückeroberung Mossuls // Spiegel online. 2017. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/mossul-irak-meldet-rueckerobereung-der-frueheren-is-hochburg-a-1156888.html> (дата обращения 07.07.2017)
17. Montgomery M. An Introduction to Language and Society / M. Montgomery // London, OUP. 1992.
18. Montgomery M., Edington B. The Media. / M. Montgomery, B. Edington // London, British Council. 1996.
19. Todd Ch. Meet the Press // NBC news. 2017. URL: <http://www.nbcnews.com/feature/meet-the-press-24-7/meet-press-july-9-2017-p781106> (дата обращения 07.07.2017)
20. UK court to rule on Saudi arms exports // BBC. 2017. URL: <http://www.bbc.com/news/uk-40550652> (дата обращения 07.07.2017)

### Сведения об авторе:

**Коновалова Мария Владимировна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретического и прикладного языкознания ЧелГУ (Россия, Челябинск). Сфера научных и профессиональных интересов: лингви-

## EVOCATIVE INFLUENCE IN INFORMATION AND ANALYTICAL GENRES

Maria V. Konovalova

Chelyabinsk State University,  
129, Brat'yev Kashirinyhk str., 454001, Chelyabinsk, Russia

---

**The Abstract:** *The article is devoted to the analysis of the evocative influence in news and analytical media genres including news article, interview, article, report and conversation. Practical manifestations of the evocative influence on the example of excerpts from the texts of the listed genres are considered. Explication of conceptual features in various media texts is studied for the first time explaining their evocative influence on the recipient. The degree of similarity of verbal and evocative influence, the prevalence and relevance of genres in modern media discourse are studied. Various genre classifications are given, most widespread in modern media discourse are highlighted. The evocative effect is represented by the type of speech influence associated with the realization of author's intentions, the verbalization of concepts and the explication of conceptual features by linguistic means.*

*The evocative influence of the recipient was analyzed on the example of American and British media texts. Several ways of evocative influence have been revealed through the explication of the hidden evaluation of the events. Evocative influence is expressed by:*

- 1. a hidden evaluation of the events expressed in the selection of news and means of representation;*
- 2. a problematic formulation of journalistic material aimed at verbalizing concepts in the journalist necessary set of conceptual signs;*
- 3. the wording of questions predetermining the answers of the interlocutor;*
- 4. borrowings of the interviewer's stylistic techniques by the interviewees in the answers to the questions;*
- 5. the use of verbs expressing the importance of decision-making, displacement, conflict of law, military conflict, etc .;*
- 6. the operation with concepts that are represented in the recipient's picture of the world and act to receive new information;*
- 7. the explication of conceptual features of concepts in analytical reports;*
- 8. the use of evocative techniques to find out the facts, opinions, forecasts.*

*It is proved that the verbalization of conceptual features in media discourse can be used to provide evocative influence.*

**Key Words:** *discourse representation theory, media linguistics, informational influence, evocative influence, media discourse, media construct, media genres, news.*

### References

1. Al'bac E., Hazov S. YA hotel by vziat intervyyu u Osamy ben Ladena [I would like to take an interview with Osam ben Laden] / E. Al'bac, S. Hazov // Newtimes. 2017. URL: <http://newtimes.ru/stati/novosti/71caf5e6df54698428f4a2df6e0a5158-ya-hotel-bi-vzyat-untervyu-y-osami-ben-ladena.html> (accessed 07.07.2017)
2. Dobrosklonskaia T.G. Medialingvistika: sistemny podkhod k izucheniiu iazyka SMI: sovremennaia angliiskaia mediarech [Medialinguistics: systemic approach to the mass media language study: modern English media speech]: ucheb. posobie / T.G. Dobrosklonskaia. M.: Flinta: Nauka, 2008. 264 s.
3. Dobrosklonskaia T.G. Tipologicheskoe opisanie mediatekstv v sisteme medialingvistiki [Typological description of media texts in the system of media linguistics] / T.G. Dobrosklonskaia / Medialingvistika [Media linguistics]. Vyp. 3. [Issue 3]. Rechevye zhanry v massmedia [Speech genres in mass media] : sb. statey/ pod red. L.R. Duskaevoy. Otv. red. N.S. Cvetova. SPb. S.- Peterb. gos. un-t, In-t «Vyssh. shk. zhurn. i mass. kommunikatsiy», 2014. S. 17-20.

4. Kahuzheva Z.G. Lingvostilisticheskie osobennosti novostnoy zametki [Linguostylistic peculiarities of a news report] / Z.G. Kahuzheva // Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Filologiya i iskusstvovedenie [Series 2: Philology and art history]. 2012. №1. S. 201-205.
5. Kostomarov V.G. Russkiy iazyk na gazetnoi polose [Russian on a newspaper page] / V.G. Kostomarov. M.: Izd-vo MGU, 1971. 266 s.
6. Lehneker R. V. Konceptual'naya semantika i simvolicheskaya grammatika [Conceptual semantics and symbolic grammar] / R.V. Lehneker // Voprosy kognitivnoi lingvistiki. 2006. №3. S.15-27.
7. Pichugin A.V., Smirnov V.B. Beseda: raznovidnost' interv'iu ili samostoiatel'ny zhanr? [A talk: a variety of an interview or an independent genre?] / A.V. Pichugin, V.B. Smirnov // Vestnik VolGU. Seriya 8: Literaturovedenie. ZHurnalistika [Series 8: Literary studies and journalism]. 2005. №4. S. 118-121.
8. Sahnova E.B. Zhanr interv'iu i ego modifikatsii [A genre of an interview and its modifications] / E.B. Sahnova // Izv. Sarat. un-ta Nov. ser. Ser. Filologiya. ZHurnalistika [Series: Philology and journalism]. 2013. №4. S. 98-103.
9. Skorikova T.P. Zhanroobrazuushchie faktory ustnogo nauchnogo monologa [Genre forming factors of an oral scholarly monologue] / T.P. Skorikova // Vestnik RUDN. Seriya: Russkii i inostrannye iazyki i metodika ikh prepodavaniia [Series: Russian and foreign languages, & methodology of teaching them]. 2015. №3. S. 51-58.
10. Sternin I.A. Rechevoe vozdeistvie kak teoreticheskaya i prikladnaya nauka [Speech impact as a theoretical and applied science]. [Elektronnyy resurs] / I.A. Sternin. Rezhim dostupa : URL: <http://sterninia.ru/index.php/izbrannye-publikatsii/item/108-rechevoe-vozdjeistvie-kak-teoreticheskaya-i-prikladnaya-nauka> (accessed 7.07.2017).
11. Temnikova L.B. O mnogoobrazii media zhanrov v sovremennoi rossiiskoi i zarubezhnoi zhurnalistike [On variety of mass media genres in contemporary Russian and foreign journalism] / L.B. Temnikova // Nauchny zhurnal KubGAU - Scientific Journal of KubSAU. 2016. №115. S.999-1008.
12. Tertychny A.A. Zhanry periodicheskoi pechati [Genres of periodical press]: Uchebnoe posobie / A.A. Tertychny. M.: Aspekt Press, 2000. 312 s.
13. Tertychny A.A. Formatirovanie zhanrov v periodicheskikh pechatnykh sredstvakh massovoi informatsii v Rossii [Genre formatting in Russian periodical printed mass media] / A.A. Tertychny // Rossiiskii gumanitarny zhurnal. 2013. №2. S. 117-130.
14. Haliullin A.G. Dialogicheskaya priroda zhanra interv'iu v sovremennoi presse [Dialogue nature of the interview genre in contemporary press] / A.G. Haliullin // Vestnik TGGPU. 2010. №21. S. 175-178.
15. Enos O., Inserra D., Meservey J. The U.S. Refugee Admissions Program: A Roadmap for Reform (USRAP) // The Heritage Foundation. – 2017. URL: <http://www.heritage.org/immigration/report/the-us-refugee-admissions-program-roadmap-reform> (accessed 07.07.2017)
16. Irak meldet vollständige Rückeroberung Mossuls // Spiegel online. – 2017. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/mossul-irak-meldet-rueckerobung-der-frueheren-is-hochburg-a-1156888.html> (accessed 07.07.2017)
17. Montgomery M. An Introduction to Language and Society / M. Montgomery // London, OUP. 1992.
18. Montgomery M., Edington B. The Media. / M. Montgomery, B. Edington // London, British Council. 1996.
19. Todd Ch. Meet the Press // NBC news. – 2017. URL: <http://www.nbcnews.com/feature/meet-the-press-24-7/meet-press-july-9-2017-n781106> (accessed 07.07.2017)
20. UK court to rule on Saudi arms exports // BBC. – 2017. URL: <http://www.bbc.com/news/uk-40550652> (accessed 07.07.2017)

**About the author:**

**Konovalova Maria Vladimirovna** – PhD, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Linguistics of CSU (Russia, Chelyabinsk). Spheres of research and professional interests: linguistics, theory of language and discourse, theory of evocation, media linguistics, virtualistics, communication science, translation studies, information technologies, journalism, intelligence. E-mail: [makonovalova@yandex.ru](mailto:makonovalova@yandex.ru).

\* \* \*