

Милена ЖЕЛЕВА

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България

**ПРАГМАТИЧЕСКИЯТ ФОКУС – ФАКТОР ПРИ СЪЗДАВАНЕ
НА ВТОРИЧНА РЕАЛНОСТ**

Milena ZHELEVA

“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

**THE PRAGMATIC FOCUS – A FACTOR IN CREATING
OF SECONDARY REALITY**

The object of research in this article is to show the different pragmatic focus in reporting the same event in British, Russian, Ukrainian and Bulgarian quality newspapers: *The Guardian* (United Kingdom), *Commersant* (Russia), *Ykrayinska Pravda* (Ukraine) and *Dnevnik* (Bulgaria).

Ключови думи: прагматически фокус, вторична реалност, медиация, качествена преса.

Keywords: pragmatic focus, secondary reality, mediation, quality press.

Събитието, което предизвика вниманието на милиони хора по света, е провелят се от 10 до 14 май 2016 г. в Стокхолм песенен конкурс *Евровизия*. Интересът към това събитие е провокиран от политическото съдържание на песента, с която украинската певица Джамала спечели конкурса, и което е в разрез с неговите правила. В дните след провеждането на конкурса се „разгоря“ истинска медийна война, което е поводът да се изследват новинарските текстове на качествените вестници – *Гардиан* (Великобритания), *Комерсант* (Русия), *Украинска правда* (Украйна) и *Дневник* (България).

За качествената преса е характерно превъзходството на информативната над въздействащата функция. Информацията, която предоставят тези вестници, е точна и достоверна. Въздействието, което колективният адресант оказва върху множествения адресат, се осъществява чрез различни стратегии, тактики, механизми.

Руският психолингвист Алексей Леонтев определя средствата за масова информация като „форма на социално ориентирано общуване, предполагаща изменение в социалнопсихологическата или в социалната структура на об-

ществото, или стимулация на директни социални действия чрез въздействие върху психиката на отделния член, на дадена социална група или върху обществото като цяло“ (Леонтьев 1999: 256). Това въздействие е свързано с посредническата роля на медиите и корелира с понятието *медиация*.

Най-общо понятието може да се резюмира като преобразуване на информацията в процес на събиране, на подбор и на предаването ѝ. Чрез подбора и чрез начините за предаване на информацията се осъществява и се мултиплицира въздействието в съвременното информационно общество.

Андрей Негришев посочва, че медиацията не е „безпристрастно посредничество, а цел, която е обективно отражение на действителността, а активното ѝ преобразуване е насочено към постигане на планирани комуникативно-прагматични ефекти“ (Негришев 2007: 17).

Медиацията като начин за информационна трансформация на действителността присъства във всички медийни жанрове. Негришев посочва също така, че „идеалните условия, при които медиите изпълняват роля на „огледало“, отразяващо реалността без изменения, са: 1) на адресата да се предоставят всички възможни описания на фрагмент от действителността и всички свидетелства на очевидци; 2) отсъствие на каквито и да е субективни мотиви и институционални намерения“ (Негришев 2007: 19). Безспорно средствата за масова информация не могат да бъдат напълно обективен и безпристрастен медиатор. Интерпретацията на действителността налага известна вариативност, заложена в системата на езика. Тази вариативност поражда и различния фокус, от който могат да бъдат наблюдавани и описвани събитията.

Понятието *емпатия*, въведено от американския лингвист Сусумо Куно, кореспондира с възможността, откриваща се пред адресанта да представи своя гледна точка или гледна точка на някой от участниците в описвано събитие. Именно емпатията е характеристика на заглавието на в. *Гардиан* **Гняв в Москва, радост в Киев, след триумфа на Украйна на Евровизия** (*Anger in Moscow, joy in Kiev, after Ukraine's Eurovision triumph*; 15.05.2016 г.)¹. Противопоставени са две гледни точки, а адресантът използва тактика на дистанциране и като страничен наблюдател следи за развързката на действието. Лийдът към заглавието уточнява, че *руските политици призовават за бойкот на конкурса през следващата година като протест срещу политическото съдържание на спечелилата песен „1944“ (Russian politicians call for boycott of next year's contest in protest at the political content of Jamala's winning song 1944)*.

Подобен на емпатията е терминът *фокус*, в който Тойн ван Дайк смята, че е заложен „психологически смисъл, който неявно се съдържа във всички негови разбираня“. Самият акт на „фокализация“ е осмислян като „акт на

¹ Всички преводи в статията са мои – М. Ж.

избор на обект, който да бъде подложен на специално внимание“. Обектът, който се намира във фокуса, се отграничава от другите обекти в неговото обкръжение (Дайк 1978: 315).

Процесът на фокализация може да се основава както на сходства на обектите, така и на контраст между тях. Този процес в новинарските текстове може да се открие в отношението между еднаквите или между различните смисли, заложен в заглавието и в лийда към него.

С други думи, лийдът може да бъде продължение на заглавието, но може и да контрастира с него. Например сходството в заглавието на в. *Гардиан* **Дванадесет точки! Защо не трябва да пропускате Евровизия тази година?** (*Douze points! Why you shouldn't miss Eurovision this year*; 14.05.2016 г.) и в лийда към него: *Мислите да пропуснете най-великата музикална екстравагантност на земята? Ето най-добрите причини да влезете в ритъма ѝ* (*Thinking of skipping the greatest musical extravaganza on earth tonight? Here are the best reasons to tune in*). Във фокуса на вниманието е екстравагантността на конкурса, който „се рекламира“ със забавни и с интригуващи описания на участниците.

Като пример за контраст между обекти, който се запомня, се открива във в. Комерсант. Заглавието **Украинската певица Джамала победи на Евровизия** (*Украинская певица Джамала победила на «Евровидении»*; 14.05.2016 г.) се противопоставя на лийда *Сергей Лазарев зае трето място* (*Сергей Лазарев заня третье место*). Противопоставянето е във факта, че по предварителните прогнози представителят на Русия, Сергей Лазарев, е очакваният победител. Победата в конкурса обаче е присъдена на украинската певица Джамала. Чрез контраста адресантът изразява отношението си към развоя на събитията. Третото място на руския участник е провал за страната. Все пак адресантът коректно поздравява победителката и отправя критика към руските водещи на събитието за това, че не са споменали заглавието на спечелилата песен.

Ван Дайк разграничава понятията *семантичен фокус* и *прагматически фокус*. Семантичният фокус не зависи от контекста и е това, за което се говори, докато прагматическият фокус е насочен към акта на избор и към успешната и ефективната комуникация и взаимодействие между участниците в комуникативната ситуация.

Пример за прагматически фокус представлява заглавието на в. *Дневник* **Поли Генова класира България четвърта на Евровизия** (15.05.2016 г.). Фокусът е четвъртото място на певицата, което е най-добро постижение за страната до този момент. Докато третото място на руския певец е провал за неговата страна. При тези случаи трябва да се отчете непокриването на предварителните очаквания.

Вестник *Дневник* задава резонните въпроси: защо участва Австралия на европейски конкурс и защо песента, класирана на първо място, е с

политическа тематика, забранена според правилата на конкурса. Разбира се отговори няма, което предизвиква размисли и съмнения у адресата относно коректното провеждане на този песнен конкурс, за чийто музикален аспект вестниците споменават в нищожна степен. Това вероятно е логично следствие от преднамереното търсене на сензационност в медийния дискурс и насочване на фокуса към тази сензационност.

Ван Дайк посочва също така и че най-важната характеристика на фокуса е неговата промяна с всяко ново изречение, с всяка добавена нова информация. Всъщност основният акцент пада върху лийда на статията, който допълва заглавието, хармонира или контрастира с него. Адресантът избира в заглавието прагматическия фокус, а в лийда в резюмиран вид се пояснява този избор.

Прагматическите фокуси във в. Гардиан са следните: противопоставянето между Русия и Украйна въз основа на реакциите на страните след конкурса, политическото съдържание на спечелилата песен и екстравагантността в облеклото на участниците и в представянето на песните. Адресантът въздейства върху адресата не само чрез противопоставянето на реакциите от руската и от украинската страна, но и чрез поставянето на „гнева в Москва“ на първо място. Всъщност налице е противопоставяне, но главният интерес на адресанта е насочен към действията на Русия.

За в. Гардиан песента *1944* несъмнено е с политическо съдържание, което представлява критика към действията на Русия през 2014 г. в Крим. Отново Русия стои в центъра на вниманието на адресанта, както и призивът на украинската певица да гласуват за песента, не заради музикалните ѝ достойнства, а за да покажат солидарност с хората в Крим.

Заглавието на статията е: *Украинската певица спечели с политически ангажираната „1944“ (Ukraine's Jamala wins with politically charged 1944; 15.05.2016)* и съответно лийдът към заглавието гласи: *Певицата Джамала призовава за „мир и любов“ след победата над конкурентните си с балада за депортацията на кримските татари; песента е разбрана като критика към действията на Русия през 2014 г. (Singer Jamala calls for 'peace and love' after beating rivals with ballad about deportation of Crimean Tatars, seen as criticism of Russia's actions in 2014).*

Британският вестник насочва вниманието на читателите си и към това, че в конкурса присъства екстравагантност както в облеклото на участниците, така и в самото представяне на песните. Всяка страна се стреми чрез тази екстравагантност да добие превъзходство над останалите си конкуренти, защото музикалните качества на песните са изравнени.

Прагматическите фокуси на в. *Комерсант* във връзка със събитието са третото място на руския певец Сергей Лазарев, смятано за провал при представянето на Русия в конкурса, и начинът, по който се класират песните.

В статията *Неприятелско обявяване (Недружественное оглашение; 15.05.2016 г.)* се разяснява начинът, по който се определят оценките за отделните

песни. В лийда към статията се казва, че националните журита са провалили песента на Лазарев да заеме първото място, докато хората са гласували за песента². С други думи, националните журита повече се интересуват от политически съображения, отколкото от качествата на песните.

Вестник *Дневник* – освен четвъртото място, което заема българската певица Поли Генова – насочва вниманието на адресата към въпросите в заглавията на статиите *Защо Русия толкова отчаяно иска да спечели Евровизия* (14.05.2016 г.) и *Наистина ли емигрантите влияят във вота на Евровизия* (17.05.2016 г.). Прагматическите фокуси в тях се основават на пресупозициите: Русия отчаяно се стреми към победа в конкурса и съмнението, че гласуването на емигрантите оказва влияние при класирането на песните.

В първата статия се твърди, че Русия е похарчила огромни средства за представянето в конкурса, с което се цели да се рекламира страната, за да се демонстрира превъзходството на Русия. Във втората статия се отговаря положително на въпроса в заглавието, т.е. че емигрантите влияят при гласуването на песните. Всъщност и двете статии цитират агенция Би Би Си, която търси отговор на тези въпроси в свои проучвания. Българският вестник използва името на авторитетната световна агенция, за да усилва въздействието върху адресата. Първо, като избира тези въпроси и второ, като изразява съгласие с получените резултати от проучванията на агенцията.

Прагматическите фокуси в един от украинските вестници *Украинска правда* са свързани с личността на певицата; с посрещането ѝ в Украйна; с възможността страната да откаже провеждането на конкурса през следващата година.

В статията *Джамала твърди, че няма да влезе в политиката* (*Джамала запевнила, що не піде в політику*; 17.05.2016 г.) само с едно изречение се споменава за това. Основно се говори за обсадата на дома на родителите ѝ от руски журналисти, които искат интервю от тях. Всъщност има вмъкване и на друга тема под това заглавие.

Политически обагрено е и заглавието *Посрещнаха Джамала в Киев с химна и викове „Крим – това е Украйна“* (*Джамалу у Києві зустрічали вигуками “Дякуємо” та “Крим це Україна”*; 15.05.2016 г.). Това е видео, в което певицата казва, че Европа е солидарна с посланието, което е отправено в нейната песен.

Победата на Джамала осигурява домакинството на Украйна за провеждането на конкурса през следващата година. В статията *Данилюк наметна за възможност Украйна да се откаже от домакинството за Евровизия* (*Данилюк натякнув на можливість відмови України від Євробачення*; 18.05.2016 г.) обаче се цитира министърът на финансите на Украйна, че е възможен отказ от домакинството на конкурса заради средствата, които трябва да се отделят за него.

² Класирането на песните в конкурса се отчита от две независими едно от друго журита – национално жури от професионалисти и зрителски вот.

Примерите, които са от качествените вестници на четири различни страни, показват, че едно събитие може да бъде интерпретирано по различни начини, в зависимост от прагматическия фокус, от който се гледа на събитието.

Подадената информация е точна и достоверна, но въздействието се осъществява именно чрез информирането, като адресантът прави избор при интерпретацията на фрагмент от действителността.

Въздействието е налице и поради асиметричността на масовата комуникация. Авторите на медийните текстове са единици в сравнение с реципиентите на тези текстове – множествения адресат. Въпреки заявяването на обратна връзка с адресата характерът на комуникацията е монологичен. Различни са и интенциите на адресанта и адресата – първият информира, за да въздейства чрез информацията, а вторият да получи информация.

В крайна сметка вторичната реалност се създава чрез избора на прагматически фокус при интерпретацията на част от действителността.

ЛИТЕРАТУРА // BIBLIOGRAPHY

- Дайк 1978:** Дейк, ван Т. Вопросы прагматики текста. // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск 8. Сост. Т. М. Николаева. Москва: Прогресс, 256 – 336. **Dijk, van Teun.** Voprosi pragmatiki teksta. // Novoe v zarubezhnoi lingvistike. Vipusk 8. Sost. T. M. Nikolaeva. Moskva. Progress, 256 – 336.
- Леонтиев 1999:** Леонтьев, А. А. Основы психолингвистики. Москва: Смысл, Академия, 1999. **Leontiev A. A.** Osnovi psiholingvistiki. Moskva: Smisl, Akademia, 1999.
- Негришев 2009:** Негришев, А. А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ. Учебное пособие. Владимир: 2009. **Negrishhev, A. A.** Aspekti rechevovo vozdeystviya v novostyah SMI. Uchebnoe posobie. Vladimir: 2009.