

ФОКУСИРОВКА И КОММУНИКАТИВНАЯ СТРУКТУРА НОВОСТНОГО МЕДИАФАКТА

Н. А. Пром

Волгоградский государственный технический университет

FOCUSING AND COMMUNICATIVE STRUCTURE OF A NEWS MEDIA FACT

N. A. Prom

Volgograd State Technical University

Аннотация: прагматическое воздействие медиафактов реализуется за счет фокусирования значимых элементов. Фокус является единственным приемлемым инструментом выделения важной информации и привлечения внимания адресатов в новостных медиафактах, большая часть которых характеризуются отражательным типом репрезентации действительности и не располагают высокой стилистической экспрессивностью. Воздействие здесь характеризуется как скрытое, поскольку новостные сообщения способны менять картину мира так, как задумано автором, при минимальном присутствии риторических средств. Цель предлагаемого исследования видится в том, чтобы выявить специфику коммуникативной структуры и механизмы фокусировки новостных медиафактов, которые максимально достоверно отражают действительность. Проведен коммуникативный анализ сплошной выборки медиафактов на новостной ленте ряда информационных агентств общим объемом 433 пропозиции. С точки зрения коммуникативного членения медиафакты на новостной ленте представляют собой нерасчлененные рематические конструкции. Здесь присутствует новое – рема, а тема как показатель предыдущего контекста отсутствует. Вместе с тем выделяется фокус и топик – менее фокусированная часть. Помимо конвенционального фокуса на конце предложения, выявляются акцентированные единицы в начале и середине предложения. В отсутствие специальных маркеров факт предполагает несколько вариантов фокуса, в целях интенсификации которого элементы начала и конца предложения могут быть расширены за счет числительных, контраста и других элементов, чувствительных к фокусу. В зависимости от интенции автора эвиденциальность фокусируется парцелляцией или дефокусируется прямой либо косвенной речью. Экспрессивный потенциал фокуса как способность создавать интригу и двусмысленность также выявлен в новостном медиафакте.

Ключевые слова: медиалингвистика, медиадискурс, медиафакт, фокусировка, новости, актуальное членение, коммуникативная структура.

Abstract: the pragmatic impact of media facts is realized by focusing significant elements. Focus is the only acceptable tool for highlighting important information and attracting attention of addressees in news media facts, most of which are characterized by a reflective type of reality representation and do not have high stylistic expressiveness. The impact is characterized as hidden, since, with a minimal presence of rhetorical means, news reports are able to change the picture of the world as intended by the author. The purpose of the proposed study was to identify the specifics of the communicative structure and the mechanisms for focusing news media facts that reflect reality as accurately as possible. A communicative analysis of a continuous sampling of media facts on the news feed of some news agencies with a total volume of 433 propositions was performed. From the point of view of the thematic-rhematic articulation, media facts on the news feed are undivided rhematic constructions. There is a new information—a rheme; the theme as an indicator of the previous context is absent, with a focus and topic as less focused parts being also identified. In addition to the conventional focus at the end of a sentence,



accented units were found at the beginning and middle of a sentence. In the absence of special markers, the fact suggests several variants of focus the elements in the beginning and the end of the sentence can be expanded with numerals, contrast and other focus-sensitive elements in order to intensify the focus. Depending on the intention of the author, evidentiality is focused by parcellation and defocused by direct or indirect speech. The expressive potential of the focus as the ability to create intrigue and ambiguity was also revealed in the news media fact.

Key words: *media linguistics, media discourse, media fact, focus, news, thematic-rhematic articulation, communicative structure.*

Введение

Априорный воздействующий потенциал медиафактов подразумевает определенный эффект самого объективного, на первый взгляд, текста. В противном случае текст расценивается как неэффективный, поскольку, согласно прагматическому подходу, «конечное назначение всякого употребления слова состоит в оказании воздействия на собеседника» [1, с. 49]. Данная статья предлагает обратиться к прагматике новостных текстов, наименее зависимых от субъективности. Важным инструментом для этого является фокусирование элементов, значимых с точки зрения автора.

К феномену фокусировки в лингвистике существуют различные подходы. В нашем исследовании фокусировкой считается языковое акцентирование, которое обеспечивает привлечение внимания к определенной части текста и ее выдвижение на передний план в обработке информации [2]. Это выдвижение позволяет направлять интерпретацию текста, активизировать не только знания, но и мнения, установки и эмоции, облегчить поиск релевантных сведений и снизить потребность в больших объемах информации [3, с. 22].

Фокусирование является единственным приемлемым инструментом воздействия в новостных медиафактах, основная часть которых призвана правдиво отражать события действительности. Здесь наблюдается максимально возможное объективное информирование как «изоморфная ментальная репрезентация наблюдаемого мира» [4, с. 77] и имплицитное воздействие медиадискурса [5, с. 41]. Поэтому такие медиафакты мы именуем репрезентативными (в отличие от адаптивных медиафактов в аналитических материалах (подробнее см. [6]) и манипулятивных фактоидов при искажении действительности [7]), а их воздействие характеризуется как скрытое, поскольку при минимальном присутствии риторических средств новостные медиафакты способны оказать прагматическое воздействие.

Цель предлагаемого исследования мы видим в том, чтобы выявить специфику коммуникативной структуры и языковые механизмы фокусировки новостных медиафактов, которые максимально достоверно отражают действительность. Для этого проведен коммуникативный анализ сплошной выборки медиафактов на новостной ленте за 16.08.2019 но-

востных агентств РИА новости, РБК, Прайм, Интерфакс, Reuter, Bloomberg, The Guardian, а также на сайтах изданий «Спорт-экспресс», «Коммерсант», «Известия» и др. общим объемом 433 факта-пропозиции. Именно указанный метод позволяет максимально точно выявить фокусировку в анализируемом материале.

Теоретическая база

Все разработанные жанровые системы медиадискурса включают новостные типы текстов, которые призваны отражать объективную реальность. Результаты разных исследований предлагают схожие жанровые и языковые характеристики. Отмечается, что новостные факты об одном и том же событии почти совпадают на уровне когнитивных сценариев и языковых средств [4, с. 77], в то время как их интерпретации и оценки довольно разнообразны. Например, новостные сообщения о визите Нэнси Пелоси на Тайвань выглядят почти одинаково во всех изданиях на многих языках вне зависимости от отношения к этому событию: *Pelosi has landed in Taiwan*. – Пелоси приземлилась на Тайване [NPR, 2.08.2022]; *Nancy Pelosi in Taiwan gelandet*. – Нэнси Пелоси приземлилась на Тайване [Welt, 2.08.2022]; *Нэнси Пелоси прилетела на Тайвань* [Секрет фирмы, 2.08.2022] и др. Заголовки аналитических материалов на эту тему отличаются разнообразием интерпретаций и сопровождающих деталей: *Последнее китайское предупреждение: Пелоси прилетела на Тайвань* [Известия, 2.08.2022]; *Нэнси Пелоси прилетела на Тайвань. Китай грозил серьезными последствиями, но пока решил провести учения* [BBC News, 3.08.2022]; *How Pelosi's Taiwan Visit Has Set a New Status Quo for U.S.-China Tensions*. – Как визит Пелоси в Тайвань установил новый статус-кво для напряженности в отношениях между США и Китаем [Carnegie Endowment for International Peace, 17.08.2022]; *Peking kündigt Abschluss von Manövern an Pelosi: Xi Jinping "verhält sich wie ein ängstlicher Tyrann"*. – Пекин объявляет о завершении маневров Пелоси: Си Цзиньпин «ведет себя как робкий тиран» [International, 10.08.2022].

Представляется целесообразным напомнить некоторые положения теории актуального членения высказывания. Основными ее понятиями являются *тема* как известное, данное и *рема* как новое об известном. Основной функцией темы является со-

знание определенного фона для презентации ремы. Фон, в свою очередь, может иметь много объективных и субъективных тем, поскольку любой фрагмент реальности располагает рядом аспектов, взглядов и оценок в зависимости от точки обзора. Из ряда этих потенциально возможных тем автор выбирает только те, которые релевантны реме и обеспечивают относительно объективное освещение нового события, либо те, которые удобны автору и предполагают запрограммированную перспективизацию ремы. В первом случае мы ведем речь о репрезентативных медиафактах, во втором – об адаптированных медиафактах.

Релевантность обеспечивает определенную долю внимания, но не гарантирует заинтересованности адресата. Тема должна удовлетворять требованию значимости для конкретного адресата, быть ключом к нему, поэтому автор сообщения старается приводить ряд аргументов, чтобы привлечь к реме максимально широкий круг аудитории.

В качестве основных функций темы в медиадискурсе мы видим:

- актуализацию «забытого» знания, расцениваемого автором как релевантное, в частности, темы, которая выдвигается на первый план в рамках заявленной;

- создание очерченной перспективы в виде эмоционально-информационного фона для рассмотрения ремы высказывания и оценок ее содержания.

Рема вводит новое знание, которое также не является однородным. Исследователи выделяют как линейное построение коммуникативной структуры, так и иерархическое, при котором рема может члениваться на новое и акцентированное – тему и рему вторичного порядка [8, с. 147; 9, с. 531; 10, с. 445]; слабый компонент и двойную ассерцию [11], соответственно.

Рематизация представляет собой фокусировку на часть ремы, которая выделяется вследствие ее противопоставленности какому-либо отрывку того же дискурса [12; 13]. В фокусе оказывается выводимый смысл, актуализирующий новое знание о мире у получателя информации. Отнесенность фокуса к диктумной составляющей высказывания определяет его рассмотрение с точки зрения семантики предложения, его информативности, однако прагматический аспект представляется не менее важным. На прагматическом уровне фокус соотносится с определенным типом информационного статуса, иначе говоря, элемент предложения, находящийся в фокусе, является прагматически важным и может быть выявлен через эксплицитный вопрос. Причина, по которой то или иное выражение является операционально-зависимым от фокуса, относится напрямую к дискурсивной функции этого высказывания, располагающего лек-

сически-прагматическим значением (lexically pragmatic meaning). Данный термин может показаться противоречивым, однако динамический подход к значению слова позволяет в этом вопросе затрагивать не только то, что было сказано о мире, но и условия, в которых проходит процесс обмена информацией [14, р. xi–xii]. Из этого следует, что фокус, определяющий значение высказывания, во многом зависит от дискурсивной функции последнего.

Несмотря на многозначность, понятие *топик* чаще всего употребляется как синоним понятию *тема*, в том числе как актуальная тема [15, с. 16]. Мы рассматриваем его как дефокусированный элемент ремы, выражающий понятийный контекст фокуса и обладающий свойством определенности. Функционально топик призван «ограничить применение главной предикации некоторой определенной областью» [2, с. 309].

Результаты и обсуждение

Репрезентативные медиафакты на ленте новостей информационных агентств и изданий выполняют ряд функций. Анализ полученной выборки показал, что лингвистически обусловленными функциями, релевантными нашему исследованию, являются информирование; привлечение внимания аудитории, реализуемое с помощью вербальных и невербальных средств; создание информационно-эмоционального фона, основанное на политике изданий, направленной на строгий отбор фактов для размещения с учетом тематической привязанности изданий (экономика, политика, культура и др.) и политических, этических, стилистических предпочтений. Фокусировку мы рассматриваем как основное языковое средство реализации перечисленных функций.

С точки зрения коммуникативного членения медиафакты на новостной ленте представляют собой нерасчлененные структуры, т. е. присутствует новое – рема, а тема как показатель предыдущего контекста отсутствует. Например,

(1) *Пьеру Ришару – 85!* [Культура].

Синтаксический анализ выборки показал, что абсолютное большинство единиц в русском, английском и немецком материале имеет прямой порядок слов, когда на первом месте стоит подлежащее, на втором – сказуемое (389 из 433, или 89,8 %). Выявлены 44 единицы инверсии как синтаксические отступления от данной структуры, составляющие 10,2 % всей выборки.

Репрезентативные медиафакты в большинстве случаев представляют собой пропозиции, состоящие из одной ремы, и почти не располагают контекстом. Нейтральная структура (прямой порядок слов) в большинстве случаев содержит акцентоноситель в конце предложения, например,

(2) *Прохоров договорился продать команду НБА «Бруклин» за рекордную сумму* [РБК].

Начальная позиция субъекта при нейтральном словопорядке может составлять фокусированную зону медиафакта, например,

(3) *Два человека погибли при обрушении стены в промзоне в Ленобласти* [РБК].

(4) *Auch Norwegen stoppt Fördergeld für Brasilien* [Die Welt]. – Теперь и Норвегия прекращает субсидии для Бразилии.

Фокусировка в примере (3) достигается с помощью числительного в составе субъекта и предиката, сообщаемого о жертвах трагических событий, – элементов, которые обычно являются аттрактивами для аудитории. В составе данного новостного факта выделяется репрезентативный медиафакт *Два человека погибли*, попадающий в фокус, и часть-пресуппозицию – медиафакт, представляющий собой топик в рематической конструкции факта-отражения. Другими словами, ранее появившийся репрезентативный медиафакт *В Ленобласти обрушилась стена в промзоне* прошел этап фактуализации, интегрировался в картину мира аудитории и стал фоном для последующих фактов.

Пример (4) также демонстрирует фокусированный субъект, который сопровождается чувствительным к фокусу элементом *auch* с инклюзивным значением, указывающим на изменение обстоятельств, в результате которых устанавливается принадлежность субъекта (страны Норвегии) к группе субъектов с такой же характеристикой – стран, приостановивших субсидирование Бразилии.

С точки зрения суггестивности высказывания первичные тексты расцениваются как единицы, располагающие невысоким потенциалом воздействия. Это связано с тем, что оперативность новостной ленты, с одной стороны, не всегда позволяет журналистам осуществлять точный и иногда даже правильный выбор языковых средств и, с другой стороны, требует фактов скорее стандартных, чем экспрессивных. Вместе с тем медиафакты на ленте новостей не лишены экспрессии, а следовательно, и оценочности. Экспрессивные языковые средства в случае их присутствия всегда находятся в фокусе.

Экспрессивные варианты словорасположения придают высказыванию некоторую стилистическую окраску. В начальную позицию обычно выносятся компонент предложения, несущий на себе более сильный акцент. Инверсия как результат нарушения нейтрального порядка слов сопровождается выдвиганием несубъектного элемента в позицию абсолютного начала предложения с целью фокусировки этого элемента. Данный прием используется с целью функционально и стилистически противопоставить компоненты предложения, он описан в [2; 16], подробно изучен в рекламном дискурсе [17] и политиче-

ском дискурсе [18]. Инверсия, располагающая широким функциональным спектром, в нерасчлененном предложении репрезентативного медиафакта служит способом выражения эмфазы с целью привлечения внимания адресата и установления доверительного контакта с ним [19]. Анализ выявил 13 медиафактов, в которых фокус падает на первый элемент инверсивного предложения. Например,

(5) *Immer mehr Kandidaten für SPD-Vorsitz* [Die Welt]. – Все больше и больше кандидатов на пост президента СПД (Социал-демократическая партия Германии). – Н. П.).

(6) *Vorfriede auf die Bundesliga* [Die Welt]. – Предвкушение радости от Бундеслиги.

(7) *17 августа исполнится 80 лет со дня рождения Валерия Гаврилина* [Культура].

Пример (5) представляет собой номинативное предложение (такая конструкция редко встречается на новостной ленте), что усиливает фокусировку на начальной позиции высказывания. Этому также способствует интенсификатор фокуса *immer mehr*, указывающий на усиление политического накала в политическом дискурсе предвыборной кампании.

Экспрессивность номинативного предложения в примере (6) расценивается автором как достаточная для достижения желаемого эффекта и не требует специального усиления, как в (5). В примере (7) рематический событийный компонент не может быть расчленен на фокус и топик. Анонсируемая дата (следующий день после выхода новости) находится в фокусе, который не ослабляется ни на последующем предикате, ни на фактическом субъекте в конечной позиции.

Тактика импликации состоит в структурном сокращении языковых компонентов высказывания, в результате которого образуется производная единица; в значении производной единицы реализуется новое содержание, вобравшее в себя семы утраченных компонентов [20]. Например, категория эвиденциальности получила распространение в современных СМИ в связи с приписыванием ей функции верификации сообщаемого, с одной стороны, и снятия с себя ответственности журналистом – с другой [21]. Анализ материала показал, что эвиденциальность может находиться как в фокусе факта (8)–(9), так и вне его (10)–(11).

(8) *Подмосковные власти: свалка у Жуковского не могла привлечь птиц* [Коммерсант].

(9) *Bloomberg: доходы российских нефтяников выросли почти на \$1 млрд из-за санкций США* [Коммерсант].

(10) *Захарова ответила Болтону на обвинение в краже технологий* [РБК].

(11) *EU27 is ready for all Brexit scenarios, German finance minister Scholz says* [Reuter]. – ЕС-27 [без

Великобритании. – Н. П.] готов ко всем сценариям Brexit, – заявил министр финансов Германии Шольц.

В примерах (8)–(9) источники информации обобщаются и фокусируются за счет парцелляции. Такой формат оформления ссылок позволяет, во-первых, привлечь внимание за счет авторитетности источника информации, во-вторых, дистанцироваться от предоставляемых сведений. В частности, в примере (8) в качестве пресуппозиции выступает ранее появившееся сообщение о том, что свалка вблизи аэропорта привлекала стаи птиц, которые стали причиной их попадания в двигатели самолета и могли привести к трагическим последствиям. Желание подмосковных властей снять с себя вину за произошедшее послужило поводом для появления медиафакта (10), считающегося довольно спорным, поэтому автор сообщения фокусирует внимание на его источнике. Нежелание поддержать точку зрения имплицитно выражает ее неодобрение.

В примере (9) в фокус попадает информационное агентство США – один из двух ведущих поставщиков финансовой информации для профессиональных участников финансовых рынков. Для российской аудитории пресуппозициональной является информация о том, что российские нефтяники недополучают прибыль из-за антироссийских санкций, поэтому вынуждены повышать цены на энергоносители внутри страны. Издательство Bloomberg приводит данные, которые говорят об обратном. На этом фоне информация о прибыли может быть интерпретирована по-разному: 1) *Наши* нефтяники заявляют одно, а *их* финансисты говорят другое, из чего следует, что кто-то лжет. Акцентируется оппозиция *Bloomberg* (чужие) – *российские нефтяники* (свои, наши), в которой первые – чужие и очень авторитетные, а вторые – свои, но могут и обмануть; 2) Несмотря на все *недружественные* санкции, *российская* экономика хорошо функционирует, что признают сами «партнеры». Следствием появления этой информации может стать недовольство в российском обществе из-за обмана и закономерные претензии самих нефтяных компаний к информационному ресурсу, предлагающему эту новость. В этой связи издательство «Коммерсант», разместившее на своем сайте этот факт, предпочитает сделать фокус на источнике, дать ссылку на него в заголовке и дистанцироваться от сообщения.

Эвиденциальность может вводиться с помощью прямой (11) и косвенной речи (10). Источники информации выводятся из фокуса и создают контекст для основной информации. Здесь мы отмечаем разную степень акцентирования позиции автора, иными словами, то, насколько автор факта хочет дистанцироваться от того, что заявляют источники. Вновь выявляется противопоставление «свои-чужие». В примере (10) официальный представитель МИД

России прокомментировала слова советника президента США Дж. Болтона, обвинившего Россию в краже американских ракетных технологий. Журналист как гражданин и патриот своей страны выражает согласие с мнением М. Захаровой, известной своими колкими замечаниями в сторону оппонентов. В фокус предложения попадает предикат *ответила*, употребление которого можно расценить как двусмысленное. Его нейтральное значение «*ответить на вопрос, замечание*», актуальное в примере, располагает фоновым жаргонным значением «*отвечать за свои слова, нести ответственность за сказанное либо сделанное*», которое получило широкое распространение в российском социуме и в медиадискурсе, в частности. Поскольку пресуппозицией данного медиафакта является предыдущий медиафакт, сообщающий о краже американских технологий, в которых Дж. Болтон обвинил Россию, новый факт располагает криминальным топином *кража*. Следовательно, фокус реципиента переходит с заявленного нейтрального значения предиката *отвечать*, подкрепленного предлогом *на* (обвинения), на изначально дефокусированное жаргонное значение «*быть готовым ответить за*» технологии, *нести за них ответственность*. Так, выводя из фокуса субъект информирования, журналист акцентирует внимание на значимом компоненте сообщения и тем самым, предвидя одобрительную реакцию аудитории, выражает единение с М. Захаровой в этом вопросе. Данный пример вновь иллюстрирует прагматический и оценочный потенциал фокуса, а также адаптированность медиафакта к ценностям массовой аудитории и их укрепление. Так, глубинный ценностно-маркированный субкомпонент диктума обуславливает несомненную связь с модальной составляющей факта и, следовательно, некоторую размытость границ между функциональными группами фактов *отражение* и *адаптация*.

Пример (11) располагает схожей логикой интерпретации. Министр финансов Германии Шольц высказывает точку зрения многих в Евросоюзе, в том числе и разместившего медиафакт журналиста, о том, что союз не прекратит свое существование после ухода Великобритании и справится с трудностями, который не стремится дистанцироваться от слов министра и скорее выражает солидарность с ним.

Парцелляция элемента, нарушившего нейтральный порядок слов, служит также маркером фокуса при инверсии. Выделение обычно выполнено за счет субъективации фокусируемой единицы и обособления с помощью двоеточия. Например,

(12) **Налоговый квест:** как стать резидентом территории опережающего развития [РБК].

Анализ материала выявил лексико-стилистические основания для противопоставления. Это могут быть обладающие максимальной информативной

значимостью и стилистически окрашенные элементы высказывания, с одной стороны, и нейтральные в функциональном и стилистическом аспекте – с другой. Например,

(13) **Победа, поражение и ничья: что было с главными криптовалютами в 2019 году** [РБК].

(14) **Das Bewerberkarussell bei den Sozialdemokraten wird voller** [Die Welt]. – Карусель кандидатов от социал-демократов заполняется.

Пример (13) включает парцелированное начало предложения, выраженное метафорой. Спортивный дискурс в качестве домена метафоры в медиаэкономическом дискурсе указывает на спортивный азарт людей, которые занимаются валютным бизнесом в цифровом пространстве. Противопоставленность спортивной метафоры и экономической деятельности состоит в том, что если спорт сам по себе представляет собой полезное занятие, участие в соревнованиях дает положительный результат и победа стимулирует дальнейший прогресс, то отсутствие успеха в бизнесе и тем более потери свидетельствуют о неспособности субъекта заниматься этим бизнесом и достигать положительного результата. Обособление фокуса двоеточием означает, что далее идет топик-расширение. Другими словами, топик сообщает тему факта, а фокус конкретизирует ее: в теме криптовалют речь пойдет об успешности бизнеса спекуляции цифровыми валютами, а если судить по метафоре в фокусе, то о незначительной вероятности его успеха. Возможно, фокусировка метафоры указывает на то, что автор расценивает спорт как более полезное занятие.

В примере (14) наблюдается противопоставление метафоры с доменом «развлечение» и предвыборным процессом в политическом дискурсе.

Выход обстоятельств места на начальную позицию в предложении (17 единиц) не обеспечивает их акцентированность, поскольку роль топика в этом случае ограничивается тем, чтобы установить временные и пространственные рамки, в пределах которых верна главная предикация [2, с. 309]. Например,

(15) **В Волгограде прошла жеребьевка футбольного турнира на кубок Виктора Ионина** [Городские вести. Волгоград].

К единицам такого рода не относятся факты со структурой типа:

(16) **В Кремле озвучили план визита Путина во Францию** [РБК].

В примере (16) словоформа *В Кремле* является субъектом предложения и в отсутствии контекста либо графической маркированности воспринимается как топик, фон для фокусированной конечной группы *визит Путина во Францию*. Другими словами, *Кремль* является синекдохическим переносом (перенос общего на частное) для обозначения официальных лиц администрации Президента России.

Противопоставление элементов предложения носит эксплицитный характер за счет фигуры контраста, усиленного фокусом.

(17) **Кремль пригласил Бориса Джонсона и Ким Чен Ына в Москву на 9 мая** [РБК].

В примере (17) топик включает субъектно-предикатную группу, пресуппозицию о том, что в 2020 г. в России будут праздновать круглую дату победы во Второй мировой войне, ожидаются масштабные мероприятия и много гостей. Данные пресуппозиции представляют собой ценностно-маркированную информацию, поскольку праздник Победы в жестокой войне чрезвычайно важен для российского менталитета. Нейтрально-маркированной расценивается пресуппозиция о том, что на торжества будут приглашены лидеры многих стран, однако в новости упомянуты Борис Джонсон – премьер-министр Великобритании и Ким Чен Ын – председатель Государственного совета Северной Кореи, которые относятся к конфликтующим лагерям мировой политики. Тем интереснее и привлекательнее для аудитории их совместное появление в одном новостном факте в описанном выше пресуппозиционном поле. Такой контраст создает интригу не только у читателей, но и в политических кругах, усиливая эффективный потенциал медиафакта.

(18) **У берегов Камеруна пираты захватили трех россиян** [Независимая газета].

В примере (18) наблюдается интенсификация (нарастание) фокуса. Обстоятельства места представляют собой топик в начальной позиции, субъект с негативным значением захватывает фокус реципиента, предикат указывает на агрессивные действия опасного субъекта, наращивая напряжение, и конец предложения несет пик фокуса, сообщая о пострадавших соотечественниках. При такой формулировке факта у читателя возникают вопросы о том, кто эти россияне, не пострадали ли они, есть ли другие пострадавшие и т. д. У такого новостного факта есть прекрасные возможности заставить читателя поинтересоваться деталями и перейти по ссылке для выяснения подробностей. Как видим, отражая действительность, факты проявляют способность манипулировать сознанием реципиента.

Выводы

Репрезентативные факты на новостной ленте, будучи первичными и объективно отражающими действительность, не располагают высокой стилистической экспрессивностью и используют фокус для выделения важной информации и привлечения внимания адресатов. Анализ выборки показал, что новостные медиафакты представляют собой нерасчлененные рематические конструкции с возможным выделением фокуса и топика (менее фокусированной

части). Помимо конвенционального фокуса на конце предложения, выявляются акцентированные единицы в начале и середине предложения. В отсутствие специальных маркеров медиафакт предполагает возможность нескольких вариантов фокуса. Для интенсификации фокуса элементы начала и конца предложения могут быть расширены за счет числительных, чувствительных к фокусу элементов и контраста. Эвиденциальность в зависимости от интенции автора фокусируется парцелляцией либо дефокусируется прямой либо косвенной речью. Выявленный экспрессивный потенциал фокуса – способность создавать интригу и двусмысленность – в новостном факте демонстрирует определенный прагматический потенциал репрезентативных медиафактов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев Б. П. О специфике употребления слова в системе буржуазной пропаганды // *Язык и стиль буржуазной пропаганды* / под ред. Я. Н. Засурского. М. : Изд-во МГУ, 1988. С. 34–72.
2. Чейф У. Данное, контрастивность, определенность, подлежащее, топик и точка зрения // *Новое в зарубежной лингвистике*. М. : Прогресс, 1982. Вып. 11. С. 277–316.
3. Кубрякова Е. С. Выдвижение // *Краткий словарь когнитивных терминов* / Е. С. Кубрякова [и др.]. М. : Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. 245 с.
4. Плотникова С. Н. Когнитивно-дискурсивная деятельность : наблюдение и конструирование // *Studia Linguistica Cognitiva*. М. : Гнозис, 2006. Вып. 1. Язык и познание : методологические проблемы и перспективы. С. 66–81.
5. Негрышев А. А. Стандарт и экспрессия в новостном медиатексте : к прагматике композиционной структуры // *Медиаальманах*. 2013. № 2. С. 40–45.
6. Пром Н. А. Адресатная адаптация медиатекста // *Crede Experto* : транспорт, общество, образование, язык. 2021. № 4 (31). С. 136–148.
7. Пром Н. А. Фактоид vs фейк : идентификация и модели анализа // *Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание*. 2022. Т. 21, № 4. С. 142–152.
8. Белошапкова В. А. Современный русский язык. Синтаксис. М. : Высшая школа, 1977. 278 с.
9. Ковтунова И. И. Современный русский язык : порядок слов и актуальное членение предложения. М. : Просвещение, 1976. 239 с.
10. Тестелец Я. Г. Введение в общий синтаксис. М. : Издательство РГГУ, 2001. 798 с.
11. Paducheva E. V. The linguistics of narrative : The case of Russian. Saarbrücken : LAPLAMBERT Academic Publishing, 2011. 336 p.
12. Демьянков В. З. «Субъект», «тема», «топик» в американской лингвистике последних лет (Обзор II) // *Изв. АН СССР. Сер.: Литература и язык*. 1979. Т. 38, № 4. С. 368–380.

13. Stevens J. S. Pragmatics of Focus // *Oxford Research Encyclopedia. Linguistics*. 2017.

14. Beaver D. I., Brady Z. C. Sense and Sensitivity : How Focus Determines Meaning / S. Rothstein et al. (eds.). Wiley-Blackwell Publishing, 2008. 328 p.

15. Иосилевич Н. В. Субъективация как процесс развития эго-категории в русском языке // *Вестник МГОУ. Сер. «Русская филология»*. 2012. № 1. С. 13–17.

16. Слюсарева Н. А. Проблемы функционального синтаксиса современного английского языка. М. : Наука, 1981. 205 с.

17. Ашурбекова Т. И. Коммуникативная организация предложения в рекламном тексте. URL: <http://pn.pglu.ru/index.php?module=subjects&func=viewpage&page-id=1> 533

18. Шевелева А. И., Колтунова А. В. Топикализация как средство передачи эмоционально-экспрессивного фактора в американском газетно-публицистическом дискурсе : на материале статей о России // *Новые российские гуманитарные исследования*. 2006. URL: http://www.nrgumis.ru/articles/article_full.php?aid=41

19. Шевякова В. Е., Павликова М. А. Инверсионные структуры английского языка. М. : Наука, 2001. 69 с.

20. Ермакова Е. Н. Импликация как процесс языкового развития современного русского языка // *Вестник Челяб. гос. пед. ун-та*. 2013. № 1. С. 227–235.

21. Пром Н. А. Фактуализация реальности в медиатексте : характеристики, типы, способы выражения. Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2020. 188 с.

REFERENCES

1. Bazylev B. P. O spetsifike upotrebleniya slova v sisteme burzhuaznoj propagandy [On the Specifics of Using Words in the System of Bourgeois Propaganda]. In: *Yazyk i stil' burzhuaznoj propagandy*. Moscow: MGU, 1988. Pp. 34–72.
2. Chafe W. Dannoe, kontrastivnost', opredelennost', podlezhashchee, topik i tochka zreniya [The Given, contrast, certainty, subject, topic and point of view]. In: *Novoe v zarubezhnoj lingvistike*. Vol. 11. Moscow: Progress, 1982. Pp. 277–316.
3. Kubryakova E. S. Vydvizhenie [Foregrounding]. In: *Kratkij slovar' kognitivnyh terminov*. Moscow: MGU, 1997. 245 p.
4. Plotnikova S. N. Kognitivno-diskursivnaya deyatelnost': nablyudenie i konstruirovanie [Cognitive-discursive activity: observation and construction]. In: *Studia Linguistica Cognitiva*. Moscow: Gnozis, 2006. Iss. 1. Yazyk i poznanie: Metodologicheskie problemy i perspektivy. Pp. 66–81.
5. Negryshev A. A. Standart i ekspressiya v novostnom mediatekste: k pragmatike kompozicionnoj struktury [Standard and Expression in the News Media Text: Toward the Pragmatics of the Compositional Structure]. In: *Mediaalmanah Journal*. 2013. No. 2. Pp. 40–45.
6. Prom N. A. Adresatnaya adaptatsiya mediateksta [Addressee adaptation of a media text]. In: *Crede Experto*:

transport, society, education, language. 2021. No. 4 (31). Pp. 136–148.

7. Prom N. A. Faktoid vs fejk: identifikatsiya i modeli analiza [Factoid vs fake: identification and analysis models]. In: *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics]. 2022. Vol. 21, No. 4. Pp. 142–152.

8. Beloshapkova V. A. Sovremennyy russkij yazyk. Sintaksis [Modern Russian language. Syntax]. Moscow: Vysshaya shkola, 1977. 278 p.

9. Kovtunova I. I. *Sovremennyy russkij yazyk: poryadok slov i aktual'noe chlenenie predlozheniya* [The Modern Russian language: word order and actual division of the sentence]. Moscow: Prosveshchenie, 1976. 239 p.

10. Testeleys Ya. G. *Vvedenie v obshchij sintaksis* [Introduction to General Syntax]. Moscow: RGGU, 2001. 798 p.

11. Paducheva E. V. *The linguistics of narrative: The case of Russian*. Saarbrücken: LAPLAMBERT Academic Publishing, 2011. 336 p.

12. Dem'jankov V. Z. «Sub"ekt», «tema», «topik» v amerikanskoj lingvistike poslednih let (Obzor II) [“Subject,” “theme” and “topic” in American linguistics in recent years (Review II)]. In: *Izvestija AN SSSR. Ser.: Literatura i yazyk*. 1979. Vol. 38, No. 4. Pp. 368–380.

13. Stevens J. S. Pragmatics of Focus. In: *Oxford Research Encyclopedia. Linguistics*. 2017.

14. Beaver D. I. *Sense and Sensitivity: How Focus Determines Meaning*. Wiley-Blackwell Publishing, 2008. 328 p.

15. Iosilevich N. V. Sub"ektivaciya kak process razvitiya ego-kategorii v russkom yazyke [Subjectification as a process of development of the ego-category in the Russian

language]. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Russian Philology*. 2012. No. 1. Pp. 13–17.

16. Slyusareva N. A. *Problemy funkcional'nogo sintaksisa sovremennogo anglijskogo yazyka* [Problems of Functional Syntax of the Modern English language]. Moscow: Nauka, 1981. 205 p.

17. Ashurbekova T. I. Kommunikativnaya organizatsiya predlozheniya v reklamnom tekste [Communicative organization of a sentence in an advertising text]. Available at: <http://pn.pglu.ru/index.php?module=subjects&func=viewpage&pageid=1533>

18. Sheveleva A. I. Topikalizatsiya kak sredstvo poredachi emocional'no-ekspressivnogo faktora v amerikanskom gazetno-publicisticheskom diskurse: na materiale statej o Rossii [Topicalization as a Means of Transmitting an Emotionally Expressive Factor in American Journalistic Discourse: Based on Articles on Russia]. In: *Novye rossijskie gumanitarnye issledovaniya*. 2006. Available at: http://www.nrgumis.ru/articles/article_full.php?aid=41

19. Shevyakova V. E. *Inverzionnye struktury anglijskogo yazyka* [Inversion structures of the English language]. RAN. Moscow: Nauka, 2001. 69 p.

20. Ermakova E. N. Implikatsiya kak process yazykovogo razvitiya sovremennogo russkogo yazyka [Implication as a process of linguistic development of the modern Russian language]. In: *Vestnik Chelyabinsk State Pedagogical University*. 2013. No. 1. Pp. 227–235.

21. Prom N. A. *Faktualizaciya real'nosti v mediadiskurse: harakteristiki, tipy, sposoby vyrazheniya* [Factualization of reality in media discourse: characteristics, types and ways of expression]. Volgograd: PrinTerra-Dizajn, 2020. 188 p.

Волгоградский государственный технический университет

Пром Н. А., доктор филологических наук, профессор кафедры «Иностранные языки»

E-mail: natalyprom77@mail.ru

Поступила в редакцию 15 июля 2023 г.

Принята к публикации 26 сентября 2023 г.

Для цитирования:

Пром Н. А. Фокусировка и коммуникативная структура новостного медиафакта // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 4. С. 13–20. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/4/13-20>

Volgograd State Technical University

Prom N. A., Doctor of Philology, Professor of the Foreign Languages Department

E-mail: natalyprom77@mail.ru

Received: 15 July 2023

Accepted: 26 September 2023

For citation:

Prom N. A. Focusing and communicative structure of a news media fact. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2023. No. 4. Pp. 13–20. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2023/4/13-20>