

## ЕЗИКЪТ ПО ТЕЛЕВИЗИЯТА: МЕЖДУ БЪЛГАРСКАТА КНИЖОВНОСТ И ВИРТУАЛНОТО ОРАТОРСТВО

Стоян Георгиев Нешев

спец. "Медии и журналистика", I курс, УНСС

## THE TV LANGUAGE: BETWEEN BULGARIAN LITERATURE AND VIRTUAL ORATORY

Stoyan Georgiev Neshev

University of national and world economy (UNWE)

**Abstract:** *The reaching of spiritual and moral health of the bulgarian nation on the television achieves by the Bulgarian literary language and the consolidating of our linguistic reality after 1989. Both extremenesses of the contemporary TV screen: market logic and public mission, the need of high rating, making money, and the responsible attitude to the vulnerable audiences – are dependent on modern literary language, adjusted to the mediasphere. Communicative models in public TV language got the role to assert Bulgarian community development.*

**Key words:** *television, modern Bulgarian literary language, medias, the language of the medias, journalism, TV journalists, speech behavior, speech culture, TV audience.*

Съвременният български книжовен език е богат, защото е изграден върху основата на народните говори и е усвоил наследството от хилядолетното развитие на езика върху нашите земи. Той има своеобразна структура и звучене и е пръв сред славянските езици – българският език, за да достигне до позицията официален език на Република България и един от 23-те официални езика на Европейския съюз. От позицията на д-р Иван Богоров и акад. Александър Теодоров-Балан до 1989 г. българският език оформя публичното комуникативно пространство иманентно. След 1989 г. книжовният език е в период на "стилистична революция". Българският език в медийното пространство разширява категориите си – нови морфологични форми, синтактични конструкции, лексеми. Следствието е резултат на съвременния телевизионен екран с фундаментални промени, кореспондирайки с езика ни от звуковата и смисловата страна. С навлизането във виртуалното пространство чрез новата технологична платформа интернет се получава следната линия за развитие на българския език в българските медии: създадените от радиото и телевизията условия за отделна реч, дебати, дискусии и т.н. се разширяват в интернет и дигиталното комуникационно пространство, отгук е категорична връзката реторика – интернет. Създава се усещането, че езикът по телевизията остава встрани от фокуса, от интереса. Интернет оказва влияние и променя функциите на реторическата комуникация. Това насочва някои изследователи да анализират тези промени и да въведат термини, които отличават, дори пренебрегват телевизионния език и комуникация. Катлийн Уелч използва термина "електрическа реторика" (electric rhetoric), Барбара Уорник предпочита термина

“реторика онлайн” (Rhetoric Online)[1]. Джеймс Запен смята, че новата дигитална реторика стимулира самоизразяването, участието и творческото сътрудничество. Телевизията се задържа като основна и силна медия и това е осъществимо по ред социологически причини – социален статус – позиция спрямо властта – концентрация на материални ресурси, специфика на програмата и аудио-визуалната комуникация.

### Съвременният български телевизионен език

Общуването в сферата на медиите е публично. Медиите осведомяват обществото за актуални и значими за него събития, процеси и пр. Медийните текстове имат винаги повече от една функция, като доминират или осведомяващата, или въздействащата. Чрез различните жанрови разновидности: информационна бележка, интервю, анкета, репортаж, очерк, уводна статия, коментар и др. се постига фреквенция в експресивността за езика на изказа. В стремежа за по-оригинален начин за поднасяне на информативни или коментарни текстове журналистът (авторът) си служи с книжовния език. Словотворчеството изисква правила, норми и евфоничност. Манталитетът и публичните ценности на българина се променят и това повлиява на официалния медиен език т.е. противоречието на нормите на книжовния език във вестникарския език. Но бихме могли да приложим това изследване и върху телевизионния език, уплътнил и омокотил едновременно “възстановителния дискурс” на съвременния български книжовен език след 1989 год.

От казаното по-горе ще анализиране съвременния български книжовен език в медиите, в частност – телевизията. Телекомуникационната технология, която с черно-бяло или цветно видео изгражда картина, разпространява звук и информира, дори възпитава реципиента. Тенденцията към колоквиализацията определя по-скоро безобразна лексика с агресивна семантика, с цел провокация. Но границата между книжовната устна реч и разговорната се нарушава, заедно с връзката език – ценности. Степента на официалност или неофициалност при общуването в телевизията е не винаги постоянна. Съвременният средностатистически адресат разбира кога журналистът не се е съобразил с традициите, културата, книжовния език и собствената си обществена роля в даден комуникативен етикет. Използването на жаргонизми, вулгаризми, диалектизми и простакизми в медийната среда е двояк процес. По-компактното, по-разговорното поднасяне на информация от медиатора е и по-разбираемо от страна на зрителя, но излизането от границите на книжовния език абстрахира зрителя, дори този с малко над средното ниво на интелигентност. Етичният език е най-полезен и същевременно практичен за усвояване от определен кръг зрители. От социокултурна гледна точка на езиковата комуникация е необходим център, който да компенсира естетическото, научното, институционалното в медийния език.

Обществената телевизия днес трябва да отговаря на следните критерии: независимост от политическа власт, която гарантира безпристрастност; нестопански характер на дейността на телевизията, за да се обезсмисли търговският и икономически интерес за излъчването на програмата; национална медийна политика, отговаряща на нуждите на обществото; възможността за свободен достъп до програмата, за да се търси свободна комуникационна среда. Нео-телевизията, за която конферира Умберто Еко в статията си “Телевизията: изгубената прозрачност”[2], по-точно частните канали, които експлоатират докрай мазохизма на зрителите. Това се получава, когато водещият пита кротките домакини, такива неща, които би трябвало да ги накарат да умират от срам, но те влизат в играта, повече или по-малко изчервени, и се държат като жени с леко поведение. Еко фиксира американска тв игра, предложена от Джони



Карсън – “Tonight Show” т.е. че ако интерпретираме телевизията в категориите на истината и сериозността, сме обречени да я разбираме единствено като палео-телевизията. За да разберем нео-телевизията, трябва да я интерпретираме в категориите на играта и забавата. Екранният дух е духът, пуснат от бутилката с етикет “Хомо луденс” – веднъж заиграло се, чудовището, без да се усети, напуска границите на сериозността, за да се засели в пределите на забавата, а “забавността на играта не се поддава на никакъв анализ или логическа интерпретация”, пише Йохан Хьонзинха[3].

### Вестникарският език като еквивалент на телевизионния

За да стигнем в дълбочина до езикът по телевизията преди всичко трябва да отбележим бизнес интересите и социалните ангажменти на телевизията. Умелото балансиране на търговските и обществените интереси в телевизионните програми консолидира съвременния български книжовен език като “наложителна вещ” с презумпцията, че езикът е устойчив и не въздейства убедително сред аудиторията, а тя вероятно се състои от деца между 6 и 10-годишна възраст или възрастни (60+). Ако направим паралел с вестникарския сюжет на езика, може да отбележим тенденцията, наложена от Рупърт Мърдок в края на 80-те години на XX век с вестник “Таймс”, повлияла на вестникарския свят в европейски мащаб. Тенденция или явление, както отбелязва Мариана Лазарова[4], довели до ожълтяване, неморални, лишени от разум вестникарски текстове. Допирайки се на тези разсъждения - обществената телевизия в България (БНТ) след първите 10 години от демокрацията се променя към обществена, като отстоява и защитава обществен интерес, независимо какъв е неговият партийен цвят. Телевизионната продукция (сутрешни блокове, лайфстайл предавания, кулинарни и забавни токшоута, публицистични предавания, информационните емисии – новини) изисква преди всичко медийна грамотност. Понятието включва в себе си освен езиковата култура на говорещите, а и модели на поведение в дигиталната комуникационна среда, обществени ценности и пренебрегване на комерсиализирането по телевизионния екран[4]. Трябва да отбележим и прозрачността и директността на изказа, засилването на асоциативността, възможността да се покаже, назове и коментира.

Публицистичният стил – започва да се изгражда още в старобългарския книжовен език. В произведенията на Кирил и Методий, Климент Охридски, Презвитер Козма, Черноризец Храбър и Йоан Екзарх наблюдаваме основните характеристики: актуалност на проблематиката, полемичност, експресивност и активна авторова позиция. Днешната публицистика е по-масова, по-опосредствена, по-възпитателна. Публицистичните текстове са синтетични и аналитични, експресивно въздействащи и пр., но важен е аргументът за функцията им в по-широк жанров диапазон. По този начин се пренасяме и в телевизията – коя е аудиторията, която гледа публицистични предавания. Обаянието на оратора (водец, репортер, журналист и др.), тембърът на гласа, ясният изказ, интонацията, езикът на тялото, умението да се създаде контакт с публиката са задължителни елементи в телевизионното предаване. Тези паралингвистични признаци на общуването от страна на телевизионния водещ носят отговорност за една респективна визия в ТВ пространството. Публицистичните предавания, токшоутата и информационните емисии – новини у нас кореспондират с осведомяваща, оценяваща, коментираща и развлекателна функция със зрителя. Езикът в тези предавания е достъпен, избягат се многословието и празнословието, но говорните дефекти, високата честотност на изразите и думите от чужд произход, дори диалектизмите контролират несериозното отношение към книжовния език.



**Българската езикова действителност по телевизията:  
от вулгаризма до популизма**

В следващите примери ще разгледаме речта в публицистичните предавания, емисиите новини и забавните шоута, словоизявлението на водещи и гости преди праймтайма. Първият акцент е шоуто “Господари на ефира” по Би Ти Ви, излъчвано всеки делничен ден от 23,30 ч., а повторенията са пак всеки делничен ден от 16,30 ч. Анализираме го от гледна точка на повторенията. Екипът на предаването е направил компилация от медийните изяви на един от легендарните ни български футболисти и доктор хонорис кауза на ПУ “Паисий Хилендарски” – Христо Стоичков. Кадрите започват от октомври 2006 г., когато оператор на ТВ7 заснема г-н Стоичков, а той му отваря: “Бегай бе, цървули!”. От септември 2006 г. репортерка на Канал 3 се опитва да интервюира национала по футбол Зоран Янкович, но г-н Стоичков се намесва: “С мирижливите цици навънка” (към репортерката). Кадрите продължават с пресконференция от октомври 2005 г., когато г-н Стоичков говори на неизвестен журналист: “Недей се обажда много бе, тъпанар. Да те е\*а в селянина смачкан”. Юни 2011 г. в интервю по Канал 3: “Могат само да дойдат под пъпа да слезнат” (вероятно за журналисти). [6]

Сутрешният блок на ТВ7 – “Гореща точка” (06.45 ч. до 09.30 ч.) и неговият водещ Николай Барев, журналист и директор “Новини и актуални предавания” ТВ7. През декември 2011 г. се състоя протест на зърнопроизводителите в София и тогава водещият Николай Барев се обърна в ефир към стачкуващите: “Този боклук, който тук беше стоварен под формата на трактористки машини да се омиа още днес от столицата, където сме дошли да си изкарваме хляба, защото в противен случай аз ще оглавя едно гражданско общество срещу тази развилняла се пасмина от провинцията и не се знае ние к’во можем да направим, можем да режем гуми, можем да палим трактори... Аз не желая никакви разюздани селяни, наистина в центъра на София да ми пречат да си изкарвам хляба... Побъзикаха се, спориха с Борисов, караха се, искаха оставки. Айде да се прибират и да работят... Като нямат работа да отидат да си режат сланината и винцето върху вестника и да ядат...”. [7] По-късно Съвета за електронните медии (СЕМ) глобява медията.

Токшоуто “Часът на Милен Цветков” по Нова телевизия се излъчва всеки делничен ден от 17,00 ч. Различни гости обсъждат актуалните теми, но в предаването има място и за зрителите пред телевизионния екран, които могат да се свързват с водещия директно. Зрител към Милен Цветков по телефона (малко след 17 ч.): “Маймуна мръснааа. Ти колко си долен! Въшко такава! Не се смей като гнида! Тъпанар такъв!...” Или друг пример пак със същото предаване и отново зрител по телефона: “Очаквах да та пратат при Коритаров, тиа та пратиа при Лора!... Даже исках да та питам дали получаващ ерекция, когато си при нея...” [8]

**Нарушените фонетични закони и неуместните  
чуждици в медийния език**

“Екането” при произнасяне на глаголните форми в първо лице множествено число (бъдее, говориме, можеме и др.) се допуска като грешка от образовани хора на публични места. Телевизията (заедно с радиото и печатните медии) е публично достойствие и би трябвало там да се създават и укрепват съществуващите вече добри модели за речев етикет и книжовна произносителна норма. Речта директно въздейства върху зрителската и читателската аудитория. В предаването “На четири очи” с Цветанка Ризова гостува министър-председателят Бойко Борисов по тема, свързана с пенсион-



ната реформа: “Искам да отговаряме на всичко. Малко го замърчахме... Бъркаме в раната и го правиме, не го говориме...” Слушаме в спортната емисия по ТВ7 страши треньора на ПФК ЦСКА – Димитър Пенев: “Търсиме да бъде добър колективът да бъде... И те могат след като са от ЦСКА, те могат...”

За групата думи от типа “училища”, “съдилища”, “игрища” и др. все по-често и настойчиво чуваме думите с грешно ударение: “... просветното министерство за училищата в общината” (пример, журналистка от БНТ). Друг “крилат говорен дефект”, който чуваме от голяма част национални ТВ медии са думите: “Вервайте ми!” Пример за типичен софийски говор, но в този случай наблюдаваме несъответствие на езиков закон – ятов преглас (замяната на “я” с “е”). Тези думи са казани от премиера на България в периода 2001-2005 год. – Симеон Сакскобургготски, но и днес мнозина допускат “екането” да присъства в речта им. Както казват езиковедите, изговорът с “я” става, когато в думата ударението пада върху този звук, а следващата сричка е твърда (т.е. срички, които съдържат звуковете “а”, “о”, “у”, “ъ”). Книжовното произнасяне е вярвайте, трябва, някакъв, а не вЕрвайте, трЕбва, нЕкакъв.

Важен момент в езиковата ни действителност по телевизията е избягването на чуждици т.е. стремеж към пуризъм. Прототипите, доказали се като пуристи безспорно това са д-р Иван Богоров и акад. Александър Балан, но през годините и други езиковеди са правили опити да намерят най-релевантните български слова, но неуспешно. Разликата е между чуждите думи по произход, употребявани като термини и другите чужди думи, които неоснователно се споменават в ежедневието ни. Прави впечатление, че англицизмите, използвани в медиите, са от политическо естество. Журналистите също си служат умело с тях: “рейтинг”, “имидж”, “брифинг”, “тийнейджър”, “рейнджър”, “лобирам”, “оптимизирам” и др. Чуждопоклонничеството продължава с лексеми “с ниска стилистична маркираност” – турцизми, които не се използват в официалната книжовна българска реч, в научните съчинения, много рядко в журналистиката – предимно с иронизираща цел. Но зрителите забелязват и чуват турска реч по телевизията (не обозначаваме турските сериали). В различните емисии новини граждани, изразяващи своето мнение пред микрофон често ползат думи като: “юрган”, “кеф”, “китап”, “зор”, “мерак”, “аман”, “тепегьоз”, “карък”, “бюлюк” и др. Не е прекрачена границата разговорна битова сфера и медийна сфера, което води до “говорна илитератност”. В политическите слова също често наблюдаваме подобни паразитни думи, но видимо турцизмите са и необходими за съответните етнически групи в България. [9]

Русизмите в нашата реч по скоро обслужват юриспруденцията ни, военното ни дело и др. (“ищец”, “искова молба”, “предявява иск”). Контактът им с медиите е безусловен. Извън базата от термини често телевизионни спортни журналисти употребяват думи и изрази като: “регулярен”, “порядък в отбора”, “удачно подаване”, “Галатасарай отново се явява труден отбор за Милан” и др. В интервю по БНТ с прокурор: “Майстори на перото – болшинството (вместо *повечето* или *мнозинството*) са подкрепяли левите идеи.” Друг пример: “Нещо, което касае (вместо *отнася се, засяга*) много българи.”

Както бе споменато съвременният книжовен български език в медиите е необходимостта за гласност. Контаминацията в журналистическите слова и похвати е възпроизвела многолики телевизионни водещи, сътворили си собствен стил в публицистиката, дори с цената на сквернословия. (Мартин Карбовски – по Нова телевизия, Сашо Диков – Канал 3, Николай Баревков – ТВ7, Люба Кулезич – ТВ7 и др.). Пиететът към модерното звучене чрез основата на българския език в повечето случаи води до амфиболия. Нерелевантните трафарети в говора отекчават зрителя и се получава следната ситуация – пр. научна резенция в академични среди: “С кеф прочетох този



китап, ама голям зор ми даде да напиша отзива си". В свое интервю Николай Хайтов разграничава прелестта на зримото, говорно слово от печатното, като казва, че никога борбата за чист звучен български език няма да бъде решена, ако не започне тя в телевизията и радито т.е. ако оттам започне половината работа е свършена. Според някои езиковеди има чужди думи, които обогатяват езика, тъй като те нямат домашен еквивалент, докато други го „замърсяват“, опитват се да заместят съществуващи български думи. Но трябва да отбележим делото на Густав Вайганд (1860-1930), който полага основите на немската българистика с Института за български език в Лайпцигския университет. По-късно обучава студентите чрез *Bulgarische Grammatik*, като в нея представя темпоралната система на българския глагол. [10]

### Телевизията и СЕМ

Телевизионното отразяване не трябва да нарушава основни правни, морални, политически, религиозни, естетически и други социални норми. Основните принципи в радио- и телевизионното програмиране са съхраняването и ненакърняването на личното достойнство и обществения ред. Акцентиращ се върху понятието „добри нрави“, а разпространението на медийни съдържания в противоречие с „добрите нрави“ е обявено за недопустимо. Европейската конвенция за трансгранична телевизия дава принципната рамка на съдържанието на телевизионната програма като цяло и в частност засяга и телевизионната продукция за деца, както и защитата на децата в полето на аудио-визуалните медии.

Съветът за електронни медии (СЕМ) работи в три основни посоки за установяването на стандарти за защита на правата на децата в радио- и телевизионния ефир, както пише Катя Михайлова [5]. Първата – дефиниране и конкретизиране на понятия и регламенти, които са основни за прилагането на концепцията за закрила на децата. Втората е към провокиране и подкрепа на механизми за медийна саморегулация в името на върховенството на детския интерес. Третата е към търсене на експертна консултация и обществен диалог по присъствието и защитата на децата в медийното пространство. Непристойният език е част от класификацията, застрашаващ физическото, умственото и моралното развитие на зрителите деца както и за нормалните средно интелигентни българи.

Тук е моментът да отбележим приетата Харта за съвременното българско слово в Република България от 2004 г., иницирана от професор Марко Семов. Съхраняването на езика като проява и творец на културата граничи със свободата на словото – това е възловата причина, с която Хартата създава гаранции за защитата на едно от най-великите човешки достижения в България – свободата на словото. Загрижеността и тревогата за българското слово не трябва да постига „жертвоприношение“ с него, чрез „стесняване на словоизявлението“ с цел по-разбираема кореспонденция с обществените ценности и политики на българското общество.

Като извод от всичко това искам да обобща, че българският език по телевизията „жестикულიра своята обществена роля“, той не е ограничен по отношението на социалните групи в обществото и може се да се приеме общонародният книжовен език със своите разновидности – териториални и социални диалекти, така както книжовния език като представителна форма на общонародния. Езикът в телевизията има нужда от разнородност, съчетана с адекватно речево поведение и речева култура. Българският езиковед и диалектолог акад. Стефан Младенов прецизно акцентира върху запазването на идентичността на българия език, а телевизията е вид платформа: „... без живите струи на народните говори всеки книжовен език неминуемо избледня-

ва и се излага на опасност да се обърне в еднообразното сухо и досадно есперанто, без багри и отсенки в думите, без емоционалност, сиреч без качества да раздвижи душата, да развълнува слушателя или читателя и най-сетне без признак на личното или индивидуалното.”

#### Цитирана и използвана литература:

1. Cathrine Welch “Electric Rhetoric, Oralism, and a New Literacy”, 1999
2. Еко, Умберто “Телевизията: изгубената прозрачност”, 1985
3. Хьойзинха, Йохан “Homo ludens”, 2010
4. Лазарова, М. “Релацията ценности – колоквиализация на вестникарския език”, БСУ, 2010
5. Михайлова, К. “Телевизията за деца между пазарната логика и обществената мисия”, София; 2011
6. [www.btv.bg/shows/gospodari-na-efira/](http://www.btv.bg/shows/gospodari-na-efira/)
7. [www.youtube.com/watch?v=jWIManhfgB0](http://www.youtube.com/watch?v=jWIManhfgB0)
8. [www.novatv.bg/shows/view/](http://www.novatv.bg/shows/view/)
9. Брезински Ст. “Езиковата култура, без която (не) можем”. Пловдив, 2004
10. Стоянова Ан., ИБЕ при БАН, “Темпоралната система на глагола в Bulgarische Grammatik от Густав Вайганд”, БСУ, 2010
11. Мавродиева, Ив. Виртуална реторика от дневниците до социалните мрежи, София. СУ “Св. Климент Охридски”, 2010
12. “Съвременна хуманитаристика”, списание. Издание на Центъра по хуманитарни науки – БСУ, брой 2/2010

Научен ръководител: гл. ас. д-р Катя Михайлова