

## ЗА НЯКОИ АСПЕКТИ НА ВЗАИМОДЕЙСТВИЕТО МЕЖДУ УСТНИЯ ГОВОР И ЕЗИКА НА ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ

---

Мариета Цветкова

През последните 25 години езиковедите като цяло са единодушни по въпроса, че медийният език в България силно се колоквиализира. В отделни изследвания това се доказва както като общо явление (Виденев 1995: 178–181; Виденев 1998: 25–30; Влахова 2001: 33–37; Станева 2001: 226–23), така и през призмата на регистрирани високочестотни употреби, отнасящи се към различни езикови равнища (Глава VII «Писменият и устният език на масмедияте» от сборника «Проблеми на социолингвистиката – социолингвистика и комуникация» 1995: 200–262; Глава III «Езикът на медиите у нас» в сборника «Медиите и езикът» 1999: 114–185). Сравнително единодушни са лингвистите и по отношение на степента на колоквиализация на медиите – значително по-силна, според проведените изследвания на разговорния дискурс, в печатните медии в сравнение с електронните.

Прегледът на изследванията на разговорността в медиите показва, че отношението на езиковедите към тази тенденция не е еднозначно. В някои статии не са спестени критичните бележки по този повод, в други само се извеждат признаците на разговорност, без да се заема каквато и да било позиция, трети оценяват колоквиализацията на медийния език като положителна тенденция (Влахова 2001: 36–37). Различията идват главно от това къде се поставя акцентът – върху правилността или неправилността на дадена употреба или върху успешността, респ. неуспешността на определена медийна комуникативна стратегия.

Както отбелязва Хр. Станева (Станева 2001: 228), “медийното пространство е привлекателно с обстоятелството, че е място за протичане на активни езикови процеси, място за утвърждаване на *необходимостта от единен устен говор*.” Това се отнася с особена сила за електронните медии, при които прогресивно се разширява присъствието на параметрите на разговорната речева ситуация. Една от причините за това е включването

на все повече участници в ролята им на интервюирани на живо – по телефона, в студиото или на друго, предварително уговорено място. Така се създава обстановка на общуване, която не е нито напълно официална, нито напълно неофициална. Участниците в създадената по този начин речева ситуация са полуподготвени – както журналистите, така и интервюираните. В някои ситуации – те дори са напълно неподготвени и също така не са защитени от “издаване” чрез своето включване на културното си равнище и на моментното си емоционално състояние. Всичко това обективно приближава все повече медийното пространство до разговорната речева ситуация и провокира търсене на конкретните параметри на разговорността в радио- и телевизионните предавания – както от гледна точка на нейното проникване в медийния език, така и от гледна точка на възприемането ѝ от нейните адресати. Все по-активното включване на зрителите и слушателите в медийното пространство създава междинен пласт от изразни средства, които по силата на възможността да бъдат многократно чути и повторени, формират постепенно единен устен говор. Това се отнася в още по-голяма степен за журналистите, особено за водещите на предавания – тяхната редовна поява пред микрофона и камерата без съмнение въздейства както по отношение на съдържанието, така и по отношение на изказа и формата. За да се проследи този процес, в настоящото научно съобщение се систематизира и интерпретира записан за целта радио-телевизионен езиков материал, представят се и се анализират резултатите от 2 анкетни проучвания сред носителите на езика, т.е. адресатите на записаните радио- и телевизионни изказвания и се очертават произтичащите от това основни изводи.

### **I. Елементи на разговорност в езика на електронните медии (2008 г.)**

За целите на настоящото изследване бяха записвани радио- и телевизионни изказвания с елементи на разговорност в периода февруари – март, 2008 г. Наблюдавани бяха национални медии – радио «Хоризонт», Канал 1, БТВ, и предавания с ясно изразен обществено-политически характер – новинарските емисии, «Хоризонт преди всички», «Хоризонт до обед», «Парламентарен контрол», «Неделя 150», «Сеизмограф». Този подбор беше направен с цел да се изключи възможността за извеждане на прекомерна колоквализация поради самия характер на предаването (както би могло да се получи при шоу-програмите и други забавни и развлекателни предавания) или поради регионалност или маргиналност на медиата. Обществено-по-

литическите предавания и новинарските емисии предполагат достатъчно сериозни теми и участници и поради това се очаква, че при тях е изключена изкуствено завишена (повече от допустимата) степен на разговорност. Нещо повече – новинарските емисии дори са предварително подготвени, т.е. практически би трябвало да не съдържат неприемливо много колоквиализми.

В процеса на систематизиране на записания материал са отделени изказванията на журналистите (по-нататък в цитатите отбелязани с Ж) от тези на участниците в предаванията (по-нататък в цитатите отбелязани с У), за да може да се направи съпоставка на употребените колоквиализми от страна на «домакините» и от страна на «гостите» на предаванията.

Направените записи показват, че разговорността присъства в езика на електронните медии основно чрез употребата на определени думи и изрази. За някои от записаните думи в тълковния речник на българския език (Български тълковен речник 1994) е отбелязано, че те са разговорни, просто-народни или диалектни. Например:

1. И това събира един *билюк* коалиционни партии// – (Български тълковен речник 1994: 60)

Лютви Местан (У) – “Парламентарен контрол” – 21.02.2008

2. Повечето от такива човешки трагедии се случват благодарение на някакво човешко невнимание/ нехайство/ *мърлящина*/ не го интересува// - (Български тълковен речник 1994: 472)

Иван Гарелов (У) – “Сеизмограф”, БТВ – 08.03.2008

3. Причината за всичко това са корупционните практики/ политическото *далавераджийство*// – (Български тълковен речник 1994: 152)

Асен Агов (У) – “Неделя 150” – 09.03.2008

4. Д-р Баташки и министъра/ не знам към кого да се обърна/ не разрешавайте Вашите лекари като идват/ вечер на визитация/ да надничат иззад вратата като *мушмороци*/ без да влязат на хората в болката// – (Български тълковен речник 1994: 470)

Стоянка Димитрова (У) – “Сеизмограф”, БТВ – 1.03.2008

Употребата на разговорни изрази не отстъпва по своята честотност на “вмъкването” на отделни думи. При тях прави впечатление преносът им

от определена сфера на живота (обикновено от ежедневието и бита) към друга, съвсем различна. Например:

1. Това са 2 различни стратегии/едната е да се открие всичко/ *да не се защита под килима*/ това е стратегията, която е характерна за Англия//  
Ирина Недева (Ж) – “Хоризонт преди всички” – 29.02.2008

2. Ние сега пак *притопляме / стара манджа* и ще проверяваме как са гласували общинските съветници//

Бойко Борисов (У) – “Хоризонт преди всички” – 20.02.2008  
/за концесиите с боклука и Софийска вода/

3. Въобще българските евродепутати да млъкнат/ *да си затворят човките* и да не се обаждат//

Хр. Мутафчиев /председател на Съюза на артистите в Б-я/ (У) – “Хоризонт преди всички” – 29.02.2008 /по повод на Могилино и на безхаберното на правителството – предимно за протеста на русенци да се преместят децата от Могилино в центъра на Русе/

4. Структуриран е/отново не знаете и отново *не сте в час*//  
Димитър Тадаръков (У) – “Неделя 150” – 09.03.2008

Както става ясно от примерите, елементи на колоквиализация се откриват в изказванията на всички – независимо от тяхната роля в медийното пространство (водещи на предавания или гости в студиото) или от общественото им и служебно положение.

Събраният материал показва също, че дори новинарските емисии съдържат колоквиални елементи – нещо твърде неочаквано предвид високата степен на тяхната готовност. Типични примери в това отношение са следните записи от новинарски емисии на БТВ:

1. Иван смята, че не е справедливо да остане в затвора 15 години при положение, че далеч по-големи престъпници *търкат нара* по няколко месеца// – без “цитирам”

БТВ новините (Ж) – 08.02.2008 /за обвинения в дилърство по повод на намерена доза героин/

2. По-късно Исса Мехмед /по прякор хакера/ *изпял съучастниците си*//

БТВ новните (Ж) – 09.02.2008

3. Разследването на журналисти показва, че в столичните заведения масово *шмъркат кокаин*//

БТВ новините – Ю. Къдриев (Ж) – 1.03.2008

4. Ценните картини, *отмъкнати* по време на изложба в НДК/ бяха открити в заложна къща// Те изчезнаха *посред бял ден* пред очите на охраната//

БТВ-новините – А. Салич (Ж) – 11.03.2008

5. Освен че заемат места за паркиране/ *троиците* често се превръщат в нерегламентирани сметища или в свърталища на бездомни кучета//

БТВ-новините – Ю. Къдриев (Ж) – 11.03.2008

Общите заключения, които могат да се направят на базата на събрания езиков материал от електронни медии, са 2:

1. Колоквиализацията навлиза все повече в езика на електронните медии, като започва да присъства и в предварително подготвени текстове (новинарските емисии);

2. Елементи на разговорност се откриват в речта и на двете страни, участващи в процеса на общуване в студиото на радиото и телевизията – водещите на предавания и гостите/интервюираните.

## II. Резултати и анализ на анкетните проучвания

Част от събрания езиков материал от електронните медии беше включен в анкета, целяща да изследва мнението на носители на българския език и съответно адресати на радио- и телевизионните предавания. На респондентите бяха предоставени общо 12 изказвания, от които 7 записани от радиопредавания и 5 – от телевизионни предавания. Всяко изказване беше предложено да се отнесе към:

- неформален разговор,
- радиопредаване или
- телевизионно предаване.

На анкетата са отговорили общо 65 души, една трета от които мъже и две трети – жени. Респондентите са на възраст от 20 до 50 години, като преобладаващата част от тях са с висше образование. 25% от анкетираните са или студенти, на които предстои скоро да завършат висшето си образование, или хора с научна степен. Всички респонденти живеят понастоящем в София, но са родени и са живели преди това в различни градове – Видин, Варна, Велико Търново, Пловдив, Русе, Стара Загора, Сливен. Това прави групата на анкетираните достатъчно разнородна от гледна точка на пол, възраст и принадлежност към определен район на страната. Същевременно образователният ценз на респондентите е висок – факт, който гарантира добро ниво на езикова компетентност и способност за разграничаване на формална от неформална ситуация и съответно формален от неформален изказ.

Регистрираните отговори демонстрират следните 2 закономерности:

1. Наличие на известно колебание при определянето на принадлежността на някои изказвания към радио- или към телевизионните предавания. То се изразява в даване на двойни отговори – радио или телевизия. Този тип двойни отговори съставляват 13 % от общия брой отговори.

2. Липса на алтернативни отговори при изказванията, определени като част от неформален разговор. Общо като неформални изказвания са квалифицирани 23 %.

Включените в анкетата изказвания на журналисти (общо 4 на брой от 12-те) са анализирани допълнително поради това, че тяхното влияние е значително по-силно – първо, защото журналистите поради естеството на работата си застават пред микрофона и камерата многократно, и второ, защото това несъмнено се отразява върху постепенното формиране на езиковата култура и навици на голяма част от носителите на езика. Последното твърдение се подсилва от факта, че писаният текст – независимо дали става дума за книга или за периодични издания (списания и вестници), все повече отстъпва мястото си напоследък на всякакъв вид електронни източници на информация и забавления.

В проведеното анкетно проучване изказванията на журналисти са определени от респондентите по следния начин:

- 70 отговора – принадлежност към неформален разговор;
- 75 отговора – част от радиопредаване и

➤ 110 отговора – част от телевизионно предаване.

Колекванията при определянето на вида на медиата – радио или телевизия, са само 9,8 % от всички отговори.

От отговорите на анкетираните, най-значими за целите на изследването са тези, които еднозначно определят изказванията като принадлежащи към неформален разговор. В цялото анкетно проучване тези отговори са 23 %, а в рамките на включените в анкетата изказвания на журналисти – 27,5 %. Както вече беше отбелязано, маркираната в тези отговори от респондентите разговорност е категорична. Това предполага, че именно тези отговори носят информация за възприемането на колоквализацията на езика на електронните медии от потенциалните адресати – зрители и слушатели. Прагът на чувствителност вероятно минава някъде на границата между категоричното определяне на дадено изказване за част от неформален разговор и дефинирането на принадлежност към някаква електронна медия (радио или телевизия). От тази гледна точка данните от анкетното проучване дават основание да се направят следните заключения:

1. Колоквиализацията на езика на електронните медии към момента (средата на 2008 г.) е около 25 % (усреднена величина между общия процент – 23 % и процента за изказванията на журналистите – 27,5 %);

2. Елементите на разговорност в електронните медии се «внасят» както от водещите на радио- и телевизионните предавания, така и от участниците в тях.

Анализираният материал също така демонстрира, че наред с преднамерените употреби, дължащи се на специално търсен ефект от страна на журналистите или на възможни индивидуални особености и случайности, колоквализацията на езика на електронните медии е трайно присъстваща тенденция. Елементи на разговорност се откриват в речта както на водещите на предавания в радиата и телевизите, така и на гостуващите/интервюираните. Нещо повече – колоквализацията започва да присъства и в предварително подготвените текстове (новинарските емисии).

Второ анкетно проучване беше направено 2 месеца по-късно – в края на м. май, 2008 г. То беше контролно в известен смисъл, тъй като имаше за цел да провери още веднъж получените резултати, но при други респонденти – 46 души, жители на относително по-стеснен географски район

(около гр. Пловдив), включващ основно жители на малки населени места. Анкетираните бяха на възраст от 20 до 50 години, като 75% от тях – с висше образование. Същия езиков материал тези респонденти възприеха по сходен начин, като

а) колебанията при определянето на принадлежността на някои изказвания към радио- или към телевизионни предавания са значително по-слаби в сравнение с тези, регистрирани при първото анкетно проучване (практически почти не присъстват);

б) като неформални изказвания са квалифицирани доста по-голям процент от записаните в анкетата изказвания от радио- и телевизионни предавания – 36,3 %.

В контролното анкетно проучване изказванията на журналисти са определени от респондентите по следния начин:

- 66 отговора – принадлежност към неформален разговор;
- 48 отговора – част от радиопредаване и
- 70 отговора – част от телевизионно предаване.

Преценката на анкетираните от по-малките населени места показва малко по-висок праг на чувствителност към степента на колоквиализация в електронните медии. Те определят 36,3% от предложените в анкетата изказвания като еднозначно принадлежащи към неформален разговор за разлика от живеещите в София респонденти, които имат същия отговор в 23% от случаите. По отношение на включените в анкетата изказвания на журналисти процентите за принадлежност към неформален разговор показват подобно съотношение – съответно 35,9% за второто анкетно проучване и 27,5 % – за първото.

Сравнението категорично води към извода, че колоквиализацията на езика на електронните медии е факт, който може да се проследява и дори да се «измерва» като тенденция. Навлизането на разговорни елементи към момента варира за носителите на езика между 25% и 36% или между 1/4 и 1/3, като включва предимно лексикалния пласт и някои разговорни изрази/словосъчетания. По-нататъшното развитие на тази тенденция ще бъде най-вероятно свързано с разширяването ѝ на същото равнище – лексика и изрази/словосъчетания. Процесът на колоквиализация, реализиран едновременно и от двете страни на микрофона и камерата – от водещите на предавания и



от техните гости, явно се пренася постепенно и плавно от печатните към електронните медии. Различният праг на чувствителност към интензивността на този процес е също тенденция, която може да се регистрира и «измери» – при това не само от позицията на езиковедите, но и от гледна точка на носителите на езика.

При изследването на процеса на навлизане на разговорни елементи в езика на електронните медии следва да се обръща необходимото внимание и на обратното заимстване – особено на послания от рекламни радио- и телевизионни клипове. Стази цел в анкетните проучвания беше включена и част, посветена на употребата при устното общуване на рекламни послания като: “На една ръка разстояние”, “Мъжете знаят защо”, “Това е твоят глас”, “Три в едно” и др. Тяхното клиширане се оказва също така част от взаимодействието между езика на електронните медии и функциониращата разговорна реч. При това “продължителността на живота им” е пряко отражение на временния характер на медиите. В момента, в който се появи по-сполучливо ново клише, употребата на старото се редуцира. Такъв е например случаят с “О-о-о, Пепи!”, “Кво праите, бе зайци?” и “В банята съм”, които се изместват вече в разговорната реч от новопоявили се рекламни послания – “Объркал си гълъбчето”, “Ти мигача остави на нас!” и др.

Проникването на елементи на разговорност в езика на електронните медии, както и заимстването на рекламни послания и въвеждането им в употреба при ежедневно общуване е процес, който едва ли се поддава на строго регламентиране и нормиране. По-скоро периодичното му проследяване и регистрирането на неговата интензивност и дълбочина би очертавало начина и етапите на утвърждаване на единен устен говор в българския език. Той функционира като съвкупност от вербални и невербални средства, в която се смесват, наслагват и “борят за утвърждаване” редица индивидуални, групови, географски и исторически обусловени особености и влияния. Това налага твърде комплексно наблюдение и свежда практически изследването на разговорния дискурс до проследяване, формулиране и доказване на наличието на основни тенденции – такива, които надделяват и други, които постепенно избледняват, затихват и се загубват или се “стесняват” и локализируют.

## ЛИТЕРАТУРА

Български тълковен речник 1994: Български тълковен речник, София, Наука и изкуство.

Виденев 1995: Виденов, М. «А защо на тия от телевизията хич не им пука» – В: Езиковата култура на българина, София, 178–181.

Виденев 1998: Виденов, М. «Разговорната реч и проблемите на съвременната българска журналистика» – В: Проблеми на българската разговорна реч – книга чевърта, Велико Търново, 25–30.

Влахова 2001: Влахова, Р. «Влияние на разговорната реч върху езика на медиите» – В: Проблеми на българската разговорна реч – книга пета, Велико Търново, 33–37.

Глава III «Езикът на медиите у нас» 1999 – В: Медиите и езикът, София 114–185.

Глава VII «Писменият и устният език на масмедиите» 1995 – В: Проблеми на социолингвистиката – социолингвистика и комуникация, София, 200–262.

Станева 2001: Станева, Хр. «Книжно-разговорната реч и медийното пространство» – В: Проблеми на българската разговорна реч – книга пета, Велико Търново, 226–232.