

Радка ВЛАХОВА

(София)

ВЛИЯНИЕ НА РАЗГОВОРНАТА РЕЧ ВЪРХУ ЕЗИКА НА МЕДИИТЕ

В последните години езикът, по-точно речта на медиите, претърпя значителни изменения. В първите години на промяната всички форми на обществения живот бяха подчинени в една или друга степен на принципа на махалото. Изследванията върху езика на посттоталитарните общества многократно отбелязват влиянието на този принцип, който бележи прехода от стандартния, стерилен “дървен” език на цензурирания и автоцензуриран печат към неконтролируемото (поне първоначално) нахлуване на уличното многоречие в езика на медиите. Двете основни тенденции, които определят промяната в медийния език в посттоталитарния период, са и тенденциите в развоя на книжовния език изобщо, определени като *интелектуализация* и *демократизация*. Тенденцията към интелектуализация е “приспособяването на книжовния език, за да бъдат езиковите прояви определени и точни, според нуждата на изказа абстрактни и да могат да изразят свързаността и сложността на мисленето, като се засилва интелектуалната страна на речта” (Бохуслав Хавранек)¹. Другата основна тенденция – демократизацията, се разбира като “влияние на живата народна реч върху книжовния език, позасилването навлизане в него на някои народно-разговорни фонетични, граматични, лексикални и фразеологични особености”². Една от главните прояви на демократизацията може да бъде определена като *колоквиализация* на медийния език. Под колоквиализация в този смисъл се разбира засилено присъствие на елементи от разговорната реч в езика на медиите. Тази тенденция е доста силна и се наблюдава в цялото медийно пространство – всички печатни издания, а и електронните медии, разчупиха стандартното клише с разговорна лексика (което от своя страна се превърна впоследствие в ново клише).

Многократно се коментира засилената употреба на турцизми във вестникарския език. Актуализацията именно на турцизми в годините непосредствено след промяната според мене се дължи на факта, че те са еднозначно маркирани с признака разговорност. Независимо дали дадена дума, която е определена като турцизъм, е натоварена и с допълнителни конотативни значения, а най-честото е пейоративност, тя си остава главно дума от разговорната лексика. Така медийната реч изобилстваше с изрази като “държавен борч”, “бюджетен харч”, “кюмюрен проблем”, “комшийски воаяж” (!) и пр. Засилената употреба на турцизми обаче не прави речта по-разговорна. Турцизмите се оказаха в ролята на своеобразно тамагочи – само да маркират разговорност, без да пораждат разговорност. Речта на вестници като “24 часа” и “168 часа” концентрира може би най-много отделни разговорни елементи, без обаче да се отличава с най-висока разговорност. Опитът тази лексика да се декоотира, да се превърне в стилистично-неутрална и така да се издигне в по-престижната книжовно-разговорна и книжовна сфера, се оказа неуспешен. Спорадична е в последно време употребата ѝ в централни информационни материали. Тя естествено намери убежище в колонките със сензационни, “жълти” съобщения и нейното наличие автоматично снижава показателя за значимост и/или достоверност на съответния журналистически материал. Такъв пример предлага “Нощен труд” в материала си “Турбетчий-гавази подбиват пазара на черноморието”, в който по-долу четем, че “Бодигардове от Ловешка област подбиват охранителния пазар по Черноморието като се цанят срещу 80–100 000 лв.”. Очевиден е стремежът чрез “екзотичната” дума “гавази” (“турбетчия” е доста по-разпространена и позната) да се привлече вниманието на читателя. За по-голямата част от читателите обаче тя е вече непозната и едва съотнесеността със синонимната верига охранител – бодигард – гаваз прави явно значението ѝ. Без този обяснителен контекст тя би останала неясна. Това е и една от причините турцизмите да не осъществяват своето голямо завръщане на книжовно-разговорното поле.

По-надолу ще се спрем на разговорната лексика в някои спортни материали. От една страна, спортната тематика предполага по-неформално и свободно общуване с читателската аудитория, поставеност на комуникативна ситуация, която не е задължително

официална въпреки официалния по принцип характер на общуването чрез средствата за масово осведомяване. От друга страна, предполага се, че читателската публика в голямата си част е младежка, поради което се търсят комуникативни стратегии, които да имитират модела на общуване в неофициална обстановка. Предложените примери са ексцерпирани от в. "Гол" за един относително кратък период от време (XI–XII 1997 г.).

Тъй като разговорната лексика е по-експресивна, тя често се предпочита в заглавията, за да привлече вниманието. Такива примери имаме в "Шефове на Локо (Сф) награбват Валентин Найденов"; "Спартак (Пл) сигурен, че сгъва Етър"; "Миньор вързва две стари пушки за Славия"; "Академик без да си дава зор в Плевен". Характерна за разговорната реч е употребата на фразеологизми, които притежават широка асоциативна палитра и също са заредени със силна експресивност ("Бонев насаден върху пачи яйца в Локо (Сф)"). Широко разпространени са и изрази, които са присъщи на младежката реч.

Емпиричните наблюдения показват, че основната причина за навлизането на разговорна лексика остава стремежът да се намери синонимно разнообразие. При едно спортно състезание може да има само победа за единия участник, респективно загуба за другия, или равен резултат. В желанието да се разнообрази изказът вместо побежда се появяват изрази като:

Левски натикан от Металург във вратата си; Спартак шибна Олимпик с 2:0; Марица съдира от голове Кремиковци; Англия млати Камерун с 2 гола за една минута; Англия сгази Камерун; Литекс тренировъчно обръща Олимпик; Всички играчи в Ботев са сигурни, че ще опънат Славия в домакинския си мач в събота; Белите отупаха с 3:1 Добруджа; Хиро щял да извади същия състав, който опъна Локо (Сф) на Хр. Бонев с 3:1; Момчетата на Димитър Димитров са убедени, че ще сгънат Олимпик утре; БНТ отнесе с 6:1 радио "Експрес"; Радио "Витоша" отнесе с 5:0 радио "Експрес"; "Розенборг зачерня Реал на минус 8 градуса"; Славия сплесква Етър за 7 мин; Страсбург видя сметката и на Интер с 2:0; Той набута своите голове.

Доста по-бедно е синонимното разнообразие за изразяване на загуба. Тук най-често срещаният разговорен синонимен израз е "издънвам се".

В понеделник тимът на Пената се издънча с 1:3 в българското дерби срещу Хр. Андонов-Пелето; Еспаньол се издънча сензационно на олимпийския стадион.

Равният резултат пък "се извъртява".

Пената върти втори мач без победа у дома; "Ботев" върти 0:0 на ЦСКА за купа"; Резервите на Ботев завъртяха 0:0; Испания и Румъния завъртяха 1:1; Армейците завъртяха 0:0 в Пловдив.

Какво се случва на един футболен мач. Предлагам следния колаж, който дава представа за картината, рисувана от спортните издания.

Струва си да се натиснеш за А група. Футболистите признаха, че тонусът им е спаднал..., но днес ще се стегнат и ще скочат здраво срещу лидера. Славейко Димитров или Митов ще пазят персонално Георги Иванов, а Енгибаров ще захапе Йовов. Димитровград опъва Кремиковци за 20 мин. Преди това двата отбора само се мачкаха. Левски муши пет гола на Локо, гурбетчията на Александров порти дузпа. Главният съдия се върза на едно симулативно падане. Бабаитите нанесли поредица от крошета и шутове по всички части на тялото на хората в черно. Изравнителния гол набута руският национал. Миньор лепва пазачи на Жабов и Андонов. Отборът е готов да плати..., за да прилапа звездата на Динамо. Фен на Лече пуква от мъка след гола на Юве, а с масов въргал приключи мач.

Колоквиализацията на медийния език е, както отбелязахме в началото, положителна тенденция. Емпиричните наблюдения, които са представени и в това съобщение, показват, че механичното включване на лексика, маркирана с признака разговорност, не приписва качеството разговорност на самия текст. Разговорната характеристика е комплекс от признаци от всички равнища на езика. Лексикалното равнище е най-осезаемо, но не е с най-силно диференциращ характер. Емпиричните наблюдения показват също, че механизмите, които мотивират избора на стилистично маркирана лексика, са системоприсъщи. Както при употребата на всички стилистичномаркирани езикови елементи, и употребата на елементи от разго-

ворната лексика трябва да бъде мотивирана и обусловена от прагматичните условия и илокутивните цели на комуникацията. Така би следвало да говорим не за правилност или неправилност на тази употреба, а за успешност или неуспешност, които са свързани с успешността, респ. неуспешността на медийната комуникативна стратегия изобщо.

БЕЛЕЖКИ

¹ Иванова, К., Р. Ницолова. Ние, говорещите хора. С., 1995, с. 200.

² Пак там, с. 206.