

СТОЙНА ПОРОМАНСКА (София)

БЪЛГАРСКАТА ПУБЛИЦИСТИКА И РАЗГОВОРНАТА РЕЧ

Функционалните стилове, разглеждани от М. М. Бахтин още като жанрови стилове, не трябва да се възприемат като затворени, а като преливащи се една в друга преди всичко лексикални подсистеми, които непрекъснато си взаимодействат и заемат изразни средства една от друга. Показателен в това отношение е научният стил, който навлиза в публицистичния и разговорния чрез детерминологизация на строго научни термини. Говори се дори за научно-публицистичен стил, тъй като специалната лексика се превръща в една от характерните черти на съвременната публицистика. Известно е, че след успеха на романа "Името на розата" (У. Еко) се наложи понятието "епистемилогизация на художествената литература". От друга страна, в публицистиката нахлуват не, а буквално нахълтват елементи от разговорната реч, в повечето случаи с отрицателна експресивност, жаргонни и диалектни думи – явление, на което сме свидетели и което ще бъде обект на настоящото съобщение.

Няма да се спирам на пьстротата на българската разговорна реч и на нейния статус, разгледан в увода на "Честотен речник на българската разговорна реч" (Цв. Николова, С., 1987), както и на терминологичното разнообразие по този въпрос. Явно е обаче, че на настоящия етап от развитието на българския език демократизирането на книжовния език чрез навлизане на елементи от разговорната реч е една силна тенденция. Дали обаче носителите на езика приемат тази тенденция, проявяваща се особено драстично по страниците на вестниците? Отговор на този въпрос се помъчихме да дадем чрез провеждането на анкета¹ сред 100 души информатори (50 души на възраст от 17 до 30 години със средна възраст 20-25 години, предимно студенти, и 50 души на възраст от 24 до 50 години със средна възраст 35-40 години). Бяха подбрани 15 заглавия от ежедневници с голям тираж² (изключение прави едно заглавие от в. "Антени" – седмичник), субективно определени като разговорни или жаргонно-просторечни фрази. Включено бе и едно заглавие от в. "Континент", който започна да излиза неотдавна.

Умишлено не бяха включени заглавия на политическа тема, за да не бъдат предварително насочени анкетираните. Основният въпрос, на който трябваше да се отговори с "да" или "не", бе: "Интересни ли са следните заглавия от съвременни български ежедневници?" В анкетните карти бяха включени още две колонки със следните въпроси: "Ако не – какво предлагате?" и "Към кой ежедневник го отнасяте?" (т. е. заглавието)³. Включените заглавия са следните:

1. Ще ни друсат нови цени, някои ще паднат от клона – в. "Континент".

2. Хляб по 4.60 лв. меси кабинетът – в. "24 часа".

¹ Изразяваме благодарността си на проф. М. Янакиев за помощта, която оказа при провеждането на анкетата.

² Данни за тиража на вестниците през периода април-май 1992 са на ИПК "Родина": в. "24 часа" – 280 000, в. "Дума" – 220 000, в. "Демокрация" – 160 000, в. "Труд" – 115 000, в. "Земя" – 60 000.

³ В анкетните карти не са посочени ежедневниците.

3. Риформата направи масите леваци – в. "24 часа".
4. В голямото будалкане с миньорите правителството цака и без козове – в. "Труд".
5. Кой обра каймака на българското сирене? – в. "Демокрация".
6. САЩ потупват по рамото Бериша – в. "Отечествен вестник".
7. Църковни глави щели да падат с правителствена програма – в. "24 часа".
8. Швейцарска фирма духна под опашката на българските банки – в. "Нощен труд".
9. БДЖ излиза от релсите, железничарите стискат зъби – в. "Труд".
10. Ще носи ли българинът патлак? – в. "Антени".
11. Страхът е голямо шубе – в. "Дума".
12. С 436 милиона лева пак ще се бръкне държавният бюджет – в. "Труд".
13. Силно земетресение раздруса Северна Европа – в. "24 часа".
14. Калтаци е имало преди Ленин, след Живков, ще има и след Александър Йорданов – в. "Труд".
15. Родопчанин шашва американците, пее в Лас Вегас – в. "24 часа".

От всички анкетирувани (общо 100 души) по критерия одобрение – неодобрение горните заглавия се подреждат по следния ред (т. = номера на заглавието в анк. карта)

	одобрение	неодобрение
1. т. 9 БДЖ излиза от релси...	66 души	34 души
2. т. 2 Хляб по 4.60 лв. ...	56 души	44 души
3. т. 5 Кой обра каймака...	55 души	45 души
4. т. 7 Църковни глави щели...	42 души	58 души
5. т. 4 В голямото будалкане...	41 души	59 души
т. 6 САЩ потупват по ...	41 души	59 души
6. т. 1 Ще ни друсат нови...	40 души	60 души
т. 8 Швейцарска фирма...	40 души	60 души

7. т. 12 С 436 милиона лв...	39 души	61 души
8. т. 10 Ще носи ли българинът...	35 души	65 души
9. т. 13 Силно земетресение...	34 души	66 души
т. 15 Родопчанин шашва...	34 души	66 души
10. т. 14 Калтаци е имало...	30 души	70 души
11. т. 3 Риформата направи...	29 души	71 души
12. т. 11 Страхът е голямо...	25 души	75 души

Сред представителите на по-младата възраст (17-30 год.) класацията по същия критерий е следната (анкетирани 50 души):

1. т. 9 БДЖ излиза от релси...	34 души	16 души
2. т. 5 Кой обра каймака...	34 души	16 души
3. т. 2 Хляб по 4.60 лв....	31 души	19 души
4. т. 7 Църковни глави щели...	24 души	26 души
т. 8 Швейцарска фирма...	24 души	26 души
5. т. 6 САЩ потупват по...	23 души	27 души
6. т. 4 В голямото будалкане...	22 души	28 души
7. т. 12 С 436 милиона лв. ...	21 души	29 души
8. т. 1 Ще ни друсат нови...	20 души	30 души
9. т. 10 Ще носи ли българинът...	16 души	34 души
т. 13 Силно земетресение...	16 души	34 души
10. т. 14 Калтаци е имало...	14 души	36 души
т. 15 Родопчанин шашва...	14 души	36 души
11. т. 3 Риформата направи...	13 души	37 души
12. т. 11 Страхът е голямо...	10 души	40 души

Сред представителите от втората група (на възраст от 24 до 50 год.) класацията на заглавията по същия критерий е следната (анкетирани 50 души):

1. т. 9 БДЖ излиза от релси...	28 души	22 души
2. т. 2 Хляб по 4.60 лв. ...	25 души	25 души
3. т. 5 Кой обра каймака...	21 души	29 души
4. т. 1 Ще ни друсат нови...	20 души	30 души
т. 15 Родопчанин шашва...	20 души	30 души
5. т. 4 В голямото будалкане...	19 души	31 души
т. 10 Ще носи ли българинът...	19 души	31 души

6. т. 6 САЩ потупват по...	18 души	32 души
т. 7 Църковни глави щели...	18 души	32 души
т. 12 С 436 милиона лв. ...	18 души	32 души
т. 13 Силно земетресение...	18 души	32 души
7. т. 3 Риформата направи...	16 души	34 души
т. 8 Швейцарска фирма...	16 души	34 души
т. 14 Калтаци е имало...	16 души	34 души
8. т. 11 Страхът е голямо...	15 души	35 души

От горните таблици проличава настойчивото изискване на анкетираните от двете групи за един умерен и нормиран изказ. И в трите класации първите три места се заемат от едни и същи заглавия с много малки разлики. Показателно е заглавието, което и в трите таблици е на първо място: "БДЖ излиза от релсите, железничарите стискат зъби". В него има и образност, и семантична връзка. Изразите в него не са жаргонни и не принадлежат към просторечието, а същевременно са натоварени с експресивност. Не е излишно да се подчертае още, че само заглавията, заемащи първо и второ място в двете групи анкетирани, се радват на по-голям прием – 50 % или над 50%. Заглавие, звучащо като ругателно, и в двете групи заема едно от последните места ("Калтаци е имало...").

Анкетираните трудно посочват източника на заглавието, обяснявайки затруднението си с уеднаквяването на стила на повечето ежедневници. Любопитни са репликите на някои от тях за обидата, която чувстват, четейки подобни изрази. Не са малко анкетните карти, на които са изписани фразите: "Не обичам да чета българска преса, защото тя се подиграва с нас, читателите", "Много е жалко, че голям процент български вестници изглеждат точно така", "Това не е моята представа за българската журналистика". Полезно е напомнянето на Д. Найденов (в. "Култура", 6. 03. 1992), че по света специални редактори работят върху заглавията.

Печатът, както и всички средства за масово осведомяване, са сред най-влиятелните фактори при оформянето на

съвременната езикова ситуация. Достатъчно е да споменем такива авторитетни речници на неологизмите като "Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов" под ред. на Н. З. Котелова, М., 1984, както и английския речник на неологизмите на Барнхарт (Barnhart C. L., Steinmeitz S., Barnhart R. K., A Dictionary of New English, London, Longmann, 1973 и следващото издание от 1980 г.). При подбора на новите образувания за словника съставителите на цитираните речници са се опирали на няколко групи източници: вестници, списания, книги. Съдейки по броя на думите, включвани в този вид речници, можем да направим извода, че съвременните развити езици се обогатяват с около 5 000 нови думи и значения за едно десетилетие, за появяването и утвърждаването на които в различните стилове значително допринасят средствата за масово осведомяване, в това число и пресата. По данни на Вл. Михайлов, средното време, отделяно от българина в денонощието за извършване на някои културни дейности, има следния вид: радио – 87,7 минути, телевизия – 114,8; вестници – 6,3; художествена литература – 14,6; кино – 4,1; театър – 0,7. 78,9% от населението над 7-годишна възраст поставят на челно място в културните си потребности телевизията. Би било любопитно едно сравнение с данни за жителите на Япония, сред които само 2,8% не гледат телевизия, 3,6% не четат въобще вестници, като средно съвременният японец отделя за гледане на телевизионни предавания 144,9 минути (за лицата над 60 години 172,1 минути), за четене на вестници – 44,1; за четене на книги – 24,8; за четене на списания – 16,8 (данни по В. М. Алпатов). Безспорно, горните цифри са показателни за степента на цялостното въздействие върху отделния представител на социума или върху отделни социални групи, съставляващи дадена езикова общност. Заемайки едно от първите места сред факторите, оформящи съвременната езикова ситуация, печатът и предаванията на радиото и телевизията у нас все по-често стават обект и на лингвистични анализи и

изследвания (вж. напр. сп. Български език, 1987, кн. 4, Б. Л. Георгиев, За някои лингвистични проблеми в радиопредаванията "на живо", пак там: М. Стаменов, Неочаквани ефекти на стилистично смесване; сп. Български език, 1991, кн. 5, Р. Русинов, За българския език в парламента, пак там: П. Костадинова, Наблюдения върху публикациите по езикови въпроси в периодичния ни печат). Налага се впечатлението обаче, че тези анализи привличат интереса само на езиковеди и че специализираните списания по проблемите на българския език не се радват особено на вниманието на журналистите. Бихме могли да се поучим от активната езикова политика на традиционалисти като японците, които (вж. В. М. Алпатов, с. 103-104), още през 1946 г. създават Институт по културата на радио- и телевизионните предавания към държавната телевизионна компания NHK, една от основните задачи на който е и изучаване на езика на предаванията на радиото и телевизията и въздействието му върху слушатели и зрители, както и формулиране на практически указания за усъвършенстването му. Този и сродните нему институти се ползват със законодателни права само в своята система, но тяхното влияние е толкова силно, че установените от тях норми бързо се възприемат и от останалите, дори и частни компании. Вероятно, трудно би било да се устои на авторитета на Института по културата на радио- и телевизионните предавания, в който от 1960 г. всички думи, използвани в предаванията, се въвеждат в постоянната машинна памет, което позволява всеки момент да се установи кога и в кое предаване е произнесена дадена дума. От 1960 г. до 1972 г. е проанализиран материал, който наброява 1 200 000 думи и възлиза на 2/3 от целия събран материал. С езиковата си политика биха могли да се гордеят и бразилските индианци, които натоварват изтъкнати представители на своите общности със задачата да се борят за чистотата на езика на племето. В разговорите си тези "лингвисти" се стремят да употребяват думи, които започват да се забравят и чиято употреба намалява (сведения по А. А. Лукашанец и др., с. 20)

Печално е, че нито в Българската телевизия, нито в Българското радио съществуват специални отдели или редакции, които да наблюдават езиковата страна на радио- и телевизионната продукция. Би трябвало да се очаква, че създателите на вестници притежават необходимата езикова подготовка и езиково чувство. С пълно право известният гръцки журналист и бивш директор на Атинската телеграфна агенция Теодорос Карзис, обръщайки внимание на отговорността на представителите на "всесилните средства за масово осведомяване" относно състоянието на езика в книгата си "Правилеч гръцки език" (Τα σωστά ελληνικά, Αθήνα, 1986), нарича журналистите "де факто езикови водачи и съветници на читателите и зрителите, респективно на слушателите, т. е. на целия народ". "Свидетели сме на истински ренесанс на журналистическото слово в източните страни", твърди президентът на ЮНЕСКО Федерико Гарсия Майор. В тези условия обаче родният ни език се нуждае от закрила. За съжаление, спорадични са тревожните гласове в това отношение, все по-рядко по страниците на печата се появяват лингвистични бележки, липсва един "Езиков пост", който постоянно да бие тревога. Може би и на филолозите им липсва смелост да подложат на критически анализ една политическа реч или авторски текст на личност с по-голяма популярност, така както става в много страни на света. Да се надяваме, че с премахването на бариерите пред индивида ще се издигнат силни гласове в защита на българския език.

ЛИТЕРАТУРА

Алпатов, В. М. Япония. Язык и общество. М., 1988.

Лукашанец, А. А., А. Е. Михневич, В. К. Щербин. Общество – язык – политика. Минск, 1988.

Михайлов, Вл. Телевизия днес, С., 1986.