

Силвия КОЕВА

МАНИПУЛАТИВНОТО ИЗРАЗЯВАНЕ НА НЕОПРЕДЕЛЕНО РАЗДЕЛНО МНОЖЕСТВО НАД НОРМАТА ЧРЕЗ ВЕРБАЛНА ФРАЗА

Silviya KOEVA

MANIPULATIVE EXPRESSION OF AN INDEFINITE DIVISIBLE QUANTITY OVER THE NORM BY THE VERBAL PHRASE

В българския език има голямо разнообразие от езикови средства, с които се изразява количествено значение. Техният прагматичен потенциал все още не е проучен изцяло. В тази статия се разглеждат манипулативните употреби на някои глаголи, с които се изразява значение за неопределено разделно множество на аргумента, надхвърлящо някаква норма. Обект на проучване са интернет сайтове на популярни български вестници, както и някои подобни на тях информационни сайтове. Анализите и получените резултати могат да са от полза за едно разширено и прецизно изследване на прагматичния потенциал на квантификаторите в българския език.

Ключови думи: *вербална фраза, манипулативни употреби, неопределено разделно множество над нормата, популярни медии.*

There is a large variety of language resources for expressing quantitative meaning in Modern Bulgarian. Their pragmatic potential, however, has not yet been fully explored. This article examines the manipulative uses of some verbs which express a meaning of indefinite divisible quantity of the argument over the norm. The research is based on texts from online sites of popular Bulgarian newspapers and similar news and information websites. The analyses

and the research results may be useful for an extensive and detailed investigation of the pragmatic potential of quantifiers in Bulgarian.

Key words: *verbal phrase, manipulative uses, indefinite divisible quantity over the norm, popular media.*

Една от характерните черти на медийния дискурс у нас е тази, че печатните издания задават образа за изразяване на електронните¹. По тази причина, когато се изследва манипулативният потенциал на езика, по-голямо внимание се обръща върху тях и по-точно – върху така наречения вестникарски език.

Разграничението между диаметрално разположените качества и популярни печатни издания може да се осъществи по различни признаци. Като цяло „популярната преса е ориентирана към лесното спечелване на колкото се може повече индивиди заради рекламирането и политическата пропаганда” (Воденичаров 2003: 182). Като сравнява качествения вестник „Таймс“ и таблоида „Сън“, Р. Шелер отбелязва, че един популярен вестник представя палитра от теми, в която най-голямо място заемат знаменитостите, на страниците му се откриват повече снимки в сравнение с качествените печатни издания, статиите са хаотични по жанр, присъства ясно изразена идеология и се следват политически цели. Често расизмът, сексизмът и национализмът изпъкват на преден план, внимание се отделя и на описанията на битови случки, свързани с пиянство и изневери. Освен това чрез текстовете в таблоидите информацията се поднася по демагогски начин², например като се формулират спорни заглавия. Обратно на това, като представител на качествените печатни медии, вестник „Таймс“ е по-детайлен, статиите в него са по-обемни и се предлага повече информация, в езика не се срещат вулгаризми и сленгизми, изразяването е по-учтиво, жанровете са ясно определени и се демонстрира уважение към малцинствата и другите националности (Sheller 2000).

В това изследване ще бъде обърнато внимание върху една от особеностите на представянето на информацията от печатните масови медии у нас, като наблюденията се осъществяват върху езикови материали от интернет варианти на български вестници и от подобни на тях информационни сайтове. Става въпрос за некоректно форму-

лираните заглавия на журналистически материали, в които е употребено едно от средствата за околичествяване в българския език – глаголи, съдържащи в значението си семантичен компонент за множество на аргумента, надхвърлящо някаква норма. Разкрива се възможността за постигане чрез тях на манипулативно въздействие върху психиката на читателите. При анализа на това явление няма да се визират страниците на качествените медии поради факта, че в България е пресилено да се говори за тяхното наличие. Освен това в тях езикът трябва да се използва, за да се представи възможно най-обективно, безпристрастно подбраната информация.

Популярната преса, която обслужва по-голямата част от българското общество, се стреми да запази това статукво, затова търси начини да повлияе върху емоционалните нагласи на аудиторията. Това е най-сигурният начин за прокарване на внушения, които да поддържат читателския интерес или да проправят път на скритите корпоративни пристрастия на съответната медия. Внушенията се постигат най-вече с помощта на умело подбрани и манипулативно поднесени езикови средства. За хартиените вестници от последните десетина години е характерно, че „...грубоватите, прозаични, наивни и елементарни сугестивни техники, характерни за началото на енигматичния все още преход, постепенно отстъпват мястото си на отдавна познатите в световната вестникарска практика шлифовани, завоалирани, рационални и прецизни манипулативни механизми“ (Гецов 2009: 14).

А. Сираков пише, че има два типа манипулация – първият е преднамерената манипулация, а вторият тип е интуитивната (иманентната, „добронамерена“) манипулация, която е резултат от невежеството на адресанта (Сираков 1999: 84). Тук обаче се приема, че манипулацията може да бъде единствено преднамерена, защото с нея се цели постигане на изгоден за адресанта резултат. Не съществува речев акт, в който да не се осъществява комуникативно (речево) въздействие. То може да бъде от различен характер. На първо място се разграничават нереализирано и реализирано речево въздействие. Реализираното се осъществява явно или скрито. Скритото въздействие може да се осъществи преднамерено или непреднамерено.

А скритото преднамерено въздействие, от своя страна, може да бъде манипулативно или неманипулативно (Гецов 2009: 25–26).

В настоящата работа ще бъдат разгледани манипулативните употреби на някои глаголи в българския език, използвани като средство за квантификация, с помощта на което се изразява значение за множество на аргумента, надхвърлящо някаква норма. Такива лексеми са, например, *валя*, *гъмжа*, *роя* се и др., които съдържат в значението си семантичен компонент ‘многобройност’. Л. Крумова-Цветкова разглежда този, както и останалите разнообразни начини за изразяване на такова значение във вербалната фраза³, като прилага и съответни примери към тях (Крумова-Цветкова 2007: 51–54). Всички те не се разглеждат тук, но са обект на друго, по-обстойно и по-мощно проучване.

Тъй като, както вече беше споменато, езикът на българските печатни медии не се отличава съществено от този на електронните, са подбрани примери от интернет сайтовете на някои от популярните вестници у нас, за които се предполага, че са едни от най-четените – „24 часа“, „Монитор“, „Новинар“, „Пари“, „Република“, „Сера“, „Стандарт“, „Труд“ – както и от някои информационни сайтове с висока посещаемост⁴ – actualno.com, BNews.bg, Dnes.bg, novini.bg, Frog.news, vsekiden.com. Представени са примери, засягащи сериозни теми, интересувачи голяма част от българското общество – политика, финанси, престъпност, здраве, но в процеса на работа беше обработен и материал, свързан с теми от по-несериозно, забавно естество. Преплитането на сериозното с несериозното в медийната сфера е неизбежно. Като разглежда това смесване, отдавна дефинирано като инфотейнмънт, Л. Стойков споделя, че „днес медиите са търсени активно и целенасочено от хората поне по две сериозни причини – поради потребността от информация и потребността от развлечение [...]. Двете потребности вече толкова са се размили една в друга, че са обясними взаимните претенции помежду им, т.е., когато човек изпитва необходимост от информация чрез медиите, той все повече държи (дори и на подсъзнателно ниво) тя да бъде поднесена интересно, атрактивно и забавно” (Стойков 2010).

Под манипулативни се разбират тези употреби на разглежданите езикови средства, когато те: а) се използват в заглавния ком-

плекс, за да заместят известното на адресанта точно количество, което в повечето случаи е представено в същинския текст и не е еквивалентно на значението за голямо количество, надхвърлящо дадена норма; б) се потвърждават в текста с правдоподобно звучащи стойности, зад които обаче не застава реален източник; в) се представят като част от изказване на значима обществена фигура, без да са били изречени; г) участват чрез заглавния комплекс в задаването на илокутивна насоченост (илокутивен стандарт), която не е оправдана от текста. Това са механизми, чието използване цели създаване (или промяна) на нагласи у аудиторията в желаната от медиите насока.

Обикновено, когато се изследва семантично-функционалната категория **квантитативност (количественост, квантификация)** в българския език, вниманието се съсредоточава върху езиковите средства, които попадат в нейното ядро⁵. В книгата „Числото в реч“ Ст. Гърдев поставя акцент върху числителните бройни имена и върху граматическата категория число, които заемат основно място в ядрото. Въпреки това той описва и някои квантифициращи средства от периферията на разглежданата категория, но вниманието му е насочено само към специфичните за книжовно-разговорната реч особености (Гърдев 2000).

За изчерпателност при описанието на средствата за квантификация в българския език основателно претендира книгата на Л. Крумова-Цветкова „Семантичната категория количество и нейното изразяване в българския език“⁶. По тази причина тук се следва предложената във въпросното изследване класификация на средствата за изразяване на значение за недефинирано (неопределено) разделно множество над нормата.

Най-често множество на аргумента в българския език се означава чрез именната група в изречението. Но компонент ‘многобройно, неизмеримо множество’ в лексикалното си значение съдържат и вербални лексикални единици. „Те формализират предикати с аргумент – първи или втори – неопределено разделно (или сборно) множество с отклонение над нормата: *гъмжа, валя, бъкам, вървя се, точа се, нижа се ...*“ (Крумова-Цветкова 2007: 51). В повечето случаи тези количествени значения не са стилистично неутрални.

Те са или метафорично употребени, или са с разговорна окраска. Нерядкото им присъствие в медийния дискурс обикновено се дължи на стремежа към избягване на шаблонизацията, за да стане изказът по-привлекателен за читателите. Следователно в това целенасочено размиване на стиловите граници и в преносните употреби се открива елемент на меркантилизъм.

Заглавните комплекси на медийните текстове са с най-голяма прагматична натовареност, затова ще бъде представена и анализирана употребата на разглежданите глаголи в заглавията на изследваните медийни текстове. В тях умело подобрите, контрастиращи с книжовната употреба езикови средства улавят „препускащия“ поглед на интернет потребителя. Приложените тук примери са разделени в четири групи според вида на манипулативните механизми, в които са използвани. Трябва да се има предвид обаче, че е възможно да бъдат открити такива употреби, които да се отнасят едновременно по различни признаци към повече от една от посочените групи или да не се вписват в никоя от тях.

1. Към първата група от механизми спадат случаите, в които с разглежданите глаголи се замества малко количество (често то е точно известно). За илюстрация може да послужи следното заглавие от сайта vsekiden.com: „**Финансови нарушения бъкат** (подчерт. мое – С. К.) **в Община Пловдив**“ (29 август 2011г.). В голяма част от примерите, които бяха анализирани за целите на това изследване, присъства глаголът *бъкам*, който принадлежи към разговорната лексика в българския език. Значенията, с които се употребява в тях, са: „За живи същества – намирам се някъде, движа се или се появявам в голям брой в някакво ограничено пространство [...] безл. или в 3 л. с предлог **от**. Някъде, в някакво пространство нещо съществува в изобилие; гъмжа“ (БТР 1994: 81); „За животни, хора и др. – намирам се в голямо количество в ограничено пространство и се движа в него безредно [...] 3. с предл. **от**. За място, пространство – изпълнен съм, препълнен съм с множество хора, животни, предмети и под.; гъмжа“ (РБЕ 1977: 874).

Още от първия абзац на въпросния материал обаче става ясно, че всъщност точният брой е известен – за цялата община те са 28, при това не се знае какъв период е обхванала проверката. Тези 28

акта може да са издадени за административни нарушения в общината, набелязани например за последните 5 години. Числовата стойност в такъв случай съвсем не е голяма, а още по-малко става дума за надхвърляне на дадена норма. При това в края (неслучайно) на сравнително обемния текст се представят следните изявления: „До момента са ме проверявали 183 най-различни проверки, които не успяха да открият нито един сериозен пропуск в работата на администрацията, коментира кметът Славчо Атанасов [...] Четири стари акта вече паднаха в съда, обжалвали сме и тези, защото са за дребни неща и най-вероятно също ще паднат в съда, коментира общинският юрист Георги Стоилов“. Впечатлението, което се създава чрез заглавието, не кореспондира с описаната реална ситуация. Но колективният адресант разчита на силното внушение и на това, че едва ли читателите ще прочетат внимателно целия предложен текст. Скритата цел на медията обаче проличава, когато се сравни подзаглавието на материала „**Зам.-кметът благодари на ГЕРБ, че им праща проверки**“ с последните изречения от текста: „**Благодаря на партия ГЕРБ, че непрекъснато ни пращат проверки, така ни държат бодри и във форма. Напълно ги разбирам, изборите са съвсем близо и те трескаво търсят компромати срещу Славчо Атанасов, каза още зам.-кметът**“. В „благодарностите“ се долавя доза сарказъм. Но ако бъде прочетен само заглавният комплекс, ще се възприеме идеята, че партия ГЕРБ работи усилено и постига много резултати, за което печели благодарности.

Подобен пример, в който с глагола *бъкам* некоректно се замества ниска числова стойност, се открива в сайта на вестник „Монитор“ – „**Летни зарази бъкат в басейните**“ (30 юни 2012 г.). Темата за здравето е не само актуална, но и една от най-сериозните за българското общество, затова често се експлоатира от различните медии. Докато търсят сензации, като провокират страховете на народа, с нейна помощ те често оказват манипулативно въздействие. Тук също се открива такава, защото всъщност само „**девет басейна в София са затворени временно заради мръсотия, некачествени системи за пречистване на водата и куп други нередности, свързани с хигиената**“. От една страна, определителният член на

съществителното *басейните* в заглавието оставя впечатлението, че проблемът засяга всички басейни в страната⁷, а се оказва, че се визират едва девет. Освен това мръсотията, за която се говори в началото на текста, не означава непременно наличие на зарази. Но адресантът иска да създаде тревожно усещане, като засилва ефекта на новината с помощта на глагола *бъкам* и некоректната употреба на определителния член. В текста той си служи и с други езикови средства като лексикалния интензификатор *куп*.

Преносна употреба на глагола *извирам* се открива в заглавие на вестник „Стандарт“ – „*Фалшиви БГ паспорти „извират“ в Турция*“ (22 февруари 2010г.). Едно от преносните значения на глагола е „Излизам, появявам се от някъде в голямо количество, в изобилие“ (БТР 1994: 290). В този случай се търси ефектът от семантичния компонент ‘твърде, извънредно много’ в значението на предпочетеното езиково средство за квантификация, без да е известно точното или поне приблизителното количество. Следователно няма основа, върху която да се направи сравнението, за да се стигне до изразената оценка. Използвана е само фразата „*Фалшиви български паспорти и лични карти бяха намерени при мащабна операция...*“, която не дава основания за предпочетената формулировка на заглавието, тъй като множественото число носи значение за недефинирано разделно множество – паспортите са повече от един.

2. Некоректно и потенциално манипулативно е да се представят статистически данни, зад които не застава достоверен източник (или въобще няма такъв). Такива са примерите, които образуват втората група от разглежданите механизми. Това важи още повече, когато става въпрос за темата от приведения по-долу пример. На сайта на вестник „Новинар“ може да бъде прочетено следното заглавие: „*Надгробни паметници на деца никнат край пътя*“ (26 ноември 2003г.). На първо място тук с преносното значение на глагола *никнат* (което смущаващо за такава тема огрубява с разговорността си изказа!) се внушава рязко повишаване на ръста на детската смъртност – „Прен. разг. само мн. и 3л. ед. Обикновено за много на брой неща – появявам се, показвам се, обикновено ненадейно, неочаквано и бързо едно след друго пред погледа на някого, изниквам“ (РБЕ

2000: 1146); „прен. Появявам се бързо и в голямо количество, в изобилие“ (БТР 1994: 536). Заглавието завоалира тема, която е до болка позната на българското общество – загиналите при пътни произшествия в страната ни деца. В текста за достоверно звучене са приложени статистически данни: „*Статистиката е жестока – 259 деца са загинали по пътищата от началото на 2000 г. до този октомври*“. Обикновеният читател не се пита от къде са получени данните, а и няма как да разбере, защото това не се споменава никъде.

Всеизвестно е, че липсата на посочен източник е недопустима за качествените издания, но това не означава, че трябва да се толерира при популярните. За медиите е валидно правилото „Без източник няма информация“, въпреки че популярните често си позволяват да не го спазват. Затова и тук се приема, че без категорично потвърждение на представените данни – чрез преносното значение на глагола *никнат* (и стилистичната му окраска) в заглавието – се упражнява манипулативно въздействие върху аудиторията – предизвиква се силно звучене на материала, базирано върху фикция. Тя се разгръща в цялата композиция на текста, но най-въздействащо е следното изречение: „*Надгробните паметници започват да обграждат улиците и шосетата в цялата страна, защото смъртта на пътя вече е всекидневие*“. Само в него са употребени четири средства за квантификация: *обграждат* – глагол, изискващ множество на субекта; определителният член за мн. ч. в *улиците* и *шосетата*; *цялата* – със значение за всеобщност, цялостност; *всекидневие* – със значение за многократност, повтораемост.

3. Друга манипулативна употреба на разглежданите езикови средства се наблюдава, когато те некоректно се включват в състава на изказвания на политически представители по важна обществена тема. Това е начин за привличане на вниманието на читателя и за засилване на ефекта от новината в съответствие със зависимостите и пристрастията на принципала. Приведените по-долу примери формират третата група от механизми.

Заглавие в actualno.com гласи: „**Орешарски: Лошите решения на правителството се роят**“ (14 март 2010г.). Въпреки отсъствието на кавичките констатацията в заглавието безспорно се

възприема като направена от бившия финансов министър, но тя не се повтаря по същия начин в текста. В него наистина се представя мнението на П. Орешарски, че правителството на Б. Борисов е взимало лоши решения: „*Не мога да си обясня високомерието, което беше демонстрирано през последните месеци, при това гарнирано с лоши решения*”, каза Орешарски“. Депутатът никъде не казва, че лошите решения „се роят“, т.е. че се удвояват, че стават много повече – „прен. Множа се, умножавам се, удвоявам се (подобно на пчелно семейство)“ (БТР 1994: 849). Той само констатира, че са взети такива в един минал период. В този пример, от една страна, е некоректно да се използва значението за голямо количество, надхвърлящо някаква норма (с което обикновено се дава лична оценка), когато множественото число в словосъчетанието *лоши решения* сигнализира единствено значение за неопределено разделно множество. От друга страна е още по-неправилно направената оценка да се приписва без основания на значима обществена фигура. Основната цел на употребата на глаголната форма *се роят* е да се принизи изказът на представяната личност, да се превърне в нетипичен, неочакван, за да изненада той читателя и да го изкуши да прочете целия материал.

Чрез заглавието във Frog.news „*Сътрудници на ДС ще извират непрестанно*“ (4 декември 2009г.) е направен опит да се представи мнение за факт (доколкото за шега като цитираната може да се твърди, че е мнение): „...*Х. Алтендорф на шега заяви, че нашата Комисия (Комисията по досиетата – С. К.) няма да остане без работа още много дълго време, защото практиката в Германия показвала как непрестанно извират нови и нови факти за принадлежност на лица към структурите на старата ЩАЗИ*“. Резултатът от назначената проверка не би могъл да бъде предсказан и не бива очакванията на един човек, при това поднесени „на шега“ и не с дословен цитат, а с перифраза, в която е вмъкнат разглеждания глагол, да се представят като сигурни. Наред с *извират* за подсилване на впечатлението за извънредност са използвани и други езикови квантификатори. Такива са например наречието *непрестанно*, изразяващо значение за многократност в сферата на

процесоколичеството, и повторението *нови и нови*⁸, изразяващо интензивност на действието и многобройност на аргумента.

4. Авторът на един текст трябва да следва зададената в заглавието илокутивна насоченост, но популярните печатни издания и техните електронни варианти намират начини да „заобиколят“ това правило. Така се образува четвъртият тип от разгледаните механизми. „Най-добре отработеното и най-популярно отклонение от изискването за илокутивен стандарт в цялостния текст, което е типично за дискурса на популярната преса, е да се хиперболизира, да се преиначава или да се изтъква факт от текста в заглавния комплекс“ (Гецов 2009: 163). От всичко по малко може да се открие в попадащите в тази група примери.

В заглавие на сайта на вестник „Сега“: ***„Стотици милиони извират изпод седалището на ББ!“*** (4 март 2010г.). Така е озаглавено интервю с Бойко Борисов, проведено от водещата на предаването „На кафе“ по „Нова телевизия“ Гала. Взета е една реплика на интервюирания: *„Сиреч със своето седене на този стол, аз съм донесъл стотици милиони, и донасям, загубени пари за България и те отиват при хората!“*. Тя е извадена от контекста, хиперболизирана е чрез двойната експликация на значението за неопределено множеството, надхвърлящо някаква норма (в глаголната и в именната фраза⁹). Всичко това спомага за формулирането на фраза с препратка към вулгарното, циничното и това съвсем не е нежелан ефект. „Езикът на съвременните медии развива и утвърждава като своя норма отклоненията и нарушенията на традиционната книжовност. Отклоненията от нормативността се реализират както по отношение на формата на езиковия изказ, така и по отношение на съдържанието му – нарушаване на забраната за показни дискусии на табуизирани теми като сексуални и личностни отклонения, криминогенни патологии, дискретна интимност“ (Стоянов 1999б: 87). Тази теза е илюстрирана и от А. Гецов, който смята, че след десет години това явление на е претърпяло промени: *„Книжовните граматически и стилистически норми и култивираният езиков вкус се пренебрегват лековато, с охота дори, за сметка на грубия, циничен, агресивен, а нерядко и вулгарен начин на изразяване в журналистическите текстове“* (Гецов 2009: 156). Репликата на Бойко Борисов

не би предизвикала особен интерес (още повече след като е сред последните в интервюто), но интерпретацията ѝ с неприлична насоченост и извеждането ѝ на преден план в заглавието биха „приковали“ и най-разсеяния поглед. За това спомага и закачливото надзаглавие на журналистическия материал – „*Нека силата бъде с Него*“.

Несъответствие с илокутивната насоченост ясно се открива и в заглавието на материал в сайта на вестник „Република“: „*Чукове ваят от небето*“ (28 юли 2009г.). Ако читателят прочете текста, ще му стане ясно, че това доста стряскащо съобщение не отговаря на реалните събития. Освен че въпросните чукове не съществуват, глаголът *вая* е употребен с преносното си значение: „Само мн. и 3 л. ед. За много хора, тъпна и под. – прииждаме и се трупаме в голямо количество някъде. [...]// За много еднородни предмети, неща – трупаме се или следваме в голямо количество, брой“ (РБЕ 1979: 27), като по този начин в съзнанието на четящия се оформя бедствена картина. Темата на текста всъщност е изпуснатата от астронавти в космическото пространство кутия с инструменти. В края на текста се съобщава, че „*инструментите в нея са направени от специална легирана стомана, която е пригодена за работа в откритото пространство. Това е причината не всички от тях да успеят да изгорят при сблъсъка с атмосферата и голяма част от отломките им буквално ще заваят от небето*“. Количествените изрази *не всички от тях* и *голяма част от тях* могат да се приемат за демагогски, защото не дават ясна информация, а провокират личната интерпретация. Не се знае колко са инструментите, колко е „голямата част от тях“ (тя може да е незначителна), следователно не може да се прецени дали те ще „заваят“, а само да се предположи.

Представените дотук примери са обособени в групи в зависимост от типовете механизми, в които са употребени. При тяхното анализиране лесно се разкрива манипулативният им потенциал. Освен тях обаче се наблюдава друг, по-различен вид употреби на разглежданите глаголи. За умишленото търсене на силния ефект, който се постига с изследваното количествено значение, са показателни примерите, в които усетът за правилна езикова употреба е изгубен, но въпреки това значението за извънредна многобройност на

аргумента остава ясно. Ако се приеме, че в тези случаи грешките при синтактичната съчетаемост в заглавията са умишлени, този тип примери могат да образуват отделна, пета група от манипулативно използвани механизми. Вярно е, че възможността да се отгатне илокутивното намерение, заложено в един текст, е значително по-голяма в сравнение с предвиждането на перлокутивния ефект от него. Но за тези примери е спорно да се твърди, че илокуцията е ясна.

За илюстративен материал може да послужи заглавието в BNews.bg „*Затвориха плаж до Черноморец, бъка от радиация*“ (3 август 2010г.). За да засили значимостта на описваното събитие, авторът на материала си е послужил с глагола *бъкам*, но в речниците никъде не са посочени примери, в които той се съчетава с неброими съществителни имена, каквото е *радиация*.

Още по-неправилна е употребата на този глагол в следното заглавие на „24 часа“: „*Матраци бъкат с 350 мастербокса, шофьорът им задържан*“ (20 ноември 2010 г.). Като се остави настрана колко трудноразгадаемо е това съобщение, се вижда, че тук отново се цели създаване на силно впечатление, само че вместо с правилния предлог *от* се наблюдава съчетаване на глагола с предлог *с*, при това с посочване на точно количество (в основния текст то е 348 – по-малко от посоченото в заглавието), което противостои на съдържащия се в *бъкам* семантичен компонент за неопределено количество. В тези два примера, както и в подобните на тях, предпочетеният разговорен глагол лесно може да се замени с по-подходящи и граматически правилни езикови средства, но ще се изгуби елементът на изключителност, който превръща фактите в сензации.

Манипулативна е преносната употреба на глагола *роя* в следното заглавие на „24 часа“: „*Бивши царисти роят нови партии*“ (24 юни 2012 г.). Значението, с което се приема, че глаголът *роят* е употребен в този случай, е „само мн., прен. Обикн. за мисли и чувства – появявам се, възниквам, нижа се в голям брой.“ (БТР 2002, 849); „Прен. Множа се, размножавам се много“ (СТРБЕ 1994: 765). Интересно е, че при посочваните в речниците примери не се наблюдава преносна употреба на глагола като преходен, а само когато е възвратен и непреходен. Т.е. в този случай търсеният ефект води до нетипична съчетаемост. От заглавието се разбира, че действието

(създаване на нови партии) се извършва интензивно и обектите (партиите) съставят твърде голямо множество. От текста на материала обаче става ясно, че това „голямо множество“ се състои от партията „Нова алтернатива“ на бившия военен министър в кабинета на С. Станишев, Николай Цонев, и от гражданското движение „Модерна България“ по проект на началника на Института за модерна политика, Борислав Цеков. Очевидно мотивите за употребата на *роял* не са свързани с желанието за обективно представяне на ситуацията, а с прокарване на определени политически идеи и нагласи.

Дори да се приеме, че тези употреби образуват пети механизъм с манипулативна натовареност, трябва да се има предвид, че някои от тях по други признаци могат да се отнесат към една от останалите групи. Последното заглавие например може да се причисли към първата група – заместване на точно известно неголямо количество с езикови квантификатори, съдържащи значение за неопределено разделно множество над нормата. Възможно е да съществуват и друг тип употреби, които да попаднат в ненабелязани тук групи от механизми, но при анализа на примери, предназначен за написването на този материал, не бяха открити такива.

Глаголите, които представят многоброен аргумент, са разнообразни. В настоящото изследване беше представена част от тях с оглед на прагматичния им потенциал. Внимание беше обърнато само на тези, които притежават разговорни стилистични характеристики и/или които са преносно употребени, защото повечето от тях са нетипични за книжовния български език. Те обаче са много характерни за представляващото интерес в последните десетилетия явление „медиян език“ (език на медиите, език на средствата за масова информация). С тяхна помощ много по-лесно се създават внушения, като се оказва въздействие върху емоционалното състояние на аудиторията и по този начин тя бива манипулирана от колективния адресант. Внушението е оказване на въздействие на едно лице върху друго по пътя на налагането на идеи, чувства, емоции и други психофизиологически състояния. Това става с помощта на непреднамереното съучастие на обекта на внушение. Този процес се проявява по-лесно, когато прониква в човешката психика незабележимо, „при отсъствие на съпротивление от страна на даденото лице или, най-

малкото, при пасивно отношение на последния към предмета на внушение ...“ (Бехтерев 1908). Тази констатация, направена преди малко повече от столетие, е все още актуална.

Разбира се, изследваните глаголи се срещат и в неманипулативно поднесени заглавия и текстове. Такива примери бяха събрани и анализирани, но поради липса на основание и поради значително по-малкия им брой те не бяха включени в изследването.

Казаното дотук води до следните изводи:

1. Анализираните езикови средства се срещат както в манипулативно, така и в неманипулативно поднесени заглавия на медийни текстове. В повечето от разглежданите примери глаголите, с които се представя множествен аргумент (с извънредно голямо количество), са предпочетени заради възможността да реализират манипулативния си потенциал по ефектен начин.

2. Бяха установени четири различни типа механизми, в които разглежданите глаголи са манипулативно употребени.

3. Извън обособилите се четири групи от примери се наблюдава още една употреба на изследваните езикови квантификатори, която обаче трудно би могла да се определи като умишлена – неправилна съчетаемост на глаголите със съюзи и с пълнозначни лексеми. Тя по-скоро е резултат от стремежа за превръщането на обикновени факти в сензации. Освен това някои от отнасящите се към нея заглавия поотделно могат да попаднат в останалите групи по различните признаци.

4. Още по-силно въздействие, целящо постигане на утилитарните цели на съответните медии, се постига чрез съчетаване на разглежданите езикови средства с други квантификатори с подобно значение.

5. Срещат се и примери, в които надхвърлящото някаква норма множество на аргумента, чието представяне цели прокарване на манипулативни внушения, се експлицира двойно (едновременно чрез име и чрез глагола в изречението) за по-голяма ефективност.

Прагматичният аспект на разнообразните средства за квантификация в българския език не е бил обект на проучвания досега.

По тази причина анализите и резултатите, които са предмет на този материал, могат да са от полза за едно разширено и прецизно изследване в тази насока.

БЕЛЕЖКИ

- ¹ „Функционалната значимост на езика във вестниците обяснява повишеното внимание, което му отделят лингвисти, [...] водени от вярното убеждение за актуалността на отговора на въпроса: *накъде върви вестникарският език*. Смята се, че въпросът е актуален, защото след този език „вървят“ и езиците на електронните медии, а в тази компания „провлича крак“ в посока към бъдещото си съществуване и общонационалният български език“ (Стоянов 1999а: 13–14).
- ² В това изследване се приема следното определение на понятието *езикова демагогия*: „Тя (езиковата демагогия – С. К.) се свежда до своеобразно преразпределение на информацията в текстовете, до въвеждане на някаква допълнителна (и често съмнителна!) информация наред с основната, която е истина, при това така, че тази допълнителна информация да не подлежи специално на обсъждане в процеса на общуването“ (Димитрова 2009: 200).
- ³ Авторката използва също така термина *група на глагола* (Крумова-Цветкова 2007: 51). Тук обаче се приема за по-уместен терминът *група на сказуемото*.
- ⁴ Данните за брой посетители на дадена страница в интернет невинаги са еквивалентни на броя прочитания на статиите в тях, но в това изследване се разглеждат манипулативни употреби в заглавните комплекси, които почти никога не остават незабелязани. Всъщност заглавията са причината конкретните страници на един сайт да бъдат посетени.
- ⁵ Езиковите средства, влизащи в състава на ядрото на семантично-функционалната категория количество, са фиксирани от Св. Иванчев (Иванчев 1978: 98).
- ⁶ Е. Пернишка изказва мнението, че книгата „...представя богатството от количествени значения в българския език и многообразието от средства за тяхното езиково изразяване...“ (Крумова-Цветкова 2007: 5).
- ⁷ Определителният член в българския език е едно от средствата за изразяване на значение за всеобщност.
- ⁸ „Елементарно средство за предаване на количество е повторението. То е способно да разкрие основните количествени семи на своя онтологически вид (онтологическа същност): повторение на непредикативно име – множественост; повторение на глагол – продължителност или кратност;

повторение на прилагателно или наречие – интензивност ...“ (Тураева, Биренбаум 1985: 122).

⁹ „Именни групи, съдържащи преносно употребени средства за изразяване на определено голямо количество, се използват за назоваване на неопределено количество над нормата. Квантифицираща роля изпълняват числителните имена или съществителните с числително значение, назоваващи голям брой – *десетки, стотици, хиляди, стотици хиляди, милиони, милиарди*“ (Л. Крумова-Цветкова 2007: 49).

ЛИТЕРАТУРА

БТР 1994: *Български тълковен речник*. IV издание. Съст. Л. Андрейчин, Л. Георгиев, Ст. Илиев и др. София: „Наука и изкуство“.

Воденичаров 2003: Воденичаров, П. *Социолингвистика. Критика на езиковите идеологии и идентичности*. София: СЕМА РШ.

Гецов 2009: Гецов, А. *По следите на скрития смисъл. Предпоставки и инструменти за скрито манипулативно въздействие в дискурса на българската популярна преса*. В. Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“.

Гърдев 2000: Гърдев, Ст. *Числото в реч*. Русе: ЛЕНИ-АН.

Димитрова 2009: Димитрова, Ст. *Лингвистична прагматика*. София: „Велес“.

Иванчев 1978: Иванчев, Св. *Приноси в българското и славянското езикознание*. София: „Наука и изкуство“.

Крумова-Цветкова 2007: Крумова-Цветкова, Л. *Семантичната категория количество и нейното изразяване в българския език*. София: АИ „Проф. Марин Дринов“.

РБЕ 1977: *Речник на българския език*. Т. I, Съст. С. Бояджиев и др. София: Изд. на БАН.

РБЕ 1979: *Речник на българския език*. Т. II, Съст. Ю. Балтова, З. Гунова, Д. Дечева и др. София: Изд. на БАН.

РБЕ 2000: *Речник на българския език*. Т. X, Съст. Г. Армянов, Ю. Балтова, М. Божилова и др. София: АИ „Проф. Марин Дринов“.

Сираков 1999: Сираков, А. Интуитивна и преднамерена манипулация в езика на медиите. // *Медиите и езикът*. Съст. И. Ликоманова, Й. Трифонова. София: ЕТО, 79–84.

СТРБЕ 1994: *Съвременен тълковен речник на българския език*. Съст. Ст. Буров, В. Бонджолова, М. Илиева, П. Пехливанова. В. Търново: „Елпис“.

Стойков 2010: Стойков, Л. Инфотейнмънт: другото име на медийното развлечение.// *Медии и обществени комуникации*. Електронно издание, 2010, № 4. www.media-journal.info 27.11.2012.

Стоянов 1999а: Стоянов, Кр. *Обществените промени (1989–1996) и вестникарският език*. София: Международно социолингвистическо дружество.

Стоянов 1999б: Стоянов, Кр. Езикова престижност и медийни манипулации.// *Медиите и езикът*. Съст. И. Ликоманова, Й. Трифонова. София: ЕТО, 85–91.

Бехтерев 1908: Бехтерев, В. *Внушение и его роль в общественной жизни*. СПб: „К. Л. Риккера”. <http://psyfactor.org/lib/behterev.htm> 11.09.2012.

Тураева, Биренбаум 1985: Тураева, З., Биренбаум, Я. Некоторые особенности категории количества (на материале английского языка).// *Вопросы языкознания*. Москва: „Наука”, 1985, № 4, 122–130.

Sheller 2000: Sheller, R. *How valid is the distinction between the popular and the quality press in Britain?*, Norderstedt: „Copyright”. <http://www.grin.com/en/e-book/33685/how-valid-is-the-distinction-between-the-popular-and-the-quality-press#inside> 26.10.2012.

BTR 1994: *Balgarski talkoven rechnik*, IV izdanie. Sast. L. Andreychin, L. Georgiev, St. Ilchev i dr. Sofiya: „Nauka i izkustvo”.

Vodenicharov 2003: Vodenicharov, P. *Sotsiolingvistika. Kritika na ezikovite ideologii i identichnosti*. Sofiya: SEMA RSH.

Getsov 2009: Getsov, A. *Po sledite na skritya smisal. Predpostavki i instrumenti za skrito manipulativno vazdeystvie v diskursa na balgarskata populyarna presa*. V. Tarnovo: UI “Sv. sv. Kiril i Metodiy”.

Gardev 2000: Gardev, St. *Chisloto v rech*. Ruse: LENI-AN.

Dimitrova 2009: Dimitrova, St. *Lingvistichna pragmatika*. Sofiya: “Veles”.

Ivanchev 1978: Ivanchev, Sv. *Prinosi v balgarskoto i slavyanskoto ezikoznanie*. Sofiya: “Nauka i izkustvo”.

Krumova-Tsvetkova 2007: Krumova-Tsvetkova, L. *Semantichnata kategoriya kolichество i neynoto izrazyavane v balgarskiya ezik*. Sofiya: AI “Prof. Marin Drinov”.

RBE 1977: *Rechnik na bylgarskiya ezik*. T. I, Sast. S. Boyadzhiev i dr. Sofiya: Izd. na BAN.

RBE 1979: *Rechnik na bylgarskiya ezik*. T. II, Sast. Yu. Baltova, Z. Gunova, D. Decheva i dr. Sofiya: Izd. na BAN.

RBE 2000: *Rechnik na bylgarskiya ezik*. T. X, Sast. G. Armyanov, Yu. Baltova, M. Bozhilova i dr. Sofiya: AI “Prof. Marin Drinov”.

- Sirakov 1999:** Sirakov, A. Intuitivna i prednamerena manipulatsiya v ezika na mediite.// *Mediite i ezikat*. Sast. I. Likomanova, Y. Trifonova. Sofiya: ETO, 79–84
- STRBE 1994:** *Savremen en talkoven rechnik na balgarskiya ezik*. Sast. St. Burov, V. Bondzholova, M. Ilieva, P. Pehlivanova. V. Tarnovo: “Elpis”.
- Stoykov 2010:** Stoykov, L. Infoteynmant: drugoto ime na mediynoto razvlechenie.// *Medii i obshtestveni komunikatsii*. Elektronno izdanie, 2010, № 4. www.media-journal.info 27.11.2012.
- Stoyanov 1999a:** Stoyanov, Kr. *Obshtestvenite promeni (1989–1996) i vestnikarskiya ezik*. Sofiya: Mezhdunarodno sotsiolingvisticheskoto druzhestvo.
- Stoyanov 1999b:** Stoyanov, Kr. Ezikova prestizhnost I mediyni manipulatsii.// *Mediite i ezikat*. Sast. I. Likomanova, Y. Trifonova. Sofiya: ETO, 85–91.
- Behterev 1908:** Behterev, V. *Vnushenie i ego rol v obshtestvennoy zhizni*. SPb.: “K. L. Rikker”. <http://psyfactor.org/lib/behterev.htm> 11.09.2012.
- Turaeva, Birenbaum 1985:** Turaeva, Z., Birenbaum, Ya. Nekotorie osobenosti kategorii kolichestvo (na materiale angliyskogo yazika).// *Voprosi yazikoznaniya*. Moskva: “Nauka”, 1985, № 4, 122–130.