

Стоянка МИЦЕВА

УНСС, България

ЕЗИК И КУЛТУРА НА МЕДИИТЕ – ФАКТИ И ТЕНДЕНЦИИ

Stoyanka MITSEVA

University of National and World Economy, Sofia

MEDIA LANGUAGE AND CULTURE – FACTS AND TENDENCIES

The language and culture of the media are an issue not only for the media but also for society. The media text in our days represents a combination of various stylistic registries on the one hand and, on the other, the way that public media express themselves reveals the grade of their professionalism, social interactivity and responsibility towards society and state, culture and national traditions.

Ключови думи: език, култура, медии, текст, общество, професионализъм
Keywords: language, culture, media, text, society, professionalism

В съвременното демократично общество принципът на плурализма се проявява най-силно във връзка със свободата на словото и възможността журналистите свободно да информират, представят и коментират събитията. Но в България езикът и културата на съвременните медии са силно повлияни от социалнополитическата действителност и езиковата ситуация през последните двадесет и пет години от прехода. Свидетели сме на динамично променящата се норма на книжовния език на всички езикови равнища. С идващите поколения се налагат нови форми, вкусове и езикови предпочитания, т.е. налага се *узусът* на книжовния език, отразяващ живата, действителната реч на хората.¹

Общуването в *медийното пространство* става чрез печата, радиото, телевизията и интернет. Там сякаш езикът се реализира с всичките си функции, които Р. Якобсон определя така: а) референтна – *да назовава и обозначава явления, предмети, понятия*; б) фатична – *да създава и поддържа контакта между общуващите*; в) експресивна или емотивна – *да изразява отно-*

¹ По този въпрос виж Б. Хавранек (Studieospisovnemjazyce, Praha1963.) и М. Виденов (Езиковата култура на българина. С., Анубис, 1995.)

шенията между общуващите;г) апелативна или конативна – **да се въздейства върху адресата.**

В съвременния медиен текст се наблюдава смесване и съвместяване на много стилистични пластове. Ето защо истинско предизвикателство и голяма отговорност пред българските медии днес, в света на глобализацията, е спазването на книжовната езикова норма, чрез която да се съхрани и защити историческата и културна идентичност на езика и нацията ни. Каква обаче е днес картината на медийната култура и език и как те се възприемат от различните социални групи в обществото, може да се разбере чрез допитвания, анкетиране, директно следене и прочитане на пресата, гледане на различни ТВ предавания, слушане на радиопредавания, сърфиране в интернет форумите и т.н. **Има ли я култивираната реч, чрез която журналистите „да облъчват“ адресата си и по този начин да възпитават комуникативност чрез правилни модели на общуване** у всички, служещи си говоримо и писмено с езика – това е риторичен въпрос с отговор **не**, изпълнен със съжаление и негодувание заради подменения културен модел на общуване с аудиторията.

Като активна и мислеща аудитория би било добре да вникнем в думите на големия български езиковед и реформатор Александър Т. – Балан, да разберем и изискваме необходимостта от спазването на книжовната норма от страна на медиите : *„В езика си, и с езика, човекът обработва, култивира себе си; и в тая дейност той е едновременно субект и обект, творец и творение, земеделец и земя. Езикът му е съсъд и съдържание на цялата му умствена култура... Култът към езика бележи висотата на човешкото съзнание. Култивираната реч съчетава култура на езика и култура на мисълта. По езика разбираме цялото човешко мислене, схващаме и цялата култура на човека“*² (Теодоров-Балан 1954: 313). От друга страна, **стрежежът към модернизацията** във всички сфери от живота на съвременния българин и интернационалното му общуване налагат необходимостта от „*лингва франка*“ и *модернизация на националния ни език*, а това на практика става възможно чрез *изключително разширената употреба на термини и нови дискурси*. Прекомерното използване на термини в обикновената битово-разговорна реч се приема като езикова неуместност по отношение на избора на езиковите средства. А множеството термини в медийната социокултурна сфера има отрицателен, дори репресиращ ефект върху публиката, особено като се има предвид, че термините са специализирана лексика, която е използвана в различни области на науката, техниката, стопанската и медицинската сфера и т.н. от професионалисти, или става дума за **професиолекти**, имащи абстрактно-универсален, но не и национален характер.

² Теодоров, А. – Балан, Езикова култура, сп. „Български език“, 1954 г., кн. 4, с. 313.

МОДЕРНАТА ЛЕКСИКА И РЕЧЕВИЯТ ЕТИКЕТ В МЕДИЙНИТЕ ТЕКСТОВЕ

От начина, по който са интерпретирани фактите, можем да съдим за качествата на автора на текста – за избирателната му способност и усета му към богатството от жизнени факти. Разкрива се умението на журналиста да се ориентира в същественото от ежедневието на хората, да изтъква значимото от живота на обществото и пр. Чрез медийните текстове е възможна манипулация* на аудиторията, с която се води диалог, но тъй като слушателите, зрителите и читателите са *активен адресат, медиите не може да не се съобразяват с гражданското общество*. Именно поради това те играят отговорната роля на *коректив* във всички сфери на националния и международен живот, поради което се определят като „*четвъртата власт*“ след *законодателната, изпълнителната и съдебната*. Разбира се, медиите имат и развлекателна функция, което потвърждава широката им и разнородна публичност.

Атрактивното поднасяне на различни видове информации и интерпретирането на текстове от различни социокултурни сфери им позволява мощната индустрия на рекламата, която от своя страна поставя отделните видове медии в състояние на една непрестанна конкуренция помежду им.

В днешната съвременна преса се очертава тенденцията към използване на *народния език* дори *просторечието* на моменти, като „оправданието“ е скъсяването на комуникативната дистанция между журналистите и аудиторията и постигане на *диалогичност*. При жанрове като **коментара** се внася елемент на *разговорност*, т.е. езикът се стреми към *колоквиализация*, при която се наблюдава *отклонение от нормата със стилистична цел – обратен словоред, ирония, страничен поглед към събитието, модални езикови средства, парадокси*, например: *Кучелюбието на човекомразието (...няма новина, когато куче ухапе човек. Новина е, ако се случи обратното. Дано не съм прав, но май доста двукраки са станали ако не безмозъчни, то безчувствени (И. Инджев); Питам се аз докога да чакаме възкресението на Айнщайн, за да ни открие топлата вода за топлинното счетоводство, за да ни стане ясно на софиянци, че от страната може да избягаме, но от Топлофикация, дори и да ни няма – никога!?!; Култура насила не става /перифр. **Насила хубост не бива**/; **На Царя май няма** да му пее петелът...(от *Пее му петелът ... / Чува му се гласът; Слуша му се думата.*) – в случая - няма да му мине предложението, идеята, няма да бъде чуто; **Който няма глава – плаща два пъти...** / пог. **Който няма глава – има крака**./ Тези примери са проява на **цитация или трансформация на популярни текстове, поговорки, афоризми, фразеологизми**, адаптирани към актуален проблем или тема.*

Журналистът е творец и той с пълни шепи черпи от богатството на книжовния език, като си запазва правото и за **словотворчество**, и за използ-

ването на **неологизми**: (Видно е, че назадваме /от антонима – напредваме/; Лов на корупнета (вм. арест на корумпирани митничари) блокира границата; Малко са разбирачите на това изкуство; Голоджиите /вм. голмайсторите/ са вече на изчезване в Националния...). Във вестниците се срещат нерядко и т.нар. **оказионализми** – сборно множество от думи, окончаваша случайно по един и същ начин, например: *При бюджетния дефицит нямат шанс за развитие **въдствата**** (от всички клонове на животновъдството – коне-**въдство**, птице-**въдство**, овце-**въдство**, говедо-**въдство** и пр.), *обяви земеделският министър*.

В речника на съвременния българин правят решителен пробив **хиперизмите** – **чуждиците, неозначаващи нови понятия**, но заети по чисто имитаторски причини и определяни като „по-естетически“, „модерни“. Те са „бойният арсенал“ на съвременната журналистика, която търси сензацията навсякъде – и в публично-политическия, и в частния живот на гражданите. Използват се много често думи като: *мейкъп, субсидия, субсидирам, плеймейкър, преамбюл, консенсус, консеквенция, консеквентен, комплицирам, компликация, презентатор, букер, промоция, презентация, пресирам* (оказвам натиск), *приз, финиш, финанси* (в см. на пари), *ситуирам, реализирам, финализирам, редуцирам, релативен, оферирам, рейтинг, шик, имидж, фиеста, екипън, опонент, резон, лобирам, бодигард, мис/ка/, холидей, шоу, шоубизнес, шоузвезда, шоумен, готин/ готино, превенция, лустрация, омбудсман, опонент, фен, кредит, сондаж, лустрация, мониторинг, окей и о`кей* (англ. *O.K. /окау* вероятно от фонет. изписване на allcorrect [ollcorrect] -`добре`, `правилно`, `всичко е наред`) и др. Тези и много други лексеми са „втъкани“ в рекламния и медийния дискурс, навлизат активно в езика на битово-разговорната сфера и в немалка степен **моделират необосновано едно речево подражателство**. Чуждите думи, явяващи се като нежелателни чуждици, се превърнаха в любим вербален ресурс на нашите журналисти. Но още по-тревожен е фактът, че думите и изразите, използвани с пейоративна цел и некореспондиращи с речевия етикет, са стилистични маркери на модерната ни журналистика, например: *пиратство, пиратски дискове* (или др. незаконни стоки), *финт* (измама), *финтирам, шок* (в см. на лоша изненада), *шокирам, ъндърграунд, пенкилер, шут, бабаит, баданарка, бакия/бакии, шайма, далавера, гювеч, гъбек, макиаж, мангал, шаран, педал, шантаж, шантажирам* и *шантонерка* (не в смисъл на кабаретна певица, а в смисъл на лека и безнравствена жена – измамница), *зарибявам* (в прен. смисъл), *пионка, гадняр* и мн. др. Тяхното основно значение в активния български речник се е разширило и те се употребяват с друга семантика. Така например думата *ъндърграунд* (англ. *underground*– подземие) в английски език се свързва със съвременно младежко движение за отхвърляне на общоприети ценности, имащо провокативен характер и авангардистки стил, проявяващ се навсякъде в

изкуството. В съвременния дискурсивен изказ (начина, по който се схващат езиковите кодове, или езика – не като структура, а като дейност на субекти, вписани в определени контексти (Менгьоно 2000: 16) думата *ъндърграунд* обаче се употребява във връзка с „*подземния криминален свят*“ и често се среща в медийните текстове – новини, репортажи, коментари, открити трибуни на зрители и слушатели и пр.

Англицизмите *пенкилер* и *шут* в неспециализираните и най-вече в разговорните текстове също имат отрицателна емоционално-смеслова окраска. *Пенкилер* (англ. rain-killer – разг. **1.** Лек за всички болести; **2.** Човек, който се наема с всякакъв вид работа) и с *две* си значения в разговорния български език се употребява с *подтекст на съмнение в качеството*, а *шут* (англ. shoot – силен удар на топката при футбол) се употребява с преносно значение като синоним на думата *‘изгонвам’* някого, скъсвам връзки – *Бия му шута; Тегли му шута!* (разг.). Думата *бабаит* (от тур. *юнак, храбър човек*) се използва като характеристика за нагъл и агресивен човек, който не зачита никого и никакви правила. *Баданарка* (побълг. от *бадана* /тур./ – *белосване, измазване; такъв разтвор; специална четка за белосване*) се използва в разговорния стил с преносно значение на думата в смисъл на *подмазвам се* (*Ще му удара една баданарка*, т.е. ще му направя *страхотен комплимент с цел предразположение*, „*подмазване*“). Любима дума за комплицирана и драматична ситуация е думата *бакия /бакии/* – (от тур. *неуредени сметки и дългове*) в смисъл на объркани неща или някакви нечисти сметки.

Синонимът – *шаиша, далавера* (от тур. – *нечиста сделка, мошеничество, измама*) навлезе в публичното пространство чрез езика на медиите в годините на Прехода по повод злоупотребата с власт на политически лица и техни приближени, които я използват за лично облагодетелстване и забогатяване чрез незаконни машинации в стопанско-административната сфера. Във тази връзка чест прави на журналистическата гилдия, че има смелостта да извади „на светло“ тъмни сделки и престъпления, които да станат достояние на обществото, но езикът, с който назовават обектите си и ги коментират, би трябвало да е „чист“ и книжовен, да контрастира естетически и възпитателно на това, за което се пише в пресата.

Паралелно с това тези думи придобиха гражданственост и започнаха да се употребяват масово *просторечно* не само в неофициалната сфера, но и в официалния дискурс на обществената комуникация. Чрез **разговорното просторечие**, което се афишира като м о д н о, тези думи се настаниха и в медийните текстове – в пресата, радиото и телевизията. Този факт има своето психологическо и социолингвистическо обяснение. Думата *далавера* има *висококачествена употреба* в съвременния разговорен български език и се употребява като **жаргон** със семантика на **неологизъм**, имащ значение на *‘печалба’*: – *Каква ми е далаверата?/ Има ли далавера в тая работа? /*

Те търсят само далаверата./ На далавера сме – изрази, които може да се чуят и от образовани хора, *превключили езиковия си код*. Разбира се, тази употреба е битово-разговорна, но в качеството си на **жаргон** тя се среща все по-често в медийните текстове (главно в пресата, където няма ежедневник, който да не пише за *далавера /далавери*), което е отклонение от книжовната норма и от професионалния тон на журналиста, оратора или която и да било публична личност.

Лексеми като: *макиаж* (фр. *maquillage* - спец., нежел. – *гримиране, грим*) – употребявана в смисъл на нещо нечистоплътно, фалшиво или натруфено, позьорско; ***мангал*** (тур. *мангал* – широк и плитък метален или глинен съд за отопление чрез разгорещени въглища върху него; разгов. *черен*), често се среща в разговорния език като **определение и обръщение за циганин /ром/**. Тези думи **се използват с негативна конотация**. С подобна употреба е думата ***педал*** (от фр. *pedale* – *механизъм, трансмисионно или командно приспособление*) като **жаргонен синоним** на ‘*педераст*’ (*хомосексуалист* – мъж имащ влечение към собствения си пол), но и като **оценъчна характеристика** на човек от мъжки пол, който не „стои на думата си“ и на когото не можеш да разчиташ, тъй като лесно се подвежда и променя позицията си (извърта се).

Думи като ***будала*** (от тур.) и ***шаран*** – с *нов смисъл* ‘глупав’, ‘наивен’, се използват *жаргонно-разговорно* и разкриват директното отношение на адресанта към адресата, като съзнателно се нарушават добрият тон и речевият етикет, за да се „поучи“, предпази или разкритикува от близък човек охарактеризираният. Но за съжаление те се срещат и във вестникарските материали на т. нар. „сериозни ежедневници“.

Оценъчните жаргонни епитети, типични за младежката подрастваща аудитория, намират трайно присъствие в медийните текстове, имащи претенции за социална адекватност и съвременност. Наблюдава се висока честота на жаргони и думи като ***як, яко, яка, готин, трепач, луд, ненормален, задръстен, отворен, друсан; сгрухан, скапан, лайнян*** и др., които се употребяват и за хора, и за събития като **атрибутивна характеристика**. Тези лексеми са нежелателни и недопустими за добрия речев етикет дори и в личната сфера, а за деловото и официалното общуване са немислими.

Неологизмите – с домашен и чужд произход, някои от които звучат жаргонно, трайно се настаниха в речника на медиите, като: ***бон/а, хит, фен, фенки, фенове, фиаско*** (претърпя пълно фиаско – провал, неуспех), ***половинка*** (интимен партньор), ***седесари, бесепари, депесари, гербери, геномчета, пенсии*** (за *възрастни хора*), ***трета възраст*** (пенсионери), ***пубери, тийнейджъри, фолкдива, чалгаджия, чалга, яко, ганджичка, прашки, бриджитки, суперско*** (от *супер*), ***чуваемост, безхаберие, пасуват, отпочнат, обгрижват, отлюспват, луднаха, тежкар, мачо, гърла, баровец, рекет, рекетирам, рекетъор, мафиот, мутра, мутреса,***

мутризация, бухалкаджии, бандитирам (по аналогия на рекетирам, но с по-широк семантичен обсег), *менте, менкаме си ..., менкаме се, герберизация* (полит. от ГЕРБ), *БГ Президента, БГ Премиера (Състоя се среща с БГ Премиера), клошаризация, силиконки, адреналинки, опростачване, сейфна, делийтвам, пействам, чатя* (побългарени адаптирани английски думи-термини от компютърния език), *легна си със...*(вм. залюби се със ... – разг.), *издънвам се* (излагам се, злепоставям се) , *накисвам го* (клеветя го, предавам го), *гот, готин, сексбомба, секси, сексшоп, бракма, густо, кефя се (много ме кефи, гот ми е – разг.), разпускам* (отпочивам на морето, на вилата) и *чуждоезиковия синонимен вариант релаксирам, жалвам се* (в см. на оплаквам се, възразявам и т.н.) и др. Макар и често срещащи се, не е ясно дали завинаги тези лексеми ще останат в активния ни речник на българина за по-продължителен период.

Чрез страниците на печата и телевизионните текстове, звучащи в ефир, се натъкваме на един необясним факт – в говорната ни практика се налага безличната глаголна форма ‘*случва се*’ като универсален заместител (или синоним, но неподходящ) на редица **самостоятелни и пълнозначни глаголи**, неизползвани в логическия контекст и в семантична връзка със съответните подлози в изречението, например: „*Ако се случат валежите от дъжд, са вероятни сериозни наводнения...*“; „*Ако се случи срещата между двамата президенти...*“; „*Ако се случи повдигнатото обвинение, ще се пристъпи към*“; „*Ако се случат очакваните пари, ще може да компенсират работниците от Бобов дол...*“; „*Ако се случат заплатите на работниците от военния завод в Сопот, ...*“, „*Ако се случи газта от Украйна, то не би трябвало да имаме режим на тока...*” и т.н. И в тези случаи се долавя някакво *подражателство*, което не прави по-ясна и „естетична“ изразената мисъл. Тъкмо обратен е ефектът от подобно конструиране на изречението и използването на думата ‘*случва се*’ – изгражда се неправилна представа у децата *как и в какъв контекст да я използват*, а у по-големите ученици се затвърждава *липсата* на усет за правилното използване на думите в определен контекст, т.е. за езикова уместност и езикова компетентност (Мицева 2011).

Тези примери илюстрират как функционира живият език и как единствено **речевата ни култура се явява своеобразен регулатор** на подбора на езиковите средства в определена ситуация, с които си служим, без да се оправдаваме с емоционалната си мотивация. В това отношение журналистите са особено отговорни пред обществото, тъй като тяхната роля на медиатори, информатори и итерпретатори е изключително зависима от езика, с който си служат.

Разпознаването и владенето на допустимите и недопустими варианти в езиковото общуване е основен проблем на съвременната ни речева култура. Да вземем например *от глаголните съществителни на-ние и – не (означение и означаване, събрание и събиране, рождение и раждане, подозрение и подозиране, писание и писане и пр.* – макар и да

са една и съща част на речта, те я променят и *семантично, и стилистично*, ако не вземем предвид тяхната **неравностойност и незаменяемост**. По радиото във връзка с честванията на 150-годишния юбилей от **рождението** на Вазов, се съобщава: „*Сопот се готви усилено за отбелязването на 150-годишнината от раждането*(*вм. рождението*) *на Иван Вазов. ...*“, а пък в новините съобщават, че: „*На насроченото събиране* (2 пъти казано, *вм. събрание*) *на учените във връзка с промените в Закона за висшето образование бяха поканени също шефът на БАН и Премиерът.*“

Друг пример за лексикална неуместност – „*Поради високото равнище на безработицата*(*вм. Поради високия процент на безработицата ...*) *у нас много от безработните ще останат социално и здравно неосигурени и ще се задълбочи кризата в здравното осигуряване и здравеопазването...*“

В приведените примери от медийни текстове е налице **езикова некомпетентност**, породена от **произволно заместване на нормативни варианти словоформи**, произтичащи от сложната функционална същност на развития книжовен език. На практика не е взета предвид съществуващата **д и ф е р е н ц и р а н о с т** на действащата книжовноезикова норма – в първия и втория пример, а в третия – адресантът, използвайки речевия израз **високо равнище**, неуместно за съответния контекст, нарушава *логическия строй на речта*. Използваният от него израз се възприема от говорещия колектив като *фразеологизъм* със значение на **висока оценка, одобрение, висок стандарт** и пр., или с други думи казано, адресантът не се е съобразил с езиковата компетентност на адресата си и не е организиран правилно стилистично речта си.

Изводът от казаното дотук е: не може да има произволно свързване на езикови единици и да си мислим, че импровизираме или че сме креативни и оригинални, въпреки че езиковата култура, която има тясна връзка и със социалните роли на комуникиращите, включва и по-големия „репертоар от навици за речеви реакции“ (Виденев 1995: 21), и умелото „*превключване на кодовете*“, т.е. „*замяна на една речева норма с друга*“. Именно в превключването на кодовете е големият културен и езиков проблем на журналистите (особено на младата генерация).

В пресата е очевиден *нарочният подбор на оценъчните изразните средства – епитети, хипербола, жаргон* и т.н. които не биха се срещнали при същата съобщена информация по радиото или телевизията. Ежедневно, четейки вестниците, ставаме свидетели на *нередактирани или лошо редактирани текстове и заглавия* (професионално некомпетентно). Лексиката е груба, случва се да е нецензурна, дори цинична.

В стремежа си да са оригинални и експресивни, някои автори в печатните медии си позволяват простовата „закачка“ с *нарочно подчертаване на сатиричното; провокационно и двусмислено* озаглавяват текстовете си.

По този начин, извадени от контекста, със заглавията на публикациите си те постигат силно манипулативно въздействие особено върху четящите „по диагонал“ пресата, „защото всичко в нея е боза и лъжа“ (по изрза и преобладаващото мнение на около 1500 души анкетирани студенти и ученици – зрелостници във връзка със съвременната преса).

Вестникарските текстове в ежедневниците са достъпни за всички възрасти читатели, но на практика не съществува етична, морална и психологическа цензура. **Шокиращите заглавия**, нямащи нищо общо със същност с темата и целта на текста, са до такава степен *потресаващи* понякога, че *излизат неконтролируемо извън всякакви „иновационни“ и „креативни търсения“ на авторите*. Не става дума само за „жълтата преса“, която (в някои вестници) често пъти е с по-издържани послания, грамотно написани за разлика от някои ежедневници, където с *вулгарен подтекст и окраска звучат заглавия и коментари под тях* – доста принизени в стилово-езиково отношение, с голяма **перлокутивна сила**. Със сигурност заглавия, като по-долу споменатите, отвращават читателската аудитория, например: *„Маршрутка откъсна главата на пешеходка“*, *„Сексманияци уговяват жени до 300 килограма“* (в. „Нощен труд“, 7-8.02.2006 г.); *„Бандити обраха автосервиз, заклаха нощния пазач“* (в. „Нощен труд“, 27.02.2009 г.); *„Фекална криза грози Златни пясъци“* (пак там); *„Роман в нов екипън, лови печатари на суперментета /Този път път се чува само броене на фалшиви пари“*(отнася се до зам.-градския прокурор Роман Василев, за когото се поиска санкция за скандална реплика при ареста на бившия военен министър Николай Цонев) (в. „24 часа“, 09.04.2010 г.); *„Човек. А. – това звучи скопено“*, противно и противоположно с метафоричната си семантика на *„Човек – това звучи гордо!“* – *„Зима е. Вънка вие Човекът глас. Слушаме го и пикаем газ. В квалификацията за шампионската лига на музикалния кич заслуженият победител е най-кичозният проект...“*, (в. „Новинар“, 26.02.2009 г.); *„Ректор клати пълния член (1) / За члена има прости правила(2)“* („Дилемата“)(?)СМ) – „Кой върши действието?“ я разясняват абсолютно ненаучно и грешно двете авторки на материала – журналистки (?)Темата на материала се отнася към въпроса за предлаганата „езикова реформа“, която да отмени пълния определителен член, инициирана от група „реформатори“ – езиковеди, начело с един ректор на роден университет, под натиска на „трудно учещи“ българи българския език и граматиката (?) Във връзка с материал (1), следва **невярно „научно“ обяснение“** на въпроса, наречен „дилема“ от двете авторки-журналистки, които очевидно не знаят *кога се пише кратък и кога пълен член*. Но това изобщо не е основателна причина, поради която те да не поучават българите кога се пише пълен и кога кратък член – *За члена има прости правила* – казват те ... и т.н. (вж. в. „Те-леграф“, 12.12.2009 г.); *„Ченгетата: На съдиите са им дълги червата“* (в. „Труд“, 13.12.2009 г.); *„Пастата влиза във фризера“*

(заглавие на информация за изваждането на скандалния рефер от съдийството Стефан Спосов с прякор Пастата)(в. „Труд“, 24.11.2009 г.); *„Грипът тръшка по град на ден“* (в. „Стандарт“, 31.10.2009.); *„Звезди до казана /Минко Герджиков прави, но само за приятели/“* (пак там); *„Симеон блажи на остров Патмос“* (става дума за Симеон Кобургготски и фамилията му)(пак там); *„Стрелец гръмна ром в члена – Айшетата ще късат неговия за мъст“* (в. „Нощен труд“, 02.07.2008 г.); *„Общината отпушва София с камери и мобилки“* (новина за нов единен трафик-център – „интелигентна система за управление на трафика в София: нужди и препоръки“, направено от холандски консултанти) (пак там); *„Успелите българи залагат на блондинки“* (пак там); *„Момчето и зрялата дама“* (в. „24 часа“, 25.11.2008 г., руб. „Анализ“) – заглавие на политически коментар за бившия премиер С. Станишев и партията му – БСП, недвусмислено заявяващо категоричната, но агресивна позиция на авторката, която още в подзаглавието *„Конгресът нахрани всички вълци в БСП. Което е добра новина“*, подчертава смело и по „демократичному“ антибесепарските си страсти, неясно обаче на коя кауза служи; *„Строител без каска се натресе на министър“* (в. „Телеграф“, 10.11.2009 г.); *„Психар коли жени наред“* (пак там), *„349 баровци кътат над милион в банки“* (пак там); *„И Саркози дупчил стената / Френските медии уличиха президента в неточности“* (Става дума за триумфа пред Брандербургската врата, в който бил забелязан и Саркози, участвал в събарянето на разделителната стена между Източен и Западен Берлин)(пак там); *„Полици с офицер гепиха кола на министерство“* (в. „Новините днес“, 04.11.2009 г.); *„Първанов: Цветанов да не гони мен, а мутрите“* (в. „Труд“, 24.11.2009 г.).Още първото изречениеот текста (информационния материал) – цитат на президента: *„На Цветан Цветанов не му е работа да събира информация за президента, а като шеф на МВР и патрон на ДАНС да прави това за мутрите“* ясно разграничава социалните роли на тези, цитирани от автора на материала (контекстово чрез заглавието). Такава интерпретация е определено некоректна, подвеждаща и уронваща държавническия пост и престиж на Президента, който според заглавието е толкова опасен за обществото и държавата, колкото мутрите.

Други цветисти заглавия в пресата: *„ЕС се мести срещу краля /Брюксел прави нов евроквартал под Атомнума“* (в. „24 часа“, 25.11.2008 г.); *„Взимаме пенсията и ... в гроба! /40 години стаж за мъжете, 37 – за жените“* (в. „Над 55“, бр. 19/331/, май 2010 г.); *„Старец не е ял, пил и пикал от 70 години /Почти като български пенсионер“* (пак там); *„Внук увисна на бесило, за да мъсти на баба и дядо“* (заглавие на първа страница в. „Над 55“, бр. 19/331/, май 2010 г.); *„Шеф спука череп на барман /Служителят се напил на работното си място“* (в. „Телеграф“ 17.05.2010 г.); *„Министър мъти яйца в Габрово“* (в. „Стандарт“, 17.05.2010 г.) и пр. И днес за съжаление в ежедневниците (с най-голям тираж), четени /преглеждани „на крак“ виждаме проява на лош вкус по отношение на езика на журналистите,

но всъщност това е ловък „трик“ за привличане на вниманието на потенциалните читатели и изкупуване на тиражите, разбира се, от което печелят всички от гилдията. А за читателя остава „удоволствието“ да се ориентира и информира от „шаблонизирани“ оценъчни просторечни „характеристики“ на авторите за хора и събития. Във в. „Днес / България, год. V, бр. 127, четв. 02.06.2016 г. на титулната страница четем: „Сестрата на Стоичков: „Завистниците да ми ядат гъза“, „Ченгета пазят министъра на любовта“ (сводника – Мартин Филипov), „Пияни цигани опикават районно“, „Вицето на Москов кастри касата, иска оставки“, „Волен се натиска на Валери“ и пр. Във в. „Телеграф“/02.06.2016г. – „Съдът отрязва Ганчев, той обърна палачинката“ (Щял да оздравява дружеството, което искаше да убие), „Последен залп за старите пушки“/Лебедова песен (за Евро 2016) и т.н.

Както вече се спомена, медиите изпълняват обществена функция, но понякога и политически поръчки. В българската преса в зависимост от обекта на критика или възхвала се срещат епитети, дори вулгаризми, които и в двата случая дават представа за облика на журналиста като гражданин, професионалист и човек. И тъй като е немислим медийният език без синонимите и евфемизмите, за да се спазва журналистическата етика, е добре да се прибегва по-често към приемливи изразни средства, които да не обиждат и отвращават аудиторията на адресата.

Така наречената *жълта преса* винаги търси сензацията, от която печели с огромните си тиражи. Интересът ѝ е насочен особено към частния живот на популярни личности, както и към събития, които не биха били отразени от другите медии поради неудобство, страх или други причини. Цветистият език на този вид преса е съчетан с богат снимков материал и подробности (неизвестни за масовия читател) от живота на съответните личности – обект на написания материал. Заглавията са грабващи. Според социолози и икономисти високият тираж на жълтата преса е продиктуван единствено от финансови причини – големи печалби.

Нужна ли е цензура по време на демокрация? Къде е тънката граница между свободата и слободията? Пораснаха ли българските медии и журналисти? Защо свободата на словото се разбра погрешно? Това са въпроси, отнасящи се до един проблем – проблема за културата и езика на медиите като обществен исторически фактор за развитието и просперитета на нацията.

Цензурата – така необходимата цензура! – етична, социална, културна и психологическа липсва в нашата ежедневна преса с малки изключения (вестници като „Стандарт“, „Капитал“, „Пенсионер“, „Трета възраст“ и др.) С висок стил и речева култура се отличават специализираните вестници и списания от сферата на науката, културата и просветата, както и тези от стопанската. Всекидневниците ни обаче се превърнаха в национална жълта преса, написана на примитивен разговорен език. Текстовете, изпълнени с нецензурни думи, жаргон и пейоративна модалност. Къде са редакторите, къде са социалноетичните

комисии, къде са езиковограмотните и езиковокомпетентни журналисти. Всичките тези факти будят тревога у образованата и интелигентна част от обществото. Защо обаче липсва категоричен отпор и реакция срещу лошия вкус и непрофесионалното поведение на съвременната българска журналистика? Медиите са преди всичко национален информационен и културен институт. Защо СЕМ допуска такива писания на груб и вулгарен език? Това ли е свещеният език на нашите деди, за който патриархът на българската литература написа ода? Това ли е българската култура днес, която се оглежда в кривото огледало на родните медии? Това ли приема нацията ни с дълговековна европейска история и културни традиции, впечатлили света още през Средновековието за нормално и модерно? Въпроси, на които трябва да отговори обществото – на първо място образователните институции, интелигенцията.

Българските медии днес са длъжници на обществото – по родова памет, културна история, социална значимост на темите, засягани от журналистите. А те от своя страна е необходимо да работят упорито върху качеството на връзката *реч > мислене >отразяване на действителността* чрез *точността, логичността и верността на речта си*. Ако тях ги има – това означава, че съществуват *признаците на речевата култура на езиково общуващите в медийното и културно национално пространство*.

ЛИТЕРАТУРА // BIBLIOGRAPHY

- Виденов 1995:** Виденов, М. Езиковата култура на българина. София: Анубис, 21. **Videnov.** Ezikovata kultura na balgarina. Sofia: Anubis, 21.
- Димитрова 1999:** Димитрова, Стефана. Езикова демагогия. София: Наука и изкуство. **Dimitrova.** Ezikova demagogia. Sofia: Nauka i izkustvo.
- Замбова 2000:** Замбова, А. Манипулативни езикови стратегии в печата. София: ИК СЕМА ПИИ. **Zambova.** Manipulativnite ezikovi strategii v pechata. Sofia: IK SEMA RSH.
- Липман 2001:** Липман, У. Общественото мнение. София: Лик. **Lipman.** Obshtestvenoto mnenie. Sofia: Lik.
- Менгьоно 2000:** Менгьоно, Д. Ключови термини в дискурс анализа, София: СУ „Св. Кл. Охридски“, 16. **Mengiono.** Kluchovi termini v diskurs analiza. Sofia: SU Kl. Ohridski, 16.
- Мицева 2011:** Мицева, С. Книжовната норма и съвременният медиен език// Инфраструктура и комуникации, № 3, 88–94. **Mitzeva.** Knijovnata norma i savremenniat medien ezik//Infrastruktura i komunikazii, № 3, 88–94.
- Мицева 2011а:** Мицева, С. Текст. Видове текст. Речев етикет. София: УИ Стопанство. **Mitzeva.** Tekst. Vidove tekst. Recev etiket. Sofia: UI Stopanstvo.
- Теодоров 1954:** Теодоров, А. – Балан. Езикова култура.// Български език, № 4, 313. **Teodorov-Balan,** Ezikova kultura//Balgarski ezik, № 4, 313.
- Фатер 2002:** Фатер, Х. Текстолингвистика – В: Увод в езикознанието. София: КК „Труд“. **Fater.** Uvod v ezikoznaniето. Sofia: KK Trud.
- Хавранек 1963:** Havrenek, B. Studie o spisovnem jazyse, Praha, 1963.