

АГРЕСИЯТА ВЪВ ВЕСТНИКАРСКИЯ ЕЗИК

доц. д-р Тодор Георгиев,
Бургаски свободен университет

AGGRESSION IN LANGUAGE NEWSPAPER

Assoc. Prof. Dr. Todor Georgiev
Burgas Free University

***Abstract:** Aggressive language resources are in demand in journalism, fashion, advertising, marketing. They gain an advantage in the struggle for attention and positioning corresponds. They replay on the liberal tastes and desires for excitement. The study considered acts of aggression against the language and through language. It gives the reasons for aggressive behavior and speech groups who are carriers of such behavior. It was traced the evolution of the criminal code in Bulgarian newspapers during the transition. It was noted that there is an underlying hate speech in the newspapers rather implicitly, camouflagedly.*

***Keywords:** aggressive language, aggressive style, criminal code, hate speech, presentation of violence in the media ...*

Статията е част от изследователската работа по проект на тема „Етнопсихолингвистични и социолингвистични проблеми на медийния език на пресата в България”.

Въпросът за агресията в езика на съвременната българска преса е задълбочено поставен от проф. И. Знеполски. Ученият различава две страни на езикова агресия – срещу езика и чрез езика. Идеята за това, че вестникарският език през 90-те години черпи енергия за развитие от противопоставянето на тоталитарния, не е чужда на социолингвистите. Противопоставянето преминава стихийната фаза на площадната публичност и се пренася в редакциите вече като повече или по-малко съзнателна стратегия на атакуване на книжовната норма. В резултат на това медийният език коренно и трайно се променя; той се приближава до говоримия с всички положителни и отрицателни последствия от това. В изследването „Новата преса и преходът” Знеполски отбелязва: „...редуцирането, моделирането на езика е израз на двупосочна стратегия – от една страна е приватизирането на езика, налагането на „нашия” език; от друга страна – така разбираня език може да се превърне в ефикасно оръжие. Това, което можем да охарактеризираме като агресия срещу езика (книжовния), придобива характеристиката на агресия на езика (градския, живата реч, популисткото говорене)...Връзката между езика и властта е много интимна, така че в подриването на правилното, тоест официално санкционирано говорене трябва да виждаме бунт срещу нормите, книжовният език е една строга норма! Но това е един неадресиран конкретно бунт, който се реализира в принципния анархизъм, в отхвърлянето на авторитетите, на първо място, на езиковия авторитет дори когато не се оспорва неговата политическа линия. Езикова агресия е подменена, компенсаторна агресия срещу социалното тяло, срещу публичната власт,

срещу обществените конвенции като ограничаващи и притесняващи частната сфера.” (1) Авторът намира, че езиковата агресия, характерна за пресата, се осъществява на три нива - като нарушаване на книжовната норма, като пренебрегване на вкуса и добрия тон, като тематична ориентираност и начин на третиране на обществените сюжети. Спира се на нецензурния език, който е не само израз на символна агресия срещу институциите, а се явява доказателство за маргинализирането на обществото, свидетелство за липса на необходимото структуриране, за липса на разлика между специализирания език на политиката и уличния език.

Агресията е многозначно понятие, терминът агресивност има рояк от значения. Агресивният стил е актуално, модно явление, все повече става нещо търсено и желано, някаква ценност в рекламата, модата, дизайна, пиара, публичните комуникации, политиката; навсякъде, където се води битка за внимание, за позициониране, за избори и продажби. Исторически агресивната реторика е обременена с тежкия грях на пагубна манипулация и идеологическото мракобесие. В опростеното широко възприятие агресивното говорене се свежда до вулгарен, циничен, „мръсен” език. Ще направим опит да подредим основните значения на този термин.

Първо значение. Стил и език, които разделят и противопоставят хората, изключват и дискриминират групи, т.е. дискредитират една от основните функции на пресата – да спомага за интеграцията на социума, за изграждане на отношения на солидарност. Става дума за феномена „слово омразата” (*hate speech*). Според експертът в тази област В. Табакова: „Развитието на културата на толерантност постепенно идентифицира „нови” проявления на слово на омразата...Много рядко в наши дни другият, различният може недвусмислено да бъде определен като представител на нисша раса, като стоящ по-ниско, тъй като това би било грубо нарушение на общоприети антирасистки норми. Но голямата част от твърденията и изявленията за етническите малцинства са имплицитно негативни. Етническите, религиозните, културните различия на групово или индивидуално равнище продължават да се изтъкват и да се „осъщностяват”. Особеностите на говоренето и писането за малцинствата изграждат параметрите на социокултурния феномен, определен като дискурсивно възпроизвеждане на расизма.” (2)

Второ значение. Стил, драстично отклоняващ се от езиковата и естетическата норма, с цел да се произведе силно дразнение, да се въздейства шоково. За тази цел отклонението от нормата има необичаен, несанкциониран от масовото възприятие характер. В този си аспект агресивният език се приближава до целесъобразността и технологията на сензацията и скандала. Стратегията на епатажа стига до опити за подриване на най-обичайните конвенции на общочовешкия кодекс. Смяната и борбата на културните, литературните и изобразителните стилове е съпроводена със скандални и агресивни манифестации. В постмодерния контекст на битието на стиловете и на отношението към тях става все по-трудно да се направи стилистично откритие, конкуренцията се пренася на равнището на идиостиловете и придобива все по-остър, може да се каже – все по-агресивен характер.

Трето значение. Злостен и подигравателен, пейоративен или ироничен стил; стил, който принизява в най-широк смисъл, който представя/ разобличава възвишеното като низко, красивото като безобразно, показва двойствената същност и видимост на нещата. Нормата, която се атакува, може да бъде от езиков или от морален характер. Типичен случай за агресивен език е когато се пренебрегва културното табу, когато се дразни чувството за приличие. От значение за въздействието е самото отклонение да притежава качеството осезаемост – да е лесно забележимо, открояващо се, впечатляващо. Да бъде с амплитуда или интензивност рязко надвишаващо прага на различимостта и чувството за мярка (аристотелевата максима за „златната среда”).

Четвъртото значение на понятието агресивен език е разширително и полемично. През последно време терминът *агресия* подобно на други претърпя еволюция и сега може да се срещне и с положително значение. По отношение на понятийната система на медийната наука стои по-общият ценностен и оценъчен въпрос – за релативизацията на понятията, доскоро приемани само в отрицателно значение, а понастоящем все повече – с амбивалентно или неутрално. Очевиден пример е пресемантизирането на ключовите понятията *манипулация* и *комерсиализация*, които имат пряка връзка с нашия случай: търговският интерес или манипулативното намерение мотивират използването на агресивни средства. Агресивността, комерсиализацията и манипулацията са донякъде попълни, взаимно свързани феномени. Но доколкото търговският интерес или комерсиализацията може да преследва положителна цел – например удовлетворяването на потребителя, и доколкото манипулацията може да служи на утвърждаването на ценности, използването на специфични езикови средства изглежда оправдано. На практика по-високият тираж, по-големите продажби и борбата за привличане на повече рекламодатели карат медиите да използват изразите, характерни за жълтата преса, булевардния стил и скандалното поведение, защото това продава вестника.

Агресивният стил предизвиква, провокира вниманието; предполага подбор на средства, с които се печели и задържа внимание. В този аспект се приближава към понятието атрактивност, към поетическата функция на езика, която е фокусирана върху знака, а не върху значението. Става дума за актуализация на езиковия знак, за атрактивност, постигана със специфични средства.

Възможно е да се обособи риторика на агресивността в масовата комуникация - ще включва средства, които 1) служат за пренебрегване на етикета и добрия тон; 2) представляват покушения срещу правописа; 3) нарушават най-основни синтактични правила; 4) съдържат елемент на преднамерено акцентирана дискурсивна неуместност и/или предизвикателно смесване на стиловете; 5) изразяват очевиден логически парадокс. Важен показател и измерител на агресивния език е неговата оригиналност и необичайност, използването на реторични средства, които рушат и създават нови връзки, които актуализират знака, въвеждат нов и остър ракурс, например използването на т.нар. „стърчащи метафори”, оксиморони, остроумия и каламбури. За пресата, която се чете бързо и фрагментарно, е особено важно да се чете и лесно, да не се затруднява интелектуално възприятието със сложни прийоми и фигури. Важно е спазването на максимите за разбираемост и икономия. Ето защо предпочитани са провокациите, насочени към сетивата и емоциите. С потенциал за агресивно въздействие са експресивните и метафоричните езикови средства, както и ниските регистри на разговорния език, просторечието.

Предизвикателството може да бъде насочено към всички структури на възприятието, но решаващо за пресата е спечелването на вниманието, което е пред условие да отключат други нива на провокация – на представи, нагласи, стереотипи, мисловни схеми и пр. Агресивният език има сугестивно равнище, което е най-опасно за масовото въздействие, защото е несъзнавано и манипулативно програмирано.

Схващанията за агресивен език в пресата и медиите могат да се сведат до следните четири пункта:

- а) уронващ достойнството, обиден, презрителен, подигравателен;
- б) насочен към формиране и подкрепа на агресивна нагласа, към възбуждане на агресивна реакция, най-често вследствие на преживявана заплаха;
- в) афективен, усиливащ, довеждащ до краен предел преживяване;
- г) хиперболичен, преувеличаващ отрицателна характеристика или свойство, карикатурен, гротесков.

По въпроса дали и защо в българското общество на прехода се регистрира тенденция на повишаване на равнището на агресивност и доколко пресата е отговорна за тази тенденция се очертават няколко консесусни теории, ориентирани към социалните и етнопсихологическите фактори.

Общо е разбирането за агресията като социално обусловен феномен и като следствие от травмирана масова психика. Травмираността на българина и нуждата от компенсация се отразяват на неговото речево поведение. Натрупаните отрицателни енергии вследствие на търпението и затварянето в кръга на индивидуалното и семейното оцеляване, вследствие на критическото негодувание, което е бездействено и непродуктивно, не намира рационално-прагматичен изход. В крайна сметка в мнозинството се акумулира усещане за безизходица и безперспективност, за излъганост. От тук нататък се намесват манипулативните стратегии на масовата преса, които преобладаващо целят да се обезсилят критическите чувства, така че недоволството да остане без последствия за статуквото. Манипулативните интенции се прокарват чрез всички структури на комуникацията, но особено – чрез стила и езика на текста.

Класикът на българската народопсихология Иван Хаджийски прави заключение, че у българина „енергията... се превръща в самоизяждане, злорадство, завист и ненавист.” (3). Философът Васил Проданов отбелязва ”...българският индивидуалистичен егоизъм често пъти започва там, където трябва да се попречи на другия, реализиращия се, проявяващия се.” (4). Някои учени смятат, че българското чувство за хумор е недобронамерено, язвително и сеирджийско и му съответстват голямо количество подobaващи езикови средства. Културантропологът Харалан Александров в интервю за вестник „24 часа”, озаглавено „Българинът пребивава в света беден, наведен и озлобен” твърди: „Ние все още живеем в развалините на тоталитаризма и пораженията са страховити. Наблюдаваме развихряне на разрушителните нагони, разкъсаност и дезинтегрираност на социалните мрежи, опустошение на душите, цинизъм, страх, усещане, че ако се ангажираш с морална позиция, ще бъдеш осмян и обезценен.” (5)

М. Виденов обръща внимание, че омразата и агресията са станали начин на поведение на българина и медиите също откликват на този процес. И. Знеполски оценява езика на пресата като недоброжелателен, оцветен от злорада ехидност от провалите на „другите”... Г. Данаилов обръща внимание, че вестниците отразяват трайни етнопсихологически характеристики на българина: „склонност към вайкане, непочтителност към всяка власт, подозрителност, ругателство, зловещателство, надзъртане, злорадство, сластно описание на насилието, очарователно нахално невежество, пренебрежение и преклонение към чуждото, фатализъм, себепопържане”. Намира, че българският печат е проявление на нашата отблъскваща действителност – „противоречив, невеж, груб и объркан, жалък, подкупен и безнадежден...”. (6) А. Кюсев квалифицира езика на вестниците като „лишен от едно фундаментално качество на публичния език, а именно неговата вежливост и учтивост” определя го като брутален, жаргонен, циничен, трансгресивен и фамилиарен. Отправя обвинения към вестниците, че легитимират поведение, което е извън морала и закона, че, водени от търговски съображения, поставят в центъра на публичността маргинални явления и асоциални групи.(7)

Последните двадесет години са време на разцвет на криминалния жанр в пресата. Изобилното представяне на негативна информация за престъпления, катастрофични и псевдокатастрофични явления, нещастни случаи и др. стимулира търсенето на по-разнообразни и атрактивни форми и езикови средства. Заедно с това се наблюдават симптоми на изхабяване и умора в жанра. Бруталните и ударните заглавия отдавна са изчерпали своя ефект. Натрупани са проблеми като прекомерно отразяване на престъпността в пресата; натуралистично представяне на физическото насилие, но

повърхностно представяне на контекста – те също допринасят за амортизациите и девалвациите на езиково равнище. Разследването все по-малко е инструмент за разкриване на истината и все повече е зрелище, средство за забава. В съответствие с тази стратегия новината и хрониката се превръща в разказ, смесват се разследване и сензация, документалност и забава.

Според О. Спасов цялата структура на вестник „Труд” е подчинена на криминалния код, който рамкира начина на съобщаване. Заглавията редовно съдържат криминален момент или препращат към криминален подтекст. Вестникът експонира цялата картина на престъпността в страната: бомби, изнасилвания, кражби, корупция, убийства, отвлечения, битови скандали, измами, блудства и т.н. Но престъпността не е обект на интерес сама по себе си – има баланс на криминалната хроника с проблематиката на закона и на институциите на сигурността. Криминалното се проявява в две роли – на социално важно и на забавно. Светът на вестника е подчертано мъжки, в него има много оръжие, насилие и справедливост. (8)

Журналистическият език, особено този на младите и начинаещите журналисти и журналистки, е повлиян от развитието на криминалния жанр, превърнал се е в силов. Щамповането в този жанр е особено разпространено и се пренася в другите тематични области – на политиката, социалния живот, спорта, здравеопазването, културата, образованието. Така е натрупан силов речник от глаголи и имена, който е доминантен и тривиален едновременно; агресивен по семантика, но вече неагресивен по въздействие. Разбира се, използването на речник от клишета означава и вместване на съдържанието в банализирани интерпретативни рамки. Пред читателя е един физически натурализиран свят, който е екстремно събитие, в който централно място заема семантиката на боя и унищожението, в който подборът в семантичните, синонимните, деривационните и граматическите редове е направен по принципа повече експресивност, повече просторечна разговорност, повече жаргонност, а номинацията и пропозиционирането изтъкват сила, големина, динамика и разрушаване, погубване, смърт. В тази езикова игра остава място за находчивост и свежест, например вестник „Стандарт”, който ангажира много ресурс за разследвания, за подобаващо професионално представяне на криминални и ексцесивни сюжети, има за своя мантра анимирането на физическия, на предметния свят, в който не хората, а предметите действат – подобно на случващото се в света на мита. Това е забавно и често заглавието събужда любопитство. От друга страна именно анимирането създава ефект за нереалност, за фикционалност. Стилът екшън е този, който в крайна сметка създава някакво усещане за единство при цялата стилова електика, която е характерна за словесните и визуалните послания на големите таблоиди – „24 часа”, „Труд”, „Стандарт”, „Монитор”, „Новинар”. Нека припомним, че в криминалната белетристика агресивният език не е задължителен; дори обратното – предпочитаният жанров език на криминалното четиво е лекият, приятният и остроумният.

Вестниците, в частност жълтите, партийните и националистичните, не са никакви острови на агресивното изразяване. Зоните, в които се наблюдават прояви на агресивно речево поведение, излизат от рамката на битовото всекидневно общуване и обземат все по-широки територии на публичната комуникация – от политиката до спорта и забавата. Вулгаризират се езиците на изкуствата, на масовите предавания и риалити форматите, на зрелищата, агресивни стратегии за налагане в публичното пространство избират актьорите в политиката, шоуто, театъра, киното, попкултурата, спорта.

Особеност на българските политически нрави е заклеимяването, охулването, стигматизирането на противника. Политиката в България е потенциално или действащо огнище на агресивно изразяване; перманентно влиза в цикли на остро противоборство. Но и по своето естество политиката е борба за власт, за право на легитимно насилие,

което в публичността се евфемизира. Вестниците у нас представят политиката като арена, като бойно или минно поле, постоянно съобщават за баталии пред кулисите на парламента и на други политически сцени, цитират арогантни политици, изявления на радикални партии и лидери. В широк медиен оборот са политическият мачизъм, съперничеството по полови роли, нападите на сексуална основа.

Върху двусмислената връзка между политическо и сексуално, социално и сексуално разсъждават културоведи и медийни експерти. Г. Лозанов отбелязва заиграването със сексуална лексика в политическия медиен дискурс, което често се осъществява в контекста на силата и насилието, и определя тази вестникарска риторична стратегия като дискриминационно мачистка. Ал. Кьосев в спомената вече статия говори за брутално господство на телесното, за „разюздана агресивна телесност”. И. Знеполски също обръща внимание върху психоаналитичния аспект на сексуалния дискурс: „Снемането на забраните върху сексуалната лексика по едни отдавна анализиран от психоанализата механизъм води до изригване от подсъзнанието на клокочеши негативни енергии и насилие. Нецензурните думи, често произнасяни с демонстративно предизвикателство, се превръщат в ключ към потиснатото подсъзание на българина... От пробуденото подсъзание на частната сфера най-неусетно са извлечени (за да бъдат експлоатирани) редица предубеждения и травми – национализъм, ксенофобия, нетърпимост към „различното”, антидемократизъм...” (9)

От друга страна принизяването на институционалните дискурси във вестникарските презентации понякога е толкова неуважително, че придобива характера на агресия. По стародавна традиция писането и говоренето за институциите у нас е подигравателно и язвително, стереотипизирано в духа на андрешковщината, популистко и „по презумпция”.

Особен научен и обществен интерес представлява агресивното говорене на децата и младежите, но то е в пренебрежимо малка степен продукт на вестникарско потребление. Други са факторите, които са отговорни за агресивното поведение на подрастващите. (Нов фактор с многопосочно влияние върху равнището и интензивността на младежкото агресивно изразяване е Интернет.) Не бива да се забравя, че езиковата агресивност е генерационно явление, присъщо на младежката субкултура, и като такова не бива да се репресира. Основания за тревога са налице – данните сочат нарастване на юношеската агресия, субкултурата на съвременната българска младеж показва признаци на ценностна дезориентация и съмнителни ролеви идентификационни модели, слаба грамотност и нисък читателски интерес, ранна хабитуализация към порнографията и насилието.

През годините на прехода силовата риторика претърпя развитие.

Първият етап е на площадната, уличната, плебейската риторика. Това е и етапът на революционното насилие, на бунтарството и анархизма, на nihilизма и рушенето, на безогледно отрицание на цивилизационни норми. Този етап остави трайни следи в разделението на нацията, в склонността към громене и изключване на политическия противник.

Ключов е вторият етап - на господството на гангстеризма и на тайната агентурна власт, на мутренската риторика. Грях на този етап е романтизацията на бандитизма, култът и подражанието на икономически възходящите нелегитимни и полуполюгитимни играчи и на групите, които ги обслужват и/или чието съществуване те осигуряват. Криминализирането на медийното съдържание отговаря на разбирането за вседозволеността, на убеждението, че всичко важно, което се случва в държавата, в политиката, в институциите и бизнеса е генетически свързано с престъпния свят. Фигури с неясен произход на доходите търсят обществено признание с помощта на пиара, демонстрират религиозност, благотворителство, меценатство, привързаност към семейни и обществени ценности, патриотизъм и др. Атмосферата в обществото и

речевите практики са повлияни от силовите професионални групи – военни и паравоенни, полицаи, охранители, спортисти.

Третият етап е на мобилизация на държавната машина срещу организираната престъпност. За него са характерни както проявите на реално настъпление, така и знаците на показността и играта на публичност. Наказателната полицейска риторика, която е предназначена да вдъхне респект и да демонстрира силна власт, създава опасения за недемократичност. В същото време народната вяра в силната власт става стратегически стереотип в правенето на политика, а и повечето вестници налагат – с известно раздвоение - метафората за силната и вездесъщата ръка. Наблюдава се системно и професионално усилие за медиатизация на дейностите и пиаризация на езика на МВР, „смазване” на информационните канали. От най-високо правителствено равнище обществото се залива с позитивна информация за действията на спецслужбите, прилага се нормализираща стратегия при съобщаването на тежки случаи, демонстрира се откритост и диалог с медиите, за публичен показ се предоставят специално заснети и внимателно подбрани материали от проведени акции, в търсене на рекламно-пропаганден ефект самите ведомствени прес- и пиарслужби използват атрактивен език .

Литература:

1. Знеполски И. Новата преса и преходът. С., 1997. с. 79.
2. Табакова В. Свободата на словото и границите на толерантността. http://politiki.bg/?mod=osf&lang=1&c=cc_osf_heading&m=readDoc&p_id=136&p_inst=321229
3. Хаджийски И. Оптимистична теория за нашия народ. С., 1966. с. 37.
4. Проданов В. Българинът в края на двадесети век. С., 1999. с. 24.
5. Александров Х. *Българинът пребивава в света беден, наведен и озлобен*. В. „24 часа”, 03.05.2011 г. с. 13.
6. Данаилов Г. *Болестта на печата*. В: Медиите и езикът, С. 1999. с. 32.
7. Кьосев А. *Мълчанието на агнетата и словото на борците*. В: Медиите и езикът, С. 1999. с. 44.
8. Спасов О. Труд. Лидерът. С., 2002. , с. 115.
9. Знеполски И. Новата преса и медиите. С. 1997. с. 83-84.