

РАДИОЕЗИКЪТ НА ПРЕХОДА

Диана Янкулова-Тренева

Българско национално радио, програма „Хоризонт“

RADIO JOURNALISM LANGUAGE AND TRANSITION

Diana Yankulova-Treneva

Bulgarian National Radio, Horizont Program

Abstract. The main topic of this paper is to present the author's – a journalist from the Bulgarian National Radio – point of view on the changes in radio-broadcast journalism language since the beginning of the transition to present day. The evaluations are based on the author's personal observations and professional experience.

Keywords: Radio journalism, language, transition

Когато в далечната 1991 година попаднах на стаж в сутрешния блок на програма „Хоризонт“, отговорността на говорещите пред микрофона беше издигната в култ. Освен красиви и умни гласове, радиожурналистите трябваше да имат богата речева и обща култура. Периодичните езикови курсове и упражненията по правоговор бяха задължителни за всички – и за стажантите, и за звездите. После, както на повечето места в държавата, времето и конюктурата заличиха тези неудобни стандарти, за да се стигне до момент, в който цензурата реши, че и мечка да вкара в студиото, и тя ще води предаване. Връщам се в онези времена, когато четвъртата власт трябваше да бъде опитомена, за да не разваля с критичност и неудобни въпроси управленския комфорт на по-редните случайно изкачили се до върха на обществената пирамида. Правя го, за да ви припомня, че репресията срещу словото в медиите е с отколешна традиция.

Колкото до мен, журналистиката, и по-точно радиожурналистиката, беше съдбовен избор и не минава ден да не благодаря на съдбата за онази нощ, когато се заслушах в предаването „Нощен Хоризонт“. Водещ беше Константин Тилев. Един глас влезе в мислите ми, разгада съмненията ми, откри талантите ми и ми подари мечта. Да бъда радиожурналист, но не по принцип, а в програма „Хоризонт“. Мечта, която осъществих, и признавам, вече много години отивам в сградата на „Драган Цанков“ 4 с мисия, влизам в храма на думите и се вълнувам от работата си над всяко предаване.

Разказах ви моята история, защото съм противник на обобщенията, на общия знаменател, под който се говори за журналистите и медиите, по-често за проблемите и почти никога за постиженията им. Нямам претенцията да познавам спецификата на целия медиен пазар, затова ще говоря за езика в БНР, което в ролята си на обществена медия има задачата да използва и пази книжовния български език.

Покойният проф. Веселин Димитров, моят любим преподавател по радиожурналистика и ментор в професията, ни казваше, че радиото трябва да звучи като живота, че езикът и темите в него трябва да са шарени като родопска черга, че трябва да бъдем посредник между информацията и публиката. Но ни казваше и друго, че сме длъжни да ѝ съобщим фактите, да осигурим различни гледни точки за смисъла на събитията, но това не значи да нямаме позиция, аргументирана и честна, здраво стъпила на обществен интерес, защото „Не е грях, ако не си знаел, грях е, ако си знаел и не си казал“ (Августин Блажени).

Въоръжена с тези знания от студентството, попаднах в медийната омагьосана гора. Тя се оказа по-неразгадаема от очакванията ми и въпреки многото години в професията все още се учудвам на някои неща, а би трябвало да съм станала закоравял циник.

Хронологичният преглед на езика в медиите трябва да започне от 10.XI.1989 г. Дотогава на журналистите не им е трябвало да разграничават езика на обществото от езика на партийните пленуми и конгреси. Нищо извън идеологическите клишета в стил „Работническо дело“ не се е смятало за правилно и не е виждало бял свят. С малки разрешени и контролирани изключения за изпускане на парата, т.нар. „разрешено дисидентство“. Затова предлагам да говорим за езика на медиите и езика в медиите през последните 29 години.

Периодът на демократичния прощъпулник – медиите започнаха да говорят с езика на митингите и отвориха широко вратите за емоционалния заряд на думите. Опиенението да се говори всичко за всички обаче, не прерасна в слободия, а имаше такава опасност. Без да са имали опит, някакви задълбочени наблюдения в чужди медии на етичните и професионални стандарти, тогавашните водещи радиожурналисти демонстрираха изключителен усет, добронамереност и висок морал, удържаха в разумни граници лавината на времето. Нещо, което не се удаде на свободната преса.

Важно е да си припомним, че говорители на обществените процеси тогава бяха интелектуалци, писатели, университетски преподаватели. Езикът на политическите лидери беше с висок наратив, което увлече и медиите. Смятам, че журналистите, които започнахме кариерата си в онова време, сега удържаме рубежа под напора на вулгарния език на улицата и езика на омразата. Не знам дали ще успяваме още дълго да го правим.

Точно тук се налага да признаем, че медиите говорят с езика на участниците в събитията. Доминирането на политиката в живота ни през тези 29 години превърна политиките в злия демон на българската журналистика. След Великото Народно събра-

ние, в което слушахме политическа полемика в стила на Йордан Радичков и Валери Петров, на Петър Дертлиев и Александър Джеров, дойде ред на политическите спекуланти. Те превърнаха властта в баница, до която са се докопали, за да отмъкнат колкото е възможно повече, и това снижи трагично стратегическия хоризонт на държавата. Политиката на мутренските времена, мафиотската приватизация, разграбването на публичния ресурс от назначени капиталисти умело се оттеглиха зад паравана на общественото внимание, а на медиите и публиката предложиха пошлия спектакъл на войната между сини и червени. Идеологическите шампи за „червените боклуци и червените бабички, агентите на ДС и досиетата, синята идея и лустрацията, обръчите от фирми и властта, която раздава порциите“ се настаниха удобно в езика на медиите, оттам и в езика на публиката. Нищо не се смяташе за случило се, ако не ви го съобщят медиите. Затова и отношенията на медиите с властта се усложниха.

Ще ви дам един пример, за да ви убедя каква е силата на езика в обществената медия и как се постъпва с нея, когато откаже да изпълни политическа поръчка. На 10.I.1997 г., когато банките бяха фалирали, заплатите девалвирани, а магазините празни, когато синята опозиция беше напуснала парламента, а правителството на БСП беше в оставка, протестиращите хора обсадиха Парламента и поискаха незабавни избори. Тогава на ръководството на БНР беше разпоредено „Хоризонт“ да замлъкне. Бяха забранени живите връзки и репортажите от мястото на събитието, въпреки че репортерите ни бяха навсякъде. Информацията, която излъчвахме, се съобщаваше от говорители след щателна редакторска намеса. В същото време Радио „Дарик“ предаваше на живо, въпреки риска емоциите да премодулират истината за случващото се. После ни трябваша години, за да компенсирате загубения авторитет и доверие само за един ден.

Но дори и заради това е добре да се знае, че медиите от мястото на събитието страдат от сливане със сюжета особено когато става дума за многолюдни протести, тежки инциденти, природни бедствия. Работата на терен крие риска от това, ако журналистът не е достатъчно опитен, да премине неусетно от ролята на безпристрастен наблюдател в участник в събитията. Това веднага повишава глаголната температура на съобщаваното, добавя хиперболизирани оценки, тревожност във въпросите. Силната конкуренция, особено при телевизиите, допълнително принуждава репортерите да търсят сензационност, а там, където я няма, да бъде създавана. Бързината да се съобщи нещо в технологично свързаното ни време, унищожи основния принцип на журналистиката – да се търси потвърждение на новината поне от два източника.

„Сензационно! Бомба! Ексклузивно! Само за нас!“ – тази инерция създаде канал за внушения, често далеч от реалността, манипулации, кампанийност, дори откровена пропаганда.

Другото зло са рейтингите. Кръвта и сексът продават, няма лоша реклама, а медиите се издържат от рекламодателите. Информацията е скъпа стока. Пазарът е свит. И ето го извинението за това, че скоро собственици на медии се оказаха хора и бизнеси,

нямащи никаква връзка с медийния свят. Не е тайна, че точно през медиите се перяха парите им, а когато вече не им трябваша, ги продаваха на други подобни или направо ги закриваха. Някак естествено тези собственици и техните главни редактори решиха, че не им е изгодно да правят дългосрочни инвестиции в професионална журналистика, а намериха бърза печалба в жълтото и сензационното съдържание. Така почти на критичния минимум се оказа персонифицираната сериозна журналистика за сметка на телевизионните формати и лотарийните игри, които продават евтини надежди за бързо забогатяване и създават фалшиви ВИП персони.

Чалгата проникна от музиката в обществения живот и възпита невзискателност у публиката, вече второ поколение е необратимо заразено. Чалгата се изкачи до върха на държавната пирамида и ни се натрапи в официалното говорене. Неграмотността от училището седна на студентските банки, фалшифицира биографии, вкара примитивни хора в Парламента и държавната администрация. Венецът на това падение е проектът на Закон за българския език, написан с правописни грешки. Освен че не могат да пишат, не могат и да четат. Да напомням ли за онзи депутат, който сричаше отчайващо текстовете от Закона за спорта и стана за посмешище в „Господари на ефира“.

Медиите трябва да говорят така, че да бъдат разбирани. Това пише в учебниците по журналистика. Но ако обектите на новините вече са похитили езика, а публиката е свикнала да получава жълта и сдъвана информация, за да не се затормозява, какъв би могъл да бъде езикът на медиите?! Уверявам ви, че поддържането на висок езиков стандарт е изключително трудно в силно замърсената езикова среда на общуването. Но то е и благородно занимание, защото медиите имат образователна функция. Изкушенията за младите колеги са големи, но четенето и писането в социалните мрежи не заменя красотата и богатството на литературния език. Нечетенето води до обедняване на езика и неговите изразни средства, затова не само медиите, но и журналистите започнаха да си приличат, публиката трудно ги различава. И това даде огромен шанс за различното, което в нашия случай се оказа жълтата преса и булевардният стил. Политическият жаргон също си извоюва огромна медийна територия. Паразити като: *всъщност, в смисъл, иначе, между впрочем, ...това, което имаме като..., входирам, институционализирам, транспонирам, бенефициенти и реципиенти...* и всякакви родни и брюкселски чиновнически клишета, станаха ежедневие. Няма оратори сред депутатите, има махленски скандали.

Как да разкажат за това медиите на книжовен български език, щом самият премиер призна, че народната любов му се полага, защото „аз съм прост и вие сте прости“. Дали си струва труда тогава медиите да говорят като университетски професори?

Девалвирането на стандартите във всички области на живота, обидното на моменти опростяване няма как да подмине езика на медиите. Особено когато празноговоренето е въздигнато в норма. Колкото повече думи, сложни термини, клишета, толкова повече удавен смисъл. Журналистът, от една страна, е длъжен да задава въпросите, ко-

ито интересуват хората, от друга страна, трябва почти експертно да познава материята на днешните сложни институционални отношения, за да разбира случващото се. Журналистът напоследък се е нагърбил и с още една функция, да бъде нещо като морална полиция срещу лобистките опити да се промъкват вредни за данъкоплатците текстове в закони, наредби и актове. Защо журналистите ли? Защото дори парламентарната опозиция се оказва с „широко затворени очи“ в това отношение. Тестват ни на принципа: „ако мине... мине, ако не мине, ще се разкаем и пак ще ни обичат“.

България е на 111-о място по медийна свобода – всеизвестен и унизителен факт, който може да доведе до смъртта на професията ни. Защо се случва това и каква е връзката му с езика на медиите?

Собствеността на медиите е непрозрачна. Кой плаща? Какви са политическите и бизнес партньорите му, а враговете?... Резултатът – журналисти просто изчезват от екрана и дори нямат право да обяснят причините, понеже в договорите им има такава клауза. Мълчанието е заразата, от която е болен и езикът ни. В контролираните медии това са забранените теми и събеседници, тези медии лесно се превръщат в бухалки, които да ударят опонента и да ласкаят благодетеля. И само една нощ след изборите е достатъчна, за да се обърне редакционната политика и езикът на изданието точно на 180 градуса.

Има един анекдот, с който преди много време посрещаха първокурсниците във Факултета по журналистика и който, за съжаление, днес пак звучи на място. Американският президент Роналд Рейгън, съветският лидер Михаил Горбачов и Тодор Живков отишли при възкръсналия Наполеон Банапарт, за да го попитат защо е загубил битката при Ватерло. „Защото няхах твоите модерни оръжия“, отговорил на Рейгън. „Няхах бойния дух на твоята армия“, казал на Горбачов. А на Живков обяснил – „Ако имах твоите медии, никой и досега нямаше да знае, че съм бил разгромен при Ватерло“.

Днешният виц е по-кратък и по-жесток: с вестник можеш да убиеш две неща – муха и политик.

Може би точно заради това езикът на медиите остана на заден план. Ключова се оказва собствеността на медиите и поръчките, които те изпълняват под носа на неподозиращата публика. Както казва премиерът Бойко Борисов: „Всеки олигарх може да си купи вестник, да си направи сайт и да ме плюе от сутрин до вечер“. При това разбиране за ролята на медиите, как да се сърдим на мистичните им собственици, че не инвестират в езика като в средство за образование и съхранение на народната свая. А и кому е нужна мислеща публика, хора с позиция? Трудно се управлява образован народ!

Затова и в последния мониторингов доклад на ЕК критиката за влошената медийна среда в България звучеше най-тревожно. Ролята на медиите като коректив на управлението е унищожена. Те са превърнати в „Огледалце, огледалце от стената, кажи кой е с най-висок рейтинг?“. А медиите, които не възхваляват образа в огледалото, кои-

то критикуват и разсъждават... просто изчезват, смачкани финансово, продадени, закрити, превзети отвътре...

И нека е ясно, това е процес, който дълго време се правехме, че не виждаме. Не е уникално изобретение на сегашните управляващи, даже не и на предишните. Затова е важно КОЙ наднича иззад паравана на публичността. Важно е да не спираме да питаме, да ги тревожим, дори и ако можем да си го позволим само с езика на Езоп.

Диана Янкулова-Тренева
София 1040
Бул. „Драган Цанков“ 4
Българско национално радио
програма „Хоризонт“
iankulova_d@bnr.bg

Diana Yankulova-Treneva
Sofia 1040
4 Dragan Tcankov Blvd.
Bulgarian National Radio
Horizont Program
iankulova_d@bnr.bg