

екранно действие. Тв пиар изгражда основни образи спрямо зададените параметри в сценариите на филмите.

- Пресконференция – външно-поведенчески жанр, който използва схемата на екранна изява на изложение и отговори на въпроси след това. Може да е изцяло телевизионен жанр при директните предавания (например пресконференциите, които се предават в предизборната нощ). Тв пиар се подготвя за тв изява по схемата въстъпление-въпроси-отговори.
- Брифинг – форма на поведение, подобна на предходната, която в селектиран вид поднася информация по определена тема от експерт или представител на социалната група, която касае определена проблематика. Тв пиар подготвя дадено поведение на експертна основа.

Поведението пред камера в групата на нежурналистическите жанрове се регистрира при участия на експерти и специалисти за коментар, анализ и прогноза на тема от деня по време на емисията в новинарското студио чрез прекъсване на схемата бланк-видео – това се превръща в постоянна или с цикличен характер структура на новинарска емисия, която е в основата на конструкцията на изграждане на телевизионните предавания.

Видове телевизионни участия спрямо основните телевизионни жанрове:

а) Информационни телевизионни участия: в новини – като част от т.нар. видеоматериали, където под формата на тв синхрон се показват различни експертни, политически, икономически и друг тип телевизионни присъствия. Могат да се създават чрез т.нар. преки включвания – от мястото на събитието, където във вид на информационно интервю се осъществяват информационни участия, свързани с конкретен информационен повод.

Основни телевизионни участия при новинарските емисии: кратък изказ, бързи реакции при задаване на въпросите и широка подготовка по новината на деня.

б) *Публицистични телевизионни участия*: в публицистичните телевизионни програми, където под формата на различни телевизионни дискусии или индивидуални интервюта, реализирани чрез разговори в телевизионното студио, се обсъждат актуални теми.

Основни тв участия при публицистиката: предимно кратък изказ и бързи реакции, умение да се води дискуссионен разговор с опоненти по темата. Поведението пред камера в публицистичните предавания се осъществява от представители на дадена организация или институция, които притежават поведенчески коментарни умения да обобщават процеси и явления, които са обект на телевизионната изява в ефир. Като правило: в информационните емисии се съобщават новините, фактите и проблемите. В публицистиката – се коментира, разработва и анализира всестранно даден информационен повод от седмицат

в) *Художествени телевизионни участия*: реализират се в художествените телевизионни предавания – от обзорни културни програми до съвременни телевизионни формати – токшоу, тв игри и др.

Основни тв участия при художествените програми: те са също в две позиции – новинарски и обзорни предавания. В новините се показват позиции, които могат да бъдат и във формата на общи прессъобщения тип св при необходимост за ефирно присъствие в кадър на даден творец, като паралелно се подготвят и експертни участия в художествената група – като поведение на критици в определена културна област, които в кратка форма могат да покажат творческите постижения на даден творец. В обзорните културни предавания (подобно на публицистичните) в тематичен аспект се търси разширено участие на дадена тема.

Ефирното присъствие на събеседниците в художествените програми се разработва чрез екранни форми, които като тип тв изява опростяват специфичната терминология на дадено изкуство, като избират определен ракурс за неговото общопопулярно телевизионно излъчване.

Поведенческата телевизионна теория е с общ изследователски телевизионен показател екранната изява и в двете подкатегории – журналистическа и нежурналистическа. Разделението е по посока на определени допълнителни показатели, които влияят върху формирането на нежурналистическата част.

В исторически контекст тв пиар се развива с развитието на телевизионната среда у нас. Първоначално телевизионните понятия, свързани с пиар дейността се дефинират в няколко категории. „Средствата за масова информация и пропаганда, част от които са телевизията и радиото, обективно съществуват като самостоятелна социална система за събиране, преработване, запазване, предаване и възприемане на социалната информация, за осъществяване на информационен обмен в обществото.” (ИДА, ф. 206, оп. 12, а. е. 2, л. 5: Концепция за развитие на БТ и БР до 1990 г.). Тази самостоятелна социална система за събиране, преработване и предаване на информацията предшества дейностите на съвременния тв пиар. В периода преди 1989 г. комуникационните канали на разпространение на информацията най-общо се групират по следния начин: „постоянни”, добре структурирани (организирани) канали – информация от управленческите подсистеми на обществото, обществени организации, учреждения, документи, продукти на материалното производство, книги; „непостоянни”, слабо структурирани канали, (социално-дифузионни канали) – настроения, слухове, неофициални изказвания. Благодарение на това, че първата група канали са постоянни и добре организирани, всяко едно звено (структура) може да осъществи регулярни връзки с тях. При каналите от втора група е необходимо да се потърси взаимодействието с различни организации, осъществяващи наблюдение върху тях – например социологически центрове, институти по социалното обезпечаване на обществото. (ИДА, ф. 206, оп. 12, а. е. 2, л. 145: Тезиси за функционално-информационен модел на Българската телевизия и радио).

Постоянни и непостоянни комуникационни канали – при тях се изграждат връзките с обществеността. Първоначално са част от постоянните канали, а в съвременната среда непостоянните канали стават водещи постоянни комуникационни канали.

В медийната история средствата за масова комуникация са “непосредствено насочени към индивида, към социалната група. Докато индивидът участва чрез различните си социални роли в информационния обмен на обществените подсистеми, чрез средствата за масова информация се извършва цялостното му социализиране и приобщаване към ценностите на обществото. Средствата за масова информация третират медията като източник на информация за всички информационни процеси в обществото. По този начин средствата за масова комуникация “интегрират специализираните информации” на различните подсистеми в общ продукт, който може да се нарече

определение на понятието “информация” при средствата за масова информация. (ЦДА, ф. 206, оп. 12, а. е. 2, л. 135–136: Тезиси за функционално-информационен модел на Българската телевизия и радио). На тв екран информацията се разпространява чрез постоянните комуникационни канали. Анализира се в различни публицистични програми. За модел на публицистиката се използват и структурни форми от класическия пиар.

Исторически акценти на ТВ пресконференции на екрана

В телевизионната история тв пиар се обособява в различни структурни територии на тв екран. Първоначално от класическия пиар на тв екран се взимат класическата пресконференция. През 80-те години на миналия век се реализира чрез предаването „Пресконференция на БТ” като реален модел на пресконференция. Всеки участник в студиото има право на 10 минутно въвеждане преди същинското задаване на въпроси. На “Пресконференция БТ” присъстват винаги седем журналисти. Телевизионната схема на тв пиар е чрез въвеждане-въпроси-отговори. В практическото поведение пред камера схемата въвеждане-въпроси-отговори е основна. Тя се прилага при подготовката на тв участия и е част от работата на съвременните тв пиари.

Тв пиар и видовете тв участия

Поведението пред камера при различните телевизионни присъствия се изгражда както чрез общия инструментариум на екранната изразна система, така и чрез специфични компоненти спрямо отделните типове ефирна изјава.

Монологични телевизионни участия – при т.нар. телевизионни речи и изявления по определен повод. Поведението пред камера при т.нар. монологични ефирни присъствия се характеризира с тв представяне, което е водещо при създаването на определен предварително създаден текст. Могат да са част от тв предавания при т.нар. въвеждания.

Диалогични телевизионни участия – включват екранни изяви в различните телевизионни предавания и формати. При този тип водещото поведение пред камера се характеризира с паралелно тв развитие на тези и водене на тв дискусия – във вид на спор,

диалог или друг тип телевизионна форма, за да се анализира определена тема, при която се регистрират присъствия в кадър на *група от събеседници*.

Телевизионни участия спрямо телевизионните журналисти – особености и същност. Този тип телевизионни изяви се характеризира с развитие по схемата: въпроси – отговори. Поведението пред камера се обособява на основата на поведенчески реакции спрямо зададените въпроси. Този тип екранно функциониране се осъществява чрез последователно разясняване на определена тема. Може да се влияе от журналистическия стил на телевизионните журналисти – участията на събеседниците се разработват спрямо типовете въпроси, които създават отделните тв водещи в предаванията, като съответно се съобразяват с тях.

В телевизионните предавания се използват главно този тип участия.

През 90-те години се развиват ТВ пресконференции по време на изборните студия в НДК.

През 90-те години на миналия век на тв екран тв пресконференции се развива във формат: встъпления-въпроси-отговори, като политическите пресконференции се предават пряко. Тази екранна форма е с непостоянен тв характер и се включва в тв програма само по време на избори. Тя е в основата на формирането на политически тв образи, които предварително се подготвят за този тип изява и реализират структурните елементи на поведението пред камера чрез тв пиар.

Телевизионни поведенчески участия в групата на нежурналистическите жанрове наричаме възможностите за осъществяване на т.нар. екранни представяния на тези, идеи, концепции и др., формирани от участниците в телевизионните програми. Подготовката при организиране на дадено поведение пред камера се характеризира в цялостно познаване на инструментариума на телевизионната специфика при различните типове изява. Телевизионните поведенчески участия се създават в последователен ред чрез поетапно разработване на текстовото развитие на ефирното присъствие в неговите базови компоненти – правила на телевизионно писане, формиране на тези по даден въпрос, телевизионни представяне на тезите, аргументиране, защитаване и прогнозиране

на този въпрос, както и цялостно визуално развитие в посока на защитаване на изработените тези.

Телевизионните поведенчески участия се изграждат на базата на общо създаване на поведение пред камера в зависимост от индивидуалните, личностните характеристики:

- Телевизионните поведенчески участия за елитарен тип тв участие – този вид се изработва на базата на екранно присъствие, което е насочено към определена аудиторна група, която не е от масов тип. Телевизионните послания се формират и изразяват на стил, близък до литературната или научна основа, с примери от различни сфери и използване на термини, които не са широко популярни, а телевизионното присъствие е в рамките на т.нар. протокол – официално представяне, без доближаване, конвергенция с масовата аудитория.
- Телевизионни поведенчески участия за масов тип тв изява – основава се изцяло на стила на изказа на разговорния стил, което доближава телевизионното представяне до масовото, популярно, ежедневно общуване, като акцент в телевизионната изява е конвергенция по линия на масовата аудитория.
- Телевизионните поведенчески участия за елитарно-масов тип тв поведение – този тип е смесен чрез редуване или употреба на предходните два в зависимост от конкретното телевизионно участие, като доминиращо ефирно присъствие е елитарното.
- Телевизионните поведенчески форми за масово-елитарен тип тв участие – и този тип е в групата на смесените, но с разликата, че доминантата е в посока на масовото представяне.

Подготовката за телевизионните изяви в ефир формира познание на основните телевизионни термини, правилата за писане, както и спецификата при различните типове участия в тв предавания. Въвеждането на понятието телевизионно участие се откроява при дефинирането на функциите на поведението пред камера по отношение на телевизионната програма. Екранното участие като процес се създава и функционира паралелно с

развитието на телевизионните организации. Изграждането на ефирното присъствие в кадър е съпроводено с познаването на различните видове телевизионна дейност, както и възможните типове телевизионни участия, които се разграничават по форма на представяне и обща подготовка.

Основните видове телевизионни участия се базират на телевизионната стандартизация, т.е. спрямо видовете главни екранни единици, в които се създават ТВ присъствия в кадър.

През 90-те години се развива ТВ пиар без журналисти – *ТВ парламентарен контрол*.

В телевизионната история се открояват няколко съществени промени в развитието на съвременния ТВ пиар. През 90-те години на миналия век с преките излъчвания по БНТ на парламентарния контрол ТВ участия развиват ТВ пиар по схемата: *изказване-реплика-дуплика*. Така на ТВ екран се развива и ТВ пиар на политическите образи на екрана. Формира се ефект на крайните, на финални образи. В периода на прехода медийните образи се създават на ТВ екран – без предварително формиране на ТВ образи от пиар специалисти. Първо се налага на телевизионния екран даден образ чрез неговото появяване в предаването, а след това пред ТВ зрители в различни предавания се развива и разработва. Така в периода на прехода ТВ образи се създават и развиват на ТВ екран. В периода на конкуренция ТВ изява е предварително подготвена; образите са предварително създадени и ТВ изява е краен продукт, а не начално представяне. Ако по време на прехода ефирните образи се формират на екрана пред зрителите, то в периода на конкуренцията формирането е част от предварителната дейност. На ТВ екран се представят, а не създават ТВ образи.

Телевизионните излъчвания на парламентарния контрол са преки и следват схемата на парламентарния ред – изказване, реплика, дуплика. За развитието на ТВ пиар на екрана се прилагат различни комуникативни умения. С развитието на политическата реч се развива и телевизионната реч в парламентарния контрол. Езикът на омразата през последните години в тази телевизионна форма открива доста съответствия в т.нар. методика „Murder Board“ („Трибунал на смъртта“), която се „свежда до разиграване на симулативна ситуация, в която даден субект – презентатор, автор на идеята и пр., се

поставя в изкуствено създадена враждебна обстановка, като целта е намирането на максимален брой слаби места в представяната идея и потенциални трудности при нейната реализация” (Стефанова, Събева 2016: 1). Нели Стефанова и Яна Събева обособяват няколко практико-приложни реторически тренинги по методиката, които са приложими и в тв пиар: *„Разработване на картотека от подвъпроси*. Представлява разделяне на конкретната темата на множество кратки подвъпроси. Целта е в хода на представянето темата да бъде развита детайлно, изчерпателно и систематично, като се засегнат всички гледни точки и свързани с нея аспекти; *Подготовка на кратки монолози по въпросите от разработената картотека*. В този процес се използват компетенциите на експерти от съответните предметни области. Впоследствие се преминава към заучаване и произнасяне на подготвените монологичните изказвания; *Отработване на похвата „словесна престрелка”*. Състои се в упражняване на уменията да се задават кратки, ясни въпроси и да се дават кратки, ясни отговори; *Отработване на „похвата Никсън”*. Представлява техника за измъкване от нежелан въпрос чрез умело преориентиране на получения въпрос към тематично най-близкия от предварително подготвената картотека; *Упражняване на провокативни въпроси*. Представляват въпроси, проблематизиращи истинността и правилността на изложените от опонента тези и аргументи. Този похват служи за формиране на бързи словесни рефлексии в диалога.” (Стефанова, Събева 2016: 3)

Тв пиар без журналисти се развива на тв екран през 90-те години в телевизионна форма на парламентарния контрол. Предават се пряко излъчвания от парламента, при които директно в ефир се осъществява тв изява, в която журналистите не са участници в процеса на комуникация.

Телевизионни участия спрямо други телевизионни участия – специфика и реализация. Екранната изява по модел участия – участия се характеризира не само с отговори на въпроси, а и с отстояване на тези. За разлика от предходната схема въпроси – отговори на тв журналисти, този тип изяви включват защита, аргументация, отговор на определена позиция, като паралелно се създават и реципрочни процеси на формиране на аргументи и тези в резултат на даване на отговор, който се поставя от друг участник (освен тв журналист) в телевизионните предавания. Така се създава стратегическа теза на участниците в тв предавания – тези аргументи стават аргументи и на едните, и на другите участници в дискусията, които изискват отговори на въпросите, които другите

представители са формирали, т.е. схемата е: въпрос на въпроса; отговор на отговора, който възниква в резултат на въпрос или отговор на друг събеседник в предаването. Развиват се еднотипни конструкции за формиране на тези и антитези. При този тип участия разработването на тези и определен тип тв представяне също може да се съобрази с конкретен тв формат и с другите участници в него.

При тв парламентарен контрол първоначално се развива тв реч от общ характер, която е неподготвена за тв екран. Доближава се по стилистика до т.нар. лалия – „специфична реторическа форма, която носи наименованието лалия (*λαλία*). Името на този тип реч идва от глагола *λαλέω* със значение „говоря“, „приказвам“, „бъбря“, „бърборя“, „лалам“, „говоря празни приказки“. Нейната основна цел е да въздейства емоционално на аудиторията.” (Петрински 2015: 2).

В най-ново тв време тв пиар без журналисти се развива в нова фаза – тв пиар без журналистическо участие – при използване на социалните мрежи, в които се реализират събития, без да се включват журналисти. Разпространяват се в социалните мрежи и от тях тв журналисти създават тв репортажи.

Аудио-визуални стратегии, практики, умения се променят през 2019 г. в развитието на политическите аудио-визуални практики. За европейските избори и изборите за кмет в София се откроява нов аудио-визуален елемент, който променя тв пиар. Телевизионният пиар чрез поведението пред камера се променят в дигитална среда. Аудио-визуалните стратегии дефинират ново организиране на събития. Аудио-визията става базов подход за предаване на живо в социалните мрежи. Премиерът Бойко Борисов по време на евроизборите направи основни не телевизионните си изяви, а аудио-визуалните събития в интернет. bTV през юни излъчват репортаж за живите излъчвания на Бойко Борисов: „Той направи рекорд от 9 преки включвания на личната си страница” (Цял ден във „Фейсбук”: Борисов предава „на живо“ как прави стрес тест на кметовете. <https://btvnovinite.bg>). Обявяването на кандидатурата на Мая Манолова за кмет на София също се осъществява чрез събитие, разпространено в първо в социалните мрежи без журналистическо отразяване, което се включва в новинарския поток чрез информация от интернет.

Сравнителната аудио-визуална теория откроява промени в комуникационните канали, чието деление на постоянни и непостоянни (в исторически контекст) се допълва с нови характеристики в най-новото медийно време.

Постоянните канали разпространяват информация от непостоянни публични канали като социалните мрежи. Пример е обявяването на кандидатурите на Йорданка Фандъкова и на Мая Манолова за кмет на София. Обявяването на кандидатурите на Мая Манолова и Йорданка Фандъкова за кмет на София се реализира с класически и нови аудио-визуални способи. При Манолова – събитие, разпространено в социалните мрежи без участието на журналисти, при Фандъкова – събитие чрез класическо медийно отразяване в метрото. Промяната е от водещ тв пиар във водещ аудио-визуален дигитален пиар. Телевизиите представят новината за Мая Манолова като тв репортаж, изграден чрез информация от социалните мрежи – без класическото журналистическо отразяване. Медийни агенции като „Фокус“ се позовават на Нова телевизия, цитирайки тв репортаж на медията: „Утре ще подам оставка като омбудсман, за да се кандидатирам за кмет на София“. Това заяви омбудсманът Мая Манолова по време на неформална среща с граждани, публични личности и НПО, предаде Нова телевизия (Мая Манолова: Утре ще подам оставка като омбудсман, за да се кандидатирам за кмет на София, <http://www.focus-news.net>).

В изследването се представиха основни екранни практики, които са част от тв пиар. Като цяло може да се обобщи: развитие на формата на тв пресконференции и развитие на тв пиар – без журналисти. Водещата аудио-визуална стратегия е основната роля на аудио-визуалния дигитален пиар. Съвременните комуникационни стратегии налагат нови практики, които макар и с непостоянен характер, очертават бъдещи стратегии за развитие на комуникациите, в които аудио-визията е с водещо значение.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Централен държавен архив 1990: Централен държавен архив, ф. 206, оп. 12, а. е. 2 (Концепция за развитие на БТ и БР до 1990 г.).

Централен държавен архив: Централен държавен архив, ф. 206, оп. 12, а. е. 2 (Тезиси за функционално-информационен модел на Българската телевизия и радио).

Петрински 2015: Петрински, Г. „Лалия“: „стендъп шоуто“ през късната Античност. – В: Електронно научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 20, ноември 2015, последно посетен 26.11.2019, <<http://rhetoric.bg/>>.

Стефанова, Събева 2016: Стефанова, Н., Събева, Я., „Murder Board” и тренингите по реторика. – В: Електронно научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 23, юли 2016, последно посетен 26.11.2019, <<http://rhetoric.bg/>>.

Манолова 2019: Мая Манолова. Утре ще подам оставка като омбудсман, за да се кандидатирам за кмет на София. *Агенция „Фокус“*, 02.09.2019, последно посетен 21.11.2019, <<http://www.focus-news.net/news/2019/09/02/2695110/ombudsmanat-maya-manolova-vlastta-nyama-da-me-spre-samo-mozhe-da-me-motivira.html>>.

Цял ден във „Фейсбук” 2019: Борисов предава „на живо“ как прави стрес тест на кметовете. – В: *btvnovinite.bg*, 2.06.2019, последно посетен 26.11.2019, <<https://btvnovinite.bg/bulgaria/cjal-den-vav-fejsbuk-borisov-predava-na-zhivo-kak-pravi-stres-test-na-kmetove.html>>

TELEVISION PR AND BEHAVIOR IN FRONT OF THE CAMERA – AUDIOVISUAL STRATEGIES, PRACTICES, SKILLS

Polya Ivanova, PhD, Associate professor, Sofia University St. Kliment Ohridski

Abstract

Several theoretical fields are elaborated in the study – television, TV PR, behaviour in front of the camera, comparative audiovisual theory. Indicators for assessment of media practices related the behavior in front of the camera and TV PR are developed. A general classification of TV PR is established.

Key words: television, TV PR, behavior in front of camera, comparative audiovisual theory.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Иванова, Поля. Телевизионен пиар и поведение пред камера. Аудио-визуални стратегии, практики, умения – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 11 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/11/tv-pr-and-behaviour/>>

Масовите отклонения от книжовноезиковите норми в медиите – грешки или нови норми?

Андреана Ефтимова

Резюме:

В речта се наблюдават явления, които се отклоняват от книжовноезиковата норма и се употребяват масово, т.е. представляват „масови“ грешки, които общуващите с течение на времето спират да оценяват като отклонение в езиковото си поведение. Обичайно такъв тип грешки се интерпретират като проява на ниска езикова култура и като остър дефицит в познаването на книжовноезиковите норми. Всъщност много вероятно е да става дума за промяна на нормата, която е настъпила, но все още не е намерила отражение в кодификационните документи. В статията се анализират масови грешки в медиите, които вече не се осъзнават като дефекти на устната реч.

Ключови думи:

масова грешка, норма, книжовен език, кодификация

Както е известно, нормата е изискване на общественото мнение за приемлива организация и употреба на езиковите средства – граматически и лексикални – и не съществува извън узуса. Норми имат всички езикови формации, но само нормата на книжовния език е кодифицирана. По този начин усещането за отклонение от нормата всъщност е усещане за отклонение от книжовноезиковите правила, които предписват „правилните“ езикови форми и употреби.

Благодарение на придобитите в процеса на езиковото обучение езиков усет и познания за нормативност в книжовноезиковото поведение, всеки участник в общуването успява да отсее правилните от неправилните речеви прояви по отношение на книжовноезиковата норма. Винаги обаче в речта се наблюдават явления, които се отклоняват от книжовноезиковата норма и се употребяват масово, т.е. представляват „масови“ грешки, които общуващите с течение на времето спират да оценяват като отклонение в езиковото си поведение. Обичайно такъв тип грешки се интерпретират като проява на ниска езикова култура и като остър дефицит в познаването на

книжовноезиковите норми. Всъщност много вероятно е да става дума за промяна на нормата, която е настъпила, но все още не е намерила отражение в кодификационните документи.

Разбира се, не всички езикови „масови“ грешки могат да се окачествят като промяна, настъпила в книжовноезиковата норма. Масовите отклонения по посока на използване на диалектни особености се наблюдават в определени региони и представляват по същество „вмешателство“, „проникване“ (най-често нежелано и неосъзнато) на диалектните норми в книжовноезиковите, или другояче казано – взаимодействие между диалектни и книжовноезикови норми. Съществуването на два основни наддиалектни типа устна реч – източно- и западнобългарски тип – е отбелязано от Ст. Буров като съществуване на две паралелни норми на книжовната устна реч, които според мнението на учения е време да бъдат признати за два стандарта на устната книжовна реч, за два книжовно-разговорни стила в рамките на единния български език (Буров 2012). Предложението заслужава внимание, тъй като масовите отклонения от диалектен произход, но получили наддиалектно разпространение в устната реч се възпроизвеждат и поне засега нито образованието, нито обществения натиск, нито дори личната възискателност са успели да ги отстранят от речта дори на високообразовани българи. Но все пак подчертавам, че става дума за *устната реч*. В обществената практика съжителството на три норми – две устни и една писмена – или на две паралелни писмени норми, успоредени с устните, би довело до сериозни затруднения в общуването. Студията на Ст. Буров обаче показва, че съществуването на масови отклонения от книжовноезиковите норми, които вече не са диалектно обособени и имат наддиалектно разпространение, се отчита в съвременните изследвания. Тези отклонения са част от речевата практика на езиковата общност по цялата езикова територия и заслужават повнимателен поглед и прочит, тъй като някои от тях вече не се осъзнават от говорещите като отклонения от правилата. Нещо повече. „Самият факт, че те (правилата – б.а.) трябва да бъдат набивани в главите, показва, че са чужди на естествения начин, по който езиковата система работи“ (Пинкър 2007: 442). Когато една грешка се разпространи толкова масово и се възприеме като правило, а не като изключение, тогава вероятно е време да се приеме, че конкретната езикова парадигма се е променила. Отстояването на правила, които никой не спазва, е съпротива срещу естественото развитие на езика. „Но