

**Филологически ракурси**  
**Том III**

**ЕЗИК И КОМУНИКАЦИЯ**  
**МЕДИАЛИНГВИСТИЧНИ ИЗМЕРЕНИЯ**

**Шумен, 2019**

„Филологически ракурси“ е научна поредица от публикации в основните области на филологическото образование: езикознание, литературознание, транслатология, интеркултурна комуникация, методика на чуждоезиковото обучение.

Научната поредица „Филологически ракурси“ се издава в двугодишна периодика по инициатива на катедра „Германистика“ при ШУ „Епископ Константин Преславски“. Том III се издава по проект РД 08-105/ 01.02.2019 г. „Език и комуникация - медиалингвистични измерения“.

**Съставители:**

Гергана Герова, Антоанета Димитрова, Даниела Кирова

**Отговорен редактор:**

Антоанета Димитрова

**Рецензенти:** Стефка Калева, Юрий Проданов

ISSN: 2367-8348 (print)

ISSN: 2603-4298 (online)

Университетско издателство „Епископ Константин Преславски“ – Шумен

## СЪДЪРЖАНИЕ

<b>Предговор</b> .....	<b>5</b>
<b>Гергана Герова</b> Анонимността на професионалната журналистика .....	<b>11</b>
<b>Антоанета Димитрова</b> Фатална ... метонимия? – „Расисткият скандал“ на мача „България“ – „Англия“ от 14.10.2019 г. (по материали от немски онлайн медии) .....	<b>28</b>
<b>Севгинар Динчерова</b> Дъжд – езикова символика в български, немски и турски медии .....	<b>40</b>
<b>Даниела Кирова</b> Перитекстуално обкръжение на немския ням филм .....	<b>55</b>
<b>Деляна Димитрова</b> Fairy tales in the media: Rapunzel (A case study) .....	<b>86</b>
<b>Снежана Бойчева</b> Пътуването като културен феномен. Ксенологични аспекти на пътеводителя .....	<b>104</b>
<b>Милена Стоянова</b> Емпирични верификации и сравнителна характеристика на храненето в Германия и България .....	<b>128</b>
<b>Аглика Добрева</b> Формат <i>Печа куча</i> и неговото приложение в обучението по английски език .....	<b>143</b>
<b>Атанас Ковачев</b> Контрастивната лингвистика между преводознание и методика на чуждоезиковото обучение .....	<b>156</b>

## CONTENTS

<b>Preface</b> .....	5
<b>Gergana Gerova</b> Anonymity in professional journalism.....	11
<b>Antoaneta Dimitrova</b> <i>Fatal...metonymy?</i> – „A racial scandal” at the football match Bulgaria – England from 14 October 2019 (on materials from German online media) .....	28
<b>Sevginar Dincherova</b> Rain – linguistic symbolism in Bulgarian, German and Turkish media.....	40
<b>Daniela Kirova</b> Peritextual medium of the German silent film.....	55
<b>Delyana Dimitrova</b> Fairy tales in the media: Rapunzel (A case study) .....	86
<b>Snezhana Boycheva</b> Travelling as a cultural phenomenon. Xenological aspects of the travel guide .....	104
<b>Milena Stoyanova</b> Empirical Verifications and Comparative Characterization of Nutrition in Germany and Bulgaria .....	128
<b>Aglika Dobрева</b> On the format <i>Pecha Kucha</i> and its implementation in the process of English language teaching .....	143
<b>Atanas Kovachev</b> Contrastive Linguistics between Translatology and Methodology of Foreign Language Learning .....	156

## ПРЕДГОВОР

Настоящият том III от издаваната в двугодишна периодика научна поредица „Филологически ракурси“ на катедра „Германистика“ при ШУ „Епископ Константин Преславски“ е обвързан с тематиката на вътрешноуниверситетския проект „Език и комуникация – медиалингвистични измерения“ (РД-08-105/01.02.2019), с чиито финансови средства се осъществява неговото публикуване.

Научните разработки в изданието биха могли да се обособят според естеството на своята проблематика в четири тематични области: I. медиалингвистика – медии; II. литература – медиалност; III. туризъм – медиалност; IV. медиалност – обучение.

Освен разработките от колегиума на катедра „Германистика“ том III съдържа две статии на студенти, обучавани в предлаганите от Катедрата магистърски програми, а именно: статията „Емпирични верификации и сравнителна характеристика на храненето в Германия и България“ на Милена СТОЯНОВА от магистърска програма *Немска филология – езиково обслужване на туризма и бизнеса* и статията „Контрастивната лингвистика между преводознание и методика на чуждоезиковото обучение“ на Атанас КОВАЧЕВ от магистърска програма *Немска филология – Лингвистика и превод*.

### I. Медиалингвистика – медии

Статията на Гергана ГЕРОВА визира тревожната тенденция към анонимност в професионалната журналистика, безкритичното мултиплициране на дадена новина от голям брой медии, както и некоректността при цитиране или превод на журналистически материали от източниците, откъдето е почерпена дадена информация.

Акцентът в статията на Антоанета ДИМИТРОВА пада върху модалността на медийното представяне на дадено събитие и по-специално – върху употребата на генерализираща лексика и метонимии от вида *totum pro parte*, което води до създаване или поддържане на отрицателни стереотипи. Налага се изводът за задължителна отговорност на журналистите при езиковото оформление на своите текстове с цел правдиво и коректно отразяване на събитията.

Севгинар ДИНЧЕРОВА, изхождайки от универсалността на дъжда и от неговата културна и езикова символика в българската, немската и турската общност, разглежда употребата на български, немски и турски фразеологизми, съдържащи съответно *дъжд*, *Regen* и *yağmur* в съвременния български, немски и турски медиен дискурс, като държи сметка и прави изводи за тяхната

актуалност и популярност, както и за сходствата и културно-специфичните различия между трите общности.

## II. Литература – медиалност

Студията на Даниела КИРОВА представлява новаторско изследване, където с опора на типологията на Жерар Жанет и на представените в нея два основни вида – перитекст и епитекст – е анализирано перитекстуалното обкръжение на немския нем филм, а осветляването на взаимовръзките между шрифт и кадър е онагледено с примери от пет немски филма, които датират от времето между 1920 г. и 1922 г.

Деляна ДИМИТРОВА в статията си „Вълшебните приказки в медиите: *Рапунцел* (изследване на отделен случай)“, написана на английски език, предлага сравнителен анализ на класическата приказка „Рапунцел“ от братя Грим и на нейната филмова версия, а при интердисциплинарния подход на нейното изследване централно място заема когнитивната лингвистика с теорията за концептуалната метафора. Представени са три общи за двете медии ключови концептуални метафори, предопределящи техни общи основни сюжетни и смислови структури, а именно: “взаимоотношенията са отграничени пространства”; “контролът е горе”; “любовта е лечител”.

## III. Туризм – медиалност

В своята статия Снежана БОЙЧЕВА разглежда съвременните алтернативи на медията “пътеводител” въз основа на ключовата опозиция *масов туризм - индивидуализиран туризм*, отчитайки модалността на представяне на туристическите продукти в двете туристически измерения. Обръща се внимание на културно-специфичните различия при международния туризм и се предлагат подходи за създаване на текстове в сферата на международния туризм, подпомагащи едно интензивно, задълбочено и реалистично съприкосновение на туристите с приемната култура.

Милена СТОЯНОВА анализира резултатите от собствено анкетно проучване на впечатленията на немски туристи от България и на български туристи от Германия основно в областта на кулинарията и стига до извода, че немските респонденти познават добре, харесват и са склонни да препоръчват сред своето обкръжение българската национална кухня, докато българските респонденти се въздържат от препоръчване на немската национална кухня, понеже не я познават достатъчно добре и не харесват определени ястия.

## IV. Медиалност – обучение

Аглика ДОБРЕВА ни запознава с характеристиките и приложението на формат за презентация *Печа куча 20x20* и представя идеи за неговото

ползване в обучението по английски език за специалисти и неспециалисти на университетско ниво, като подчертава ролята, която играе подготвянето на презентации в този формат за развиване на необходимите в XXI век умения – критично мислене, езикови и комуникативни умения и умение за работа в екип.

Атанас КОВАЧЕВ представя интердисциплинарните връзки между преводознание, контрастивна лингвистика, която има ключово значение за обучението на преводачи, и методика на чуждоезиковото обучение. Интердисциплинарната обвързаност между транслатология и контрастивна лингвистика е осветлена в теоретичен план от гледната точка на Волфрам Вилс, а връзката между контрастивна лингвистика и методика на чуждоезиковото обучение е описана с практико-приложна насоченост от позицията на Регина Хески.

*От съставителите*

## PREFACE

The present volume III of the two-year published scientific periodical “Philological Perspectives” of the Department of German Studies at “Episkop Konstantin Preslavsky” University of Shumen is thematically related to the university project entitled “Language and communication – media-linguistic dimensions” (ПД-08-105/01.02.2019), which provides the funding for the volume’s publishing.

According to the nature of the problems they examine the research works in the issue can be grouped in four thematic areas: I. Media-linguistics – media; II. Literature – mediality; III. Tourism – mediality and IV. Mediality – instruction/education.

In addition to the works written by the Department of German Studies staff volume III includes two articles by university students educated in the Master programs offered by the Department – the article “Empirical Verifications and Comparative Characterization of Nutrition in Germany and Bulgaria” by Milena STOYANOVA doing her Master’s program *German Philology – Language Studies of Tourism and Business*, and “Contrastive Linguistics between Translatology and Methodology of Foreign Language Learning” by Atanas KOVACHEV enrolled in Master’s program *German Philology – Linguistics and Translation*.

### I. Media-linguistics – media

Gergana GEROVA’s article examines the worrying trend towards anonymity in professional journalism, the uncritical multiplication of a particular piece of news by a great number of media, as well as the problem of integrity in citing and translation of journalistic materials from information sources.

The accent in Antoaneta DIMITROVA’s article falls on modality of media presentation of a particular event and more precisely – on the use of generalizing lexis and metonyms of the kind *totum pro parte* which leads to creating and conforming to negative stereotypes. The conclusion is drawn that journalists’ responsibility in linguistic text production is mandatory for the purpose of truthful and proper coverage of events.

Sevginar DINCHEROVA’s work, based on the universality of rain and its cultural and linguistic symbolic dimensions in Bulgarian, German and Turkish communities, examines the use of phraseological expressions in the three languages, containing respectively *дъжд*, *Regen* and *yağmur* in modern Bulgarian, German and Turkish media discourse. She reviews them and draws conclusions of their topicality and popularity, as well as the similarities and culturally-specific differences between the three communities.

## II. Literature – mediality

Daniela KIROVA's work is innovative research in which paratextual medium of the German silent film is analyzed based on Gérard Genette's typology and the two basic types presented in it – peritext and epitext. The presentation of the relations between font and film frame is illustrated with examples from five German silent films dating from the period of 1920-1922.

In her article “Fairy tales in the media: *Rapunzel* (a case study)”, written in English, Delyana DIMITROVA offers a comparative analysis of brothers Grimm's classic fairy tale “Rapunzel” and its film version. Cognitive linguistics and theory of conceptual metaphor lie in the focus in the interdisciplinary approach of her research. Three key conceptual metaphors are presented which are common to both media, and which predetermine basic common plot and semantic structures, namely RELATIONSHIPS ARE ENCLOSURES, CONTROL IS UP and LOVE IS A HEALER.

## III. Tourism – mediality

In her article Snezhana BOYCHEVA examines modern alternatives of the medium “travelogue” based on the key opposition *mass tourism* – *individual tourism*, rendering account of the modality of tourist products presentation in both tourist dimensions. Culturally-specific differences in international tourism are considered, and approaches to producing texts in the sphere of international tourism are offered, which would facilitate tourists' intense, profound and realistic contact with the receiving culture.

Milena STOYANOVA analyzes the results of her own survey of German tourists' impressions of Bulgaria and Bulgarian tourists' impressions of Germany in the area of culinary arts, and she reaches the conclusion that German respondents are well familiar with Bulgarian national cuisine, have a liking for it and are willing to recommend it in their social community, while Bulgarian respondents show restraint in recommending German national cuisine, because they do not know it sufficiently well and do not like certain dishes.

## IV. Mediality – education

Aglika DOBREVA acquaints us with the characteristics and application of presentation format Pecha Kucha 20x20, and presents some ideas of its implementation into the process of English language teaching in the context of tertiary level education. She emphasizes the role of creating presentations in this format for the development of 21<sup>st</sup> century skills – critical thinking, language and communicative skills, as well as the ability to work in a team.

Atanas KOVACHEV presents interdisciplinary relations between translatology, contrastive linguistics, which has a key significance for the instruction of interpreters, and methodology of foreign language learning. Interdisciplinary interconnection between translatology and contrastive linguistics is outlined in theoretical aspect from Wolfram Wilss's view, and the relation between contrastive linguistics and foreign language learning methodology is described in a practical aspect from Regina Hessky's standpoint.

*The editors*

## АНОНИМНОСТТА НА ПРОФЕСИОНАЛНАТА ЖУРНАЛИСТИКА

Гергана Герова

**Резюме:** Статията представя проблема за анонимността на съвременната професионална журналистика в български онлайн медии. Проследяват се тенденцията за възпроизвеждане на една и съща новина от голям брой медии, проблемът за коректността при цитирането на източниците на новините, както и някои въпроси относно точността на превода на заглавия и части от материали.

**Abstract:** The article presents the problem of anonymity in contemporary professional journalism in Bulgarian online media. The trend for reproduction of the same news in numerous media, the problem of integrity in citing information sources as well as issues of the accurate interpretation of headlines and parts of news articles are reviewed in the work.

**Key words:** anonymity, news sites, fake news, headlines, citing

Времето, в което живеем, е доминирано от технологиите. Общуването и обменът на информация се осъществяват предимно в интернет и/или с помощта на дигитални продукти. Традиционните медии придобиха нов облик с трансформирането си в електронни издания във формат, много по-достъпен за значително по-голяма аудитория. Наред с тях потокът на информация стана по-интензивен благодарение и на социалните мрежи, които също се превърнаха в проводник и дори източник на новини за събития от различен характер. Ето защо на съвременната журналистика се наложи не само да променя формати и концепции, но и да адаптира начините, по които е функционирала доскоро, а това поставя нови предизвикателства пред нея.

В настоящата статия ще бъде разгледан въпросът за анонимността в онлайн медийното пространство от различен аспект, а именно: анонимността на професионалната журналистика. Повод за това е наблюдението, че в известен брой утвърдени и популярни сред потребителите новинарски сайтове неведнъж, а понякога и регулярно, се появяват статии и материали без посочен автор или дори източник.

Анонимността в интернет пространството е въпрос, който е обект на съществено внимание от страна както на журналисти и публицисти, така и на изследователите на медийния дискурс. Този въпрос е разглеждан най-вече във връзка със социалните мрежи и статута на идентичността на потребителите в тях, които от пасивни ползватели могат лесно да се превърнат в „репортери“, разпространяващи информация със съмнителна достоверност. С появата на „журналистиката на участието“ или „журналистика на гражданите в медиите“ границите на автентичността се размиват, а всеки гражданин с телефон и

желание да отрази важно според него събитие може да поеме традиционната функция на професионалните журналисти (Сухарова 2019).

Тъй като анонимността е съществен елемент на дигиталната среда, е необходимо да се разграничат различни видове анонимност.

На първо място може да се постави групата на потребителите, които се стараят да останат анонимни. Те могат да посещават различни сайтове, които предоставят възможност за коментар и да споделят мнението си често анонимно или под псевдоним. Определението за това какво означава да бъдеш анонимен според Ругу Канг и нейните колеги-изследователи гласи:

(B)eing anonymous means a person cannot be identified according to any of seven dimensions of identity knowledge, that is, the person's legal name, location, pseudonyms that can be linked to the person's legal name or location, pseudonyms that cannot be linked to specific identity information but that provide other clues to identity, revealing patterns of behavior, membership in a social group, or information, items, or skills that indicate personal characteristics.

(Kang, R., Brown, S, Kiesler, S. 2013)

(...) да бъдеш анонимен означава да не можеш да бъдеш идентифициран според нито едно от седем измерения на познанието за идентичност, сред които са легалното име на личността, местонахождението, псевдоними, които не могат да се свържат със специфична информация за идентичността, но предоставят други следи към нея, разкриващи поведенчески черти, принадлежност към социална група или информация, бележки или умения, които свидетелстват за лични особености<sup>1</sup>.

Разбира се, днес е трудно да си представим, че даден потребител и неговата активност в дигиталното пространство не могат да бъдат проследени, но въпреки това изследването на учените показва, че онлайн потребителите по редица причини са много загрижени за поверителността в инернет.

Другият вид анонимност – тази в журналистиката – би могла да се раздели на две подкатегории: анонимни сайтове и новинарски сайтове, които публикуват материали без автор.

Относно българските онлайн медии Красимир Гаджоков (2016) отбелязва, че „54%, или 176 от общо 324 от българските интернет сайтове за обществени новини са анонимни. (...) Врх в броя създадени онлайн медии е 2013 година с цели 38 нови, следвана от 2015 – с 31, и 2010 – с 30. Като цяло се забелязва, че в години на избори се създават повече интернет медии“. Гаджоков е автор на проекта „Медийно око“<sup>2</sup>, чиято цел е „да предупреждава

<sup>1</sup>Преводът на цитатите тук и по-нататък в текста е мой – Г. Г.

<sup>2</sup> <https://mediascan.gadjokov.com/>.

при проблеми със собствеността и обективността на българските интернет медии“ (Цалов 2017).

Част от причините за този вид анонимност могат да бъдат свързани със свободата на словото – критерий, по който България се намира на 111-то място в света, според „Репортери без граница“ (<http://news.bnt.bg>, 2019).

Джесика Вълчева (2017) публикува списък с анонимни новинарски сайтове, които обособява в две групи: сайтове, които „не са посочили на своите страници никаква форма за контакт или само онлайн формуляр за попълване, както и такива, които имат свой мейл, чрез който може да се осъществи връзка“.

Анонимността в журналистиката засяга и новинарски сайтове с материали без посочен автор, което е често срещано явление в българското (и не само) онлайн медийно пространство. Примери за електронни медии, в които могат да се намерят анонимни материали се срещат в <https://news.bg>, <https://www.24chasa.bg>, <https://btvnovinite.bg>, <https://offnews.bg>, <https://www.webcafe.bg>, <https://e-vestnik.bg>.<sup>3</sup> Най-често става дума за материали, преведени от чуждестранни източници, но не са рядкост и статии, анализи и мнения относно вътрешни проблеми, под които обаче не се открива име на автор<sup>4</sup>.

Анонимността в контекста на журналистиката доскоро най-често е била дискутирана във връзка с политиката за цитиране и разкриване на анонимни източници. Нели Огнянова в материал за онлайн изданието на вестник „Култура“ пояснява:

В българския медиен закон изрично се предвижда, че журналистите могат да включват в новинарските си емисии информация от анонимен източник, но трябва изрично да посочат това с цел аудиторията да бъде известена за непроверения характер на съобщението. Правилото се отнася както за правото на журналиста да огласява информация от неизвестен източник, така и за правото да огласява информация от

---

<sup>3</sup> <https://www.24chasa.bg/novini/article/7580664>  
<https://btvnovinite.bg/svetut/chovechestvoto-ot-dnes-zhivee-na-kredit-kam-zemjata.html>  
<https://news.bg/world/shefat-na-amerikanskoto-razuznavane-hvarlya-ostavka.html>  
<https://offnews.bg/medii/poveche-ot-50-ot-sajtovete-za-novini-u-nas-sa-anonimni-642116.html>

[https://www.webcafe.bg/webcafe/onya-deto-ne-go-triyat/id\\_670701001\\_Rechnik\\_za\\_epohata\\_na\\_dezinformatsiyata](https://www.webcafe.bg/webcafe/onya-deto-ne-go-triyat/id_670701001_Rechnik_za_epohata_na_dezinformatsiyata)  
<https://e-vestnik.bg/11292/v-internet-veche-nyama-anonimnost/>

<sup>4</sup> <https://www.standartnews.com/mneniya-analizi/kostov-prechupi-georgiev-no-se-prepna-v-geshev-398499.html>

<https://www.24chasa.bg/mnenia/article/7594225>

известен нему източник, който обаче „е пожелал да остане анонимен“ за широката аудитория. (Огнянова 2008)

Тези законови положения са аналогични на постулатите в Етичния кодекс на българските медии, където в точка 4. „Взаимоотношения в медиите и между медиите“ се казва: „Ние уважаваме авторското право и спазваме авторскоправните споразумения“.

В тази формулировка липсва изрично споменаване, че авторът на статията или материал трябва да бъде посочен, тъй като това е задължително условие при представянето на лично произведение на общественото внимание. Как може да се претендира за авторски права, когато името на автора липсва? Материал може да бъде публикуван в известен и утвърден сайт, чиято легитимност да се провери, но не става ясно, кой точно е работил по статията, въпреки че в мнозинството от случаите поне е посочен източник на информацията. Ако обаче тя идва от чуждоезичен информационен източник, следва да бъде преведена, понякога съкратена и представена в синтезиран вид или интерпретирана, което вече е основание за посочване на авторство.

Понякога като автор е посочен „екип“ на сайта или просто е изписано името на сайта<sup>5</sup>. Това поражда редица въпроси: Това тенденция в съвременната журналистика в международен план с отзвук у нас ли е (защото статии без автор се срещат и в англоезични онлайн медии<sup>6</sup>)? Или фактът, че материалът е публикуван в авторитетна медия като Асошиейтед прес предполага достатъчна надеждност и достоверност на информацията, за да се нуждае от автор? Авторството престана ли да бъде от значение? Или неговата липса е оправдана и общоприета подобно на свободната анонимност в социалните мрежи? А редно ли е да е така? И най-същественият въпрос: Не са ли това предпоставки за създаване и разпространение на фалшиви новини?

Проблемът има основно етичен аспект. На първо място стои въпросът за **отговорността** или по-скоро липсата на отговорност при публикуването на текстове без посочен автор. Етичността в журналистическата професия изисква аудиторията да знае кой стои зад написаното и поема отговорност за работата си в духа на принципа за прозрачност – без значение дали става въпрос за авторски анализ, предаване на информационно съобщение или превод на материал от чуждоезичен източник.

Освен **отговорността** пред аудиторията, в етичен план изпъква и проблемът за **доверието** на читателите към информационните сайтове.

---

<sup>5</sup> <https://news.bg/world/shefat-na-amerikanskoto-razuznavane-hvarlya-ostavka.html>

<sup>6</sup> <https://www.bbc.com/news/world-europe-47745071>

<https://standartnews.com/svyat/dzhonsn-i-trmp-se-dogovorikha-za-pregovori-sled-brekzit-398030.html>

<https://www.apnews.com/49a6b86138f049829255e4cba9ba3681>

Въпреки че „масмедията функционират като едностранно предаване на информация на голяма публика“ (вж. Димитрова 2017: 51), доверието към тях за коректното отразяване на събития, респ. предаване на информация е от особено значение в днешно време, предвид интензивността на информационния обмен в интернет пространството и предизвикателствата пред аудиторията да отсее достоверна от недостоверна информация. Именно предимството на скоростта на предаване на новина, достигането до по-голяма аудитория и конкуренцията пред печеленето на доверие са предпоставки за появата и разпространението на фалшиви новини (вж. Сухарова 2019).

Синтия Коритори и съавтори посвещават статия на **онлайн доверието**, в която представят дефиниция и разглеждат измеренията на понятието, като ограничават обсега на изследванията си до доверието на индивидуален потребител към определен информационен сайт или сайт за търговия на стоки. Те определят онлайн доверието така:

an attitude of confident expectation in an online situation of risk that one's vulnerabilities will not be exploited. (Corritore, Kracher, & Wiedenbeck 2003: 4)

отношение на уверени очаквания, че в онлайн рисковата ситуация, уязвимостта на потребителя няма да бъде използвана.

Изследователите смятат, че социалните правила на взаимодействие между хората функционират както в офлайн, така и в онлайн среда. Според тях доверието има голямо значение в този вид комуникация, въпреки еднопосочността в предаването на информация от медиите към онлайн аудиторията.

Това е особено валидно за съвременните онлайн медии, които непрестанно са изправени пред нови и различни препятствия в борбата срещу фалшивите новини, поради динамичното развитие на технологиите и все по-изобретателните начини за представяне на невярна информация. Пример за това дава Томас Кент<sup>7</sup>, който говори за „демократизация на фалшивите новини“ и споменава фалшиво 3-минутно видео, пуснато през миналата година от името на Би Би Си, което по социалните мрежи съобщаваше за авария в АЕЦ, в една от бившите съветски републики. Новинарските агенции създават сайтове за проверка на фактите, но злонамерените играчи правят същото, за да подкопаят доверието в официалните сайтове за проверка на фактите. Това според Кент създава огромна опасност за агенциите и за

---

<sup>7</sup> Кент е лектор в Колумбийския университет в САЩ и специалист по журналистическа етика и рисковете, съпътстващи фалшивите новини.

обществената сигурност, защото те могат да имитират всеки един продукт, създаден от агенциите (БТА, 2019).<sup>8</sup>

Именно по тази причина задължителното посочване на автора, работил по даден текст, прави проверката на достоверността на информацията в него по-надеждна и е някаква гаранция срещу съмненията за автентичността на дадена новина.

Според Ерик Уишарт<sup>9</sup> доверието, партньорството, осведомеността, прозрачността и грамотността на медиите са четирите основни фактора за противодействие на дезинформацията и фалшивите новини. Уишарт разказва за платформата InVid, разработена специално за проверка на достоверността, както и за CrossCheck – друга програма за проверка на данните. По неговите думи „доверието вече не е нещо, което се подразбира, затова медийната грамотност трябва да се насърчава“ (БТА, 2019).

В интервю за предаването „Хоризонт до обед“ на БНР Уишарт заявява, че двата основни начина за борба с фалшивите новини са отбелязаната по-горе медийна грамотност и проверката на фактите. Според него медийното огромяване „трябва да бъде една от ролите на правителството“ и същевременно негова цел в областта на образованието (Уишарт, 2019). Що се отнася до проверката на фактите, тя е задължителна за професионалните журналисти, но проследяването на пътя на информацията може да представлява сериозно затруднение пред потребителите, особено когато попаднат на текст без автор или липсващ източник на информацията.

Пример за подобна новина, която трудно може да бъде проверена, е от 6.05.2019 г. в сайта [www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg), със заглавие „Мощна експлозия на автоцистерна в Нигер взе десетки жертви“<sup>10</sup>. Като автор е посочен „Webcafe“ и текстът започва с думите:

„Над 56 загинали при взрив на автоцистерна в Нигер, предават информационните агенции, позовавайки се на информация от местни медии“.

Така поднесена, новината може да бъде поставена под съмнение за достоверност, тъй като не е посочен информационен източник, където би могла да бъде проверена.

---

<sup>8</sup> Става дума за изказване на Кент на Шестия световен конгрес на информационните агенции, организиран от БТА в София през юни 2019 г. на тема „Бъдещето на новините“. Вж. и <https://www.nawc.bg/bg/node/379>.

<sup>9</sup> Уишарт е главен редактор на специалните проекти в агенция „Франс прес“ и участник в работен панел, посветен на фалшивите новини на споменатия по-горе световен конгрес на информационните агенции.

<sup>10</sup>[https://www.webcafe.bg/newscafe/kriza/id\\_693142777\\_Moshtna\\_eksploziya\\_na\\_avtotsisterna\\_v\\_Niger\\_vze\\_desetki\\_jertvi](https://www.webcafe.bg/newscafe/kriza/id_693142777_Moshtna_eksploziya_na_avtotsisterna_v_Niger_vze_desetki_jertvi)

В борбата срещу фалшивите новини информационната агенция Франс прес е създавала специална категория в онлайн изданието си – <https://factcheck.afp.com>, където журналистите опровергават недостоверна информация, появила се в социалните мрежи в последно време.

Категория, озаглавена „фалшиви новини“, може да се види и в сайта [www.monitor.bg](http://www.monitor.bg), в която всички статии с автор „Агенция Монитор“ са свързани с името на собственика на сайта Делян Пеевски. Въпреки че автори на материалите в сайта не са посочени, след всеки от тях може да се прочете следният текст:

#### Коментари

Във връзка с решение на Европейския съд в Люксембург, ви уведомяваме, че авторът на коментара под тази статия носи съдебна отговорност за послания, които са нецензурни, насаждат омраза, призовават към насилие или са клеветнически. При съгласието Ви, ние ще създадем бисквитка на компютърът ви, която ще бъде запазена следващите 7 дни.

**Цитирането** се оказва от особено значение за проследяването на източника на дадена новина, за да се установи нейната автентичност, особено когато автор не е посочен. Това е важно най-вече за материали, преведени от чуждестранни източници.

В сайта [www.websafe.bg](http://www.websafe.bg) например често на читателите са предоставени преводни статии от чуждоезични медии, като цитирането е „по CNN“. Това предполага избирателност и съкращения по отношение на съдържанието, а името на редактор, работил по материала, не се посочва.

В същия сайт с подобен подход е представен материал, озаглавен „Писането на ръка – един обречен ритуал от миналото“ и преведен от безименен автор от англоезичния сайт [www.worldcrunch.com](http://www.worldcrunch.com).<sup>11</sup>

Тук журналистът е стигнал по-далеч в свободата да интерпретира оригиналния текст. От една страна, е превел цитати от изказвания, без да посочи чии са:

"We continue to write a lot, but differently, on digital tools. Nowadays the most widespread way of writing is typing," says Jean-Luc Velay, a cognitive neuroscience researcher with CNRS, France's national research institute. "Pen and paper," he adds, "seem incompatible with the new spatial and temporal

Продължаваме да пишем много, но по различен начин, чрез дигитални инструменти. Сега най-разпространеният начин на писане е чрез клавиатура. Химикалката и хартията изглеждат несъвместими с новите пространствени и темпорални измерения на комуникацията. Често

---

<sup>11</sup> <https://www.worldcrunch.com/culture-society/is-handwriting-doomed-in-our-digital-world>

dimensions of written communication. We often write to several people at the same time in order to get a message across very quickly."

[www.worldcrunch.com](http://www.worldcrunch.com)

пишем на няколко души едновременно, за да стигнат по-бързо думите ни до тях.

[www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg)

"They're the last of the Mohicans, all thanks to the teachers, who themselves only write now to grade homework assignments or maybe to make a shopping list," says Mara Goyet, a writer, blogger and high school history teacher. "Even if they are slower than before, high school students still write a lot."

[www.worldcrunch.com](http://www.worldcrunch.com)

Те са последните мохикани, благодарение на учители, които също пишат на ръка, за да оценят домашните или да напишат записките по дъската.

[www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg)

От друга страна, авторът си е позволил да вмъкне в съдържанието на преведения текст свои съждения, които въпреки релевантността си спрямо темата не са част от оригиналната статия.

All of this is even more true, of course, for younger people, for whom handwriting is nothing more than a touching relic of a bygone era. There are fewer pencils, markers and pastels in children's rooms, not as many notebooks and diaries in teenage caves.

[www.worldcrunch.com](http://www.worldcrunch.com)

Всичко това може да е вярно, но не бързайте да обвинявате училищата. В България децата започват да се учат да пишат по традиционния начин още от предучилищната, а в първи клас се упражняват с ченгели и чертички, докато усвоят ръкописа. Така е и в цяла Европа. С други думи - от тях се очаква да пишат на ръка.

[www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg)

„Lifecafe, по Worldcrunch“ преди статията дава информация за категорията и източника, но освен че не предоставя такава за автора или преводача, работил по материала, не му гарантира правото да превежда дословно части от оригиналния текст и в същото време да си позволява да го интерпретира толкова фриволно, като добавя свои мисли и прави съкращения и компилации от негови части. А вероятно точно липсата на посочено име прави допустими тези прояви на авторска инициатива, което от своя страна изглежда недопустимо от гледна точка на отговорността към читателите. Цитирането в този случай е крайно некоректно, въпреки посочения източник на материала.

Понякога анонимните преводачи в сайта [www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg) използват два източника за даден материал, но не се разбира коя част от текста от кой чуждестранен сайт е взета<sup>12</sup>, а име на редактор отново липсва. Така не става ясно доколко цитирането е точно и надеждно.

Примери за коректно цитиране могат да се намерят в електронното издание на в. „Труд“<sup>13</sup> и в сайта [www.dnevnik.bg](http://www.dnevnik.bg), които предоставят директен линк към източници на информация, въпреки че някои от материалите отново са без посочени автори.

Липсата на автор в доста случаи се обяснява с дословното цитиране на материали от БТА, до които много български информационни сайтове имат свободен достъп. Тези текстове обаче също са без автор, въпреки че от своя страна журналистите от информационната агенция използват чуждестранни източници за информация (Ройтерс, Франс прес, Асошиейтед прес и др.). Съобщенията оттам са предадени в преводен вариант и би трябвало да бъде посочено името на журналиста, работил по съответния текст. Така цитирането се оказва верижно, но дословното ползване на преведена в БТА информация от страна на няколко сайта донякъде помага на крайния читател да не се изгуби в превода.

Цитирането на чуждоезичен източник само по себе си предполага директен достъп до информацията, която потребители, владеещи съответния език, биха могли да проверят. Това обаче не винаги се оказва толкова лесно. Поради необходимото време за интерпретация на текст от един език на друг, появата на дадена новина може да се забави, което прави проследяването ѝ до оригинала трудно, ако не е предоставен директен линк към него.

Проследяването на дадена новина до първоизточника на информация е особено затруднено, ако **заглавието**, под което тя е публикувана, е променено. А **заглавията** на новини на български език често са изменени с цел привличане на вниманието на повече читатели – тенденция, породена от голямата наситеност на информация в онлайн пространството.

Друга причина за важността на заглавието на даден текст е, че поради непрестанния поток от информация онлайн аудиторията се фокусира главно върху заглавията на текстовете и достига до тяхното съдържание едва в случаите, когато вниманието е достатъчно силно провокирано. Кликбейт-

---

<sup>12</sup> [https://www.webcafe.bg/lifecafe/zhivotat/id\\_337793932\\_Zashto\\_jenite\\_rajdat\\_vse\\_po-malko\\_detsa](https://www.webcafe.bg/lifecafe/zhivotat/id_337793932_Zashto_jenite_rajdat_vse_po-malko_detsa)

<sup>13</sup> <https://trud.bg/%d0%b4%d0%b5%d1%81%d0%b8%d1%81%d0%bb%d0%b0%d0%b2%d0%b0-%d1%82%d0%b0%d0%bd%d0%b5%d0%b2%d0%b0-%d0%b4%d0%be-%d0%bc%d0%be%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82%d0%b0-%d1%81%d0%b0-%d1%83%d1%81%d1%82%d0%b0%d0%bd%d0%be/>  
[https://www.dnevnik.bg/sviat/2019/08/06/3947399\\_kandidat\\_izbran\\_s\\_forceps\\_-\\_za\\_kristalina\\_georgieva/?ref=home\\_main\\_news](https://www.dnevnik.bg/sviat/2019/08/06/3947399_kandidat_izbran_s_forceps_-_za_kristalina_georgieva/?ref=home_main_news)

заглавията, респ. „заглавия-примамки” (англ. *Clickbait* „примамка за кликане“), които имат за цел да възбудят любопитството на читателите и са прииом на жълтите медии, представят дадена информация манипулативно и се разминават със съдържанието на текста, а това се среща все по-често и в материали на уважавани медии.

В търсене на сензация и привличане на интерес някои заглавия звучат подвеждащо и неточно. Такъв пример е заглавието „Обама за Тръмп: Американци, не гласувайте за хора, които залагат на омразата“ в сайта [www.offnews.bg](http://www.offnews.bg)<sup>15</sup> към текст без посочен автор относно позицията на Барак Обама за ограничаване на ползването на оръжие по повод стрелбата в Ел Пасо, Тексас и Дейтън, Охайо в началото на август т. г. Оригинаалното заглавие на материала на [www.bbc.com](http://www.bbc.com) гласи: “Obama urges Americans to reject leaders who stoke hatred”<sup>16</sup>. Никъде в интервюто Обама не споменава името на Тръмп, но така поднесен в българския сайт, текстът е много вероятно да бъде прочетен от повече читатели.

Друго заглавие на статия по същата тема, което също поднася не съвсем точна интерпретация, гласи: „Доналд Тръмп осъди расизма и белия национализъм заради стрелбите в Дейтън и Ел Пасо“ (в сайта [www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg)). Поради липсата на посочени автор и източник можем да допуснем, че материалът е взет от официалното изказване на Доналд Тръмп по повод споменатите събития, предадено видимо достоверно с думите му, цитирани в кавички.

Видеото с обръщението на американския президент е достъпно на сайта на CNN и придружено от статия със заглавие „Trump condemns 'racist hate' and white supremacy but does not acknowledge his own rhetoric”<sup>17</sup>. В българското онлайн пространство повечето медии отразяват новината със заглавия като:

„Тръмп осъди расизма и идеята за превъзходство на бялата раса“;

„The Wall Street Journal: Тръмп осъди идеята за превъзходство на бялата раса“;

„Тръмп осъди омразата и идеята за превъзходство на бялата раса след стрелбите в Тексас и Охайо”<sup>18</sup>.

---

<sup>14</sup> <https://offnews.bg/sviat/obama-za-tramp-amerikantci-ne-glasuvajte-za-hora-koito-zalagat-na-o-708750.html>

<sup>15</sup> <https://offnews.bg/sviat/obama-za-tramp-amerikantci-ne-glasuvajte-za-hora-koito-zalagat-na-o-708750.html>

<sup>16</sup> <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-49244602>

<sup>17</sup> <https://edition.cnn.com/2019/08/05/politics/donald-trump-mass-shooting-response/index.html>

<sup>18</sup> <https://www.bnr.bg/post/101152289/tramp-poiska-zatagane-na-kontrola-nad-prodajbata-na-orajie>

Вариантът *белият национализъм*, избран при превода на *white supremacy*, не предава точно думите на президента в контекста на казаното от него, тъй като той определя стрелбата в двата американски града като „престъпление срещу човечеството“<sup>19</sup>. Друг е въпросът дали *идеята за превъзходство на бялата раса* също е достатъчно сполучлив превод на *white supremacy*, защото не е ясно чия точно идея е това и кой по какъв начин я прокарва.

„Бялото превъзходство“ (това словосъчетание също се среща в някои заглавия<sup>20</sup>) и расизмът не са нови проблеми за американското общество. Две заглавия в български електронни медии от преди две години са толкова сходни със заглавията, цитирани по-горе, сякаш става дума за едно и също събитие:

„Доналд Тръмп: Расизмът е зло, фанатизмът няма място в Америка“ (bTV Новините);

„Тръмп се подписа под резолюция, осъждаща превъзходството на бялата раса“ – (webcafe.bg)<sup>21</sup>.

Това всъщност са заглавия по повод насилието в Шарлътсвил през 2017, които показват, че проблемите са същите и медийното им отразяване е сходно. Единствената разлика е, че Тръмп стоварва вината за „гнева и яростта“ в Америка върху медиите и фалшивите новини. Според електронното издание на в. „Индипендънт“:

Mr Trump has repeatedly attacked the media since he was elected, condemning almost any critical coverage of his divisive presidency as "fake news".

(www.independent.co.uk, 2019)

Г-н Тръмп нееднократно атакува медиите, откакто е избран за президент, като осъжда и определя като „фалшива новина“ почти всеки репортаж, съдържащ критики към управлението му, което предизвиква разногласия.

---

[https://www.actualno.com/america/the-wall-street-journal-trump-osydi-idejata-za-prevyzhodstvo-na-bjalata-rasa-news\\_774555.html](https://www.actualno.com/america/the-wall-street-journal-trump-osydi-idejata-za-prevyzhodstvo-na-bjalata-rasa-news_774555.html)

<http://www.bta.bg/bg/c/KN/id/2056444>

<sup>19</sup> <https://edition.cnn.com/2019/08/05/politics/donald-trump-mass-shooting-response/index.html>

<sup>20</sup> <http://focus-news.net/news/2019/08/05/2687000/the-wall-street-journal-prezidentat-osadi-rasizma-netolerantnostta-i-ideyata-za-byaloto-prevazhodstvo.html>

<sup>21</sup> <https://btvnovinite.bg/svetut/donald-tramp-rasizmat-e-zlo-fanatizmat-njama-mjasto-v-amerika.html>

[https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id\\_1812279939\\_Tramp\\_se\\_podpisa\\_pod\\_rezolyutsiya\\_osajdashta\\_prevazhodstvoto\\_na\\_byalata\\_rasa](https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id_1812279939_Tramp_se_podpisa_pod_rezolyutsiya_osajdashta_prevazhodstvoto_na_byalata_rasa)

Изказването на Тръмп в социалната мрежа Twitter с обвиненията към медиите беше отразено и в нашите новинарски сайтове, където могат да бъдат прочетени материали отново без автор (с някои изключения), но пък със заглавия, които не представят съвсем точно казаното от него:

The Media has a big responsibility to life and safety in our Country. Fake News has contributed greatly to the anger and rage that has built up over many years. News coverage has got to start being fair, balanced and unbiased, or these terrible problems will only get worse!

(<https://twitter.com/realdonaldtrump>)

Медиите са отговорни за живота и безопасността в нашата страна. Фалшивите новини допринасят до голяма степен за гнева и яростта, които се натрупват от години. Отразяването на новините трябва да стане честно, умерено и безпристрастно, иначе тези ужасни проблеми само ще се задълбочат/влошат!

Трябва да се отбележи, че в самите български текстове думите на американския президент са преведени точно, но заглавията на статиите звучат по-скоро манипулативно:

„Тръмп: Фалшивите новини в медиите до голяма степен допринасят за яростта в САЩ“, статия без автор ([www.24chasa.bg](http://www.24chasa.bg))

„Тръмп обвини фалшивите новини за стрелбите в Дейтън и Ел Пасо“, статия без автор ([www.nova.bg](http://www.nova.bg))

Всъщност Тръмп не хвърля вината за стрелбите в двата града директно върху медиите, освен това, както се вижда от цитираните му думи по-горе, той споменава медиите и фалшивите новини в две различни изречения и не обвинява еднозначно медиите в разпространението на фалшиви новини, каквато е тиражираната интерпретация.

Друг пример е материалът на Анатоли Стайков във [www.fakti.bg](http://www.fakti.bg), озаглавен „Тръмп: Медиите са виновни за всичко“, с подзаглавие „Американският президент обвини журналистите, че допринасят до голяма степен за гнева и яростта в САЩ, защото разпространяват "фалшиви новини"“. Текстът провокира въпроса дали Тръмп е казал точно това и какво точно означава „всичко“, защото подобно обобщение е твърде смела и далечна интерпретация на думите му.

Предпочитанието на Тръмп да използва социалните мрежи, най-вече Туитър, когато иска да се обърне към широката общественост, е неговият начин за борба с фалшивите новини, тъй като, по неговите думи, това му позволява да избягва „корумпираните“ и „фалшиви“ медии и по този начин

посланието му може да достигне до много по-голям брой хора (<https://www.business-standard.com>).

Предимството на широкия достъп до постингите на американския президент в Twitter позволява на журналистите да преведат и предадат съвсем точно думите му и това е изключително важно поради факта, че могат лесно да бъдат проверени. Това, което се забелязва като обща тенденция, е несъответствието между заглавията и текстовете на материалите. Рискът една новина да бъде подвеждаща е голям, предвид споменатата по-рано обща тенденция сред читателите да четат само заглавията на материалите.

Пример за подвеждащо заглавие на новина от преди няколко месеца, представена от сайта [www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg) и отново свързана с Тръмп, е: „Елизабет Уорън: Тръмп ще отиде в затвора до 2020 г.“.

Със същото заглавие излизат и други български новинарски сайтове<sup>22</sup>.

Думите на Уорън, един от политическите опоненти на американския президент, в действителност гласят:

By the time we get to 2020, Donald Trump may not even be President. In fact, he may not even be a free person. (<https://edition.cnn.com>)

До 2020 година Доналд Тръмп може дори да не е президент. Всъщност, той може дори да не е свободен човек.

Преводът е изваден от контекста и дори по-нататък в статията не става ясно за причината за нейното изказването, което започва с думите:

Every day, there's a racist tweet, a hateful tweet, something really dark and ugly.

Всеки ден има расистко изявление в Туитър/расистки твит, твит, изпълнен с/ на омраза, нещо наистина тъмно и грозно.

And what are we, as candidates, as activists, the press, going to do about it? Are we going to let him use those to divide us? (<https://edition.cnn.com>)

И какво ще предприемем ние за това, като кандидати, активисти, пресата? Ще му позволим ли да използва тези изявления/туитове, за да ни разделя?

Никъде в българската статия не се споменава тази част от речта на Уорън. С вероятно съзнателно търсен кликбейт-ефект заглавието на материала подвежда читателите с липсата на модалност в изказа и с категоричност, която

---

<sup>22</sup> <https://news.bg/world/elizabet-uoran-tramp-otiva-v-zatvora-do-2020-godina.html>  
<http://www.bulgaria-news.bg/category/world/usa/resume/post99566.html>

определено е избегната в самото изказване. Съществуват всички предпоставки за съмнение в достоверността на новината, тъй като освен свободния превод в заглавието статията отново е както без автор, така и без източник.

Както пише Николай Д. Колев, автор на материала „Заради Тръмп: NYT промени заглавие и си навлеche куп критики“<sup>23</sup> в сайта на bTV новините, не е лесно да се формулира заглавие към новина. Още повече, като се има предвид важноста и потенциалният ефект на дадено заглавие върху читателите, особено когато една новина, често с едно и също заглавие, се възпроизвежда многократно от множество информационни сайтове и дори понякога не става ясно откъде се е появила. А цитирането на поредица от източници прави проследяването на оригинала трудно за проверка.

Възпроизвеждането на една и съща новина в интернет пространството все пак има добра страна. Ако онлайн потребител попадне на текст без автор и посочен източник, той би могъл да потърси в мрежата същата новина под същото или подобно заглавие и да я прочете в друг сайт, където може да намери и препратки или линкове към оригиналната и версия.

Така например текстът със заглавие „Путин: Русия е готова да разработи нови ядрени ракети, ако САЩ направи същото“<sup>24</sup> в сайта [www.webcafe.bg](http://www.webcafe.bg) няма нито автор, нито посочен източник. Думите на Владимир Путин са в кавички, но никъде в текста не е посочено нито пред кого, нито кога ги е казал.

Същата новина с подобно заглавие, „Путин: Русия ще разработва нови ядрени оръжия, ако САЩ го правят“<sup>25</sup>, в [www.economic.bg](http://www.economic.bg) е без автор, но с цитирани цели два източника – ТАСС и „Ройтерс“.

Читателите непрестанно са „атакувани“ с огромни количества разнородна информация, така че едва ли имат време да проверяват нейната надеждност, дори и ако са се усъмнили в нея и имат ресурсите да го направят. Като прибавим и различните нива на критично мислене на онлайн аудиторията, можем да допуснем колко лесно тя може да бъде подведена.

За повечето новинарски сайтове очевидно от по-голямо значение е цитирането на източници, на които, чрез липсата на авторство, в действителност се прехвърля отговорността за достоверността на информацията и журналистическата обективност. Бързата трансформация и нуждата от адаптация на традиционната журналистика, конкуренцията със

---

<sup>23</sup> <https://bTVnovinite.bg/svetut/zaradi-tramp-nyt-podmeni-zaglavie-i-si-navleche-kup-kritiki.html>

<sup>24</sup> [https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id\\_1354699150\\_Putin\\_Rusiya\\_e\\_gotova\\_da\\_razraboti\\_novi\\_yadreni\\_raketi\\_ako\\_SASht\\_napravi\\_sashtoto](https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id_1354699150_Putin_Rusiya_e_gotova_da_razraboti_novi_yadreni_raketi_ako_SASht_napravi_sashtoto)

<sup>25</sup> <https://www.economic.bg/bg/news/11/putin-rusiya-shte-razrabotva-novi-yadreni-orazhiya-ako-sasht-go-pravyat.html>

социалните мрежи за информация и скоростта на отразяване на различни събития накарала тази своеобразна надпревара за новини да изглежда като „игра без правила“ или игра, която се нуждае от нови правила. Неслучайно Уишарт заяви, че „скоро ще излезе написан от него наръчник с правила за онлайн журналистика“ (БТА, 2019).

Свободата на словото не означава анонимност, зад която журналистът може да си позволи понякога манипулативно интерпретиране на факти. И колкото и нужно да е за съвременната журналистика да се стреми да бъде в крак с нови тенденции и технологии, не бива дори заради още един клик да се допускат компромиси с основните принципи на журналистиката за достоверност, прозрачност и обективност.

#### ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:

- БТА 2019:** БТА Vse poveche agencii imat ekipi za borba s falshivite novini, 02.08.2019 <<https://www.nawc.bg/bg/node/379>>
- Corritore, Kracher & Wiedenbeck 2003:** Corritore, C.L., Kracher, B. & Wiedenbeck, S. On-line trust: concepts, evolving themes, a model. *Int. J. Human-Computer Studies* 58 (2003) 737–758, 02.08.2019 <[http://yukon.twi.tudelft.nl/iuxe/etc/Voor\\_in4179\\_Copy\\_of\\_M6CorritoreTrust.pdf](http://yukon.twi.tudelft.nl/iuxe/etc/Voor_in4179_Copy_of_M6CorritoreTrust.pdf)>
- Dimitrova 2017:** Dimitrova A. Formi na komunikacia v “novite medii” Filologicheski rakursi, tom II, EZIK, MEDII, KULTURA VUV VZAIMODEISTVIE (kolektivna monografia) ISSN: 2367-8348, str. 51-56, Universitetsko izdatelstvo „Episkop Konstantin Preslavski“, Shumen, 2017
- Etichen kodeks na balgarskite medii 2019,** 01.08.2019 <<http://mediaethics-bg.org/%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD-%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-2/>>
- Gadzhokov 2016:** Polovinata ot nad 320-te balgarski novinarski internet medii sa anonimni, 01.08.2019, <<https://terminal3.bg/bg-anonimni-medii/>>
- Kang, Brown, Kiesler 2013:** Kang, R., Brown, S, Kiesler, S. Why do people seek anonymity on the Internet? Informing policy and design. Session: Consent and Privacy, CHI 2013: Changing Perspectives, Paris, France, 01.08.2019 <[https://www.researchgate.net/publication/262273589\\_Why\\_do\\_people\\_seek\\_anonymity\\_on\\_the\\_Internet\\_Informing\\_policy\\_and\\_design](https://www.researchgate.net/publication/262273589_Why_do_people_seek_anonymity_on_the_Internet_Informing_policy_and_design)>
- Ognyanova 2008:** Anonimnostta onlain In Kultura - broi 33 (2516), 03 oktombri 2008, 01.08.2019 <<http://newspaper.kultura.bg/bg/article/view/14715>>
- Tsalov. 2017:** Tsalov Y. MEDIINO OKO: 62% OT BALGARSKITE ONLAIN MEDII SA VREDNI 01.08.2019 <<https://terminal3.bg/medijno-oko-62-ot-blgarskite-onlajn-medii-sa-vredni/>>
- Valcheva 2017:** Valcheva Dzh. Spisak ka anonimnite novinarski saitove, s koito da vnimavame, 01.08.2019<<http://uspelite.bg/spisak-na-anonimnite-novinarski-saitove-s-koito-da-vnimavame--1>>

## ИНТЕРНЕТ ИЗТОЧНИЦИ:

- <<http://www.bta.bg/bg/c/MI/id/2052644>> (status 01.08. 2019).
- <<https://www.24chasa.bg/novini/article/7580664>> (status 01.08. 2019).
- <<https://btvnovinite.bg/svetut/chovechestvoto-ot-dnes-zhivee-na-kredit-kam-zemjata.html>> (status 01.08. 2019).
- <<https://trud.bg/%d0%be%d1%82-%d0%b4%d0%bd%d0%b5%d1%81-%d1%87%d0%be%d0%b2%d0%b5%d1%87%d0%b5%d1%81%d1%82%d0%b2%d0%be%d1%82%d0%be-%d0%b6%d0%b8%d0%b2%d0%b5%d0%b5-%d0%bd%d0%b0-%d0%ba%d1%80%d0%b5%d0%b4%d0%b8%d1%82-%d0%ba/>> (status 01.08.2019).
- <<https://factcheck.afp.com/>> (status 02.08.2019).
- <[https://www.business-standard.com/article/pti-stories/trump-says-he-uses-twitter-to-bypass-corrupt-media-119032100093\\_1.html](https://www.business-standard.com/article/pti-stories/trump-says-he-uses-twitter-to-bypass-corrupt-media-119032100093_1.html)> (status 02.08.2019).
- <<http://bnr.bg/post/101134681/erik-uishart-mediinata-gramotnost-e-protivodeistvieto-na-falshivite-novini>> (status 05.08.2019).
- <[https://www.webcafe.bg/newscafe/kriza/id\\_693142777\\_Moshтна\\_експлозија\\_на\\_а\\_втотсистерна\\_v\\_Niger\\_vze\\_desetki\\_jertvi](https://www.webcafe.bg/newscafe/kriza/id_693142777_Moshтна_експлозија_на_а_втотсистерна_v_Niger_vze_desetki_jertvi)> (status 05.08.2019).
- <[https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id\\_1354699150\\_Putin\\_Rusiya\\_e\\_gotova\\_da\\_razraboti\\_novi\\_yadreni\\_raketi\\_ako\\_SASht\\_napravi\\_sashtoto](https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id_1354699150_Putin_Rusiya_e_gotova_da_razraboti_novi_yadreni_raketi_ako_SASht_napravi_sashtoto)> (status 06.08.2019).
- <<https://www.economic.bg/bg/news/11/putin-rusiya-shte-razrabotva-novi-yadreni-orazhiya-ako-sasht-go-pravyat.html>> (status 06.08.2019).
- <<https://www.standartnews.com/mneniya-analizi/kostov-prechupi-georgiev-no-se-prepna-v-geshev-398499.html>> (status 07.08.2019).
- <<https://offnews.bg/sviat/obama-za-tramp-amerikantci-ne-glasuvajte-za-hora-koito-zalagat-na-o-708750.html>> (status 07.08.2019).
- <<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-49244602>> (status 07.08.2019).
- <<https://edition.cnn.com/2019/08/05/politics/donald-trump-mass-shooting-response/index.html>> (status 07.08.2019).
- <<https://fakti.bg/world/400409-tramp-mediite-sa-vinovni-za-vsichko>> (status 08.08.2019).
- <<https://www.24chasa.bg/novini/article/7592059>> (status 08.08.2019).
- <[https://www.actualno.com/america/trymp-obvini-falshivite-novini-za-strelbite-v-dejty-n-i-el-paso-news\\_774470.html](https://www.actualno.com/america/trymp-obvini-falshivite-novini-za-strelbite-v-dejty-n-i-el-paso-news_774470.html)> (status 08.08.2019).
- <<http://focus-news.net/news/2019/08/05/2687000/the-wall-street-journal-prezidentat-osadi-rasizma-netolerantnostta-i-ideyata-za-byaloto-prevazhodstvo.html>> (status 08.08.2019).
- <<https://news.bg/world/elizabet-uoran-tramp-otiva-v-zatvora-do-2020-godina.html>> (status 09.08.2019).
- <<http://www.bulgaria-news.bg/category/world/usa/resume/post99566.html>> (status 09.08.2019).
- <<https://www.monitor.bg/bg/a/view/senzacijata-za-bjalata-akula-pionki-na-oligarsibylnuvat-peeovski-172275>> (status 06.08.2019).

<[https://www.webcafe.bg/lifecafe/zhivotat/id\\_337793932\\_Zashto\\_jenite\\_rajdat\\_vse\\_po-malko\\_detsa](https://www.webcafe.bg/lifecafe/zhivotat/id_337793932_Zashto_jenite_rajdat_vse_po-malko_detsa)> (status 09.08.2019).

<<https://btvnovinite.bg/svetut/zaradi-tramp-nyt-podmeni-zaglavie-i-si-navleche-kup-kritiki.html>> (status 09.08.2019).

<<http://news.bnt.bg/bg/a/reporteri-bez-granitsi-blgariya-otnovo-e-111-ta-po-svoboda-na-slovoto>> (status 10.08.2019).

<[https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id\\_1812279939\\_Tramp\\_se\\_podpisa\\_pod\\_rezolyutsiya\\_osajdashta\\_prevazhodstvoto\\_na\\_byalata\\_rasa](https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id_1812279939_Tramp_se_podpisa_pod_rezolyutsiya_osajdashta_prevazhodstvoto_na_byalata_rasa)> (status 10.08.2019)

<[https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id\\_811418967\\_Elizabet\\_Uoran\\_Tramp\\_s\\_hte\\_otide\\_v\\_zatvora\\_do\\_2020\\_g](https://www.webcafe.bg/newscafe/svyat/id_811418967_Elizabet_Uoran_Tramp_s_hte_otide_v_zatvora_do_2020_g)> (status 29.07.2019).

<<https://edition.cnn.com/2019/02/10/politics/elizabeth-warren-donald-trump/index.html>> (status 11.08.2019).

<[https://www.webcafe.bg/lifecafe/zhivotat/id\\_631914745\\_Pisaneto\\_na\\_raka\\_-\\_edin\\_obrechen\\_ritual\\_ot\\_minaloto](https://www.webcafe.bg/lifecafe/zhivotat/id_631914745_Pisaneto_na_raka_-_edin_obrechen_ritual_ot_minaloto)> (status 25.10.2019)

<<https://www.worldcrunch.com/culture-society/is-handwriting-doomed-in-our-digital-world>> (status 25.10.2019).

**ФАТАЛНАТА... МЕТОНИМИЯ?<sup>26</sup> –  
„РАСИСТКИЯТ СКАНДАЛ“  
НА МАЧА „БЪЛГАРИЯ“ – „АНГЛИЯ“ ОТ 14.10.2019 г.  
(по материали от немски онлайн медии)**

Антоанета Димитрова

***Анотация:** Настоящата статия тематизира модалността на отразяването в немските онлайн-медии на нелицеприятния инцидент, разиграл се на 14 октомври т.г. на националния стадион „Васил Левски“ в София на футболния мач от квалификациите за Евро 2020 между националните отбори на България и Англия – става дума за нацисткия поздрав и маймунски звуци от страна на група български „фенове“. Разгледаните новинарски съобщения дават основание за констатацията, че вследствие модалността на медийното представяне на този инцидент – неумишлено или умишлено използване на генерализираща лексика – е уронен имиджът не на софийските и дори не на целокупните български футболни фенове, а на България като държава. Налага се изводът за задължителност на отговорността на журналистите, необходима при езиковото оформление на текстовете с цел правдиво и коректно медийно отразяване на събитията.*

***Abstract:** This article discusses the modality of the German online presentation of an unpleasant incident – monkey chants and Nazi salutes from a group of Bulgarian “fans” – on October 14 this year at the national stadium “Vasil Levski” in Sofia during the football match between the national teams of Bulgaria and England of the Euro 2020 qualifier. The considered news reports give grounds for the statement that due to the modality of the media presentation of this incident – unintentional or deliberate use of generalizing vocabulary – the image not of the Sofia football fans, not even of the whole Bulgarian football fans, but of Bulgaria as a country, has been damaged. The conclusion relates to the obligation of journalists' responsibility which is necessary in the linguistic layout of their texts in order to present the events truefully and accurately.*

***Key words:** modality of the media presentation; metonymy; pars pro toto; totum pro parte; racism; racist scandal.*

Написването на настоящата статия бе мотивирано от едно лично изживяване. На 16 октомври т.г. моя много добра приятелка германка ми се обади развълнувана и с голяма тревога ме попита до каква степен се е разраснал расизмът в нашата страна – според информация, тиражирана в множество немски медии. Въпросът ѝ ме удиви по две причини: до този момент не бях ставала свидетел на прояви на расизъм в българското публично пространство; освен това приятелката ми посещава България години наред и много добре познава нашата култура, нашия език и манталитет. Ето защо на свой ред я попитах за каква точно информация става дума и така научих за нелицеприятния инцидент, разиграл се на 14 октомври на националния

---

<sup>26</sup> *Фаталната запетая:* тази част от заглавието на статията е алюзия към романа на Максим Асенов „Фаталната запетая“ от 1978 г., по който е създаден едноименният български филм от 1979 г.

стадион „Васил Левски“ в София на футболния мач от квалификациите за Евро 2020 между националните отбори на България и Англия.

След като уверих моята германска приятелка, че за повсеместно надигащ се расизъм в България нямам нито информация от нашите медии, нито свои собствени наблюдения и впечатления, прегледах в редица български и немски онлайн-медии отразяването на това „събитие“ в новинарски съобщения и коментари, както и изказвания на определени, имащи пряка връзка със случая лица и реакции на интернет-потребители. След това няколко дни наред следих тази „тема с продължение“ до нейното отшумяване в родния и чуждоземния „медия лес“<sup>27</sup> и едва тогава си обясних удивлението на моята приятелка от Германия.

На това място държа да направя следната уговорка: въпреки стремежа си към обективно разглеждане на темата, тъкмо поради нейната специфика не мога да се въздържа от изразяване на собствено мнение, като позиция на индивид със социокултурно обусловени възгледи, представи и ценности.

Също така още тук трябва да отбележа, че направените проучвания върху модалността на представянето на този нелицеприятен инцидент в немските медии наложиха извода за – неумишлено или умишлено е друг въпрос! – накръняване на облика **не** на софийските и дори не на целокупните български футболни фенове, а на България като държава.

I. Още в заглавията (респ. в част от заглавията) на повечето журналистически материали инцидентът е окачествен като „расистки скандал“ (*Rassismus-Skandal*, *Rassismus-Eklat*) и – като „расизъм“ (*Rassismus*) в метонимичен маниер *totum pro parte*, на който се обръща внимание по-нататък в статията.

В заглавията, както и в самите текстове, фигурират също така основно отрицателно-оценъчни обозначения:

- *rassistische[.] Äußerungen* (stuttgarter-nachrichten.de); „расистки изявления“; *rassistische Kommentare* (focus.de) – **бълг.** „расистки коментари“<sup>28</sup>;
- *Hitlergrüße und Affenlaute* (stuttgarter-nachrichten.de; welt.de) – **бълг.** „нацистки поздрав и маймунски звуци“;

---

<sup>27</sup> Нем. *Medienwald* (Biermann 1990: 65) – този оказионализъм е създаден от Волф Бирман най-вероятно по аналогия на нем. разг. *Blätterwald* ‘целокупната вестникарска преса’ от края на XIX век; а от началото на XX век е регистрирана употребата на изразите *es rauscht im Blätterwald* и *der Blätterwald rauscht* със значение ‘пресата се занимава с нщ. (събитие, обект и пр.)’ (вж. Küpper 1996: 111 – *Blätterwald* 1, 2).

Композитът *Blätterwald* е словесна игра въз основа на полисемия: нем. *Blatt* означава ‘лист на дърво’, ‘лист хартия’ и ‘вестник’.

<sup>28</sup> Преводът тук, както и навсякъде по-нататък в статията, е мой – А. Д.

- *hässliche[.], rassistische[.] Szenen; unschöne[.] Zwischenfälle[.]* (welt.de) – **БЪЛГ.** „грозни, расистки сцени; некрасиви епизоди“;

- *Beschämende Szenen* (stuttgarter-nachrichten.de) – **БЪЛГ.** „срамни сцени“ (навсякъде в тези примери маркировката е моя – А. Д.).

II. Ситуативният контекст на събитието – футболният мач – проличава от някои заглавия (примери 1 – 3). В редица случаи обаче той е непрозирен. По този начин чрез метонимията в заглавието у реципиента се създава впечатление за повсеместен расизъм в България (примери 4 – 6), а даже и за наличие на ксенофобски настроения (примери 7 – 8):

(1) *Rassismus-Skandal bei Bulgarien gegen England [...]* (spox.com 2) – **БЪЛГ.** „расистки скандал при [мача] България – Англия“;

(2) *Spiel zweimal unterbrochen. Rassismus-Eklat bei England-Sieg in Bulgarien* (focus.de) – **БЪЛГ.** „двукратно спиране на мача. Расистки скандал при победата на Англия в България“;

(3) *Erneuter Rassismus-Skandal: Bulgarien gegen England zweimal unterbrochen* (spox.com 1) – **БЪЛГ.** „нов расистки скандал: двукратно спиране на [мача] България – Англия“;

(4) *Rassismus in Sofia [...]* (tagesspiegel.de 2) – **БЪЛГ.** „расизъм в София“;

(5) *Rassismus-Eklat in Bulgarien [...]* (tz.de); (stuttgarter-nachrichten.de) – **БЪЛГ.** „расистки скандал в България“;

(6) *Rassismus in Bulgarien: Es ist nicht das erste Mal* (focus.de) – **БЪЛГ.** „расизъм в България; не за пръв път“;

(7) *Rassismus-Eklat gegen England: [...]* (de.onefootball.com) – **БЪЛГ.** „расистки скандал срещу Англия“;

(8) *Hitlergrüße und Affenrufe gegen England* (welt.de) – **БЪЛГ.** „нацистки поздрав и маймунски звуци срещу Англия“ (навсякъде в тези примери маркировката е моя – А. Д.).

IV. Впечатление за расистко поведение на повсеместната българска публика по трибуните (примери 9 – 10), та дори и на цялата етническа общност (пример 11), се създава също в резултат на употребата на обозначения с определителен член във вече отбелязания метонимичен генерализиращ маниер.

Такова впечатление се наслаждава и от (тенденциозното) преувеличаване на числеността на групата футболни “фенове” с безспорно осъдително поведение (пример 12):

(9) *rassistische Schmähungen der bulgarischen Fans* (tagesspiegel.de 2) – **БЪЛГ.** „расистки обиди от страна на българските фенове“;

(10) *Per Stadiondurchsage wurden die Zuschauer aufgefordert, rassistische Kommentare zu unterlassen [...]* (focus.de) – **БЪЛГ.** „По

високоговорителя зрителите получават нареждане да престанат с расистки коментари“;

(11) [d]as Verhalten **der Türken und Bulgaren** (tagesspiegel.de 2) – **бълг.** „поведението на турците и българите“;

(12) Anschließend werden **zahlreiche schwarzgekleidete Zuschauer** aufgefordert, das Stadion zu verlassen. (focus.de) – **бълг.** „След това многобройни зрители, облечени в черно, получават нареждане да напуснат стадиона.“ (навсякъде в тези примери маркировката е моя – А. Д.)

Информацията за числеността на скандалната група “фенове”, която всъщност е съществена, остава почти незабелязана в прегледаните немски публикации по случая. Натъкваме се на нея в материал на „Hamburger Abendblatt“ с посочен източник Германската осведомителна агенция ДПА:

Sofias Polizeichef Georgi Hadschijew [...] sprach [davon], dass **insgesamt 15 Personen** beteiligt sein sollen. (abendblatt.de – дпа, моя маркировка – А. Д.)

**бълг.** „Шефът на софийската полиция Георги Хаджиев заяви за участието на общо 15 души.“

Това сведение е потвърдено непосредствено след злополучния мач и от „[a]вторитетната хърватска медия Jutarnji List“<sup>29</sup>, която информира, че „подвикванията са били от едва десетина човека“:

• При първото прекъсване на мача: „[Г]група от десетина проблемни фенове, или по-добре да кажем хулигани, подвикваше за може би две до три секунди.“ (gong.bg 5 – моя маркировка, А. Д.);

• При второто прекъсване на мача: „[П]одвикванията по никакъв начин не бяха масови и мощни, а едва се чуваха и идваха от определени провокатори.“ (gong.bg 5 – моя маркировка, А. Д.)

Тази информация можем да окачествим като обяснение и закъсняла подкрепа за твърдението на селекционера на българския отбор Красимир Балъков, че не е чул расистки скандирания, защото е бил погълнат от действията на футболистите. Неговото изказване гласи:

„Аз през цялото време бях изключително концентриран в мача и тия неща са минали покрай мене. Аз казах и на английските телевизии, които бяха тука, че ако това се докаже в действителност, ние трябва да се извиним и да се срамуваме от това, че тия расистки неща се случват в България. Това е истината. Обикновено аз се съсредоточвам във футбола и при развитието е добре, нормално да съм концентриран във футболните неща. [...]

Тая тема започна да се дискутира от момента, в който играхме на Лондон, на стадиона, до днешен момент измести изцяло футбола. Вярно, че това е една

---

<sup>29</sup> Понеже съдия на мача „България – „Англия“ е хърватинът Иван Бебек, хърватските медии също проявиха интерес към „расисткия скандал“.

изключително важна тема – не само за Англия, за България, за всички народи и аз съм абсолютно за строги наказания, ако има такова нещо. Но това нещо трябва да бъде доказано, нали. Защото, ако не е доказано – са спекулации. Темата е още много, много преди мача [...]

Когато мачът не върви добре, е нормално феновете да са ядосани и да изливат своята емоция по някакъв начин, но ако е имало нещо такова, е било от шепа хора, които явно нямат нужния разум и морал [...]“ (youtube 3, моя маркировка – А. Д.)

Наистина, вниманието на Балъков неминуемо щеше да бъде раздвоено, ако освен безпомощната игра на българските футболисти на терена беше възприемал мощни скандирания и „расистки песни“ от целокупната българска публика по трибуните.

Интересно е, че никъде в немските медийни съобщения не се споменава категоричното отрицателно отношение на Балъков спрямо прояви на расизъм. Напротив, изявлението му е “орязано” селективно единствено до фразата „тия неща са минали покрай мене“<sup>30</sup>:

- Bulgariens Trainer Balakow *will* rassistische Gesänge gegen England *nicht gehört haben* (focus.de) – **бълг.** „Треньорът [на отбора] на България Балъков твърди, че не бил чул расистки песни“ (моя маркировка – А. Д.);

- Balakov *verharmlost* Rassismus-Eklat und Hitlergruß (sport1.de) – **бълг.** „Балъков омаловажава расисткия скандал и нацисткия поздрав“ (моя маркировка – А. Д.)

V. Най-красноречивото свидетелство за фаталната роля на метонимията по съотношение “част – цяло” са едно междинно заглавие и пасажът под него в материал във welt.de, където прозира (етично недопустимата) връзка между спорт и политика – позорните расистки прояви на стадиона от страна на шепата индивиди с девиантно поведение, а най-вероятно още и с индикации за интелектуална немощ (изразено политически коректно!) служат за ретроспективен поглед към момент от “позорното” минало на България и на нейното етикетирание като съюзник на нацистите във войната срещу Англия:

<b>Bulgarien kämpfte im Zweiten Weltkrieg mit den Nazis gegen die Briten</b>	<b>бълг.</b> България е воювала във Втората световна война заедно с нацистите срещу британците
Von einer Militärdiktatur regiert, <b>kämpfte Bulgarien</b> im Zweiten Weltkrieg an den Seiten der	Управлявана от военна диктатура, България е воювала във Втората световна война на страната

<sup>30</sup> Интересно е също, че немските медии припомнят за присъствието на Балъков в щутгартски футболен отбор, но не се информират от бившите му съотборници там относно неговата нагласа и виждания относно расизма.

Achsenmächte Nazi-Deutschland und Italien *gegen Großbritannien und die USA, nicht jedoch gegen die Sowjetunion*. (welt.de, моя маркировка – А. Д.)

на Оста Нацистка Германия – Италия срещу Великобритания и САЩ, обаче не и срещу Съветския съюз.

Тази кратка “историческа” справка предизвиква към прецизиране на поднесената в нея информация, а именно:

1) Великобритания и бившите британски колонии Канада, Австралия и Нова Зеландия първи обявяват война на Царство България (съответно на 12.12.1941 г.<sup>31</sup> и на 07.12.1941 г.<sup>32</sup>) и едва тогава българската държава обявява война на Великобритания (13.12.1941 г.).

2) България обявява на Англия и на САЩ т.нар. „Символична война“: „българските ВВС не са бомбардирали Лондон“<sup>33</sup>.

3) Обявената от България „символична война“ е „повод за англо-американските бомбардировки на България не само над военни, но предимно над цивилни обекти и гражданско население в Дупница, **София**, Скопие, Стара Загора, Казанлък, Враца, Горна Оряховица, Ниш, Карлово и други български градове“<sup>34</sup>.

4) „Близо две години столицата ни е обект на бомбардировки от англо-американската авиация“ (sofiahistorymuseum.bg).<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> Позоваване на източник: „История Второй Мировой войны 1939 – 1945 (в 12 томах) / редколл., гл. ред. А. А. Гречко. том 4. М., Воениздат, 1975. стр.188“ (<<https://bg.wikipedia.org/wiki/>> – „България във Втората световна война“, достъп: 30.10.2019 г.).

<sup>32</sup> Позоваване на източник: „Вторая мировая война // Советская историческая энциклопедия / редколл., гл. ред. Е. М. Жуков. том 3. М., Государственное научное издательство „Советская энциклопедия“, 1963. стр. 880“ (<<https://bg.wikipedia.org/wiki/>> – „България във Втората световна война“, достъп: 30.10.2019 г.).

<sup>33</sup> Източник: <<https://www.sofiahistorymuseum.bg/bg/novini/istoricheski-kalendar/item/785-75-години-от-най-голямата-бомбардировка-над-софия>>, достъп: 30.10.2019 г.

<sup>34</sup> Източник: <<https://bg.wikipedia.org/wiki/>> – „България във Втората световна война“, достъп: 30.10.2019 г.

<sup>35</sup> МАЛКО ИСТОРИЯ: „Първият масиран удар срещу столичния град е нанесен на 14 ноември 1943 г. [...] по настояване на Лондон. [...] Жестоко звучат изречените преди това от Чърчил слова: „*Нужно е да се удари единствено столицата на България, за да капитулира цялата държава. Този град трябва да бъде унищожен, да загине, да бъде сринат до основи и в неговите развалини да се засадят картофи.*“ Операцията е осъществена под кодовото наименование „Прицел от упор“. [...] Пуснати са близо 600 бомби, които разрушават 47 сгради и причиняват смъртта на 59 души. [...] Следват нови въздушни атаки на 24 ноември, 10 и 20 декември 1943 г., като в последната вече се включват и американски бойни авиони. [...]

Незабравим опoетизиран спомен за вида на българската столица след тези бомбардировки ни е оставил Атанас Далчев във фрагмента си „София – октомври 1944“:

Мислех, че не мога да понасям вида на този град, както вида на любимо същество, което са обезобразили и обидили. [...] Видях отново София под есенното слънце [...]. Наистина, много къщи бяха без покрив, но от тротоарите, по които се движех, аз не виждах ясно това. Прозорците зееха, опожарени или изпочупени, но мене ми се струваше, че бяха само широко разтворени, за да поемат повече злато и синева от небето. Разрушенията дори бяха сякаш направени нарочно, за да придадат някаква нова прелест на пейзажа. С тоя декор от срутени сгради и стърчащи високо в подвижното небе неустойчиви стени градът е добил нещо от нереалността на произведенията на изкуството. (Dalchev 1994: 145)

5) Царство България **не** обявява война на Съветския съюз и затова не воюва с него. Държавата „запазва със съветите пълните си дипломатически отношения чак докато те самите не обявяват война на България на 5 септември 1944 г.“<sup>36</sup>.

6) Царство България спасява своите евреи от „окончателното разрешаване на еврейския въпрос“ (нем. *Endlösung der Judenfrage*) – на българската политика от онова време и на „уникалното поведение на българския народ“ обръща специално внимание Хана Аренд:

Най-учудващо от всичко обаче е обстоятелството, че в пояса със смесено население, в който антисемитизмът е по принцип широко разпространен сред всякакви

---

[През 1944 г.] англо-американската авиация предприема комбинирани дневно-нощни удари на 10 и 24 януари, на 16, 17, 24 и 30 март. Последната бомбардировка е извършена на 17 април. [...]

**Най-кръвополитна** е двуфазовата атаката на 10 януари. [...]. Загиват близо 950 души, предимно цивилни граждани, а ранените са повече от 700. [...] С най-сериозни поражения над постройките и къщите е нападението на 30 март. То е извършено от 450 бомбардировача и 150 изстребителя. [...]

**Общата равностетка** от англо-американските бомбардировки на София е **помрачителна**. [...] Пуснати са общо 45265 фугасни и запалителни бомби с тежина 4300 тона. Част от тях са със закъснител, за да избухнат по-късно, когато хората са напуснали скривалищата. Съюзническите самолети хвърлят избухливи писалки, часовници и детски играчки, които **убиват и осакатяват деца**. Загиват 2477 души, от които 99% са цивилни граждани. [...] Материалните щети се оценяват на астрономическата сума от **24 милиарда** лева. А „демократът“ Чърчил посреща данните за последствията от въздушните удари с думите: „**Отлично**“. Безмилостните въздушни атаки на София са **символи за варварско отношение към цивилното население**.“ (<<https://www.sofiahistorymuseum.bg/bg/novini/istoricheski-kalendar/item/785-75-години-от-най-голямата-бомбардировка-над-софия>>, достъп: 30.10.2019 г., маркировката моя – А. Д.)

<sup>36</sup> Източник: <<https://bg.wikipedia.org/wiki/>> – „България във Втората световна война“, достъп: 30.10.2019 г.

етнически групи, придобил качеството на официална правителствена политика далеч преди идването на Хитлер, на българите липсва каквото и да било „разбиране по еврейския въпрос“. [...]

[Г]ерманският посланик в София Адолф Бекерле обяснява на Външното министерство през юни 1943 г., че ситуацията е безнадеждна, защото „българите са живели заедно твърде дълго с народи като арменци, гърци и цигани, за да оценяват еврейския проблем“ – твърдение, което, естествено, е пълна глупост, защото същото може да се каже *mutatis mutandis* за всичките други народи в Източна и Югоизточна Европа. [...] И резултатът от всичко е, че не е депортиран или умрял от неестествена смърт нито един единствен български евреин чак до времето, когато с приближаването на Червената армия през август 1944 г. антиеврейските закони са отхвърлени.<sup>37</sup>

Не знам за нито един опит да се обясни поведението на българския народ – поведение уникално в пояса от премесени етнически групи<sup>38</sup>. (Arend 2004: 248; 251, моя маркировка – А. Д.)

VI. Поставянето на именното словосъчетание „расистки скандал“ в кавички освен като цитат е напълно основателно – погледнато ретроспективно – и като израз в смисъла на *т. нар.*, а именно: с оглед на дни по-късно появила се немаловажна информация, която обаче някак тихо прошумоля в родните онлайн-медии. Става дума за:

- хронологичното описание на инцидента в материала от „Jutarnji List“:

„Бекек прекъсна мача за първи път в 30-ата минута на мача. Тогава група от десетина проблемни фенове, или по-добре да кажем хулигани, подвикваше за може би две до три секунди. Бекек следваше правилата, като помоли служителите да предупредят феновете да се успокоят или той ще бъде принуден да изведе отбора от терена. Според съобщения в някои медии, Бекек спря мача отново в 41-ата минута. В този момент, предполагаме, той обясни на английския треньор Гарет Саутгейт, че

---

<sup>37</sup> Българският президент Румен Радев, настоявайки за „драконовски мерки“ срещу групата гамени на стадиона, също напомня за спасяването на евреите и обръща внимание на това, от този инцидент да не се правят изводи за повсеместен расизъм в България. Част от неговото изявление по случая е цитирано в „Hamburger Abendblatt“: Staatschef Rumun Radew warnte davor, nach den rassistischen Entgleisungen Rückschlüsse auf das ganze Land zu ziehen: „Es ist äußerst unangenehm, dass Bulgarien, das 50.000 Juden gerettet hat, nun durch Rassismus dargestellt wird“, sagte Radew am Mittwoch in Sofia und forderte „drakonische Maßnahmen“ gegen Fußball-Hooligans. (abendblatt.de)

<sup>38</sup> Това „уникално поведение“ на нашия народ се обяснява с присъщата му толерантност, поради която е „недопустимо свързването на България с расизъм и ксенофобия“ според българския премиер Бойко Борисов, цитиран от tagesspiegel.de: „Es ist unzulässig, dass Bulgarien, das einer der tolerantesten Staaten der Welt ist, wo Menschen unterschiedlicher Ethnien und Religionen in Frieden leben, mit Rassismus und Fremdenhass verbunden wird“, schrieb Regierungschef Boiko Borissov auf Facebook. (tagesspiegel.de 1)

няма достатъчно “материал”, за да прекъсне мача. [...]“, пише хърватското издание. (gong.bg 5, моя маркировка – А. Д.)

- едва прошумолялото съобщение за расистки прояви на фенове по време на мач между английски отбори в Англия няколко дни след „расисткия скандал в България“:

„Расистки скандирания прекратиха мач в Англия“ (gong.bg 4).

- изявлението на Жерсон Кабрал, бивш играч на „Левски“, също няколко дни по-късно, пред холандското издание ad.nl, че в България няма расизъм – изявление, останало също почти незабелязано:

„Никога не са ме наричали с определени имена и никога не са крещели гадни неща към мен“, сподели Кабрал. [...]

Кабрал все пак признава, че по време на дербито с ЦСКА е чул расистки скандирания, които обаче не са били насочени персонално към някого. „На този мач има много спорове и скандирания. Никога обаче не е било лично. [...]“ (gong.bg 3, моя маркировка – А. Д.)

От стилистиката са ни добре познати двете противоположни метонимични фигури *pars pro toto* („частта за цялото“) и *totum pro parte* („цялото за частта“), а от когнитивната лингвистика ни е добре позната взаимовръзката между език и мислене. Мариане Грубер отбелязва в есето си „Идеята за безупречността като преклонение пред смъртта“:

Езикът е най-високата и същевременно най-ниската отправна точка. Той ни легитимира. В известен смисъл той ни “създава”, а ние го “създаваме” чрез употребата. [...]

По-кратко и по-ефективно е да се работи с клишета, все едно какви деформации се извършват при това. Едно глупаво изречение – и изреклият го човек е глупак. Отново частта замества цялото, което вече няма никакви шансове. (Gruber 1994: 153, моя маркировка – А. Д.)

Всъщност в примера, приведен от Грубер за заместването на „глупавото изречение“ с „изреклият го човек“, става дума **не** за явлението *pars pro toto*, т.е. когато „частта замества цялото“, а точно за обратното явление – *totum pro parte*, т.е. когато цялото замества частта. Безспорен обаче е изводът за малшанса на “Цялото”, понеже се визира явление, което служи за създаване на представата за целокупен обект, чиито – (в примера интелектуални) възможности по този начин биват принизени.

Приведеният по-долу пример – цитат от горепосочената хърватска медия – е аналогичен на този у Грубер:

„[...] Разбира се, англичаните са голяма и мощна нация, така че издигнаха скандала до много високо ниво, но като цяло проблемът беше само в няколко хулигани“, пише хърватското издание. (gong.bg 5, моя маркировка – А. Д.)

Тук логично възниква въпросът за умишленост при употребата на езика в такива случаи с „фаталната метонимия“. Разбира се, Грубер има право, когато твърди, че „[Т]ези съкращаващи и следователно неверни изрази не можем да припишем за съжаление само на масмедиите“, както и че „[Т]ова е нашият собствен език“ (Gruber 1994: 153). От друга страна обаче не бива да забравяме голямата отговорност, която са длъжни да поемат за езиковото оформление на своите материали тъкмо масмедиите като „четвърта власт“, сформираща общественото мнение и нагласата на широката аудитория към дадено “Цяло”.

В заключение нека – отново с позоваване на Грубер – да си припомним думите на създателя на логотерапията Виктор Франкъл, че „немалка част от човешките неволи се дължи на това, че всъщност не можем да упражняваме критика“ (Gruber 1994: 153).

#### ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:

- Arend 2004:** Hana Arend. *Ayhan v Yerusalim* – reportazh za banalnostta na zloto. (Originalno zaglavie: Hannah Arendt Eichmann in Jerusalem: A Report on the Banality of Evil. New York, 1963). Sofiya: Siela, 2004.
- Biermann 1990:** Wolf Biermann. *Klartexte im Getümmel*. 13 Jahre im Westen. Von der Ausbürgerung bis zur November-Revolution. Köln: Kiepenheuer & Witsch, 1990.
- Dalchev 1994:** Atanas Dalchev. *Stihotvoreniya*. Fragmenti. Sofiya: IK „Hristo Botev“, 1994.
- Gruber 1994:** Marianne Gruber. „Ideyata za bezuprechnostta kato preklonienie pred smartta“. (Originalno zaglavie: „Die Idee der Makkellosigkeit als Anbetung des Todes“). Ese, prevod ot nemski: Ana Dimova. – Marianne Gruber. *Protokoli na straha*. Razkazi i eseta. Prevod ot nemski: Ana Dimova; Elisaveta Kuzmanova. Veliko Tarnovo: PIK, 1994, str. 165–188.
- Küpper 1996:** Heinz Küpper (Hrsg.). *Wörterbuch der deutschen Umgangssprache*. Stuttgart: Ernst Klett; Sofiya: IK „Prozorets“, 1996.

#### ИНТЕРНЕТ ИЗТОЧНИЦИ:

- abendblatt.de:** 16.10.2019  
<<https://www.abendblatt.de/sport/fussball/article227381417/Fussball-Ticker-Rassismus-gegen-England-Profis-Bulgarien-greift-hart-durch.html>>.
- de.onefootball.com:** 29.10.2019 <<https://de.onefootball.com/rassismus-eklat-gegen-england-laecherliche-straefe-fuer-bulgarien/>>.
- focus.de:** 14.10.2019 <[https://www.focus.de/sport/fussball/em\\_2020/rassismus-eklat-england-gegen-bulgarien-gleich-zweimal-unterbrochen\\_id\\_11236787.html](https://www.focus.de/sport/fussball/em_2020/rassismus-eklat-england-gegen-bulgarien-gleich-zweimal-unterbrochen_id_11236787.html)>.

- gong.bg 1:** <<https://gong.bg/bg-football/nacionalen-tim/multimedia/video/futbolnite-antirasisti-zovat-izhvyrlete-bylgariia-562219>>
- gong.bg 2:** <<https://gong.bg/bg-football/nacionalen-tim/multimedia/video/udar-po-bylgariia-2-macha-bez-publika-i-liuta-globa-ot-uefa-564260>>
- gong.bg 3:** <<https://gong.bg/bg-football/efbet-liga/multimedia/video/bivsh-as-na-levski-v-bylgariia-niama-rasizym-564369>> (status 30.10.2019).
- gong.bg 4:** <<https://gong.bg/football-sviat/anglia/rasistki-skandiraniia-prekratiha-mach-v-angliia-562867>> (status 19.10.2019).
- gong.bg 5:** <<https://gong.bg/bg-football/nacionalen-tim/multimedia/video/raznishtiha-angliia-razduhali-skandala-izlishnoz-azadi-nekolcina-562407>> (status 16.10.2019).
- sport1.de:** 15.10.2019 <<https://www.sport1.de/fussball/em/2019/10/em-qualifikation-rassismus-eklat-und-hitlergruss-bei-england-gala-in-bulgarien>>.
- spox.com 1:** 14.10.2019  
<<https://www.spox.com/de/sport/fussball/emqualifikation2008/1910/News/erneuter-rassismus-skandal-bulgarien-gegen-england-zweimal-unterbrochen.html>>.
- spox.com 2:** 15.10.2019  
<<https://www.spox.com/de/sport/fussball/emqualifikation2008/1910/News/rassismus-skandal-bei-bulgarien-gegen-england-balakov-habe-rassistische-gesaenge-nicht-gehoert.html>>.
- stuttgarter-nachrichten.de:** 15.10.2019 <<https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.rassismus-eklat-in-bulgarien-hitlergruesse-und-affenlaute-englischer-verband-fordert-untersuchung.a663b28e-6636-40d4-82bf-ecc04ea57af9.html>>.
- tagesspiegel.de 1:** 15.10.2019 <<https://www.tagesspiegel.de/sport/bulgarische-fans-sorgen-fuer-entsetzen-england-spiel-wegen-rassistischer-vorfalle-zweimal-unterbrochen/25116624.html>>.
- tagesspiegel.de 2:** <<https://www.tagesspiegel.de/sport/rassismus-in-sofia-militaergruss-in-paris-die-spiele-der-em-qualifikation-waren-ein-offenbarungseid/25117124.html>> – Leonard Brandbeck. *Rassismus in Sofia*, Militärgruß in Paris Die Spiele der EM-Qualifikation waren ein Offenbarungseid.
- tz.de:** 20.10.2019 <<https://www.tz.de/sport/fussball/rassismus-eklat-in-bulgarien-ex-bundesliga-star-balakov-tritt-als-trainer-zurueck-zr-13116366.html>>.
- welt.de:** 15.10.2019  
<<https://www.welt.de/sport/fussball/article201905640/Bulgarien-England-Hitlergruesse-und-Affenrufe-gegen-Sterling-und-Co.html>> – Jean Mikhail (Redakteur Sport). Hitlergrüße und Affenrufe gegen England.
- youtube 1:** 15.10.2019 <<https://www.youtube.com/watch?v=olNi1mOZ8EI>> – Rassistisches Verhalten bulgarischer Fußballfans.

**youtube 2:** 16.10.2019 <<https://www.youtube.com/watch?v=i-YimypJxx4>> –  
Bulgarien gegen England: Hitlergruß und rassistische Parolen im Stadion  
(DW).

**youtube 3:** 14.10.2019 <<https://www.youtube.com/watch?v=HdVBuX7O-Xc>>.

## ДЪЖД – ЕЗИКОВА СИМВОЛИКА В БЪЛГАРСКИ, НЕМСКИ И ТУРСКИ МЕДИИ

Севгинар Динчерова

**Анотация:** Настоящата статия има за обект на изследване метафоричната употреба на *дъжд* в съвременния български, немски и турски медиен дискурс. Изследва се символиката на дъжда в културата и фразеологията на българския, немския и турския език. От различните смислообрази изкрystalлизират две основни и същевременно противоположни символни значения на дъжда – положително и отрицателно. От една страна, течащата бистра вода е източник на живота и на доброто начало, пречиства, лекува и носи щастие и късмет. От друга страна, мръсната и застоялата вода носи нещастие и се свързва с ленивостта, коварството и изобицо с отрицателните качества на човека.

**Abstract:** This paper focuses on the metaphors of *rain* in Bulgarian, German and Turkish media discourse. It discusses the dimensions of the symbolic of *rain* in the culture and phraseology of Bulgarian, German and Turkish linguistic community. The diversity of images reveals two symbolic meanings of rain that are fundamental and opposite at the same time - positive and negative. On the one hand, the running clear water is considered to be the main source of life and the promising beginning that purifies, heals, and brings happiness and luck. On the other hand, the impure and stagnant water brings misfortune and is associated with laziness and betrayal. Generally speaking, it is associated with the negative personal character qualities.

**Key words:** metaphors of “rain”, metaphor, phraseology, media discourse.

Настоящата статия има за предмет на изследване метафоричната употреба на дъжд в съвременния български, немски и турски медиен дискурс. Широката метафорична употреба на дъжд е илюстрирана и с други контексти, като например духовната и религиозна сфера, поетически текстове и др.

Изхождайки от универсалността на дъжда – независимо от различността между трите култури – статията доказва доминирането на еднаквостта, респ. сходството в културната и езиковата символика на дъжда, което свидетелства за доминирането на еднакви и сходни колективни представи и познания за света.

Символът е „външният, физическият израз на висша истина и означава реалности, които езикът замъглява или не може да предаде по-подходящ начин. [...] Съвършеният символ задоволява всички интелектуални, духовни и емоционални човешки потребности“ (Kupar 1993:15).

За първи път Пиндар (618-442 г. пр. Хр.) използва думата *символ* в смисъл на *знак, предзнаменование*: „никой от живущите на земята до сега не е

получил от боговете достоверен *символ за бъдещето*“. Есхил (525-456 г. пр. Хр.) говори за *символ на огъня*, т.е. за огън, предвещаващ победа. Според Емпидокъл (490 – 406 г. пр. Хр.) символът, разделен на части, трябва да се съедини в нещо трето, с което се демонстрират неговата неизмерност и скрити свойства, а според Питагор символът винаги носи някаква тайнствена мисъл. Платон тълкува символа като „монета – знак – обмен“ (Kurat 1993:31).

В немската класическа естетика Имануел Кант обвързва *символ* с Красиво и Добро: символично понятие е идеята за Красивото, което е символ на Доброто и затова се харесва с претенция за съгласие от всички. В §59 на „Критика на способността за съждение“ той определя символа като косвено изображение на понятието по аналогия, която се извършва от способността за въображение. Самият език според Кант е пълен с косвени изображения по аналогия (Kant 1993: 56)

Според Георг Хегел (2004) символът е двузначен знак, който обхваща съдържанието на представата, която изобразява, но същевременно трябва да ни представи значението, което носи. Ето защо при символа значението не е изразено само за себе си и не е ясно предварително, а у нас винаги остава съмнение дали да се задоволим с даденото, или да се насочим към други представи и мисли. Той различава *несъзнавана символика*, *символика на възвишеността* и *съзнавана символика* и посочва начина на разграничаване на *метафора*, *алегория* и *символ*: „В символа и в алегорията отношението между смисъла и външния образ не е така непосредствено и необходимо“ (Hegel 2004: 74).

### ***Водата* като културен символ**

Разглеждането на *водата* като културен символ следва от факта, че *дъждът* е едно от проявленията на водата. Думата *вода*, нем. *Wasser*, тур. *su*, се радва на широка метафорична употреба в българската, немската и турската езикова и културна общност. *Светената вода* и т.нар. *aqua benedicta*, „благословена вода“, по време на определени празници са от голямо значение в християнската традиция. Хората се прекръстват с намокрени с благословената вода пръсти, също и помещението се напръсква с няколко капки светена вода. Според вярванията поръсените по земята капки ще помогнат и на „бедните души в чистилището“, облекчавайки горещината на пречистващите ги пламъци (Shevalie/Geerbrant 1995: 59).

Както светената вода в християнството, така и в ислямската религия и в Корана *водата* е символ на *пречистване* и *добро*: „11. Той [...] ви изсипа вода от небето, за да ви пречисти с нея и да премахне от вас скверността на сатаната, и да укрепи сърцата ви, и да заякчи с това стъпките“. Коранът също съдържа много поучителни примери с *вода*. Тук отново, както и в Библията, е

залегнала идеята за *водата* като първоизвор на Живота: „Всяко живо същество е създадено от вода“.

На редица други места в Корана водата е свързана с плодородие: „22. от [Аллах] Който [...] изсипва вода от небето, и чрез нея вади плодовете – препитание за вас!“ и „Земният живот прилича на вода, която сме излели от небето и с нея по земята изникват растенията за препитание на хората и на добитъка“ (*Коран*). Според мюсюлманите водата служи изключително и единствено за пречистване. Има три вида пречистване. Първият и най-важният вид пречистване е измиване на цялото тяло. Това е задължително след интимен контакт и е препоръчително преди петъчната молитва и преди докосване на Корана. Вторият вид пречистване е преди всяка от петте ежедневни молитви – тогава мюсюлманите поливат главите и измиват ръцете до лактите и стъпалата си. За това пречистване всички джамии осигуряват водоизточник (чешма или фонтанче). Третият вид пречистване е с пясък – последователите на Исляма използват пясък, за да се пречистят, когато водата е в оскъдно количество.<sup>39</sup>

### ***Дъжд; der Regen; yağmur* – езиков символ в българската, немската и турската фразеология и паремиология**

Обект на изследване са български, немски и турски фразеологизми, пословици и поговорки с метафорична употреба на *дъжд, der Regen, yağmur* при което се следи за използването им в съвременното медийно пространство с оглед на въпроса за тяхната актуалност и популярност. Настоящият раздел разглежда метафориката на *дъжда* във фразеологията и паремиологията. Езиковият корпус е ексцерпиран от FRBE, BPP, BP, DudenIdiom, NFR, TFL, TFR, BNFR и NBFR.<sup>40</sup>

Семантичните измерения на метафората *дъжд*, нем. *der Regen*, тур. *yağmur*, са включени в две бинарни опозиции и са подредени в еквивалентни или сходни по лексикален състав фразеологизми в трите езика. При липса на такива съответствия са посочени поотделно устойчивите словосъчетания в съответния език.

Представени са две опозиции:

- **I. „място, откъдето се получава добро/добрина, сполука, успех, щастие/късмет“**

---

<sup>39</sup> [http://www.yaklasansaat.com/dunyamiz/hayatioz\\_su/suayet.asp](http://www.yaklasansaat.com/dunyamiz/hayatioz_su/suayet.asp).

<sup>40</sup> Всички съкращения са посочени в библиографията.

- **II. „място, откъдето се получава зло/злина, несполука, провал, нещастие“.**

В първата бинарна опозиция ярко проличава универсалното възприемане на водната стихия в колективните представи като сакрална, но същевременно и като нечиста сила. При това представяне изразите в турския и немски език са преведени дословно с цел да се получи представа за ословеното картинно представяне на света в двете култури.

**1. „място, откъдето се получава добро/добрина, сполука, успех, щастие/късмет“ – „място, откъдето се получава зло/злина, несполука, провал, нещастие“**

**Основната хипотеза тук е, че *дъжд* е едно от названията за проявленията на *водата* от голямо значение в бита и поминъка на трите езикови и културни общности, има осезаемо присъствие с положително и/или отрицателно послание – както в лексикографските източници като *езикови символи*, така и като *метафори* в публичното пространство, в това число и в медийния дискурс.**

По-долу е представена метафоричната употреба на *дъжд* като названия за проявленията на *вода* в нейното течно състояние. Още тук може да се отбележи, че при названията за течно състояние на водата се срещат турски лични пожелателни имена *Yağmur* и *Damla*, както и българските женски лични пожелателни имена *Капка* и *Росица* с послание девойката да е красива и с чиста душа.<sup>41</sup>

### ***Дъжд; der Regen; yağmur***

*Дъжд* означава ‘водни капки или струи, които падат от облаците’, а прен. ‘изобилие, множество’<sup>42</sup>. Със същото преносно значение се използват нем. *Regen* и тур. *yağmur*. Синоними на **бълг.** *дъжд* не са посочени; за **нем.** *der Regen* фигурират като синоними *der Niederschlag*, *der Nieselregen*, *der Regenguß* и *der Wolkenbruch*, а синоними на *yağmur* са *yağar* и *yağış*.

Както при повечето проявления на *вода*, така и при *дъжд* откриваме символика в различните култури. Така например в календара на Централна Америка „знакът на деветия ден – *вода* [...], се смята за символ на поройния дъжд. Приписва му се предзнаменователното значение ‘болест, треска’ и знакът се приема за носещ несрета“. А древните гърци възприемали

<sup>41</sup> Вж. <http://avangardisco.wordpress.com/2007/12/07>.

<sup>42</sup> Вж. [talkoven.onlinerechnik.com](http://talkoven.onlinerechnik.com).

*дъждовната вода* като благословена живителност я използвали за призоваване на боговете (Shevalie/Geerbrant 1995: 60–61).

Българските вярвания отреждат на *Гергьовския дъжд* решаваща роля за плодородна година: *гергьовски дъжд цена няма; гергьовски дъжд най-малката капка – най-голямата жълтица става* (ВР, 208). На празника Гергьовден тези народни мъдрости обикновено намират място в медиите, които отразяват събитието: „*Всяка капка дъжд на Гергьовден е теготна жълтица [...] Празникът става Гергьовден през VIII – IX век по силата на християнския църковен календар. [...] Гергьовски дъжд цена няма. Гергьовски дъжд - най-малката капка най-голямата жълтица става*“ (в-к „Черно море“, бр. 1015/05.05.2001)<sup>43</sup>.

Други изрази, които отразяват живителната сила на пролетните дъждове в земеделието, са: *през март вали, жетварят се радва; дъждовен май – плодородни години и дъждовен май – плодородие безкрай* (вж. ВРР, 208; 77). Представите за плодородието на земята, породено от благодатния дъжд, са свързани с представите за създаване на семейство и оттам – за плодovitост на човешкия род: *вали, вали дъж, да са роди ръж, да си купим мъж и вали, вли дъж, да са роди ченици, да си купим женица* (вж. ВР, 177).

Същата обвързаност на дъжд и благодат срещаме и в турската народна мъдрост: *altın araba, gümüüş tekerlek* (TFR, 180), дословно „златна кола, сребърно колело“. Поговорката се употребява в смисъл, че априлският дъжд е благодатен за всички посеви и носи благодат и печалба на земевладелеца. Със значение ‘докато е време да спечелиш’ в турския език се използва изразът *yağmur yağarken küpünü doldurmak* (вж. TFR, 275), дословно „докато вали, да напълним кацата“ – т.е. човек трябва в подходящото време да се възполва от нещо, за да постигне успех.

Сполучлива и плодородна година носи „априлският дъжд“, тур. *nisan yağmuru*: „*Nisanın yağmuru, mayısın ise çiçeği getirdiğine inanıyorsak, nisan yağmurlarının ne derece piyasaları olumlu yönde etkileyebildiğini de görmemiz gerekmektedir.[...]*“, дословно „ако вярваме, че **април носи дъжда**, а май – цветето, би трябвало да видим в каква степен априлският дъжд би повлиял положително на финансовите пазари“<sup>44</sup>.

Към **първия член** на тази опозиция, „място, от където се получава добро/добрина, сполука, успех, щастие/късмет“, се причисляват **бълг. дъжд; нем. Regen** и разг. *ein warmer Regen* ‘големи и неочаквани парични

---

<sup>43</sup> Вж. <http://more.info.bg>.

<sup>44</sup> Вж. [www.bigpara.com](http://www.bigpara.com).

постъпления<sup>45</sup>; тур. *yağmur*, както и глаголите *вали*; нем. *es regnet – es regnet Geld* (NBFR, 546), дословно „валят пари“ респ. *regnen*; тур. *yağmur yağıyor*.

Метафоричната употреба на тези думи **доминира** в икономическия дискурс, но се откриват находки и в политическия дискурс, например:

### Бълг.

- „Украйна чака за *дъжд от инвестиции*“? / Изглежда, че инвеститорите са много, смята *пазари etergin*, която скоро очаква *възобновяване* на *дъжд на инвестициите* / *Златен дъжд* инвестиции ще се вляят само за стабилни компании, които произвеждат реален продукт“ (заглавие и начало на новина)<sup>46</sup>;
- „*Валят пари*, криза няма“ (заглавие)<sup>47</sup>;
- „Предкризисно нямаше толкова фрапиращо растяща и огромна безработица и ликвидация на бизнеси и *бизнес активност и инвестициите валяха* [...]“<sup>48</sup>;
- за обвързаността на икономика и политика свидетелстват два примера: „Първи депутатски работен ден – *дъжд от пари* до предсрочен вот“ (заглавие)<sup>49</sup> и „Премиерът обеща да *валят пари* към общините“ (първо изречение на новина)<sup>50</sup>;
- „*Валят СРС-та*, а регламентът къде е, сети се отново опозицията“ (заглавие)<sup>51</sup>;
- „*Критиките* срещу подготвените промени в закона за Сребърния фонд *продължават да валят*“<sup>52</sup> и др.

### Нем.

- „Griechenland: *Geldregen über Athen*“ (заглавие)<sup>53</sup>;

---

<sup>45</sup> Вж. [www.zeit.de](http://www.zeit.de).

<sup>46</sup> Вж. <http://www.realt5000.com.ua/news/utf/bg/749635>.

<sup>47</sup> Вж. [bgvesti.com](http://bgvesti.com).

<sup>48</sup> Из коментар във форум - вж. <http://www.capital.bg>.

<sup>49</sup> Вж. <http://www.trud.bg>.

<sup>50</sup> Вж. [meganews.bg](http://meganews.bg).

<sup>51</sup> Вж. <http://www.posredniknews.com>.

<sup>52</sup> В коментар във форум - вж. <http://ime.bg>.

- „*Warmer Regen* für den Fiskus“ (заглавие)<sup>54</sup>;
- „Über den Aktionären geht *ein warmer Regen* nieder“ (заглавие на новина, 23.01.2012 г.)<sup>55</sup>;
- „Weil immer weniger Leute in einen Währungsraum investieren wollen, in dem ein Staat seine Schuld nicht bedient, verliert der Euro nun auch gegenüber dem Dollar rapide an Wert. Das ist zwar ein Segen für die lahme Konjunktur in Südeuropa und *ein warmer Regen für Exportunternehmen*“<sup>56</sup>;
- „Rumäniens Klein-Quisling Horia Sima wittert *warmen Regen* für seine politischen Pläne von übermorgen. Nach fünf anonymen Jahren wagte sich jetzt der 1945 in Kärnten tief Untergetauchte zum ersten Male wieder an die Öffentlichkeit.“ (първо и второ изречение)<sup>57</sup>.
- „Anstatt dass Frau Holle ihre Laken ausschüttelt und die Vorweihnachtszeit mit Schnee verschönert, *lässt die EZB Geld regnen*. [...]“<sup>58</sup>;
- „Kommentar: *Es regnet Geld*. / Börsianer und Spekulanten jubeln über ‘unbegrenzte Liquidität’, Skeptiker fürchten Inflation [...]“<sup>59</sup>;
- В немските медии също се срещат редица примери за обвързаност на икономика и политика: „*Die Gelder aus den Studiengebühren sind* für die FH mit ihren 4 500 Studierenden natürlich *ein warmer Regen* und sollen helfen, diesen guten Ruf zu halten“<sup>60</sup>; „Gesundheitspolitik: *Es regnet Geld* / Der neue Gesundheitsminister Daniel Bahr beglückt eine alte Stammwähler-Gruppe der FDP: Mediziner dürfen auf steigende Honorare hoffen“ (заглавие и подзаглавие на новина)<sup>61</sup> и др.

---

<sup>53</sup> Вж. [www.bilanz.ch](http://www.bilanz.ch).

<sup>54</sup> Вж. <http://www.morgenweb.de>.

<sup>55</sup> Вж. [www.welt.de](http://www.welt.de).

<sup>56</sup> Вж. <http://www.faz.net>.

<sup>57</sup> Вж. <http://www.spiegel.de>.

<sup>58</sup> Вж. [www.finanzen.net](http://www.finanzen.net).

<sup>59</sup> Вж. [www.fnp.de](http://www.fnp.de).

<sup>60</sup> Вж. [general-anzeiger-bonn.de](http://general-anzeiger-bonn.de) vom 26.04.2006.

<sup>61</sup> Вж. <http://www.spiegel.de>.

## Тур.

- „Otomobil sektöründe çalışanlara *para yağmuru* mu?“, дословно „На работещите в автомобилния бранш *дъжд от пари* ли се предлага?“ (заглавие)<sup>62</sup>;
- „Borsa’ya Sıcak *Para Yağıyor* / Küresel sıcak para yağmuru Borsa’yi zengin etti“, дословно „Топъл *дъжд от пари* вали на борсата / Глобалният топъл дъжд направи борсата богата“ (заглавие и поясняващо първо изречение)<sup>63</sup>;
- „Türkiye’ye *yatırım yağıyor* / Teşviklerle birlikte *yatırım yağmuru sağanağa dönüştü*“, дословно „*Валят инвестиции* в Турция / Заедно с разрешителните *дъждът от инвестиции* се превърна в порой“ (заглавие и подзаглавие)<sup>64</sup>;
- „Denizbank’tan emeklilere *altın yağmuru* başladı / Maaşlarımı Denizbank’a transfer eden [...] tüm emeklilere altın“, дословно „Започна *дъжд от злато* за пенсионери от Банка Deniz / На всички пенсионери, които са си преместили пенсиите в Банка Deniz – по едно злато [златна паричка]“ (заглавие и подзаглавие)<sup>65</sup>;
- „Yeşil Enerjiye Ucuz *Kredi Yağmuru*“, дословно „за зелената енергия *дъжд от евтини кредити*“ (заглавие)<sup>66</sup>;
- „CHP’li Vekilden Urfa İçin *Önerge Yağmuru*“, дословно „*Дъжд от препоръки* за Урфа от депутата от CHP [Републиканска народна партия]“ (заглавие)<sup>67</sup>;
- „İsrail’den AKP’ye *Destek Yağıyor*“, дословно „*Подкрепа* вали от Израел към АКР [управляващата партия в Турция към настоящия момент]“<sup>68</sup>

Обилният пороен дъжд „е“ на *въжета дъжд* респ. на *въжета вали* (вж. ФРБЕ 1, 617), нем. *es regnet Bindfäden / Spitzbuben / Bauernjungen / Strippen; es regnet in Strömen; es regnet wie mit Eimern / Gießkannen* (вж. NBRF, 546), дословно „дъждът вдига мехурчета в локвите“; *da regnet es Feuer und*

---

<sup>62</sup> Вж. [www.yenihayat.de](http://www.yenihayat.de).

<sup>63</sup> Вж. <http://ekonomihaberyorum.haberdesin.com>.

<sup>64</sup> Вж. [www.borsagundem.com](http://www.borsagundem.com).

<sup>65</sup> Вж. [webcafe.com](http://webcafe.com).

<sup>66</sup> Вж. [www.haberby.com](http://www.haberby.com).

<sup>67</sup> Вж. [www.halkinsesiurfa.com](http://www.halkinsesiurfa.com).

<sup>68</sup> Вж. [www.haberkdeniz.com](http://www.haberkdeniz.com).

*Schwefel vom Himmel herab* (библ. – вж. NBFR, 546); *anhaltender, strömender Regen* (вж. NBFR, 546), дословно „продължителен, проливен дъжд“. В турския език, когато започне обилно да вали, се използва изразът *yağmur boğanmak* (вж. TFR, 287), дословно „дъждът се освобождава“.

Към **втория член** на опозицията, „място, откъдето се получава зло/злина, несполука, провал, нещастие“, в българската и турската култура се подреждат две **еднакви** езикови картини с **еднакво** значение: ‘спасих се от малко зло, но ме сполетя по-голямо зло’: **бълг.** диал. *бягах от дъжд, налетях на град* (FRBE 1, 111); **тур.** *yağmurdan kaçarken doluya tutulmak*, дословно „бягам от дъжд, налитам на град“ (TFR, 165). Може да се предположи, че при българския фразеологизъм става дума за калкиран израз, тъй като с него не бяха открити находки в двата български изследвани дискурса – както в новини, така и във форуми, за които е типична употребата на фразеологизми, непоявяващи се в медиите. В двата турски изследвани дискурса, напротив, изразът намира място:

### Тур.

- „*Yağmurdan kaçarken doluya tutulmak kesinleşti!* [...] bankaların *kredi politikasını* gevşetir [...]“ дословно „Вече е сигурно, че като *бягаме от дъжд, ще налетим на град!* [...] банките разхлабиха кредитната си политика [т.е. дават кредит и на несигурни клиенти, което ще допринесе за нализането им кризисен период]“<sup>69</sup>;
- „İşte *yağmurdan kaçarken doluya tutulmak* buna denir ve bu açıklama bir ... *Türkiye dış politikada* uçurumun kenarındadır [...]“ дословно „Ето на това се казва *бягаме от дъжд, налитаме на град* – това твърдение означава, че Турция е на ръба на пропастта по отношение на външната си политика“<sup>70</sup>.

Същото значение ‘от неприятна ситуация попадам в още по-неприятна ситуация’ и *дъжд* като езикова картина на *затруднение, неприятност* съдържа немският фразеологизъм *vom Regen in die Traufe kommen* (Dudenidiom, 578 и NBFR, 546), дословно „идвам от дъжда под капчука“.

Оказва се, че този израз присъства осезаемо в немския икономически и политически дискурс:

---

<sup>69</sup> Вж. [www.dunya.com](http://www.dunya.com).

<sup>70</sup> Вж. [www.aydinlikgazete.com](http://www.aydinlikgazete.com).

- „Sollte der bei McLaren-Mercedes schwer genervte Kimi Räikkönen ernsthaft für 2007 einen Wechsel zu Ferrari erwägen, er käme mit einiger Sicherheit **vom Regen in die Traufe**“<sup>71</sup>
- „**„Damit käme Schering vom Regen in die Traufe**“, sagte Michael Kunert von der Schutzgemeinschaft der Kleinaktionäre“<sup>72</sup>;
- „Kommt der Gewerbeverband vom Regen in die Traufe?“ (заглавие)<sup>73</sup>
- „Wenn sich CDU und CSU aber genauso präsentieren, könnten Wähler den Eindruck bekommen, *sie kämen* per Machtwechsel höchstens **vom Regen in die Traufe**“<sup>74</sup>;
- „**Vom Regen in die Traufe** / Ein Gastbeitrag von Katharina Jung über Ägyptens steinigen Weg zur Demokratie“<sup>75</sup> и много др.

Немска езикова картина на *изоставяне на някого в беда* е разг. *jemanden im Regen stehen lassen* (Dudenidiom, 578), дословно „оставям някого на дъжда“. Изразът се използва доста често в икономическия и политическия дискурс, нерядко с отрицание, например:

- „Zubauquoten für Windräder: Länder lassen **Altmair im Regen stehen**“ (заглавие)<sup>76</sup>;
- „Rettungsschirme dürfen Sparer **nicht im Regen stehen lassen**“ (заглавие)<sup>77</sup>;
- „Politik soll **Landwirte nicht im Regen stehen lassen**“ (заглавие)<sup>78</sup>;
- „Der Kanzler **lässt seinen Minister nicht im Regen stehen**“ (вж. Dudenidiom, 578)

---

<sup>71</sup> Вж. [spiegel.de](http://spiegel.de) vom 06.09.2005.

<sup>72</sup> Вж. [berlinonline.de](http://berlinonline.de) vom 16.03.2006.

<sup>73</sup> Вж. <http://www.infosperber.ch/Politik/Von-Zuppiger-zu-Fournier-vom-Regen-in-die-Traufe>.

<sup>74</sup> Вж. [abendblatt.de](http://abendblatt.de) vom 28.05.2005.

<sup>75</sup> Вж. <http://diefettehenne.wordpress.com>.

<sup>76</sup> Вж. [www.finanzen.net](http://www.finanzen.net).

<sup>77</sup> Вж. [www.sparkassenzeitung.de](http://www.sparkassenzeitung.de).

<sup>78</sup> Вж. [www.heinrich-rudrof.de](http://www.heinrich-rudrof.de).

Турски езиков смислообраз на *вреда, щета, злина* е „ненавременен дъжд по време на вършитба“, *onmadik yılın yağturu harman vakti yağar* (TFR, 181).

Със значение ‘късно, когато не е нужно, със закъснение’ се използват **бълг.** *кога дъж преиде, качул на глава* (BP, 371), както и *след / подир дъжд качулка*, диал. *подир / по дъжд качул* (FRBE 2, 313; 136) и *кога дъждът превалял, той наметнал качулка* (FRBE 1, 522), например:

• „Кризата: *След дъжд качулка* и след сватба булка! / За всички е ясно, че *предложението на правителството*, парите от Сребърния фонд да бъдат инвестирани в държавни ценни книжа...“ (заглавие и изречение)<sup>79</sup>;

Със значение ‘избягвам в последния миг злото, спасявам се навреме от белята’ се употребява нем. *vor dem Regen unters Dach kommen*, дословно ‘подслонявам се от дъжда под стряхата’ (NBFR, 546). Този фразеологизъм се употребява много рядко в икономическия и политическия дискурс, например: „Wenn 70 Nordafrikaner *unter dem KKL-Dach Schutz vor Regen suchen*, wirkt das allein aufgrund der Masse bedrohlich. Mit Ausgrenzungen lassen sich solche Ansammlungen verhindern“<sup>80</sup>.

Надежда и оптимизъм в трудна ситуация са отразени в немския фразеологизъм *auf Regen kommt Sonnenschein* ‘след трудности и неприятности следва сполука, успех’ (NBFR: 546), дословно ‘след дъжд идва слънце’, който се среща в икономическия и политическия дискурс, например:

- „Börse Frankfurt/Peeters: *Auf Regen folgt auch wieder Sonnenschein*“ (заглавие на борсова новина)<sup>81</sup>;
- „*Nach jedem Gewitter kommt wieder Sonnenschein* [...] Wegen ihrer zögerlichen Politik beginnen die Japaner erst heute das nachzuvollziehen [...]“<sup>82</sup>;
- шег. „Früher sagte man, *auf Regen folgt Sonnenschein*, heute heißt es, *auf Regen folgt Geld* ... wie im Märchen“<sup>83</sup>.

---

<sup>79</sup> Вж. [krizata.blog.bg](http://krizata.blog.bg).

<sup>80</sup> Вж. <http://philippe-wampfler.com>. *KKL* са инициали на Kultur- und Kongresszentrum Luzern.

<sup>81</sup> Вж. [www.finanzen.net](http://www.finanzen.net).

<sup>82</sup> Вж. [www.wlh.ch](http://www.wlh.ch).

<sup>83</sup> Вж. [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de).

## Заклучение

Настоящото съпоставително изследване на метафора *дъжд* в български, немски и турски медии изхожда от универсалността на дъжда и неговата културна и езикова символика.

С универсалността и повсеместността на *дъжда* е свързана основната хипотеза на изследването: независимо от различията между западноевропейската и източната духовна традиция, където са позиционирани трите култури, навсякъде следва да доминира еднаквостта, респ. сходството, а не различността в смислообразността и метафоричната употреба на *дъжда*, а тази същностна прилика е мост между трите културни пространства.

При представянето на метафората *дъжд* се акцентува върху еднакви и сходни езикови картини с еднакви и сходни послания. Отчитат се обаче също така културно-специфичните различия, които обуславят наличието на еднакви и сходни езикови картини за дадено явление в две от трите култури, а именно: в българската и турската култура поради тяхната вековна съприкосновеност и в българската и немската култура поради принадлежността към християнската религия.

От различните примери за метафориката на *дъжд*, *Regen* и *yağmur* в българската, немската и турската фразеология и паремиология, както и от примерите за употребата на съответните идиоми в медийния дискурс се налагат **следните изводи**:

- (1) различните примери свидетелстват за това, че езикът като жив организъм **се развива непрекъснато** в процеса на езиковата употреба и комуникация;
- (2) от представените семантични измерения на метафората *дъжд*, нем. *Regen*, тур. *yağmur* е видна **универсалността** на общностните представи за *дъжда* като необходимост за човешкото съществуване и като сила за сполучлива и плодородна година, която носи „априлският дъжд“. Тази универсалност проличава в редица еднакви и сходни изрази в трите култури, както и в употребата им в сходни контексти в публичното пространство;
- (3) лексикалният състав на **не малък брой** български и турски фразеологизми, пословици и поговорки свидетелстват за **сходство**, което свидетелства за исторически обусловеното съприкосновение между двете общности и за духовното и езиковото им взаимно обогатяване (или поне за значително повлияване на единия език от другия) вследствие на тази интеркултурна комуникация, например:

- при *дъжд* и *yaĝtur* се срещат две **еднакви** езикови картини с **еднакво** значение ‘спасих се от малко зло, но ме сполетя по-голямо зло’;

- със значение ‘малко количество, което, прибавено към друго количество, предизвиква промяна към добро’ са бълг. *капка по капка вир става* и тур. *damlaya damlaya göl olur*, дословно „капка по капка става езеро“ като две сходни езикови картини на бавно подобряване на материалното състояние;

(4) също така прави впечатление **сходството** на редица български и немски езикови картини, обусловено най-вероятно от принадлежността на носителите на тези езици към християнската религия, например и в двата езика срещаме метафори с *дъжд*, *Regen* и *yaĝtur* със значение ‘изобилие, благодат от нещо’.

#### ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:

- Aristotel 1975:** Aristotel. Za poeticheskoto izkustvo. Sofia: Izdatelstvo „Nauka i izkustvo“, 1975.
- Black 1983:** M. Black. Die Metapher. In: A. Haverkamp (Hrsg.). Theorie der Metapher. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1983.
- Chizmarov 1982:** D. Chizmarov. Stilistika na bylgarskiya knijoven ezik. Sofia: Izdatelstvo „Nauka i izkustvo“, 1982.
- Fleischer et al. 1996:** W. Fleischer; G. Michel; G. Starke. Stilistik der deutschen Gegenwartssprache. 2. Auflage. Frankfurt a.M./Berlin/New York/Paris/Wien: Peter Lang, 1996.
- Hegel 2004:** G. W. Hegel. Estetika, Tom 1. Sofia: Izdatelstvo „Iztok-Zapad“, 2004.
- Kant 1993:** Kant I. Kritika za sposobnostta za sazhdenie. Sofia: Akademichno izdatelstvo „Prof. M. Drinov“, 1993.
- Kupar 1993:** Dzh. Kupar. Ilyustrovana entsiklopedia na traditsionnite simvoli. Sofia: Izdatelstvo „Petar Beron“, 1993.
- Pasi 2001:** I. Pasi. Metaforata. Sofia: Izdatelstvo „Trud“, 2001.
- Pavlov/Totseva 2000:** D. Pavlov; Y. Totseva. Pedagogicheska retorika. Sofia: Izdatelstvo „Daniela Ubenova“, 2000.
- Richards 1983:** A. Richards. Die Metapher. In: A. Haverkamp (Hrsg.). Theorie der Metapher. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1983.
- Shevalie/Geerbrant 1995:** Zh. Shevalie; A. Geerbrant. Rechnik na simvolite (mitove, sanishta, obichai, rituali, chisla i dr.). Sofia: Izdatelstvo „Petrikov“, 1995.
- Zerebkov 1988:** Vl. A. Zerebkov. Deutsche Stilgrammatik (Stilistika grammatika nemeckogo jazuka). 1988.

## СЪКРАЩЕНИЯ:

- FBRE 1:** K. Nicheva; S. Mihailova; K. Cholakova (sast.). Frazeologichen rechnik na balgarskia ezik – I tom. Sofia: Izdatelstvo na BAN, 1974.
- FBRE 2:** K. Nicheva; S. Mihailova; K. Cholakova (sast.). Frazeologichen rechnik na balgarskia ezik – II tom. Sofia: Izdatelstvo na BAN, 1974.
- BNFR:** Galabova Zh.; Galabov K. Balgaro-nemski frazeologichen rechnik. II izd. Sofia: Izdatelstvo „Nauka i izkustvo“, 1977.
- NBFR:** Zh. Galabova; K. Galabov K. Nemsko-balgarski frazeologichen rechnik. II izdanie. Sofia: Izdatelstvo „Nauka i izkustvo“, 1958.
- BPP:** M. Grigorov; K. Kacarov (sast.). Balgarski poslovici i pogovorki. III preraboteno izdanie. Sofia: Izdatelstvo „Nauka i izkustvo“, 1986.
- BP:** P. R. Slaveykov. Balgarski poslovici. Sofia: Izdatelstvo „Z. Stoyanov“, 2004.
- DudenIdiom:** Der Duden in 12 Bänden. Das Standardwerk zur deutschen Sprache: Duden 11. Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Mehr als 10 000 feste Wendungen, Redensarten und Sprichwörter: Band 11.
- NFR:** Lutz Röhrich. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Digitale Bibliothek Band 42. Verlag Herder.
- TFL:** Metin Yurtbaşı. Türkisches Sprichwörterlexikon. Istanbul: Bısev, 1993.
- TFR:** Ömer Asım Aksoy. Türkçe Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü. Istanbul, 1993.

## ИНТЕРНЕТ ИЗТОЧНИЦИ:

- <[http://www.yaklasansaat.com/dunyamiz/hayatioz\\_su/suayet.asp](http://www.yaklasansaat.com/dunyamiz/hayatioz_su/suayet.asp)> (status 29.03.2019).
- <<http://avangardisco.wordpress.com>> (status 07.12.2011).
- <[talkoven.onlinerechnik.com](http://talkoven.onlinerechnik.com)> (status 05.11.2010).
- <[www.bigpara.com](http://www.bigpara.com)> (status 07.12.2011).
- <[www.zeit.de](http://www.zeit.de)> (status 10.12.2011).
- <<http://www.realt5000.com.ua/news/utf/bg/749635>> (status 10.12.2011).
- <[bgvesti.com](http://bgvesti.com)> (status 14.05.2012).
- <<http://www.capital.bg>> (status 14.05.2012).
- <<http://www.trud.bg>> (status 07.08.2012).
- <[www.meganews.bg](http://www.meganews.bg)> (status 27.10.2012).
- <<http://www.posredniknews.com>> (status 08.11.2011).
- <<http://ime.bg>> (status 08.11.2011).
- <[www.bilanz.ch](http://www.bilanz.ch)> (status 12.03.2013).
- <<http://www.morgenweb.de>> (status 08.11.2011).
- <[www.welt.de](http://www.welt.de)> (status 08.11.2011).
- <<http://www.faz.net>> (status 07.08.2012).
- <<http://www.spiegel.de>> (status 08.11.2011).
- <[www.finanzen.net](http://www.finanzen.net)> (status 08.11.2011).
- <[www.fnp.de](http://www.fnp.de)> (status 08.11.2011).
- 26.04.2006 <[general-anzeiger-bonn.de](http://general-anzeiger-bonn.de)>.

<<http://www.spiegel.de>> (status 07.08.2012).  
<[www.yenihayat.de](http://www.yenihayat.de)> (status 08.11.2011).  
<<http://ekonomihaberyorum.haberdesin.com>> (status 07.08.2012).  
<[www.borsagundem.com](http://www.borsagundem.com)> (status 12.03.2013).  
<[webcicafe.com](http://webcicafe.com)> (status 08.11.2011).  
<[www.haberby.com](http://www.haberby.com)> (status 08.11.2011).  
<[www.halkinsesiurfa.com](http://www.halkinsesiurfa.com)> (status 14.05.2012).  
<[www.haberakdeniz.com](http://www.haberakdeniz.com)> (status 12.03.2013).  
13.06.2005 <[welt.de](http://welt.de)>.  
<[www.dunya.com](http://www.dunya.com)> (status 08.11.2011).  
<[www.aydinlikgazete.com](http://www.aydinlikgazete.com)> (status 08.11.2011).  
06.09.2005 <[spiegel.de](http://spiegel.de)>.  
16.03.2006<[berlinonline.de](http://berlinonline.de)>.  
<<http://www.infosperber.ch/Politik/Von-Zuppiger-zu-Fournier-vom-Regen-in-die-Traufe>> (status 08.11.2011).  
28.05.2005<[abendblatt.de](http://abendblatt.de)>.  
<<http://diefettehenne.wordpress.com>> (status 12.03.2013).  
<[www.finanzen.net](http://www.finanzen.net)> (status 08.11.2011).  
<[www.sparkassenzeitung.de](http://www.sparkassenzeitung.de)> (status 14.05.2012).  
<[www.heinrich-rudrof.de](http://www.heinrich-rudrof.de)> (status 27.10.2012).  
<[krizata.blog.bg](http://krizata.blog.bg)> (status 27.10.2012).  
<<http://philippe-wampfler.com>> (status 14.05.2012).  
<[www.finanzen.net](http://www.finanzen.net)> (status 07.08.2012).  
<[www.wlh.ch](http://www.wlh.ch)> (status 07.08.2012).  
<[www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)> (status 14.05.2012).

# ПЕРИТЕКСТУАЛНО ОБКРЪЖЕНИЕ НА НЕМСКИЯ НЯМ ФИЛМ

Даниела Кирова

**Анотация:** Настоящото изследване се опитва да представи и анализира перитекстуалното обкръжение на немския ням филм въз основа на типологията на Жерар Жанет, според която се открояват два основни вида - перитекст и епитекст. Разглежда се взаимоотношението между шрифта и филмовия кадър, което не функционира на едно и също ниво, като се посочват конкретни и разнообразни примери от пет немски филма – „Студентът от Прага“, „Голем, как се появи на този свят“, „Кабинетът на д-р Калигари“, „Носферату Симфония на ужаса“, „Д-р Мабузе, играчът. Част II“, създадени в периода 1920-1922 г.

**Abstract:** The present study is an attempt to present and analyze the peritextual medium of the German silent film, and the work is based on Gérard Genette's typology according to which two main types of texts are outlined – peritext and epitext. The relation between font and film frame which does not function at the same level is examined as various concrete examples are provided from five German silent films – „The student of Prag“, „The Golem: How He Came into the World“, „The Cabinet of Dr. Caligari“, „Nosferatu A symphony of horror“, „Dr. Mabuse, der Spieler. - Teil II, created in the period of 1920-1922.

**Keywords:** paratext, peritext, epitext, media, silent film, vorspann, captions

## 1. Увод

От първото публично представяне в Париж на 28 декември 1895 г. киното се развива въз основа на постиженията на свързаните с него изкуства. В търсене на собствени художествени средства филмът заимства художествени техники и похвати от театъра, живописата и музиката, а литературата се превръща в основната медия, с която филмът контактува.

В Германия от 1895 г. до 1907 г. филмовата медия се развива от „кино на атракциите“ в наративна, фикционална медия. До 1907 г. над половината от немските филми се състоят само от една сцена, а в киносалоните се прожектират така наречените „актуалности“, нефикционални новинарски събития или документални филми (срв. Scholz 2016: 70-71).

Успоредно с развиващите се форми на игралния филм, от около 1906/08 г. започва белетризирането на все още младата медия филм, което е решаващо за развитието ѝ през следващите години. Оттогава литературните произведения играят все по-голяма роля. Ефектът на наративно-кинематографичните структури нараства във все по-фините монтажни техники. Проекциите се преместват от местата за развлечения, панаир, музикохол, водевил-театър, в местата за изкуство, т.нар. „кинотеатри“ (срв. Kiening 2005: 119).

По отношение на историята на филма, с появата на по-дългите игрални филми от 1910 г. нататък значението на перитекстуалното обкръжение на филма нараства, тъй като не е било възможно единствено чрез монтажа да бъдат обяснени по-сложната сюжетна линия и филмовото повествование. Шрифът във филма присъства материално и служи не само като носител на информация, а се използва като формален структурен елемент.

## 2. Дефиниция

Според онлайн-речника на филмовите термини на университета Кил в Германия<sup>84</sup>, паратекстуалното обкръжение на филма е едно допълнение, чрез което текстът се превръща във филм и като такъв се появява пред реципиентите или по-общо пред обществеността. Това допълнение включва и картини (под формата на илюстрации, графични реклами), типография (т.нар. материален паратекст), както и факти, които влияят върху рецепцията на текста (фактически паратекст). Към специфичните за филма паратекстове принадлежат: форшпан, заглавие, подзаглавие и титри, които могат да бъдат допълнени с текстови панели, пролог, посвещение, мото, наслагване или преливане на текст в кадър за конкретизиране на място и време, или за разказване на предистории или последващи такива. Към всеки филм има поредица от съпътстващи паратекстове като филмова програма, плакати, ревюта, интервюта, критика, обяви, реклама, радио-спотове, интернет-сайтове, както и научна литература,<sup>85</sup> а също така филмови ръкописи, сценарии, проекти, книги, списания, кореспонденции и т.н. (срв. Zeller 1976: 8).

## 3. Типология на паратекста

Типологията на паратекста е разработена от френския литературен теоретик Жерар Женет през 1982 г. в книгата „Прагове“ (ориг.: *Seuils*) първоначално по отношение на литературните произведения, но е разширена от него и по-късно се използва при анализ на други медии (картини, филми или музикални творби).

В дефиницията на Жанет *паратекст* са всички вербални и невербални структури, които позволяват на текста да се превърне в медиен обект – книга, филм и т.н. Паратекстът придружава или допълва основния текст и се схваща като маркер, който насочва рецепцията на литературната творба. Според мястото Женет различава два вида паратекст:

- *Перитекст* - текстове, които са физически свързани с основния текст и са разположени в непосредствена близост до него: корица, заглавие, име на

---

<sup>84</sup> <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=7756>

<sup>85</sup> Преводът е мой – Д. К.

автора, данни за жанра, пролог, епилог, мото, посвещение, кратко съдържание на книгата върху подгънатата част на обложката и т.н.;

- *Епитекст* - съобщения, изказвания и коментари относно текста, които не са пространствено свързани с него, а са позиционирани извън текста, в неговата социална среда: интервюта, писма, статии, дневници и т.н. (срв. Stanitzek 2004: 5-8).

Основната функция на всички видове паратекстове е да представят съответния съпровождан от тях текст на неговата (потенциална) аудитория и на заинтересуваните от дистрибуцията му лица, да му осигурят публичност в най-общ смисъл и да формират определени очаквания относно неговата (естетическа, новинарска, идеологическа и пр.) стойност. Тази прагматическа ангажираност на паратекстовете в типичния случай ги натовазва с ясно изразена манипулативна функция, подчиняваща на себе си по-частни осведомителни и рекламни задачи. По отношение на актуалните реципиенти на текста (реални читатели, зрители, слушатели) паратекстовите елементи могат да изпълняват и ролята на интерпретационни ключове, направляващи извличането на определени типове информации от текста – това е другата страна на тяхната манипулативност. Функционирането на паратекстовете при всички положения е важен компонент от спецификата на съответния тип дискурсна практика (научна, художествена, публицистична, епистоларна, устно-разговорна и т.н.). (Dobrev/Dobreva 2013: 20-21)

Категориите, предложени от Жанет, могат убедително да се приложат за филма, тъй като разликата между *перитекст* и *епитекст* кореспондира много точно с кинематографичните текстове. Краймайер и Щаницек също правят разлика между перитекстуалните качества на заглавието, форшпана и титрите, и епитекстуалната позиция на плаката, фотографията, трейлъра и т.н. (срв. Stanitzek 2004: 13).

Когато терминът се прилага за филма, трябва да се има предвид, че той е времева медия и за разлика от книгата не организира своята структура пространствено под формата на подредена последователност, а времево, като артикулира едновременно различни нива и затова е предразположен към парадокси (срв. Böhnke 2007: 7-8).

Освен това „изричното акцентирание върху текстовата същност на паратекстовите елементи предполага насочване на анализа към структури, които едновременно са средство и продукт на общуването и чрез които фактически се реализира даден тип дискурс“ (Velikova 2005: 35-36).

От една страна, отделните паратекстуални елементи във филма могат да се променят в различните издания така, както Жанет описва това за книгите:

- по решение на автора
- чрез външна намеса
- поради факта, че с времето вече не са актуални

Но трябва да се има предвид паратекстуалната стойност, която могат да приемат и други прояви, като:

- художествена (илюстрации)
- материална (всичко, което е част от типографските решения, много важни понякога при създаването на книга)
- чисто фактическа (паратекстове, които - въз основа на някакъв факт, чието съществуване, ако е известно на обществеността - добавят коментар към текста или влияят при неговата рецепция (срв. Skare 2010: 232).

От друга страна, в рамките на установеното съответствие могат да се наблюдават важни, специфични за медиите варианти. И в това отношение трябва да се направи връзка с комуникативно-теоретичните проблеми чрез термина *медияен пренос* (срв. Stanitzek 2004: 13).

В своето изследване „Film, programmatisch“ (Филмът, програмно) Йоахим Пех прави опит да илюстрира, как концепцията за паратекста се отнася към медиата филм. Пех изхожда от това, че филмът трябва да бъде разглеждан като текст, т.е. в една повече или по-малко дълга поредица от повече или по-малко смислени аудиовизуални изказвания. Затова той приема, че стойността на филма като изказване е сравнима със стойността на книгата като изказване, изследвайки паратекстуалните структури и функции на филма. Като започва от специфичния за медиите ред/диспозитив на рецепция на не само кинематографични текстове, той твърди, че тази диспозитивна структура е медийно дефинирана и исторически променлива и добавя, че промяната на формата на филма е характерна в сравнение с (и за разлика от) книгата. Фокусирайки се върху диспозитива, Пех пропуска при сравнението част от паратекстовете във филма и книгата. Той не засяга вътрешните паратекстове и периферията на заглавието, защото обсъждането на филма е само в исторически план – от късометражните филми в началото на 20 век до дигиталните продукции (срв. Raesch 2004: 213- 223). В заключения Пех обобщава:

Паратекстуалните препратки говорят за филма, към когото принадлежат, те го въвеждат, коментират и където е възможно се отнасят до контекста на неговото създаване и по този начин насочват рецепцията като пери- и епитекстове. Тези паратекстуални елементи реализират своята рефлексия към филма под формата на интермедиялни отношения.<sup>86</sup> (Paech 2004: 223)

Пех смята, че паратекстуалните елементи играят важна роля във филма, стига те да не са част от програмата за последователността на номерата във вариетето, където многократно повтарящите се кратки филми често се обясняват от специално за тази цел лица и допълнителни картини. Тук той говори повече за интертекстуални препратки като елемент от сценичното шоу, което също се отнася и за номерата на живо като част от кинопрограмата на ранното кино, която понякога е свързана тематично с основния филм. Според Пех едва от около 1910/11 г. игралният филм е в центъра на програмата и превръща кинорекламата, кратките образователни филми и кинопрегледите в неразделна част от нея (срв. Paech 2004: 217-218).

#### 4. Перитекст

Перитекстовете на филма са текстове, които го придружават в рамките на самия филм и са неизменна част от него.

##### 4.1 Заглавие на филм

От етимологична гледна точка немската дума *Titel*, както и френската *titre* и английската *title* водят началото си от латинския термин *titulus*, който означава 'надпис'. В допълнение към думата *index* първоначално с *titulus* са наричали пергаментовите ленти, които в античните библиотеки са били прикрепяни за обозначаване към книжните свитъци. На тези етикети били отбелязвани авторите на произведението и информация за съдържанието му, така че, за да се получи тази информация, не е било необходимо свитъците да бъдат развивани. Документирано е, че *titulus* се използва със значение на заглавие на книга от края на първи век след Христа.<sup>87</sup> (Bouchehri 2008: 16-17)

В немскоезична енциклопедия Брокхаус<sup>88</sup> съвременната употреба на „Titel“ в областта на литературата и изкуствата се определя като „име на

---

<sup>86</sup> Преводът е мой – Д. К.

<sup>87</sup> Преводът е мой – Д. К.

<sup>88</sup> Brockhaus, Titel (Buchwesen). <http://brockhaus.de/ecs/enzy/article/titel-buchwesen>

книга, на съчинение или произведение на музикалното или изобразителното изкуство. Също заглавната страница на книга или заглавието в рамките на текста се наричат *Titel*“.<sup>89</sup>

Във филмологията немската дума *Filmtitel* описва две концепции, които трябва да бъдат разграничени предварително. От една страна, терминът се отнася до разнообразните текстови елементи на филмовото произведение: форшпан, както и възможните субтитри и титрите между кадрите. От друга страна, следвайки традицията на заглавието на книгата, *Filmtitel* е названието на целия филм и следователно също се нарича заглавие на произведение (срв. Brückner 2012: 7).

Тук заглавието на произведението и авторът, т.е. режисьорът, следва да бъдат възприети като функционални единици според определението на френската дума *titre*, която може да включва и името на автора. Във филма името на режисьора поема ролята на автор. Според Реджина Бучери обаче връзката между книгата и автора, която съществува в съзнанието на реципиента, е много по-силна от връзката между филма и режисьора. Ако човек чете книга, обикновено възприема името на автора и в много случаи го забелязва до заглавието. С филма е по-различно, защото филми се гледат, без дори да се знае, кой е режисьорът. Бучери цитира предположението на Кристиане Норд, че някои функции могат да бъдат изпълнени както от името на автора, така и от самото заглавие, което със сигурност се отнася отчасти и за филма. Така например името на известен режисьор може да подкрепи т. нар. „апелативна функция“, която има за цел да събуди любопитството на потенциалната публика и филмът да има успех. Тази функция може да бъде поета и от други участници в създаването на филма, по-специално от главните действащи лица, които често се радват на много по-голяма известност от режисьорите, а и от автора на сценария (литературна адаптация) или дори от продуцентите (срв. Bouchehri 2008: 16-17).

Но заглавието на филма фигурира също и в редица епитекстове, като тяхната важност се определя от филмовата индустрия дотолкова, доколкото са носители на реклама (срв. Vöhnke 2007: 24).

Поради факта, че би било много трудно да се вземе предвид всеки от тези елементи, в това изследване авторът няма да бъде разгледан като паратекст.

За разлика от твърдението на Пех относно филмите от ранния период на нямото кино, които винаги са представяни в контекста на една филмова програма, Франк Кеслер е на мнение, че самото заглавие също представя до известна степен съществена информация на зрителите. Това се отнася както за анимационните филми, бурлеските или драмите, така за нефикционалните

---

<sup>89</sup> Преводът е мой – Д. К.

филми. Чрез произволно избрани филмови заглавия от каталога на създадените в Германия филми преди 1911 г., съставен от Херберт Бирет през 1991 г., Кеслер установява, че всички тези заглавия под една и съща форма и по едно и също време, в периода между 1895 и 1917 г., независимо на какъв език са написани, дават ясни индикации за това, какво ще се гледа на екрана (срв. Kessler 2003:104-105).

L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat (Lumière 1896), Am Brandenburger Thor zu Berlin (Messter 1898), Ankunft einer Trambahn in Saigon (Pathé frères 1902), Floral Parade of Lady Cyclists (Hepworth 1903), Panorama von Luzern (Pathé frères 1904), The Life of the Busy Bee (Urban 1905), Sports et amusemens en Suisse (Eclipse 1907), Bei den Touaregs (Pathé frères 1908), Ansichten von Mailand (Gaumont 1909), Das malerische Ungarn (Imperium 1910), Schwefelindustrie in Sizilien (Eclair 1911), L'Auvergne Pittoresque (Lux 1912), Dans les Pyrénées (Gaumont 1913), Rapallo (Cines 1914), Danses au Japon (Pathé frères 1916), Holland in Ijs (Haghefilm 1917). (Kessler 2003: 105)

Тези филмови заглавия от ранния период на нямото кино насочват към лесно разпознаваеми места, събития и действия и донякъде отговарят на някои от функциите, валидни за литературната творба, които според Жерар Жанет заглавието трябва да изпълнява:

1. да идентифицира литературната творба;
2. да маркира нейното съдържание;
3. да я постави в благоприятна светлина.

Може също да се добави:

1. разлика - и следователно правна претенция - сигнализиране спрямо други произведения;
2. да коментира творбата, т.е. да даде инструкцията за четене;
3. да популяризира творбата като продукт (срв. Vöhnke 2007: 24).

И трите от горепосочените функции на Жанет могат да бъдат открити в заглавията на трите издания на филма на Паул Вегенер, създаден по най-известната творба на Густав Мейринк „Golem“ (Голем), която се основава на еврейско-мистични народни предания. Романът се появява първоначално през 1913/14 г. като история с продължение на страниците на списание „Die Weißen Blätter“ (Белите листа). През 1915 г. романът е публикуван от Курт Волф в Лайпциг като книга и се превръща в класика на фантастичната литература.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> [https://www.literaturportal-bayern.de/autorinnen-  
autoren?task=lpbauthor.default&pnd=118582046](https://www.literaturportal-bayern.de/autorinnen-<br/>autoren?task=lpbauthor.default&pnd=118582046)

Паул Вегенер редактира романа „Golem“ (Голем) за първи път през 1914 г. за едноименния си филм, чиято премиера е на 15 януари 1915 г. в Берлинския Унион-театър и заснема след това сюжета още два пъти. Както в „Golem und die Tänzerin“ (1917) (Голем и танцьорката), така и в неговия експресионистичен хит „Golem, wie er auf die Welt kam“ (1920) (Голем, как се появи на този свят), наред с функциите на сценарист и режисьор Вегенер поема и главната роля (срв. Hölzer 2017: 111).

Фактът, че Мейринк избира *Голем* за заглавие на своята творба, показва тогавашната популярност на историята за Голем (освен от Артур Холичер сюжетът е използван и от Рудолф Лотар, Юдел Розенберг и др.). Докато действието на другите съвременни произведения за Голем се развива в една повече или по-малко измислена Прага и се представя исторически реалната фигура на пражкия равин Юда Льов (или Йехуда бен Безалел), известен като Равин Льов и предполагаем създател на изкуственото създание, връзката с легендата липсва при Мейринк. Действието в произведението се отнася по-скоро към близкото минало на Прага, а именно: до периода между 1893 и 1913 г., до т. нар. „саниране“ на еврейския квартал, когато части от района са разрушени (срв. Ambros 2015: 184).

Споменатите имена не са единствените автори на литературни произведения като източници на интермедиялни отношения за филма, а този на Вегенер се отнася до един многовековен сюжет: до темата за Голем.

*Голем* като фигура има различни корени и значения, които са се променяли през вековете. Според талмудската традиция Бог е оформил първото човешко същество като огромно, неодушевено, изначално същество с два пола – Голем, който олицетворява изобилието и силата на Вселената (космогоничен мит). Той става Адам, само защото Бог го съживява чрез дъха си и разделя половете един от друг. Само в 139-и псалм (стих 16) на оригиналния еврейски текст на Библията се появява терминът *Голем*: „Meinen Golem sahen deine Augen“<sup>91</sup> (Очите ти видяха моя Голем)<sup>92</sup> или както е в превода на псалм 138 (стих 16) от Стария завет на български, поместен на официалната страница на Св. Синод на Българската православна църква (Твоите очи видяха зародиша ми)<sup>93</sup>

През вековете тази тема провокира значителна литературна дейност, особено в езотеричното течение на юдаизма – кабала. В по-късен период, през късното Средновековие, Ренесанса и особено от 18-ти век нататък мотивът за Голем се свързва с ролята му на слуга и с това, че представлява опасност за

---

<sup>91</sup> <https://www.symbolonline.de/index.php?title=Golem>

<sup>92</sup> Преводът е мой – Д. К.

<sup>93</sup> [https://bg-patriarshia.bg/index.php?file=bible\\_old\\_testament\\_22.xml#138](https://bg-patriarshia.bg/index.php?file=bible_old_testament_22.xml#138)

околните (срв. Veil 2017: 509-511). Една от най-известните версии на легендата за Голем е тази на Якоб Грим от 1808 г., публикувана в романтичния вестник „*Zeitung für Einsiedler*“:

Полските евреи, след изричането на определени молитви и дни на пости, правели фигура на човек от глина или туткал, и когато изговаряли чудотворното име на Бог, тя трябвало да оживее. Въпреки че не можела да говори, тя разбирала доста добре какво и се казва или заповядва. Наричали го Голем и се нуждаели от него като прислужник, който да върши всякаква домакинска работа. Само че той никога не можел да напуска къщата. На челото му било изписано *emeth* (Истина). С всеки изминал ден той растял и ставал все по-голям и по-силен в сравнение с всички в домакинството, които били толкова малки, колкото той бил в началото. Тъй като се страхували от него, те изтривали първата буква, така че да остане *mefh* (той е мъртъв), след което той се свличал на земята и отново се превръщал в глина. Но един ден Големът на един човек станал много висок. От нехайство той го оставил да порасне толкова много, че вече не можел да стигне челото му. От страх той повикал слугата да му свали ботушите с мисълта, че докато той се навежда, ще може да стигне челото му. И така и станало, а първата буква била успешно изтрита, но глинената маса паднала с цялата си тежест върху евреина и го смазала.<sup>94</sup> (Kerner 1963: 25)

В тази легенда има няколко елемента, които са станали важни през следващите години - особено за филма на Вегенер. Голем оживява чрез думата *emeth*, той е слуга и не бива да напуска дома, заплашва обкръжението си и е трудно вълшебната дума отново да бъде изтръгната от него. Също и романтикът Ахим фон Арним е вдъхновен от историята на Грим и така в „*Isabella von Ägypten*“ (1812 г.) (Изабела от Египет) се появява женски Голем, който представлява копие на главната героиня Изабела и действа срещу своя оригинал. Възможно е сюжетът на филма на Вегенер да се отнася и до съвременни източници, тъй като около и след 1900 г. се наблюдава „бум“ на Голем (срв. Veil 2017: 510-511). Голем е тема и на драмата на Артур Холичер от 1908 г., в която за първи път е въведена изкуствената фигура като драматичен образ (срв. Ambros 2015: 183). През 1920 г. се появява „*Der Prager Golem*“ (Пражкия Голем) на Хаим Блох. Но изглежда, че той е впечатлен от романа на Густав Мейринк „Голем“, в който се сблъсква с атмосферата на еврейското гето в Прага и успява да пресъздаде митично-фантастичното (срв. Veil 2017: 511).

---

<sup>94</sup> Преводът е мой – Д. К.

## 4.2 Подзаглавие на филма

От 1909/1910 г. до началото на Първата световна война почти всички филми в Германия са с подзаглавие „Драма“ или „Кинодрама“. (срв. Diederichs 1996: 18). Това са така наречените социални, традиционни или сензационни драми, които са особено популярни сред женската публика, тъй като тематизират живота и съдбите на жените от различни социални прослойки, и в които се стига до конфронтация с мъжката норма и женската реалност (срв. Haller 2008: 36). През този период терминът *кинодрама* формира нов жанр, който се отличава като кинематографичната адаптация на романи или театрални драми, които първоначално не са писани за филм и следователно не са адекватни за неговата „чисто визуална техника“ (срв. Kleinschmidt 2012: 205-206).

Подзаглавието на филма „Der Golem, wie er auf die Welt kam“ (1920) (Голем, как се появи на този свят), „*Bilder nach Begebenheiten auf einer alten Chronik*“ (Картини по събития от една стара хроника) и „*Fünf Kapitel*“ (Пет глави) също артикулира от самото начало връзката на филма с написаното (Изображение 1). Самият филм трябва да бъде разпознаваем като илюстрирана хроника, като вид историческа проза. За това говори и разделението на филма на глави, а не - както обикновено в немия филм - по модела на драмата на действия (срв. Veil 2017: 514).



<sup>95</sup> Изображение 1 - [https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP\\_1tS\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP_1tS_s)

### 4.3 Форшпан<sup>96</sup>

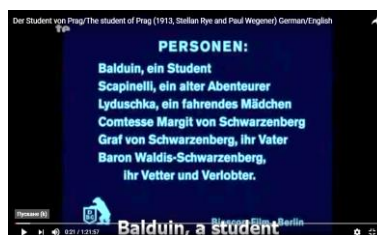
Горепосочените функции за заглавието на филма се отнасят и за форшпана като част от филма, който предхожда заглавието. Паратекстът форшпан се отличава с особена комплексност, защото той не само свързва различни паратекстове (име на автор, заглавие, предговор), но и обединява различните им функции (срв. Vöhnke 2007: 32).

В известен смисъл пренасянето на концепцията за паратекста от литературознанието към изследването на филма е безпроблемно по отношение на функционалното сравнение. Това може да се илюстрира с ролята на мотива в книгата, който играе важна роля за филмовия форшпан в първите години на киното, а също и да се счита за „некинематографично“, тъй като филмът от този период като че ли още не е успял да се освободи от прекурсорите си. Във форшпана на много филми от 20-те години на миналия век, а дори и след появата на озвучения филм, се забелязва панел с надпис, понякога с по-сложно типографско измерение на движението, под формата на театрална завеса или представящо мотива на книгата с прелистване на страници, където са изписани заглавието, актьорите и техните роли (срв. Stanitzek 2004: 14).

Като пример може да бъде посочен немият филм на Паул Вегенер „Der Student von Prag“ (1913) (Студентът от Прага), където актьорите и изпълняваните от тях роли се представят на фона на сцена със вдигаща се и спускаща се завеса (Изображения 4-7).



Изображение 2



Изображение 3

<sup>96</sup> Vorspann – филм. Списък на сътрудниците, форшпан (прожектиран преди филма) в: Немско-български речник, том II, София 1971, издателство на БАН, с. 641.

Vorspann – форшпан (текст преди филма с имената на артисти, режисьор, продуцент и др.), в: Иванова, Людмила: Немско-български речник, том II, В. Търново: Gaberoff, 2001, с. 1241.



Изображение 4



Изображение 5



Изображение 6



Изображение 7<sup>97</sup>

Форшпанът по-скоро е етикет, като въведение към филма, с цел да разкаже на публиката, какво предстои да гледа и кои добре познати личности могат да се видят на екрана (в конкретния случай Пауп Вегенер като Балдуин и Грете Бергер като графиня Марго).

Освен това форшпанът е място, където се пресичат разнородни функции и чрез тяхното застъпване създават безредие, което също е източник за генериране на информация. Разказвайки генезиса на филма, който следва, форшпанът неизбежно препраща към начина и условията на производство на филма. Това може да се установи в немия филм на Фридрих Мурнау „Nosferatu, eine Symphonie des Grauens“ (1922) (Носферату – симфония на ужаса).

Форшпанът към филма (Изображение 9) гласи: „*Nach dem Roman „Drakula“ von Bram Stoker. Frei verfaßt von Henrik Galeen*“ (По романа Дракула - от Брам Щокер – свободно написан от Хенрик Гален)<sup>98</sup>. Според Ларс Пенинг в този случай „свободно написан“ означава не само, че авторът си е позволил свободата с действието и героите, а също и че това касае и правата за заснемане на романа. Вероятно, за да се избегне спорът за авторските права, които фирмата „Прана-филм ООД“ не е придобила, Гален променя мястото и времето на действието, както и всички имена от

<sup>97</sup> Изображения 2-7 - <https://www.youtube.com/watch?v=nNCRTR0VJL4>

<sup>98</sup> Преводът е мой – Д. Кирова

литературния оригинал. Но въпреки това вдовицата на Брам Стоук съди дружеството и печели делото, а „Носферату“ остава единствената продукция на „Прана-филм ООД“ (срв. Penning 2010).



Изображение 8



Изображение 9



Изображение 10



Изображение 11



Изображение 12



Изображение 13



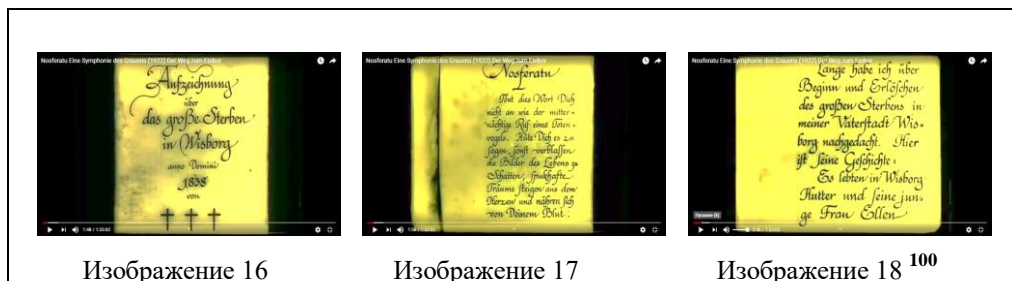
Изображение 14



Изображение 15<sup>99</sup>

<sup>99</sup> Изображения 8-15 - <https://www.youtube.com/watch?v=7qqO9qhhwEE>

Наред с това в дизайна на форшпана може да се види споменатият по-рано популярен мотив с книгата (Изображения 16-18). Когато филмът използва авторитета на книгата по този начин, той представя само материалната ѝ обвивка – паратекст, а за съдържанието е отговорен самият филм (срв. Böhnke 2007: 98).



Изображение 16

Изображение 17

Изображение 18<sup>100</sup>

#### 4.4 Титри (надписи между кадрите)

Въведени през 1907 г., титрите (срв. Wolf, 2006: 23) като паратекст имат отношение, както към филма, като част от него, така и към литературата. Създава се впечатлението, че в немия филм шрифтът и изображението се връщат към традиционните си функции (срв. Veil 2009: 2), защото около 1908 г. титрите съставляват средно 70% от целия филм (срв. Wolf, 2006: 148). Като че ли шрифтът води свой собствен живот в кинематографията, като остава внимателно отделен от движещите се изображения под формата на титри. Наистина може да се види, че главните герои говорят, но това, което те казват, е оставено на текстовите панели, които се появяват след известно време и прекъсват потока на филма като чуждо тяло (срв. Veil 2009: 2).

В началото на филмовата история диалозите под формата на титри се разгръщат напълно едва след 1910 г. Преди това те са рядкост за разлика от титрите във функцията им на заглавия на глава, но много скоро се установява потенциалът на тази специална форма на титри, която не само предоставя информация, но и се отнася конкретно до това, което може да бъде чуто. По-късно през 20-те години те продължават да съставляват по-голямата част от титрите в немия филм (срв. Krautkrämer 2017: 531-532).

Фактът, че от 1911/1912 г. титрите все по-често се заменят от диалози, може да бъде окачествен не само като разширяване на предназначенията за аудиторията информация, но и като качествена промяна на надписите във филма. Текстът, интегриран в действието, често заменя заглавието, което се намира извън мястото на събитието, но се отнася до него (срв. Scheunemann 1997: 14).

<sup>100</sup> Изображения 16-18 - <https://www.youtube.com/watch?v=7qqO9qhhwEE>

Клайншмит определя титрите като единство от шрифтове, които се разграничават от мизансцена и действат като езикови препратки по отношение на връзката между два последователни кадъра. Те могат да дават обяснения като коментари на разказвача за нагледно представеното, или да предават съдържанието на диалози, като се материализират директно върху филмовата лентата. Свободата при тяхното оформяне е голяма и материалността на шрифта може да се подчертае, като се променя неговият вид и големина, както и последователността на текста и по този начин се увеличава интерматериалната ориентация на филма. Интерматериалното позоваване е най-силно, когато шрифтовете се смесват директно с мизансцена на немия филм и самият той се превръща в повърхност за писане. В този случай това, което е изобразено, се свързва с героите и образува движещ се комплекс от текст и изображение (срв. Kleinschmidt 2012: 24).

Като създават моменти на спокойствие в поредицата от кадри, внасят промяна в изразните средства на филма и определят скоростта и ритъма на кинематографичното представяне, титрите наистина изпълняват всеобхватни естетически функции, които допринасят значително за характеристиките на немия филм и специфичния начин на неговото въздействие (срв. Scheunemann 1997: 15).

Като литературен елемент на филма, титрите обясняват хода на действието във филма и подготвят зрителя за следващия епизод, но не разкриват неговото съдържание.

Титрите в немите филми играят същата роля, каквато и диалозите (и разказвачът зад кадър) в озвучените – изразяват словесността в кинематографията. Титрите несъмнено стоят по-близо до литературата, тъй като боравят със същата знакова система за пресъздаване на действителността, с която борави и литературата – буквите и думите. (Kolev 2010: 3)

С течение на времето функцията на титрите се разширява. Наред със словесното поясняване и предаването на диалози, те се използват като елемент на настроението, като коментар на автора или имат структурна функция.

Особено впечатляващ пример за множеството функции, които могат да поемат титрите в нямото кино, е немският експресионистичен пълнометражен игрален филм от 1920 г. на режисьора Роберт Вине по сценария на Ханс Яновиц и Карл Майер „Das Cabinet des Dr. Caligari“ (Кабинетът на д-р Калигари), който се смята за един от ранните шедеври в немската и международната история на киното и не на последно място като документ за креативността на Ваймарската култура (срв. Veil 2009: 5).



Изображение 19



Изображение 20<sup>101</sup>

Експресионистичният немски филм е известен със своята последователна стилизация. Темите за „лудостта“ и „фантазията“ се транспонират в криви фасади, криволичещи улици и полусянки, а също така се прехвърлят и към стила на титрите. Като медия филмът може да постави акцент върху материалността на написаното, а експресионистичният филм прави титрите част от цялостната си естетическа композиция (срв. Kleinschmidt 2012: 251-252).

Съдържанието на титрите в „Кабинетът на д-р Калигари“ по отношение на общата продължителност на филма достига малко под 20%, което отнема около четвърт час време за четене. Особено в първата част - при разгръщането на сюжета - титрите и сцените често се редуват. Дължината на титрите варира от неясни експресивни изречения (Изображения 21-23), състоящи се само от една дума, като например *Nacht* (Нощ), *Warten!!!* (Изчакайте!!!) и *Er---* (Той ---), до по-дълги текстове, които, за да могат да бъдат прочетени, текат отдолу нагоре като превъртащи се заглавия по екрана (срв. Kleinschmidt 2012: 250-251).



Изображение 21



Изображение 22



Изображение 23<sup>102</sup>

<sup>101</sup> Изображения 19-20 - <https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNa0>

<sup>102</sup> Изображения 21-23 – Пак там.

По съдържание могат да бъдат разграничени три вида титри:

1. Титри със структурна функция, например:

- заглавията и маркирането на отделните шест действия (Изображения 24-25) „Ende des ersten Aktes“ (Край на първо действие), „II. Akt“ (Второ действие)



Изображение 24



Изображение 25<sup>103</sup>

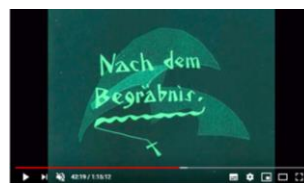
- информация за място и време (Изображения 26-28) като „Nacht“ (Нощ), „Heimweg“ (По пътя към дома), „Nach dem Begräbnis“ (След погребение) и т.н.



Изображение 26



Изображение 27



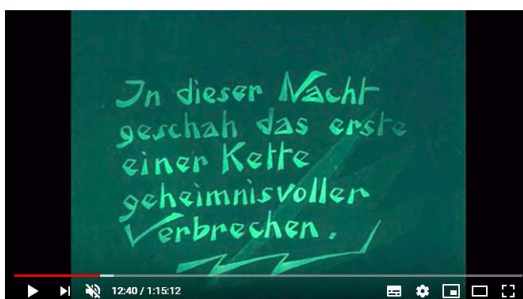
Изображение 28<sup>104</sup>

2. Титри под формата на коментари (Изображение 29), които дават допълнителна информация и същевременно насочват възприятието на зрителя, например: „In dieser Nacht geschah das erste einer Kette geheimnisvoller Verbrechen.“ (Тази нощ се случва първото от поредица мистериозни престъпления.)<sup>105</sup>

<sup>103</sup> Изображения 24 - 25 - <https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqNao>

<sup>104</sup> Изображения 26 - 28 - Пак там

<sup>105</sup> Преводът е мой – Д.К.



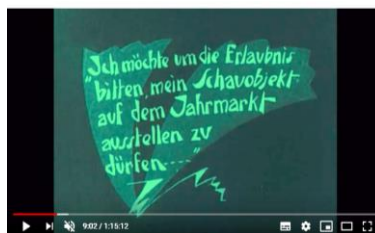
Изображение 29 <sup>106</sup>

3. Титрите с диалози (Изображения 30-37), съставляващи най-голямата част, имитират писмена реч и сигнализират това главно с помощта на три маркера:

- кавички, които идентифицират текста като езиков акт (Изображения 30-35);



Изображение 30



Изображение 31



Изображение 32



Изображение 33

<sup>106</sup> Изображение 29 - <https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNa0>

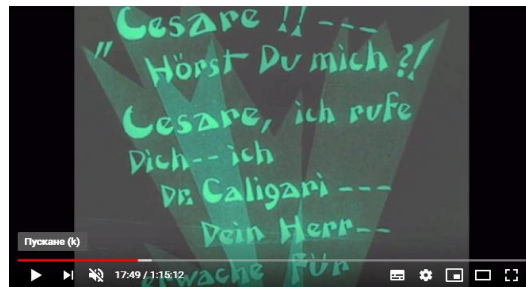


Изображение 34



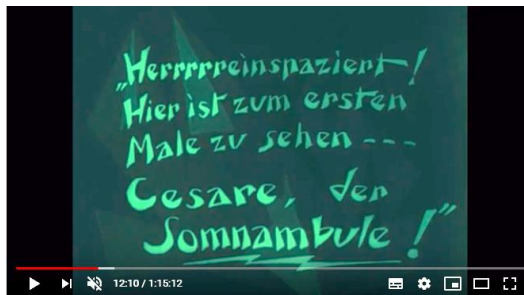
Изображение 35 <sup>107</sup>

- тирета, които показват паузи в говоренето (Изображение 36),



Изображение 36 <sup>108</sup>

- псевдофонетични изписвания (Изображение 37), например „Herrrrreinspaziert“ (срв. Kleinschmidt 2012: 252-253).



Изображение 37 <sup>109</sup>

<sup>107</sup> Изобр. 30-35 - <https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqNao>

<sup>108</sup> Изображение 36 - Пак там

<sup>109</sup> Изображение 37 - Пак там

Друга отличителна черта на титрите е техният графичен дизайн. Буквите с назъбените им неспокойни форми приемат стила на причудливия и експресивен цялостен дизайн на филма: наклоненият, ъглов шрифт съответства на наклонените фасади на сградите, на изрисуваните прави линии и резки движения (Изображения 38-39).

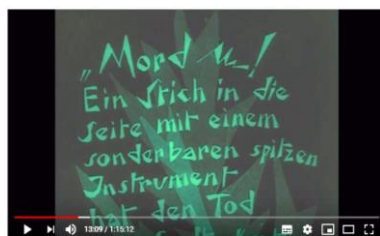


Изображение 38



Изображение 39 <sup>110</sup>

В допълнение към експресивния шрифт вниманието се привлича също и от фона на текстовете. Често могат да се видят елементи с абстрактна форма, които, следвайки дизайна на буквите, насочват вниманието към материалността на титрите (Изображения 40-41). Така не само семантичната функция, но и сетивно-материалното качество на знаците и формите е във фокуса на възприятието. По този начин титрите успяват да предадат напрегнатата атмосфера извън нивото на въображение на думите (срв. Kleinschmidt 2012: 251-252).



Изображение 40



Изображение 41 <sup>111</sup>

Шрифтът и изображението съвпадат не само в писмените знаци, които се превръщат в експресивен образ, но и при взаимодействието на фона и вида на шрифта и по този начин стимулират образно възприятие извън словесното съдържание на информацията.

<sup>110</sup> Изображения 30-39 - <https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNa0>

<sup>111</sup> Изображения 40-41 – Пак там

Освен това има и друго спонтанно използвано средство за акцентирание: трептенето на изрисувания фон. Особено при по-дългите титри този светлинен ефект се използва за придаване на динамика и драматизъм на титрите, които в сравнение със сценичната картина са статични - т.е. симулира се ефектът от кинематографичното движение (срв. Kleinschmidt 2012: 252).

По този начин титрите във филма комуникират и на трите медийни нива: писмено, образно и кинематографично.

Кулминацията на конвергенцията шрифт и образ е реализирана с помощта на „стоп трик“ в една от най-важните сцени във филма, в която директорът на лудницата (известен още като д-р Калигари) е преследван физически от своите халюцинации и натрапчиви представи под формата на текст „Du musst Caligari werden“ (Ти трябва да станеш Калигари) (срв. Kleinschmidt 2012: 254).

Тук (Изображения 42-45) шрифтът се появява като неотменен динамичен образ от гледна точка на повествователната техника и се използва по такъв начин, сякаш става въпрос за истински обект на вътрешно диегетичната сфера на сценичното пространство на изображението. Обявените преди това с надписи „фобии“ изразяват лудостта на Калигари под формата на писмено визуално самовнушение, „шизоидна мания за преследване“, напомнящо на преживяванията на класическите мистици от Августин до Паскал (срв. Stenzer 2017: 486).



Изображение 42



Изображение 43



Изображение 44



Изображение 45 <sup>112</sup>

<sup>112</sup> Изображения 42-45 - [youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNa0](https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNa0)

Директорът вижда текста, проектиран навсякъде, и подобно на буквените лостове на пишеща машина думите падат върху него и го тласкат пред себе си. „Du musst Kaligari werden“ (Ти трябва да станеш Калигари) се появява буквално под формата на анимирани букви първо на нощното небе (Изображение 42), после на външната стена на неговата вила (Изображение 43) и върху разклонението на дървото пред него (Изобр. 44), а накрая името *Caligari* се разпръсква във вид на „скриптурално кресчендо“ (Изображение 45), в края на което директорът е вписан с новата си идентичност в истинския смисъл на думата. „Ставането на Калигари“ на ръководителя на лечебното заведение създава сливане на шрифт и движещи картини, което е без аналог във филмовата история (срв. Kleinschmidt 2012: 254-255).

Неслучайно фигурата на Калигари съществува както във визуална (Изображение 46), така и в писмена форма (Изображение 47), а заглавието „Кабинетът на д-р Калигари“ съзнателно се отнася не само до самия филм (Изображение 48) и до бараката на панаира (Изображение 49), а и до главата на книгата за сомнамбулизма (Изображения 50-51). В това степенуване филмът се явява като кинематографичен диалог на писмената култура (срв. Kleinschmidt 2012: 256).



Изображение 46



Изображение 47



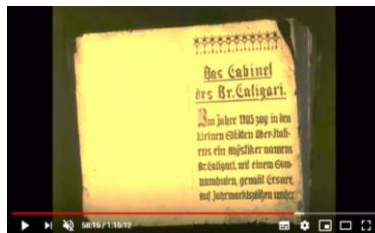
Изображение 48



Изображение 49



Изображение 50



Изображение 51 <sup>113</sup>

Вътрешно диететичните (изричащи мислите и състоянията на персонажа) и жанрово специфичните настроения се поддържат от динамични, деформирано-орнаментални надписи. Заглавията, проектирани от Валтер Райман, буквално визуализират темата на филма, напрежението и обърканата мисъл на героите и превеждат експресионистичния дизайн на декорите на Калигари по подобен на комиксите начин в областта на шрифта (Stenzer 2017: 478-479).

Тук една медия се отнася до друга медия и това се случва по такъв начин, че експлицитно се отразява медийната природа или особеност на другата медия. Титрите се явяват като специфична медийна характеристика на литературата, която тук се отразява с помощта на интермедиялно позоваване.

#### 4.5 Инсъртс (надписи)

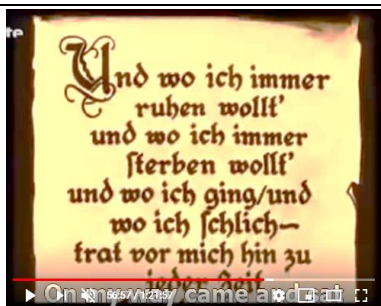
С течение на времето надписите в немия филм стават все по-разнообразни. Текстът се свързва не само индиректно с литературния мотив или като метафора за специфични филмови техники, по-скоро той се появява отвъд титрите също доста конкретно под формата на така наречените *Inserts* или статични изображения, изображения на стопкадър, които представляват неразделна част от кинематографичния разказ (срв. Veil 2009: 3-4).

Писмената информация, разположена във филмовото изображение - *инсъртс* (например: писма, телеграми, договори, визитни картички, изрезки от вестници, свитъци, страници на книги, надгробни надписи, плакати и др.) е свързана интрадиететично с действието. Статичните изображения изглеждат така, както е общоприето, отпечатани или написани на ръка черно върху бяло, за разлика от титрите които впоследствие са вмъкнати между кадрите, най-вече бяло върху черно, сложени са в рамка и значително нарушават илюзията на движещите се изображения (срв. Stenzer 2017: 471-472). Те улесняват създателите на филми и зрителите да конструират наративни контексти, без да разчитат на кинематографични разказвачи, писмени резюмета или прекалено много титри (Esders 1998: 119).

---

<sup>113</sup> Изображения 46-51 - [youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNa0](https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNa0)

Във филма на Вегенер „Der Student von Prag“ (1913) (Студентът от Прага) например, като начало и край на IV действие е написаната на ръка върху хартиена ролка поема на Алфред дьо Мюсе „La nuit de Décembre“ (Декемврийска нощ). Това създава впечатлението, сякаш филмът иска да „постави кинематографичния разказ в литературни скоби, да огради движението на неговите картини с неподвижността на текста и смъртта – с поемата като надгробен надпис“<sup>114</sup> (Beil 2009: 4)



Изображение 52



Изображение 53



Изображение 54



Изображение 55 <sup>115</sup>

Друг показателен пример е експресионистичният хит на Пол Вегенер „Golem, wie er auf die Welt kam“ (1920) (Голем, как дойде на този свят), в които шрифтът се появява като нещо, което е тясно свързано с произведението, с неговата тема и сюжет. Шрифтовете във филма „Голем“ не са медийно обусловено средство и необходим аксесоар, предназначени да илюстрират само развоя на събитията, а като *инсъртс* (Изображения 56-59) стават лайтмотив и придобиват магически и мистични измерения (срв. Beil 2017: 507-508).

Ако погледнем по-отблизо появата на шрифт, книги, писма и други документи, т.е. *инсъртс*, те се простират от първата сцена като лайтмотив през

<sup>114</sup> Преводът е мой – Д. К.

<sup>115</sup> Изобр. 52-55 - <https://www.youtube.com/watch?v=nNCRTR0VJL4>

филма. Още в началните кадри (Изображение 56), където Равин Льов седи в кулата на своята къща и наблюдава звездите с телескоп, прави впечатление, че до него на масата лежат стари книги, които очевидно би трябвало да му помогнат в интерпретацията на космическите събития (срв. Veil 2017: 515).

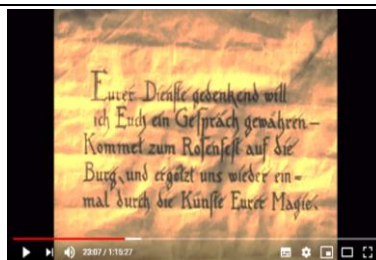


Изображение 56 <sup>116</sup>

Поредица от документи, предимно официални държавни документи, се пренасят от дворцови пратеници към еврейския квартал. Първият документ е указът срещу евреите (Изображение 57), свитък с голям инициал, подписан и подпечатан от императора Рудолф. Вторият документ, който напуска императорския дворец (Изображение 58), е поканата от императора за Равин Льов. Третият документ, изпратен също от императора (Изображение 59), е помилването на евреите след спасението на двореца от Голем. Друг документ, който достига до дъщерята на равина (Изображение 60), е кратко съобщение от юнкер на императора със съдържанието, че той иска да се срещне тайно с нея по време на празника на розата (срв. Veil 2017: 515).



Изображение 57

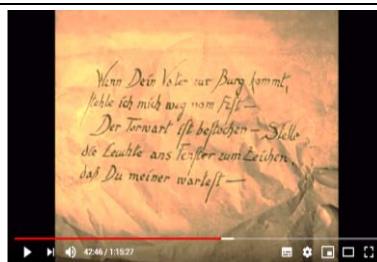


Изображение 58

<sup>116</sup> Изображение 56 - [https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP\\_1tS\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP_1tS_s)

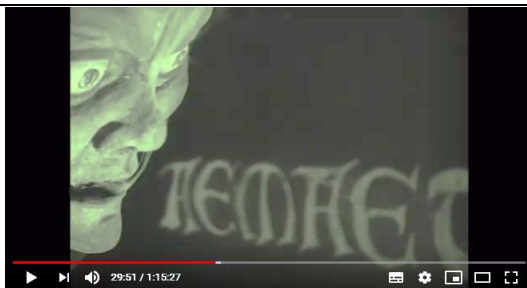


Изображение 59



Изображение 60 <sup>117</sup>

Интермедиялните отношения между текст и филм могат да бъдат открити навсякъде, особено в сцената (Изображение 61), в която Равина Льов съживява Голем (срв. Veil 2017: 508). В тази основна сцена шрифтът е поставен директно в картината под формата на светлинен дим. За да съживи глинената фигура, Равина Льов призовава демона Астарот, от чиято уста излиза като издихание необходимата за това вълшебна дума АЕМАЕТ (срв. Stenzer 2017: 487).



Изображение 61 <sup>118</sup>

Ако се сравнят титрите във филма „Голем“ с тези от филма „Кабинетът на д-р Калигари“, ще се установи не само, че в „Голем“ диалозите и коментарите са с една трета по-малко, но също така, че вместо експресивните букви се използват леко синкави готически шрифтове (Изображение 62). Те изглежда създават усещането у зрителя, че действително четете книга. Тъй като малка част от титрите е запазена в оригинал, а по-голямата е добавена с модерен шрифт в реставрираното мюнхенското издание (Изображение 63), е трудно да се разбере техния ефект. Като се има предвид, че титрите предимно представят диалози, които за разлика от филма „Кабинетът на д-р Калигари“ не са отбелязани с кавички, това също илюстрира в конкретния случай, че титрите трябва да се разбират като оригинални писмени документи, към които са добавени (филмови) изображения, а не обратното (срв. Kleinschmidt 2012: 261).

<sup>117</sup> Изображения 57- 60 - [https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP\\_1tS\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP_1tS_s)

<sup>118</sup> Изображение 61 – Пак там



Изображение 62 <sup>119</sup>



Изображение 63 <sup>120</sup>

Пример, как шрифтът във филма разказва това, което не може да бъде разказано, и прави невидимото видимо, е филмът на Фриц Ланг „Dr. Mabuse, der Spieler. Teil II“ (1920) (Д-р Мабузе, играчът. Част II.). Там шрифтът също е инсцениран като авторитарна халюцинация от букви (Изображения 64-65), когато прокурорът фон Венк се вижда принуден да следва динамичната им визуализация във вътрешното диегетично пространство на изображението на предварително определената от Мабузе дестинация (срв. Stenzer 2017: 488).



Изображение 64



Изображение 66 <sup>121</sup>

Четимото в заснетата сцена принадлежи на изобразената, представена реалност. Шрифтът може да бъде случаен обект в обектива на камерата, писането е действие, а написаното съобщение, което е подчинено диегетично на ефекта на реалността. Докато титрите прекъсват потока от изображения, шрифтът в картините е част от тяхната непрекъснатост. Но това написано и пишещият свят е една пред-кинематографична реалност, шрифтът принадлежи на документираната сцена, а не на филма.

Вмъкването на титри като автономно изображение на шрифта в празното пространство или интервала между кадрите запълва тази празнина със смисъл от гледна точка на това, което остава кинематографично невидимо

<sup>119</sup> Изображение 62 - [https://www.youtube.com/watch?v=ERb9C1EV\\_TU](https://www.youtube.com/watch?v=ERb9C1EV_TU)

<sup>120</sup> Изображение 63 - [https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP\\_1tS\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP_1tS_s)

<sup>121</sup> Изображения 64-65 - <https://www.youtube.com/watch?v=2aTkS3fD4kk>

и отсъстващо, за да бъде названо от скрипта. В същото време, благодарение на своя графичен код, шрифтът, който може да бъде прочетен, заплашва и разрушава видимата непрекъснатост на движещи се изображения. Всъщност шрифтът между кадрите, който прекъсва последователността на потока от кадри, играе значителна роля в нямото немско кино и днес преживява своя ренесанс в електронните медии (срв. Raech 1994: 215-216).

## 5. Заключение

Въз основа на предложения анализ може да се направи изводът, че паратекстът е дискурсивна категория, а не нормативна. Чрез категоризиране на определени елементи като паратекстуални могат да се изкажат твърдения за определено разбиране на съдържанието. Това става особено ясно, когато това понятие се отнася до други области, различни от литературата, в които произведенията не се състоят само от текст.

В известна степен концепцията за паратекстуалността в литературата функционира въз основа на функционалното сравнение и при филма. Това е видно при ролята на мотива в книгата, който е от значение и за филмовия форшпан в ранния филм от началото на 20 век, който е съставен от обикновен панел или панели с по-сложна типография на надписите, наподобяващи театрална завеса или корицата на книга, което насочва към споменатото сравнение на филмови и литературни паратекстове. И двата вида се отнасят към текстове като структури на отделни произведения със съответно определени граници. Но книгата може да изпълнява ролята на филмов организатор на комуникация и като че ли по естествен начин маркира целостта на филмовото произведението.

Паратекстуалното обкръжение на филма, като също така полезно и необходимо допълнение към фолмово-семиотичното разбиране за текст, говори за филма, на който е подчинено, въвежда го, коментира го и където е възможно насочва към контекста на неговото създаване и с това, като перитекст или епитекст въздейства върху неговата рецепция.

Взаимоотношението между шрифта и филмовия кадър не функционира на едно и също ниво, шрифтът е повече интегрална част на медията филм и в семиотичен аспект нейно обозначаемо. Точно в немия филм се разкриват формални възможности за изразяване, които надхвърлят същинското заснемане на шрифта и при които самият филм и с това индиректно и филмовият екран могат да се превърнат в повърхност за писане.

Доминирането на паратекстуални елементи в кино-практиката от първите десетилетия на 20 век надхвърля практиката от периода на Веймарската република, а също и степента, която би била необходима за разбирането на сюжета. Това не се дължи на липсата на словесен език, а по-

скоро документира, че претенцията за филмово изкуство от този период предполага едно по-широко паратекстуално обкръжение на немския ням филми.

### ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:

- Ambros 2015:** Veronika Ambros. Golem: aus vielen Stoffen gezaubert. in: Brücken: Germanistisches Jahrbuch Tschechien-Slowakei. Neue Folge/Praha: Nakladatelství Lidové noviny 23/2015, 1-2, S. 181-192.
- Beil 2017:** Ulrich Johannes Beil. Medialität und Auratisierung. Zur Magie der Schrift in Paul Wegeners Der Golem, wie er in die Welt kam in: ZS: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur Nov. 2017, Vol. 42 Issue 2 od. IASL 2017; 42(2). S. 506-527.
- Beil 2009:** Ulrich Johannes Beil. Der caligarische Imperativ. Schrift und Bild im Stummfilm, in: Pandaemonium Germanicum 14/2, S. 1-14. <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S198288372009000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S198288372009000100002&script=sci_arttext)> (status 15.05.2019).
- Bouchehri 2008:** Regina Bouchehri. Filmtitel im interkulturellen Transfer. Berlin: Frank & Timme GmbH.
- Böhnke 2007:** Alexander Böhnke. Paratexte des Films. Über die Grenzen des filmischen Universums, Bielefeld: Transcript
- Brückner 2012:** Anne Brückner. Filmtitelübersetzung. Eine Untersuchung französischer und deutscher Filmtitel im interlingualen Transfer. Abschlussarbeit zur Erlangung des akademischen Grades einer Magistra Artium (M.A.) der Französischen Philologie am Institut für Romanistik der Universität Potsdam. <<https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/index/index/docId/6797>> (status 25.07.2019)
- Diederichs 1996:** Helmut Diederichs: Frühgeschichte deutscher Filmtheorie. Ihre Entstehung und Entwicklung bis zum Ersten Weltkrieg. Habil. Frankfurt a.M. 1996,. Online 2001. 18.04.2014. <http://publikationen.uni-frankfurt.de/files/4924/frueefilm.pdf>> (status 18.07.2019)
- Dobrev/Dobрева (2013):** Dobrin Dobrev/Elka Dobрева. Intertekstualnost v masovite komunikatsii: osnovni ponyatiya, primeri, zadachi. Shumen: UI „Episkop Konstantin Preslavski“.
- Esders 1998:** Karin Esders. Attraktionen, Doku-Drama, Western-Romanze. Zur Entstehung eines amerikanischen Genres. in: Müller, Corina / Segeberg, Harro (Hg.): Die Modellierung des Kinofilms. Zur Geschichte des Kinoprogramms zwischen Kurzfilm und Langfilm (1905/6-1918) Mediengeschichte des Films, Bd. 2, München: Fink, S. 97-124.
- Haller 2008:** Andrea Haller. Das Kinoprogramm. Zur Genese und frühen Praxis einer Aufführungsform in: Heike Klippel (Hg.) „The Art of Programming“ Film, Programm und Kontext. Münster: Lit Verlag, S. 18-51.
- Hölzer 2017:** Wiebke Hölzer. Der Golem freut sich über seinen Riesenerfolg. Paul Wegeners und Henrik Galeens Film ‘Der Golem’ von 1914. in Breunig,

- Werner/Schaper, Uwe (Hrg.) Berlin in Geschichte und Gegenwart. Jahrbuch des Landesarchivs Berlin. Berlin: Gebr. Mann Verlag, S. 111-133. <[https://fritzaschersociety.org/wpcontent/uploads/2017/12/2018\\_WiebkeH%C3%B6lzer\\_GoelmJahrbuchLandesarchiv.pdf](https://fritzaschersociety.org/wpcontent/uploads/2017/12/2018_WiebkeH%C3%B6lzer_GoelmJahrbuchLandesarchiv.pdf)> (достъп на 19.07.2019)
- Ivanova (2001):** Lyudmila Ivanova. Nemsko-bylgarski rechnik, tom II, v. Tyrnovo: Gaberoff.
- Kerner 1963:** Dieter Kerner. Das Homunculus-Motiv bei Paracelsus und Goethe. in: Gesnerus, Band 20/1-2, S. 22-32. <<https://www.e-periodica.ch/digbib/view?pid=ges-001:1963:20::200>> (status 26.10.2019)
- Kessler 2003:** Frank Kessler. Was kommt zuerst? Strategien des Anfangs im frühen nonfictionFilm. in: montage/av, Jg. 12/2, S. 103-118 <<https://doi.org/10.25969/mediarep/165>> (status 12.07.2019)
- Kiening 2005:** Christian Kiening. Blick und Schrift. Das Cabinet des Dr. Caligari und die Medialität des frühen Spielfilms. In: Poetica 37 (1-2): 119-145.
- Kleinschmidt 2012:** Christoph Kleinschmidt. Intermaterialität. Zum Verhältnis von Schrift, Bild, Film und Bühne im Expressionismus. Bielefeld: Transcript.
- Kolev 2010:** Vladimir Kolev. Tekstyt v kinoto. v: Litera et Lingua, yimen broy, 2010. <<https://naum.slav.uni-sofia.bg/printpdf/1784>> ( 12.06.2019).
- Krautkrämer 2017:** Florian Krautkrämer. Dialogtitel im Stummfilm, Zwischentitel im Tonfilm in: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur. Nov2017, Vol. 42 Issue 2 od. IASL 2017; 42(2). S. 528–540.
- Paech 2004:** Joachim Paech. Film, programmatisch. in: Kreimeier, Klaus/Stanizek, Georg (Hrsg.): Paratexte in Literatur, Film und Fernsehen, Berlin: Akademie Verlag, S. 213-223.
- Paech 1994:** Joachim Paech. Der Schatten der Schrift auf dem Bild. in: Wetzel, Michael/Wolf, Herta (Hrg.): Der Entzug der Bilder. Visuelle Realitäten. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 213-234.
- Penning 2010:** Lars Penning. Nosferatu - Eine Symphonie des Grauens. <<https://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/filmbildung/filmkanon/43529/nosferatu-eine-symphonie-des-grauens>> (достъп на 16.07.2019)
- Skare 2010:** Roswitha Skare. Nanook of the North (1922) – Zur Rolle paratextueller Elemente für das Verständnis des Films. Dordrecht: Springer Netherlands, in: Neohelicon. S. 231-246.
- Scheunemann 1997:** Dietrich Scheunemann. Intolerance – Caligari – Potemkin: Zur ästhetischen Funktion der Zwischentittel im frühen Film. in: Scheunemann, Dietrich/Goetsch, Paul (Hg.): Text und Ton im Film. Tübingen: Gunter Narr Verlag, S. 11-43.
- Scholz 2016:** Juliane Scholz. Der Drehbuchautor: USA - Deutschland. Ein historischer Vergleich. Bielefeld: Transcript.
- Stanitzek 2004:** Georg Stanitzek: Texte, Paratexte, in Medien: Einleitung. in: Kreimeier, Klaus/Stanitzek, Georg (Hg.) Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen. Berlin: Akademie Verlag, S. 3-19.

**Stenzer (2017):** Christine Stenzer. Kleine Geschichte filmischer Zwischentitel. Zum Gebrauch von Schrift im stummen Schriftfilm. in: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur. Nov2017, Vol. 42 Issue 2 od. IASL 2017; 42(2). S. 469–505

**Velikova (2005):** Snezhana Velikova. Kategoriyata paratekst v msovata komunikatsiya. Shumen, Marginalii kn. 2.

**Wolf 2006:** Claudia Wolf. Arthur Schnitzler und der Film: Bedeutung, Wahrnehmung, Beziehung, Umsetzung, Erfahrung. KIT Scientific Publishing.

**Zeller 1976:** Bernhard Zeller. Hätte ich das Kino: Die Schriftsteller und der Stummfilm. München.

Nemsko-bylgarski rechnik, tom II, Sofia 1971, iyatelstvo na BAN.

### **ИНТЕРНЕТ ИЗТОЧНИЦИ:**

<<http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=7756>> (status 30.04.2019).

<<http://brockhaus.de/ecs/enzy/article/titel-buchwesen>> (status 14.08.2019).

<<https://www.symbolonline.de/index.php?title=Golem>> (status 09.09.2019).

<[https://bg-patriarshia.bg/index.php?file=bible\\_old\\_testament\\_22.xml#138](https://bg-patriarshia.bg/index.php?file=bible_old_testament_22.xml#138)> (status 09.09.2019).

<<https://www.literaturportal-bayern.de/autorinnenautoren?task=lpbauthor.default&pnd=118582046>>(status 18.06.2019).

### **ЛИНКОВЕ КЪМ ИЗОБРАЖЕНИЯ:**

**ФИЛМ: „Der Student von Prag“ (1913).**

<<https://www.youtube.com/watch?v=nNCRTR0VJL4>> (status 08.06.2019)

**ФИЛМ „Der Golem“**

<[https://www.youtube.com/watch?v=ERb9C1EV\\_TU](https://www.youtube.com/watch?v=ERb9C1EV_TU)> (status 24.07.2019).

**ФИЛМ: „Der Golem“ (1920)**

<[https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP\\_1tS\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=HD-IP_1tS_s)> (status 15.10.2019).

**ФИЛМ: „Das Cabinet des Dr. Caligari“ (1920)**

<<https://www.youtube.com/watch?v=WmlaUHqQNao>> (status 25.04.2019).

**ФИЛМ: „Nosferatu Eine Symphonie des Grauens. Der Weg zum Erebor“ (1922)**

<<https://www.youtube.com/watch?v=7qqO9qhhwEE>> (status 12.08.2019).

**ФИЛМ: „Mabuse, der Spieler (1922) Part II - Inferno: Ein Spiel von Menschen unserer Zeit“**

<<https://www.youtube.com/watch?v=2aTks3fD4kk>> (status 22.09.2019).

## FAIRY TALES IN THE MEDIA: RAPUNZEL (A CASE STUDY)

Деяна Димитрова

**Анотация.** Настоящата статия предлага сравнителен анализ на класическата приказка „Рапунцел“ от братя Грим и на нейната филмова версия, използвайки интердисциплинарен подход: съчетавайки изследвания от областите културна антропология, фолклористика и когнитивна лингвистика – по-специално теория на концептуалната метафора. Въпреки отклоненията от оригинала във филмовата версия изследването изтъква, че съществуват някои общи основни структури на сюжет и смисъл, обусловени от концептуалната метафора, архетипа на инициацията и функциите на Проп в вълюбената приказка. Защишава се тезата, че и двата варианта са конструирани около темата за инициацията и следните три ключови концептуални метафори: ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА СА ОТГРАНИЧЕНИ ПРОСТРАНСТВА; КОНТРОЛЪТ Е ГОРЕ; ЛЮБОВТА Е ЛЕЧИТЕЛ.

**Abstract.** The present article offers a comparative analysis of a classic Grimms' fairy tale and its filmed version using an interdisciplinary approach: combining research in the fields of cultural anthropology, folklore studies and cognitive linguistics, conceptual metaphor theory in particular. Despite the diversions from the original in the filmed version, the study emphasizes that there exist some basic common structures of plot and meaning, underlined by conceptual metaphor, the initiation archetype and Propp's functions. It is argued that both versions are structured around the initiation theme and the following three key conceptual metaphors: RELATIONSHIPS ARE ENCLOSURES, CONTROL IS UP and LOVE IS A HEALER.

**Key words:** Rapunzel, film, initiation archetype, Propp's functions, conceptual metaphor

### I. Introduction.

According to Jungian analysts of fairy tales, they are “the purest and simplest expression of collective unconscious psychic processes” (von Franz 1996: 1). Also, “they represent the archetypes in their simplest, barest, and most concise form... In myths or legends, or any other more elaborate mythological material, we get at the basic patterns of the human psyche through an overlay of cultural material. But in fairy tales there is much less specific conscious cultural material, and therefore they mirror the basic patterns of the psyche more clearly” (Ibid.).

It seems that the fairy tale has never lost its allure, only the medium of dissemination and telling has changed through different generations. In our modern high-tech world fairy tales may not be orally told as it was the custom in pre-modern times but they are still pervasive. As Schwabe (2016) notes, ever since the beginning of the 21<sup>st</sup> century, the fairy tale has not only become a staple of the small and silver screen around the globe, it has also migrated into new media, offering imaginative and spectacular retellings. According to Schwabe (2016), modern fairy-tale adaptations pervading contemporary popular culture drastically subvert, shatter, and alter the public's understanding of the fairy tale. However, in the case study offered

in the present article I shall demonstrate that despite the diversions from the original Grimms' classic, the filmed Disney version *Tangled* (2010) has preserved its symbolic core, archetypes and historical roots, namely the ones related to the rite of passage or initiation, as well as it is correlated with Propp's morphology of the folktale.

According to Schwabe (2016), following the increasing influence of visual culture on fairy-tale productions since the 20<sup>th</sup> century, the digital revolution has contributed significantly to the dissemination of the fairy tale and has solidified its presence in late-20<sup>th</sup>-century and 21<sup>st</sup>-century popular culture. Similar to cinema and television, which are considered "old" media, so have "new" media (the Internet and websites, social media, online newspapers, wikis and video games), Schwabe (2016) writes, made frequent use of fairy-tale materials and thus kept the genre in the public consciousness. While fairy-tales are constantly migrating into new cultures and different media, reinventing them along the way, recent years in particular have seen a wave of highly innovative but also highly disputable fairy-tale retellings in popular culture like ABC's *Once Upon a Time* (2011-2018) and NBC's *Grimm* (2011-2017) (Schwabe 2016). Fairy-tale film adaptations *The Huntsman: Winter's War* (2013) and its prequel *Snow White and the Huntsman* (2012), *Hansel & Gretel: Witch Hunters* (2013), the *Shrek* films (2001-2010), or the Disney productions *Into the Woods* (2014), *Maleficent* (2014), and *Frozen* (2013) are some other examples of "the same subversive tone unsettling familiar fairy-tale conventions", according to Schwabe (2016). But still, although fairy-tale adaptations of the 21<sup>st</sup> century in "old" and "new" media reflect the sociocultural conditions in which they were made (Schwabe 2016), and these conditions are vastly different from the sociocultural traces of reality reflected in the original folk fairy tales, there remains a basic structure of archetypes and symbolism, as I argue in the present article by giving an example comparing Grimms' Rapunzel with Disney's filmed version *Tangled* (2010), which exactly underlie the pervasive allure of and undying interest in fairy tales.

On the other hand, as Fedorov (2015) argues, the media texts relating to the mass/popular culture have success with the audience not only due to the fact that they supposedly only target people with low aesthetic taste, subjected to psychological pressure, easy to believe the lie, etc., but because their authors respect the learning needs of the audience, including needs related to information, compensatory needs, hedonistic, recreational, moral, aesthetic, etc. and the development of modern society absolutely inevitably leads to the formation of a special type of mass culture – the commercial one, and this type of culture is based on modern technologies of fundamental human need for harmonization of the psychic life of the people (Razlogov 1991:10, cited in Fedorov 2015) and mass culture "stands today as a means of implementation which is not so much hedonistic and recreational as identification and adaptation strategies, consolidating the existing social hierarchy in society through the symbolic significance of cultural

consumption and contributing to the stabilization of the social system through the construction of a special virtual reality” (Kostina 2006: 18, cited in Fedorov 2015).

According to Propp (Propp 1976; 1998), Zorkaya (Zorkaya 1981; 1994), Turovskaya (Turovskaya 1979) and others, for the sake of the total success of the works of mass culture there is a need for a calculation on the part of the creators of the type of folk aesthetic perception, and the “archetypes of fairy tales and legends, and their respective archetypes folk perception provide the effect of the integral mass success favorites” (Zorkaya 1981: 116, cited in Fedorov 2015). As Fedorov (2015) emphasizes, Propp was convinced that from a historical point of view, a fairy tale in its morphological fundamentals represents a myth (Propp 1998: 68, cited in Fedorov 2015). Moreover, the “fairy tale and myth sometimes so completely may coincide with each other that in ethnography and folklore such myths are often called fairy tales” (Propp 1998: 124, cited in Fedorov 2015). In fact the success among the audience is very closely associated with the mythological layer of the product. “Strong” genres – thriller, fantasy, western – are always based on “strong” myths (Yampolsky 1987: 41, cited in Fedorov 2015).

Although according to M. –L. von Franz in fairy tales “there is much less specific conscious cultural material”, they still contain undeniable traces of such cultural material and have not lost entirely their ties with the myth. In my following comparative analysis of the classic version of the fairy tale and the filmed version I agree with the aforementioned assumption of the mythological layer regarding the respective fairy tale especially in the case of the archetype of the initiation or rite of passage, one of the cornerstones of the plot and basic meaning of the tale. In his work *Historical roots of the wondertale* (1998) Propp argues that the fairy tale (wondertale) is structured around the archetype of the initiation rite. Furthermore, both versions are correlated with Propp’s functions of the fairy tale which he identified in his seminal work *Morphology of the fairy tale* (1998). Examining hundreds of fairy stories, V. Propp identified 31 types of major events and the characters with a limited set of roles (seven key characters and seven key roles), between which are distributed in a certain way the characters with their specific functions. Each of the seven actors /roles (the hero, the false hero, the sender, the assistant, the antagonist / villain, the donor, the princess or her father), has a range of actions, i. e. one or more functions (Propp 1998: 24-49, cited in Fedorov 2015).

## II. Analysis.

Here are Propp’s functions in the fairy tale:

– initial situation; it is not a function (alpha)

**I. absentation:** a family member absents him/herself from home (beta)

**II. interdiction:** an interdiction is addressed to hero (gamma)

**III. violation:** interdiction is violated (delta); a paired element

**IV. reconnaissance:** villain makes an attempt at reconnaissance (epsilon)

**V. delivery:** villain receives information about his victim (zeta); a paired function

**VI. trickery:** villain attempts to deceive his victim in order to take possession of him or his belongings (eta) [at this point the villain may assume a disguise]

**VII. complicity:** victim submits to deception and thereby unwittingly helps his enemy (theta); subfunction: preliminary misfortune (lamda) wherein villain deliberately causes the difficult situation

**VIII. villainy:** villain causes harm or injury to a family member (A); crucial function by means of which the actual movement of the tale is created; the complication is begun by an act of villainy

**VIIIa. lack:** one member of a family either lacks something or desires to have something (A)

**IX. mediation,** the connective incident: misfortune or lack is made known; hero is approached with a request or command; he is allowed to go or he is dispatched (B)

**X. beginning counteraction:** seeker agrees to or decides upon counteraction (C)

**XI. departure:** hero leaves home (arrow/up)

**XII. the first function of the donor:** hero is tested, interrogated, attacked, etc., which prepares the way for his/her receiving either a magical agent or helper (D)

**XIII. the hero's reaction:** hero reacts to the actions of future donor (E)

**XIV. provision or receipt of a magical agent:** hero acquires the use of magical agent (F)

**XV. spatial transference between two kingdoms, guidance:** hero is transferred, delivered, or led to the whereabouts of an object of search (G)

**XVI. struggle:** hero and villain join in direct combat (H)

**XVII. branding, marking:** hero is branded (J)

**XVIII. victory:** villain is defeated (I)

**XIX. liquidation of misfortune or lack:** the initial misfortune or lack is liquidated (K); this function, together with villainy (A), constitutes a pair: the narrative reaches its peak here

**XX. return:** hero returns (arrow/down)

**XXI. pursuit, chase:** hero is pursued (Pr)

**XXII. rescue:** rescue of hero from pursuit (Rs)

**XXIII. unrecognized arrival:** hero, unrecognized, arrives home, or in another country (o)

**XXIV. unfounded claims:** a false hero presents unfounded claims (L)

**XXV. difficult task:** a difficult task is proposed to hero (M); one of the tale's favorite elements

**XXVI. solution:** the task is resolved (N)

**XXVII. recognition:** hero is recognized (Q); complements function  
XVII

**XXVIII. exposure:** false hero or villain is exposed (Ex)

**XXIX. transfiguration:** hero is given a new appearance (T)

**XXX. punishment:** villain is punished (U)

**XXXI. wedding:** hero is married and ascends the throne (W)

Both versions of Rapunzel, the classic fairy tale and the filmed one, follow some of the aforementioned Propp's functions as it will be seen in the following comparative analysis.

As Maria Tatar (2010: 56) argues, fairy tales function as shape-shifters, morphing into new versions of themselves as they are retold and as they migrate into other media. The tales in the Grimms' collection have been inflected in so many ways that they have become part of a global storytelling archive drawn upon by many cultures (Tatar 2010: 56-57). And yet the raw emotional power of the originals remains with us today, even as the fairy tale migrates into new media. In *The Brothers Grimm*, for example, the filmmaker Terry Gilliam gets us back to the terror and beauty of the Grimms' tales, with his mirror queen, whose beautiful face shatters into pieces before our eyes, and with his gingerbread man, a gob of primal muck that emerges from a well to revel in chthonic glory as he swallows a child. Little Red Riding Hood may now be mobilized to sell Revlon lipstick and Hertz rental cars, but the story of Snow White still has the power, even in the Disney version, to affect us in disturbing ways (Tatar 2010: 58). In a similar way, the Disney version of Grimms' Rapunzel, *Tangled* (2010), is laden with rich emotions and tense situations like the original. The Grimms' tales seem to have a ubiquitous cultural presence, even if they appear adapted, refashioned, reconfigured, and often profoundly reinvented (Tatar 2010: 59).

In Grimms' *Rapunzel*<sup>122</sup> after a man and a woman had long wished for a child they are expecting an offspring. The woman developed an immense craving for the rapunzel (a kind of lettuce) growing in the yard of a powerful and fear inspiring witch and began to waste away. For fear that she might die, her husband stole some rapunzel from the witch's garden but at his second attempt he was confronted by the owner (Propp's Functions I., II. and III.). Petrified, he agreed to what the witch asked of him – to give her their unborn child. The witch promised to take care of it like a mother. The moment his wife delivered, the witch appeared, gave the child the name of Rapunzel and took her away (Propp's Functions I. and VIII.). Rapunzel grew to be the loveliest child under the sun. When she turned twelve, the witch took her to the middle of the forest and shut her up in a tower that had neither stairs nor door, but only a little window at the very top (Propp's Functions II. and VIII.). When the witch wanted to come in she called out for Rapunzel to let down her hair and she climbed it. Rapunzel had beautiful long hair as spun gold. One day the

---

<sup>122</sup> The plot description of Grimms' *Rapunzel* outlined here follows the second edition, published in 1857.

king's son heard Rapunzel's lovely singing as he was passing through the forest and witnessed how the witch called out:

„Rapunzel, Rapunzel,  
Let down your hair.”  
and climbed to the girl.

The next day he called out and made Rapunzel let down her hair and climbed up to her. At first she was terribly frightened for she had not seen a man before but after he spoke gently to her and told her how moved he was by her singing she lost her fear. He asked her if she would have him as her husband and she saw he was young and handsome and thought that he would love her better than her old grandmother and said yes and put her hand in his hand. They planned her escape as he would bring a skein of silk every time he came from which she would make a ladder (Propp's Function III.). The witch noticed nothing until one day Rapunzel told her that she is so much harder to pull up than the young prince (Propp's Function V.). The raging witch cut Rapunzel's hair and sent her to a desert place (Propp's Functions XII. and XVII.). The witch let down Rapunzel's braids when the prince comes and told him he would never see his beloved again. In his despair the prince jumped from the tower which did not kill him but he became blind for the brambles he fell into scratched his eyes out (Propp's Functions VI., VII. and XVII.). He wandered weeping through the forest living on roots and berries for several years (Propp's Functions VIII a. and XII.) until at last he came to the desert place where Rapunzel was living in misery with the twins she had borne, a boy and a girl (Propp's Function XV.). He recognized her voice and approached her, fell on his neck and wept. Two of Rapunzel's tears fell on his eyes and cured them, he could see as well as ever (Propp's Function XIX.). He took her to his kingdom where she was welcomed with rejoicing and they lived happy and contented for many years to come (Propp's Function XXXI.).

In the Disney version (I have followed the plot description by Okapina 2013) the rapunzel is replaced by a magical flower made from a drop of sunshine. In a faraway land a pregnant queen is gravely ill and only the legendary flower can cure her (Propp's Function IX.). The king sends out his soldiers and they find the flower beside an up-turned basket on a cliff. The queen is cured (Propp's Function XIV.). Unfortunately, the flower had been used for its youth-restoring properties by Mother Gothel, who may or may not be a sorceress. After the flower's ingestion by the queen, its power is now transferred to the luxuriant blonde hair of the baby princess. So, Mother Gothel kidnaps the princess and raises her as her own for the express purpose of cheating old age (Propp's Functions I. and VIII.). After a fruitless search for their daughter, the king and queen start releasing hundreds of lanterns every year on the princess's birthday hoping that one day she will return to them. Like in the Grimms' version, Gothel confines Rapunzel to a tower in the middle of the forest for the rest of her life and when she visits her she shouts out for

her to throw her long hair out of the window so she can use it as a ladder. The visits are fleeting, only to humour Rapunzel and replenish her youth. Unlike Grimms' singing Rapunzel, the girl spends her days occupied with various activities: baking, painting, reading or playing with her pet chameleon. She is intrigued by the strange lights that appear in the sky every year on the night of her birthday. She has figured out they are not a natural phenomenon and hopes Gothel will give her permission to go and see them up close since her 18<sup>th</sup> birthday is approaching. Gothel resorts to her usual manipulative and passive-aggressive techniques every time the subject of leaving the tower is broached. She manipulates and emotionally blackmails Rapunzel into staying in the tower for her own safety and balks at the idea of Rapunzel surviving on her own (Propp's Function II.). Wanted thief Flynn Rider steals what would have been Rapunzel's crown from the palace in order to fund his dream of owning his own castle (Propp's Functions VIIIa and III.). He flees the royal guards and his jilted robber friends and stumbles upon the valley of Rapunzel's tower. He manages to climb up and into the window so that he would hide the crown but the terrified Rapunzel gives him several blows with a frying pan. She then makes a deal with Flynn when he has regained consciousness that if he takes her to see the lights in the sky she will give him back his satchel, which clearly held something important (Propp's Function IX.). At first he tries to talk her out of it but then warms to the girl after they help each other out of various scrapes on their way to the lights (Propp's Functions III., X. and XII.). After revealing the magical properties of Rapunzel's hair, and an earnest heart to heart about their respective upbringings and dreams, the pair realize they have much more in common than first thought. It turns out that Flynn Rider was formerly known as Eugene Fitzherbert, an orphan who took to stealing so that he could become an adventurer. He tells Rapunzel she can't live her life by Gothel's rules, and that rebellion and independence are part of growing up. He also inadvertently shows Rapunzel the world she has been missing. They go up to the brink of a kiss on a boat while finally watching the flying lanterns.

Gothel finds out about Rapunzel's disappearance and stumbles upon Flynn's satchel with the crown within and one of his "wanted" posters, so she identifies him (Propp's Function IV.). Gothel finds Rapunzel and manipulates her as usual telling her that Flynn is going to dump her as soon as he gets his crown back (Propp's Functions V. and VI.). Together with his jilted robber friends she creates a situation where Flynn appears to betray Rapunzel for the crown and then Gothel rescues her from the thieves. Rapunzel goes back to the tower with her "mother" (Propp's Function VII.).

However, Rapunzel has put various subliminal messages together and worked out that she is the missing princess. She angrily confronts Gothel who chains her up and says she will take her away somewhere they will never be found (Propp's Function XVI.).

Flynn has also realized this and is broken out of prison by some chums they met on their adventure and rushes back to the tower to save his lady love. After

climbing up her hair Gothel stabs him in the back (Propp's Function XVII.). Rapunzel promises to let Gothel lock her up forever if she just lets her heal him. Gothel agrees, but Flynn takes a knife and cuts Rapunzel's hair off (Propp's Function XVII.). With her magical hair cut off it seems that Rapunzel no longer has the power to heal Flynn but a tear drops on his face and for some reason it proves to be just as powerful as her hair, reviving him (Propp's Functions XVIII. and XIX.).

Rapunzel is recognized as the missing princess. She and Flynn get married and live happily ever after (Propp's Functions XX., XXVII. and XXXI.)

Both versions share three common basic structures: the notion of ingestion, the initiation theme and the healing power of tears versus the symbolism of (cut) hair.

The notion of ingestion is represented by the incorporation of rapunzel by the expectant mother in the Grimms' tale and the magic flower made of drop of sunshine by the pregnant and gravely ill queen in the Disney version and is correlated with the ESSENCE and the CENTRE-PERIPHERY image schemata.

According to Fischler (1988), the fundamental element on which the "omnivore's anxiety" is focused, is the act of incorporation, i.e. the action in which we send a food across the frontier between the world and the self, between "outside" and "inside" our body (Rozin and Fallon 1981, cited in Fischler 1988). This action is both banal and fraught with potentially irreversible consequences. To incorporate a food is, in both real and imaginary terms, to incorporate all or some of its properties: we become what we eat. Incorporation is a foundation of identity. The German saying, "Man ist, was man isst" is literally, biologically true; the food we absorb provides not only the energy our body consumes but the very substance of the body, inasmuch as it helps to maintain the biochemical composition of the organism.

It is equally true in terms of our beliefs and representations. The food one absorbs is, universally it seems, supposed to act either on the state of the organism or on its very nature (essence, identity) by analogical contamination, integration or impregnation. See for example the popular wisdom absorption, especially when repeated, of a particular food tends to transfer certain characteristics of the food analogically to the eater, or the meanings associated with the phenomenon of cultural cannibalism in its endo- and exo- forms (Fischler 1988).

The act of ingestion is related to the ESSENCE schema and the respective ESSENCE IS INTERNAL and BODY IS A CONTAINER OF THE SELF conceptual metaphors since via the act of incorporation what is external becomes internal, part of the essence. According to the folk ideas about the ESSENCE image schema, essence represents the center of an object while the outer part, the periphery, is seen as the weakest, more vulnerable part (Al-Harrasi 2001). Thus, the ESSENCE image schema is correlated with the CENTER-PERIPHERY image schema. The essence represents the core of the object, which is the strongest part

and is found in the centre (Al-Harrasi 2001). In *Women, Fire and Dangerous Things* (1987) Lakoff gives the following account of the CENTER-PERIPHERY schema:

“The schema arises from bodily experience since we experience our bodies as having centers (the trunk and internal organs) and peripheries (fingers, toes, hair). Similarly, trees and other plants have a central trunk and peripheral branches and leaves. The centers are viewed as more important than the peripheries in two ways: Injuries to the central parts are more serious (i.e., not mendable and often life threatening) than injuries to the peripheral parts. Similarly, the center defines the identity of the individual in a way that the peripheral parts do not. A tree that loses its leaves is the same tree. A person whose hair is cut off or who loses a finger is the same person. Thus, the periphery is viewed as depending on the center, but not conversely: bad circulation may affect the health of your hair, but losing your hair doesn't affect your circulatory system.

The structural elements of the schemata are: an ENTITY, a CENTER, and a PERIPHERY. It is grounded on the basic logic that the periphery depends on the center, but not vice versa. Sample metaphors of the schema: Theories have central and peripheral principles. What is important is understood as being central.” (Lakoff 1987: 274-5).

The ingestion in both versions is associated with danger, since the rapunzel and the magic flower belong to a fairy. Thus, trouble ensues. However, there is a contrast between the classic folktale and the film. In *Tangled* (2010) the flower is made of a drop of sunshine and has healing powers, i.e. it is pure, while in the Grimms' fairy tale there is the implication of contamination since the rapunzel belongs to a witch and witches are associated with some impure, devilish practices. But what is most important, the act of ingestion of an element associated with a witch by a pregnant woman in both versions in a way binds the unborn child with that witch via the act of incorporation. Moreover, in both versions it is emphasized that the witch rears Rapunzel as her own mother and/or manipulates her into believing her that she is her own mother. This particularity of the tale is related with the initiation theme which will be dealt with further in the present article, or the fact that female initiation was traditionally performed by older female relatives or older women (Eliade 1994: 41-43).

As mentioned above, both versions share some cornerstones of the plot and meaning. The initiation theme, which is the most prominent one, is summed up by sexual experience in the Grimms' folktale, and, respectively, by rebellion, independence and experience in the world outside the closed and overprotected home environment as a natural part of growing up in the Disney version; the healing power of tears, i.e. emotions, or the conceptual metaphor LOVE IS A HEALER; the symbolism of (cut) hair and the notion of ingestion or incorporation, as well as the primary metaphors RELATIONSHIPS ARE ENCLOSURES and CONTROL IS UP.

The initiation theme is one of the factors which make fairy tales so attractive to the audience irrespective of the time passed since their active oral circulation. According to Karin Baumgartner, Professor of German at the University of Utah, it is not just seeing people get what they wish for that attracts audiences to fairy tales. The stories are hopeful and optimistic, but they also depict people continually trying to overcome challenges (Brutsch 2012). Similarly, Marguerite Johnson, Professor of Classics at University of Newcastle describes fairy tales as stories about the courage and ingenuity on the part of young survivors (Johnson 2017), thus underlining the core initiation theme.

In *Historical roots of the wondertale* (1946) Propp lays out his theory that the structure of the fairy tale, as it is described in *Morphology of the folktale* (1928), is traceable to the initiation and funeral rites. He compared the fairy tale with the rites of initiation and funeral rites and concluded that the whole of the fairy tale mirrored the whole of the rites. *Historical roots* is a detailed demonstration of this thesis. According to Propp, initiands were told what would happen to them during the rite, and later, after the desacralization of the tales, their texts came to be known as the fairy tale. Propp was not the first one to trace the fairy tale to initiation and funeral – S. Ja. Lur'ė and B. V. Kazánskiĭ investigated initiation, though on a very limited scale in Soviet scholarship. Before them Huet and Trubetzkoy dealt with folklore and funeral rites, while Saintyves correlated some of Perrault's tales with initiation rites. Propp believed that initiation rites were similar everywhere, because their function is always the same: the boy undergoes ritual death and is reborn a man, a member of his community, and a potential bridegroom (Lieberman 1997: xii-lxviii).

In both versions Rapunzel is isolated in a tower which has neither a door, nor stairs, only a window on top. Propp explains the motif of the enclosed maiden in *Historical roots*. He links the motif with another situation common in fairy tales – the isolation of the king's children, which often involve the wearing of masks and avoidance of sunlight or touching ground. On the one hand, the isolation is motivated by the mythological belief that they possess supernatural powers like the king, their father, and the natural law is under their control to a great extent, so they are responsible for bad weather and other natural disasters (Frezer *Zolotaia vetv str.* 217). So, there is an especial concern for their safety. However, Frazer does not explain why sunlight, the evil eye or touching ground causes death (Prop 1995: 45). This mythological belief is reflected and transformed in the folktale. The folktale has no motivations of the kind, the lives of the people do not depend on the prisoners. The tales are only about the personal safety of the king's son or daughter. But there is an even older notion, that the air is filled with danger and powers which are about to strike man at any given moment. According to the Mayas, the woods, the air, the darkness are fraught with mysterious beings, always ready to do harm or to help, but usually to do harm, so these imaginary creatures are mostly harmful (Brinton 1883, cited in Prop 1995: 46). In the folktale this is reflected in the prohibition for the child

to leave the home environment for it might be abducted by a demon (a dragon, crow, goat, devil, evil spirit, Baba-Yaga, Koshchey) (Prop 1995: 46). Likewise, as Deslauriers points out in her master's thesis (1994: 68-69), Rapunzel's golden hair could simply stand for blond hair in the sunlight and in that case it would originate from the blond hair that many European people have, especially in North and Central Europe. But it has been a custom in different cultures to color the hair, or to adorn it with gold dust. For instance, in Egypt, Greece or Persia this was a privilege of royalties to express their specific status (Gorney 1968, cited in Deslauriers 1994: 69).

On the other, the motif of the enclosed maiden is related with the isolation of the girls during their menstruation periods.<sup>123</sup> During this time they were not allowed to cut their hair. Hence, the emblematic long hair of the protagonist. Frazer holds the same thesis using the Danae myth (Frezer Zolotaia vetv str.563, cited in Prop 1995: 45), as well as Von der Leyen in his book on the fairy tale. Rapunzel is isolated in the tower when she turns twelve, i.e. when she is sexually mature. She is hidden in the forest. The girls initiands were lead into the forest. Some of them wore helmets or hid their faces, just like the king's daughters wore masks. Moreover, the isolation preceded the girl's marriage. Often the god or the dragon does not abduct the maiden but visits her in the prison. This is the case in Danae's myth and sometimes in the Russian folktale. The maiden conceives by the wind or in the golden shower in the case of Danae. The isolation in the tower is obviously preparation for the marriage (Prop 1995: 45). Here the correlation with the Grimms' version is evident. The prince visits Rapunzel in the tower and she later gives birth to their children. One of the main purposes of the initiation rite is to prepare the initiand for marriage. The isolation of the maiden existed before the isolation of the kings. It existed in the most primitive peoples like the Australians. The folktale preserves both forms which derive from each other, form different strata and assimilate each other (Ibid.).

The witch in the Grimms' Rapunzel promises to take care of the child "as its own mother" while in *Tangled* (2010) she makes the abducted princess believe she is her real parent. At the same time, as it has been previously pointed out, female initiation was traditionally performed by older female relatives or older women (Eliade 1994: 41-43). Moreover, Propp offers an explanation as to why the witch (who is closely correlated with the challenges or initiation process the protagonist goes through) in fairy tales is a woman. According to him the answer is to be found in the matriarchal character of the ancient societies. The initiation rite was performed by the family on the woman's side. There is even evidence that the initiand temporarily changed into a woman. It is also possible, according to Propp, that the guiding-spirit is perceived as a woman (Prop 1995: 108). Moreover, the

---

<sup>123</sup> Even nowadays, in many cultures, like the Hindu people in western Nepal, the Aborigine in Australia, the Yap in Micronesia or the Yorok women of California there exist menstruation huts. A menstruation hut is a place of seclusion or isolation used by certain cultures with strong menstrual taboos (Wikipedia).

witch is called “Frau Gothel”, which means Mrs. Godmother and thus she represents the mother, and the teacher. During the time of Rapunzel’s isolation, she visits her and eventually teaches her about life, womanhood and magic (Deslauriers 1994: 66).

Also, Propp emphasizes three forms as starting points of the initiation process which are of special interest to the folklore researcher: the children are led into the forest by their parents, an abduction into the forest is being staged or the boy goes into the forest by himself. The rite of passage is performed at different ages but mostly before reaching sexual maturity. And if the children were led by their family members those were always their father or brother, never the mother. It was always the father who was the initiator. And when the rite began to die out, public opinion had to change. The benefits of the rite of passage became incomprehensible and public opinion had to condemn this dreadful rite. That was when the plots of the folktales began to form. While the rite existed as a practice, there could not be any folktales related. In the folktale the leading of the children into the forest is a hostile act although things are always working out well for the protagonist (Propp 1995: 83-84). In Grimms’ Rapunzel it is the father who promises the witch to give her his unborn child. In the Disney version the princess is abducted into the woods by the witch, thus reflecting the negative public opinion and justifying the hostile act.

According to Propp (1995: 48), a basic form of inception of the action is some kind of trouble. The plot evolves from this trouble and its counteraction. For example, the interdiction “not to leave the big house” is violated and trouble ensues. The rule broken in the Grimms’ fairy tale is letting the prince in the tower and the relationship with him, in *Tangled* (2010) it is Rapunzel’s escape from the enclosure, the experiences she goes through together with Flynn, as well as their relationship. It is typical for the fairy tale to begin with some kind of trouble which, in the end, turns into something beneficial (Propp 1995: 49). The protagonists have to overcome the challenges and transform difficulties into good fortune. Thus, this type of inception of the action correlates with the initiation theme. Both versions analyzed here end with a successful initiation and happy marriage. The interdiction and its violation correspond to Propp’s functions **II. interdiction**, and **III. violation** respectively.

The initiation rite is an institution inherent to the tribal system. The rite is performed when the initiand enters sexual maturity. Through the rite the initiand is introduced to the tribal unit, becomes its fully-fledged member and acquires the right to marry. Such is the social function of the rite of pas-sage. It was believed that during the rite the initiand died and was reborn as a new person. The rite was always performed secretly, deep in the forest and there was physical torture and/or mutilation involved (Propp 1995: 56-57).

Respectively, in both versions the girls are entering the age appropriate to get married, i.e., the exact age appropriate for a rite of passage. Grimms’ Rapunzel is closed in the tower when she was twelve, i.e. exactly when she becomes sexually mature, while the fact that she has given birth to twins tells us that she has become

ready to enter marriage. In *Tangled* (2010) the protagonist is about to turn 18, an age considered appropriate for intimate relationships and for getting married. Both versions end with marriage, the setting of the action, until marriage, for both versions is the forest. The cutting of the hair of the initiand (Rapunzel) by the female performer of the ritual (the witch) corresponds to the act of physical mutilation during the rite of passage. Hair symbolism has been extensively researched and commented by anthropologists, particularly in initiation and marriage ceremonies, mourning rituals, and magic (Firth 1936, Frazer 1935, Malinowski 1922, cited in Pergament 1999: 44). In some societies, hair was considered the seat of the soul (Sleeman 1981: 322, 322-23, 326-32, cited in Pergament 1999: 44) and in some cultures, hair plays a central role in “rites of passage” involving the cutting of hair or hair dressing (Synnott 1987: 381, 390, cited in Pergament 1999: 44). Thus, the cutting of hair, believed to be the seat of the soul, during initiation rites and in the analyzed material probably symbolizes the death of the initiand, so that s/ he could be reborn as a new person. However, the act of initiation is quite different in the Grimms’ and the filmed version. In the classic fairy tale this is actually sexual experience. In the first edition of Grimms’ Rapunzel (1812) it is said that she and the prince “lived in joy and pleasure for a long time” and the fairy did not discover what was happening until one day Rapunzel said to her, “Frau Gothel, tell me why it is that my clothes are all too tight. They no longer fit me.”, i.e. before she realized that Rapunzel was pregnant with a child. There is anthropological evidence even nowadays in regions like Malawi that although during female initiation ceremonies the initiands are taught things like respect and obedience, hygienic practices, and avoiding sex, they are also encouraged to experiment sex after the initiation (Malawi Human Rights Commission 2005, Brown 2004, Zulu 1996, cited in Munthali & Zulu 2007). Considering the audience, even the implication of sexual experience (giving birth to a child) is unacceptable in the filmed version. The accent here is on intergenerational conflict, overextended parental authority or overprotective behavior on the part of the parent and parental control in the form of emotional manipulation. The experience in *Tangled* (2010) is not a sexual one, but experience in the outside world, the world “Rapunzel has been missing”. As Flynn has said, rebellion and independence are part of growing up, Rapunzel cannot live by Gothel’s rules, and through her rebellion the old Rapunzel dies and is reborn again, she grows up. This is related to an alternative interpretation of the isolation of Rapunzel in the tower by the witch “mother”, or “bad mother”, which pertains to cognitive linguistics. The confinement in the tower can be interpreted via the RELATIONSHIPS ARE ENCLOSURES primary conceptual metaphor, reflected in both versions analyzed here. The metaphor is based on the subjective experience of an interpersonal relationship and the sensorimotor experience of being in an enclosure. An example from everyday speech is: “We’ve been *in* a *close* relationship for years, but it’s beginning to seem *confining*”. The primary experience behind the metaphor is living in the same enclosed physical space with the people you are most closely related to (Lakoff & Johnson 1999: 53). That is, the confinement of the girl

in the tower stands for her relationship with her mother or her parents. The relationship between parent and child is confining from the perspective of the offspring in many ways in the sense that it has to follow the rules set by the parent. Also, at least until their daughter has reached a certain age, parents usually do not allow her to enter intimate relationships and instruct her to avoid sex. This implication applies to both versions since even in *Tangled* (2010) intimate relationships are made impossible because all contact with the outside world is made impossible. In the two versions analyzed in the present article the witch does not live in the tower with Rapunzel but only visits her at times but this particularity of the tale might be explained by the influence of the initiation theme which has interacted with the conceptual metaphor and has formed a different conceptual layer in the fairy tale.

CONTROL IS UP is another primary conceptual metaphor which is related with the concept of the tower in the tale. Rapunzel lets down her hair and this is how the witch and the prince climb the tower to get to her. This is a symbolic representation of surrender of control. At first, while she is still a child and is living with her mother/parents (the witch) Rapunzel surrenders the control of her life to her mother/parents. Then, when she is a mature person, when she has grown up, she surrenders control to her husband (the prince). The subjective judgment behind the metaphor is being in control. The sensorimotor domain is vertical orientation. An example from everyday speech is: “Don’t worry! I’m *on top of* the situation!” The primary experience behind the metaphor is finding that it is easier to control another person or exert force on an object from above, where you have gravity working with you (Lakoff & Johnson 1999: 53).

Fairy tales share amazingly similar plot outlines and motifs even across distant cultures. On the one hand, this may be accounted for by their characterization as “the purest expression of the collective unconscious” (von Franz 1996:1), according to Jung’s theory, where there is “much less cultural overlay” than in myths or legends (Ibid.). On the other, from a linguistic point of view, similarities may be explained by the manifestation of potentially universal metaphors which are grounded in universal primary experience, namely primary metaphors.

According to Grady’s Theory of Primary Metaphor, part of the Integrated Theory of Primary Metaphor (Lakoff and Johnson 1999:45-59), primary metaphors are considered potentially universal because they are based on universal bodily (or “embodied”) experience. Sensorimotor experiences (source domain) are projected onto subjective experiences (target domain), e.g., emotions and achievement. Thus we conceptualize subjective experience in terms of our sensorimotor experience. According to Lakoff and Johnson, “We acquire a large system of primary metaphors automatically and unconsciously simply by functioning in the most ordinary ways in everyday world from our earliest years. We have no choice in this,” and “we all naturally think using hundreds of primary metaphors” (Lakoff and Johnson 1999:47). Thus, primary conceptual metaphors in fairy tales may reveal common

ground between cultures and their analysis is useful for cultural and anthropological studies. Yet, in the two versions analyzed in the present article the above mentioned primary metaphors have a different function. Their function to reveal a common ground between cultures might still be salient since the film is targeted at a multicultural audience and thus their preservation in the filmed version is justified. However, what is more important is that these basic metaphors reflect cornerstone structures of plot and meaning, indispensable conceptual elements of the fairy tale and this is why they have been preserved even though the medium has been changed and more than a hundred years have passed since the first Grimms' edition where the original fairy tale *Rapunzel* is to be found was published.

LOVE IS A HEALER is yet another conceptual metaphor structuring the fairy tale in both of its forms. In the Grimms' tale *Rapunzel*'s tears heal the prince's eyes and he regains his eyesight. In *Tangled* (2010) the protagonist's tears heal the severely wounded and dying beloved. Here the conceptual metaphor interacts with the initiation theme. The core idea of the initiation rite is that the initiand dies and is reborn again as a new person, a fully-fledged member of the tribe, ready to enter marriage. In the Grimms' folktale the accent is on the opposition between darkness and light, which closely correlate with death and life, while in *Tangled* (2010) the accent is on the opposition between death and life, as well as on the idea of revival. Moreover, it is tears which have the healing effect, and there existed such a practice as ritual weeping performed not only in relation to funeral rites and mourning but also *when friends or relatives meet after a period of separation*, at the conclusion of a peace treaty between former enemies, at weddings and at *initiation rites*. What these situations all have in common is that the people involved are always together with relatives, tribe members or (new) friends. Thus this crying is a social act expressing feelings of social bonding and solidarity between individuals (Vingerhoets 2013: 146). Also, although ritual weeping is not necessarily a predominantly female behavior and in most cases there is equal involvement of both sexes (Ibid.), it is still more often manifested as a female behavior. Perhaps the ritual weeping performed at initiation ceremonies has a lot in common with the concept of ritual weeping at funeral rites. During the initiation ceremony the initiand dies before s/he is reborn. Also, s/he is reborn as a new person and some of the social ties s/he used to have, for example with the parents, are weakened, s/he is now a new person. In the classic fairy tale as well as in the filmed version both *Rapunzel* and her beloved undergo the initiation process. The theme of dying and being reborn which is inherent to the initiation archetype is made prominent in the youth's initiation process, while the emphasis in the case of the female initiands is on sexual experience, intimate relationships and motherhood in the Grimms' folktale (all of which premarital) and on rebellion, independence and personal experience outside the overprotected home environment but also on romantic relationships in the Disney version which ends with the culmination of marriage, too.

Despite all the obstacles and challenges Rapunzel and her beloved are destined to be together. Thus, there is the idea of *unity*, revealing LOVE IS A UNITY conceptual metaphor. According to Kövecses, the central idea and hence metaphor, in the love system is the notion of UNITY, due to the prevalence of source domains such as UNITY OF TWO COMPLEMENTARY PARTS, BOND and CLOSENESS, projected onto the emotion of LOVE (Kövecses 2000: 27). Both versions end with the idea of a successful initiation and a happy marriage, the healing motif forming a kind of a frame in *Tangled* (2010).

### III. Conclusion.

In the present article I have offered a comparative analysis of a classic Grimms' fairy tale and its filmed version using an interdisciplinary approach: combining research in the fields of cultural anthropology, folklore studies and cognitive linguistics, conceptual metaphor theory in particular. Despite the diversions from the original in the filmed version, the study emphasizes that there exist some basic common structures of plot and meaning, underlined by conceptual metaphor, the initiation theme and Propp's functions.

### REFERENCES:

- Al-Harrasi 2001:** Al-Harrasi. Metaphor in (Arabic-into-English) translation with specific reference to metaphorical concepts and expressions in political discourse. PhD thesis, Aston University, published online at: <https://core.ac.uk/download/pdf/121370.pdf> , 2001.
- Brinton 1883:** Brinton D. G. The folk-lore of Jucatan. – The Folk-lore Journal, 1883, vol. I, p. 251.
- Brown 2004:** Brown JL. HIV/AIDS alienation: between prejudice and acceptance. Capetown: University of Stellenbosch, 2004.
- Brutsch 2012:** Brutsch Rachel. Fascinated by fairy tales. – DeseretNews, 10.09.2019 <<https://www.deseret.com/2012/3/29/20500558/fascinated-by-fairy-tales#lily-collins-portrays-snow-white-in-relativity-medias-mirror-mirror>>.
- Deslauriers 1994:** Deslauriers Andrea Linda. Hair imagery in Grimm's fairy tales. Master's Thesis. University of Hawaii. 25.09.2019. <<http://hairgarden.com/wp-content/uploads/2017/11/HAIR-IMAGERY-IN-GRIMMS-FAIRY-TALES.pdf>>
- Eliade 1994:** Eliade Mircea. Rites and Symbols of Initiation. The mysteries of Birth and Rebirth. Thompson Conn.: Spring Publications, 1994.
- Fedorov 2015:** Fedorov Alexander. Cultural Mythology Analysis of Media texts in the Classroom at the Student Audience. – European Researcher, Vol. 94, Is. 5, 2015.
- Firth 1936:** Firth R. We, the Tikopia: A Sociological study of kinship in primitive Polynesia, 1936.

- Fischler 1988:** Fischler Claude. Food, self and identity. - Social Science Information 27:275-293, 1988.
- Frazer 1922:** Frazer Sir James George. The Golden bough: A Study in magic and religion, 1935.
- Frezer:** Frezer D. Zolotaia vetv.
- Gorney 1968:** Gorney Roderic. The Human Agenda. New York: Simon and Schuster, 1968.
- Johnson 2017:** Johnson Marguerite. Friday essay: why grown-ups still need fairy tales. – The Conversation, 20.09.2019 <<https://theconversation.com/friday-essay-why-grown-ups-still-need-fairy-tales-87078>>.
- Kostina 2006:** Kostina A.V. Mass culture as a phenomenon of the post-industrial society. Moscow: KomKniga, 2006.
- Kövecses 2000:** Kövecses Zoltán. Metaphor and Emotion: Language, Culture, and Body in Human Feeling. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lakoff 1987:** Lakoff George. Women, Fire and Dangerous Things. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff & Johnson 1999:** Lakoff George and Mark Johnson. Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought. New York: Basic Books, 1999.
- Liberman 1997:** Liberman Anatoly. Introduction. In: Liberman A. (ed.) Theory and History of Folklore. Theory and History of literature Vol. 5. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.
- Malawi Human Rights Commission 2005:** Malawi Human Rights Commission. Cultural practices and their impact on the enjoyment of human rights, particularly the rights of women and children in Malawi. Lilongwe: Malawi Human Rights Commission, 2005.
- Malinowski 1922:** Malinowski Bronislaw. Aronauts on the Western Pacific, 1922.
- Munthali & Zulu 2007:** Munthali A, Zulu EM. The timing and role of initiation rites in preparing young people for adolescence and responsible sexual and reproductive behavior in Malawi. Afr J Reprod Health,11(3):150–67, 2007.
- Okapina 2013:** Okapina. <https://dettoldisney.wordpress.com/about/>.
- Pergament 1999:** Pergament Deborah. It's Not Just Hair: Historical and Cultural Considerations for an Emerging Technology, 75 Chi.-Kent L. Rev. 41, 1999.
- Prop 1995:** Prop Vladimir. Istoricheski koreni na valshebната prikazka. Prozorets, 1995.
- Propp 1976:** Propp V.Y. Folklore and reality. Moscow: Art, 1976.
- Propp 1998:** Propp V.Y. The morphology of the fairy tale. The historical roots of the fairy tale. Moscow: Labirint, 1998.
- Razlogov 1991:** Razlogov K.E. Paradoxes of commercialization. - Screen and Stage. № 9, p.10, 1991.
- Rozin and Fallon 1981:** Rozin P. and Fallon A. E. The Acquisition of Likes and Dislikes for Foods. In: J. Solms; R.L. Hall, (eds.) Criteria of Food Acceptance. Zurich: Forster Verlag AG; 35-44, 1981.

- Schwabe 2016:** Schwabe Claudia. The Fairy Tale and Its Uses in Contemporary New Media and Popular Culture Introduction. – *Humanities*, 5, 81, 2016.
- Sleeman 1981:** Sleeman Margaret. Medieval Hair Tokens, 17 F. FOR MODERN LANGUAGE STUD. 322, 322-23, 326-32, 1981.
- Synnott 1987:** Synnott Anthony. Shame and Glory: A Sociology of Hair, 48 BRIT. J. SOC. 381, 390, 1987.
- Tangled 2010:** Film. Directed by Nathan Greno and Byron Howard, Usa, Walt Disney Pictures, 2010.
- Tatar 2010:** Tatar Maria. Why Fairy Tales Matter. The Performative and the Transformative. – *Western folklore* (69) 1: 55-64, 2010.
- Turovskaya 1979:** Turovskaya M.I. Why the viewer goes to the movies. In: *Genres of Movie*. Moscow: Art, 1979.
- Vingerhoets 2013:** Vingerhoets Ad. Why only humans weep. Unravelling the mysteries of tears. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Von Franz 1996:** von Franz Marie-Louse. *The Interpretation of Fairy Tales*. Boston/London: Shambhala, 1996.
- Yampolsky 1987:** Yampolsky M.V. Polemical notes about the aesthetics of the mass of the film. In: Transcript of the meeting of the "round table" of Film Critics, October 12-13, 1987. Moscow: Union of Cinematographers, 1987.
- Zorkaya 1981:** Zorkaya N.M. Unique and replicated. Mass media and reproduced art. Moscow: Art, 1981.
- Zorkaya 1994:** Zorkaya N.M. *Folklore. Splint. Screen*. Moscow, 1994.
- Zulu 1996:** Zulu EM. Unpublished PhD Thesis. Social and cultural factors affecting reproductive behaviour in Malawi. Pennsylvania: University of Pennsylvania, 1996.

## ПЪТУВАНЕТО КАТО КУЛТУРЕН ФЕНОМЕН. КСЕНОЛОГИЧНИ АСПЕКТИ НА ПЪТЕВОДИТЕЛЯ

Снежана Бойчева

**Анотация:** Статията изследва пътуването като културен феномен и произтичащите от това промени в медията “пътеводител” и в нейните съвременни алтернативи – виртуални сайтове за туристическа информация, пътеписи, литературни репортажи. Акцентува се върху медиатизирането на ксенологично релевантното съдържание в традиционните пътеводители и в новите форми на туристическо осведомяване. Базова част от изследването е опозицията масов (организиран) туризъм versus (алтернативен) туризъм, като се изтъкват разликите в областта на медийната стилистика на представяне на туристическите продукти в двете форми с оглед на културно обусловените специфики. Предлагат се методи и технологии за създаване на текстове, функциониращи в масовата комуникация на оферирание на нови туристически практики с цел удовлетворяване на потребности, свързани с навлизането на туристите в приемната култура.

**Abstract:** The article examines travelling as a cultural phenomenon and the related changes in the medium of the travel guide and its modern alternatives – virtual sites for tourist information, travelogues, and literary reportages. The accent is on medialization of xenologically relevant contents of conventional travelogues and the new forms of tourist information. A fundamental part of the study is the opposition mass (organized) versus individualized (alternative) tourism, as the differences are emphasized in the area of media stylistics of tourist products presentation in both forms in view of culturally determined specificities. Methods and technologies for constructing texts are suggested that function in mass communication of offering new tourist practices for the purpose of satisfying tourists' needs when they enter the receiving culture.

**Key words:** travel guide, mass (organized) tourism, individualized (alternative) tourism, culturally determined specificities.

Статията изследва пътуването като културен феномен и произтичащите от това промени в медията “пътеводител” и в нейните съвременни алтернативи – виртуални сайтове за туристическа информация, пътеписи, литературни репортажи. Акцентува се върху медиатизирането на ксенологично релевантното съдържание в традиционните пътеводители и в новите форми на туристическо осведомяване. Базова част от изследването е опозицията масов (организиран) туризъм versus индивидуализиран (алтернативен) туризъм, като се изтъкват разликите в областта на медийната стилистика на представяне на туристическите продукти в двете форми с оглед на културно обусловените специфики. Предлагат се методи и технологии за създаване на текстове, функциониращи в масовата комуникация на оферирание на нови туристически практики с цел удовлетворяване на потребности, свързани с навлизането на туристите в приемната култура. След статията са обособени две приложения, като Приложение 1 съдържа примери, приложими в алтернативни виртуални

пътеводители с акцент върху културноспецифична информация: мостри на поведението (културни автопилоти), а Приложение 2 включва примери от есета на студенти за лични преживявания по време на пътуване.

Предвид съвременното развитие на туризма се променят характеристиките на пътуването в другокултурни пространства, чийто акцент не е вече само географията, историята (културноисторическото наследство), метеорологията, гастрономията. Използването на новите информационни технологии позволи изработването на виртуални пътеводители, които залагат на информация от конкретни лични преживявания в чужди култури (Online Reiseführer/Marco Polo – <<https://www.marcopolo.de/reisefuehrer-tipps/bulgarien/index-5575.html>>; Online guida turistica Bulgaria / Associazione Bulgaria-Italia – <<https://www.bulgaria-italia.com/bg/info/turismo/>>) – за разлика от тривиалните книжни пътеводители (Ovcharov 2012).

Виртуалните пътеводители предупреждават за някои „деликатни подробности“ от белезите на съответната култура, т.е. те очертават не само привлекателните страни на пътуването, но директно или индиректно обръщат внимание на „клопките“, които го съпътстват. Така например за България в пътеводителя *Марко Поло* се съобщава, че веднага щом зимата премине, пътуването по пътищата на страната се улеснява, с което косвено се предупреждава за лошо поддържаната инфраструктура през зимните месеци. С този тип информация пътеводителите напускат като жанр сферата на лаудацието, типично за традиционните пътеводители (което би могло да се разглежда и като вид манипулативна стратегия) и преминават в областта на прагматиката.

Накратко казано, новият тип туристическо осведомяване акцентува върху два основни момента: увеличава се ксенологично важната информация, вкл. под формата на коригиране на подвеждащо съдържание за съответната култура и се набляга върху разнообразието от индивидуални приоритети на пътуващите, които са във висока степен пренебрегнати в рамките на масовия организиран туризъм.

### ***Странстващият човек versus масовият турист***

В своите визии Рюдигер Сарайка дава израз на ново разбиране за пътуването като съвместяване на култура, изкуство и интеркултурно общуване в противовес на схващането за масовия, организиран туризъм в модерната, постмодерната и късномодерната епоха (Sareika 2013). Идеята за странастващия човек ретроспективно се опира на емблематичните поклоннически пътувания в средновековието, експоненти на межкултурния диалог, основаващи се на пътуването като начин на формиране на личността (образование, познание, натрупване на житейски опит). Пътуването като формираща идентичността програма лежи в основата на изкуството, в частност на литературата, във възникналите в епохите на Просвещението и Романтизма билдунгсромани,

тематизиращи странстването и срещите с чуждостта като решаващ фактор в личностното развитие. Връщайки се назад към този индивидуализиран модел на пътуване, се обосновава вид съвременен туризъм, който няма нищо общо с организираната, технологизирана и универсализирана дейност на туроператорите и който позволява **лична** среща с **конкретни** представители на различни култури. С други думи, не става дума единствено за (комерсиализирано) пребиваване в другокултурна среда, което могат да осигурят туристическите агенции, а за „влизане“ в тази среда чрез формите на т. нар. алтернативен туризъм (етно-, еко-, спа-, гастротуризм), съобразено с индивидуалните интереси и потребности на пътуващия на основата на личен контакт с конкретни нейни представители. Така индивидуализираното и конкретизирано пътуване може да избегне повърхностни и обобщени оценки за дадена култура (клишета, стереотипи, етикети, предразсъдъци, стигми) и да гарантира контакта *par excellence* с другостта (Weidemann 2010: 103). Туристическите фирми не са в състояние да осигурят този личен, чисто човешки досег (*personal touch*) с другата култура поради пазарните стратегии, които са принудени да следват, – те по-скоро „предпазват“ туристите от предизвикателствата на чуждостта.

„Потапянето“ в автентичната среда на чуждия културен контекст изисква друг подход, който няма нищо общо с тривиалното продаване на туристически продукт. Този нов подход се оформя като алтернативна форма в съвременната мобилност и има своите образци в миналото в лицето на пътешествениците (от типа на Феликс Каниц), чиито придобити знания и познания за културите, през които не само минават, но в които за известен период живеят, са предмет на литературно претворяване (пътеписи) и журналистическо отразяване. Същността на този тип пътуване се състои във възможността на взаимодействие между пътуващия и домакините (местните хора), което от своя страна е предпоставка за диалог и първа стъпка в разбирането на другостта.

В условията на съвременното развитие на масовия туризъм характеристиките на чуждите култури като обект на туристически посещения се предлагат под формата на разкази на приятели и познати за личните им преживявания в съответните култури, като привлекателни или отблъскващи описания в литературни произведения или в средствата за масова комуникация (пътеписи, документални филми и др.), но най-вече чрез туристическите пътеводители, включително във виртуалните им варианти.

Пример за виртуален пътеводител е американският интернет проект *Virtualtourist*, който съдържа туристическа информация за всяка точка по света. Във виртуалното пространство, в рамките на определени туристически сайтове от типа например на *Wikitravel*, е създадена технологията *WikiWiki*, чрез която всеки участник в туристически пътувания може да допълни,

коригира, да промени или онагледява туристическата информация със своя личен опит и впечатления – т.е., традиционните текстове на туристическите пътеводители, издавани предимно от рекламни и маркетингови агенции, имат като контрапункт личното изживяване на другостта в лицето на милионите туристи по света.

Новите медийни технологии позволяват да се избегне до голяма степен клишираността на популярните гидове и да се постигне в голяма степен индивидуалното представяне на опита с други култури, който, от една страна, е твърде субективен, но от друга страна, отговаря на многообразието (различните гледни точки) при възприемането на културите.

Характеристиките на традиционните източници на туристическа информация (пътеводители, брошури, книги, документални филми и т.н.) в много случаи се ограничават до информация от исторически, географски и топографски тип (статистически данни за местоположение, природни и културни забележителности), като авторите се задоволяват с чисти, често скучни, изброявания на данните, понякога придружени със снимков материал. Този бърз поглед върху текстов жанр “пътеводител” отразява информативния, апелативния и експресивния характер на текста (Dimitrova 2009; Dimitrova 2014). Проблематично остава въвеждането в културните особености на дадения исторически или географски регион и населяващата го общност, персонализирането на иначе абстрактната и обобщаваща информация. Причините за това трябва да се търсят в четири посоки:

- Пътеводителите ползват предимно медиални образи и представи за представяния обект, които много често са схематични и дидактически (общообразователни), рекламно манипулиращи и не отразяват културната му специфика. Поради това те не удържат конкуренцията на мултимедиално представената информация във виртуалните сайтове (звук, образи, действие, личен опит с чуждостта).
- Текстовете на пътеводителите са белязани от представата, че всекидневната култура на хора от плът и кръв не е от значение и не е достъпна за техните реципиенти. Следствие от този подход е представянето на общността като схематичен образ, а не като конкретна действителност. Туристите де факто се движат единствено в публичното пространство.
- Текстовете на пътеводителите са повлияни от очакванията на реципиентите (туристи), от нагласата им да пренесат собственото си ежедневие в контекста на пътуването, което отнема възможността за истинско навлизане в чуждата култура. Този подход се диктува от интересите на маркетинга, който превръща пътеводителя в пазарен инструмент, а представената от него култура е резултат на конструкция и стратегия, а не на познавателен интерес към другата култура. В този

смисъл се наблюдава явно комерсиализиране на желанието да се опознае чуждостта.

- Пътеводителите имат претенцията да въвеждат в другокултурна среда, но резултатът е доместициране на тази среда в културата на реципиентите (туристи) с цел да бъдат предпазени те от „опасностите“ (културния шок), произтичащи от чуждото – по този начин се ограничава достъпът до автентично другото. И това е разбираемо, тъй като туристите вярват на близки, позитивни и привлекателни предложения, за да избегнат несигурността. „Негативните“ страни на туристическите обекти и оферти се евфемизират така, че да звучат лицеприятно.

Принципите на изложение в туристическите проспекти, прикриващи неудобствата и риска, които понякога създава чуждостта, са: възхваляване (*лаудацио*) на туристическия обект (чрез изреждане на суперлативи за него), съчетано с оферта за ниски цени, хармонична и щастлива почивка, разнообразие, но и спокойствие, обгрижване на туристите. Именно тези условия са донякъде пречка да се изживее чуждостта в нейната неподправеност (много често тази хармония е мнима, като се има предвид „бягането“ от един обект на друг с цел да се посетят повече места). Освен това предразположението на повечето пътуващи към запазване на „домашния“ уют надделява често над любопитството и желанието за авантюра.

Изключение от горепосочените принципи правят онлайн пътеводителите, които съчетават рекламата на туристическите обекти и полезната информация за туристите, от една страна, с индивидуалността на офертата (за всекиго по нещо), с приключението и задоволяването на любопитството от различния начин на живот, от друга страна.

Като извод от изброените белези на туристическо предлагане може да се направи заключението, че по чисто комерсиални причини маркетинговите стратегии нямат за цел „влизането“ в другата култура, а нейното репрезентиране в схематични образи. Именно това води до затвърждаване на утвърдени стереотипи и предразсъдъци и до възникването на нови клишета за цели културни общности (Herdin/Luger 2001: 9).

Съчетание на традициите на пътеписа и модерността на виртуалните пътеводители демонстрира албумният пътеводител на Томас Магош и Том Шулиц „Пътуване в Европа: България“ (*Album-Reiseführer Reisen in Europa: Bulgarien*) от 2003 г., състоящ се от две части с няколко подчасти. Първата част, *На кръстопътя на два континента*, ни запознава с географията, историята, традициите на страната, но предлага и пейзажни снимки, както и снимки на важни културни и религиозни паметници. Информацията въвежда реципиента в основните ритуали при хранене, а също и в българския

манталитет. Втората част, *България: планиране, пътуване, наслада*, съдържа сведения относно най-доброто време за планиране на посещения в страната, за възможностите за пътуване до България и за нощуване, както и за всички забележителности от А до Я.

Подобни са структурата и съдържанието и на най-известния пътеводител в света за България „Baedeker-Allianz-Reiseführer über Bulgarien“ от 2007 г. И в двата пътеводителя преобладава експресивното изложение с очевидни натрупвания на позитивна лексика, суперлативи и елативи, подсилващи частици, метафори, сравнения с други световноизвестни райски кътчета – образност, която наред с информативната засилва апелативната функция на текста. Т. е. традиционните туристически текстове са в основата си представителни (репрезентативни), засягат повече обектите на културата, отколкото нейните субекти (рядко се говори за хората, населяващи дадена територия) и нямат за цел опознаване на автентичната чуждост. В този смисъл пътеводителите за повечето страни формално си приличат – в тях трудно се идентифицират отличителните особености на дадена култура. Нещо повече, претоварен от споменатите суперлативи, читателят получава представата за романтизирана и екзотизирана до неузнаваемост култура и изгубва чувството за истински различното в нея. Алтернатива на традиционния туристически пътеводител са всички онези, понякога нелицеприятни, дори страшни лични истории, разказани във виртуалните сайтове, разбира се, само в случаите, когато те са резултат от автентичната среща с чуждостта, а не плод на копнежи и фантазии под формата на литературни фикции. Тези алтернативни източници на ксенологична информация и познание потвърждават становището, че само лично преживяното може да противостои на всички предразсъдъци и стереотипи за цели етноси, нации и култури.

Пример за нестандартен тип пътеводител е и пътеписът на Томас Магош „Литературно пътуване през България“, който съчетава традиция (география, респ. топография, културна история, ритуали и обичаи) и модерност (култура на храненето, манталитет, обществен живот, политика и т.н.). Пътеписът предлага конкретно и лично преживяни истории (не романтизирани и екзотизирани), които някому могат да се сторят любопитни и весели, на други обаче изглеждат опасни, дори ужасяващи. Във всеки случай липсват обичайните нищо неказващи клишета, предразсъдъци и стигми. Застрашителни или привлекателни, тези истории са автентични. Други подобни литературни пътеписи за България са „българските“ романи на Ангелика Шробсдорф, Илзе Тилш, Илия Троянов, Димитър Динев, Сибиле Левичаров, Румяна Захаријева, Михаел Бузелмайер, Бригите Олешински, Ралф Тениор, Ханс Тил, Ян Конекфе, Уве Колбе и др.

Предимствата на фикционалния тип културноспецифична информация се съдържат както в емоционалния заряд, който я съпътства, така и в

дълбочината на погледа в българската култура, независимо от литературния характер на текстовете, тъй като фикцията не нарушава реалността на преживяното, а критически я осмисля благодарение на богатството от гледни точки, иманентни на литературата като цяло.

Следният пример е аргумент в полза на горната теза: Екскурзоводите често са склонни да „превъзнасят“ информацията за дадена култура, резултатът е едностранен (изкривен) поглед към нея, така както някои пътеписи правят точно обратното – концентрират се изрично върху негативното за България и забравят, че картината не може да бъде единствено черно-бяла. Важни са нюансите, които за съжаление остават скрити. Освен това погледът отвън е далеч по-всеобхватен от потопения в масата поглед. Неконвенционалните форми, на които се спряхме, целят да се приближат максимално до автентичната ситуация, избягвайки черно-белите краски.

Това е лесно да се констатира, по-трудно е да се осъществи. За целта ще очертаем поредица от стъпки, които трябва да изпълнява медията пътеводител и професията екскурзовод (говорещият пътеводител), за да отговорят на съвременните потребности на модерния туризъм:

- Отказ от изолирането на туристите от културната среда на местните хора, което е тотална практика в т. нар. „олинклузив предлагане“ (туристите често не напускат хотела). Да не се използват зобиколни пътища в прекия и преносен смисъл на израза, да не се „разкрасява“ или скрива реалността, напр. инфраструктурата (улици, пътища, жилищни квартали, региони табу). Това създава отношение на доверие, важно условие за опосредстване на културни стандарти. Освен това туристът не се чувства единствено обект на туристически сделки. Атмосферата на откритост и искреност е предпоставка за успешен бизнес, и то не само в областта на туризма.
- Отказ от специално организирани „преживявания“ (псевдокултура, закрити прояви в ресторанти и хотели), които пораждат единствено илюзии. Тези ритуали, извадени от автентичната им среда – селския и градския площад, църквата, стадиона - стандартизират, конфекционират културата.
- Отказ от предварително замислени внушения от политически и идеологически характер, които може би ще увеличат атрактивността, но ще намалят съдържателността на пътуването.
- Приоритет на малко познатото, което може да граничи с културния шок – това е т. нар. „концепт на учудването“ – „скок в студената вода“ (вж. Opaschowski 2002: 67, Henning 1997: 95, Heimböckel/Weinberg 2014: 136), което при всички случаи е по-добър вариант от „нагласеното“ представяне на културните реалии.

- Неутралност при представяне на приемащата култура – предимство на свободното възприятие, формите на представяне избягват оценъчни съждения, квалификации, присъди. Оценката на представените факти и демонстрираните феномени не се пред-поставя, а се пре-доставя на туристите.
- Създаване на възможности и предоставяне на възможно най-много време за свободни обиколки с цел „откриване“ на културни реалии. Дори да завършат „неуспешно“ те носят повече опит и опитност със съответната култура, отколкото практикуваното „наливане“ на информация чрез беседи. Свободното време е свързано с ходене пеша и бавен, но по-близък допир с другата култура, с конкретни хора и ситуации. Това дава възможност за преживяване, а не за гледане или слушане от далече (вж. Pagenstecher 2006: 170), но и изисква повече активност, инициатива, любопитство, издръжливост, търпение, дори определен риск от страна на туристите. Предприемането напр. на разпространените пътувания на туристи в Латинска Америка с цел „изчистването“ на тялото от насъбралите се токсини трябва да става на базата на информирано решение.

Горепосочените алтернативни форми на туристическа информация отговарят на потребностите на активния турист („свободния плувец в морето“, вж. Helminger 2015: 138), а не на пасивния „зрител“. Целта на пътуването е не пристигането на дадено място, а пътят до него – по възможност по неутъпкани пътеки, заобикалящи повърхностното, ирелевантното в съответната културна общност. Вместо строго и педантично организирани (нормирани, лимитирани) обиколки се предлагат интензивни, дълбинни преживявания, потапяния във всекидневната култура на общността. По този начин количеството (тичане от място на място) се замества от качеството (по-малко, но по-качествено): „по-малко е повече“ (*weniger ist mehr*).

### **Култура на храненето**

Ако човек има желание да опознае традициите и културата на една страна, не е достатъчно да разгледа най-големите забележителности. Той трябва да прекарва време сред местните хора, за да може да опознае бита им, а също и да вкуси от тяхната храна. Т.е. предпоставка за интеркултурно доминиран алтернативен туризъм е напускане на сферата на собственото ежедневие, (което не се случва в условията на комфортния организиран туризъм), и влизането в ежедневието на приемната култура (бит, хранене, свободно време).

### **Храненето – основен културен ритуал**

Храненето е основен компонент на всекидневната култура наред с другите съставни части на бита – дома, жилището, работата, свободното

време, пътуването, здравето, физическото тяло, всекидневната комуникация и т. н. Всички тези компоненти са свързани помежду си. Като пример за връзката между почивката, респ. пътуването и кухнята може да се посочи създадената традиция на закуска в хотелите, която се включва в цената на нощувката.

Опитът, който добиват туристите в условията на другокултурна среда, често минава „през стомаха“, т.е. културата на хранене е първата ксенологично релевантна представа за „другия“ свят, тъй като приемането на храна заема голяма част от ежедневието на хората, нещо повече, отделните хранения са определящи за структурата на деня – неслучайно темпоралните наименования на частите на денонощието в много езици са производни на обозначенията на самите хранения – предиобяд, следобяд, навечер, преди вечеря, след вечеря, следобедна, предиобедна закуска и т.н.

Ницше вижда в различните ритуали на хранене „откровения за културите“ и причислява акта на храненето към най-съкровения трепети на човешката душа. Храната не е само материалност, тя е нещо за душата. Нобеловият лауреат за литература Гюнтер Грас смята храненето за екзистенциално най-важния проблем и тематизира този културен феномен в романа си „Калканът“.

В много култури храненето се разглежда не единствено като физиологическа потребност, а като общостен процес, като важен код в комуникацията между хората както в рамките на културната общност, така и в контактуването с представители на други култури. Храненето е едновременно личен (индивидуален) и групов, обществен (колективен) акт, който демонстрира цялостната социално валидна система от ценности, поведения, действия, символи. Поради това храненето е наречен тотален феномен на социума. Както казва Гьоте в „Горквата Тасо“, възможността да избираме между различни ястия и напитки ни отличава от животните. Освен това храната има символно значение в определени ситуации, тя носи послания (еротиката на ягодите, любовта и нежността на шоколада и т.н.) – т. е., храненето, освен че носи сетивна наслада, е едновременно прагматично, комуникативно, но и символично, емоционално състояние на човека в неговото делнично и празнично битие. То създава близост, намалява дистанцията между хората, стопява агресията и хвърля мостове към междучовешкото и междукултурното разбирателство.

Толерантността започва в кухнята и на масата. Там хората непринудено бърбят и си разказват истории, запознават се с нови хора, домакинстват, респ. гостуват, сърдитите се сдобряват, добрите приятели спорят. Яденето и пиенето според лорд Палмерстон е душата на дипломатията. В сферата на политиката, икономиката, науката, медиите и

администрацията т. нар. работни закуски, обяди и вечери са традиционни топоси на успешни преговори, споразумения и договаряния. От друга страна, поради „недоверието“ към някои ритуали в сферата на храненето се избягват определени културни региони – има се предвид употребата на определени продукти и технологии на приготвяне на храната. Така например пикантни и твърде люти подправки от азиатската кухня могат да доведат здравословни проблеми у непривикналите към това европейци, така че гидовете по-скоро предупреждават за опасността, отколкото препоръчват подобни ястия. Не се изключва и културният шок предвид обстоятелството, че в някои култури се консумира месо от животни, които в други културни пространства се считат за домашни любимци.

Храненето в общност е средство за обмяна на мисли, за създаване на доверие и начин на социализиране (инкултурация и акултурация), както и способ за преодоляване на йерархията (особено храненето на кръгла маса). Отказването на покана за обяд или вечеря в дадена общност сигнализира, напротив, липса на доверие, мнителност, недоброжелателност и дори повод за война. Не на последно място храненето е начин на познание, например в библейската притча за грехопадението, Тайната вечеря и т.н.

В различните вярвания и религии храненето има символично значение с оглед на подбора на определени храни или тяхната възбрана по време на религиозните празници и ритуали. Освен това то има и когнитивен характер – в процеса на инкултурацията (социализацията) детето слага непознатия предмет в устата, за да го опознае. Не е случайно, че се храним и говорим с един и същ орган. Освен, че възпитава вкус в прекия и в преносния смисъл на думата, храненето обвързва физиологическия процес с комуникацията, а езикът метафоризира много често процеса на хранене в образи като „духовна храна“.

В различните културни общности в зависимост от историческите и религиозните традиции се формират и различни норми и навици на хранене, които са част от идентичността на общността. Те много често са източници на културен шок: яденето с пръсти например в много африкански и азиатски общности е в разрез с културните порядки в Америка и Европа. Малко хора знаят обаче (а и да знаят, са по-скоро склонни да го игнорират), че яденето с пръсти осигурява приток на микроорганизми, които спомагат за по-доброто храносмилане и преработване на храната. Малките деца извършват това инстинктивно. Разпространен е обаче стереотипът, че яденето с пръсти е признак на примитивизъм и нецивилизованост.

Забързаността на живота в съвременния свят води до загуба на интереса към спокойното, продължително хранене на уютно и красиво подредената маса. Това обстоятелство косвено се подкрепя от изследвания за

потребителския интерес към производството на порцеланови и стъклени съдове, както и на прибори, чийто оборот непрекъснато спада. Тенденцията към бързо хранене и определени демографски причини (намаляване на броя на брачните семейства, на децата, на членовете на едно домакинство) почти елиминират всекидневната ситуация на общо хранене в домашна обстановка, с изключение, може би, на вечерята и по време на празници. Но дори празниците напоследък изместиха топоса на хранене и празнуване от личното в публичното пространство (много семейни тържества като сватби, кръщенета, юбилеи се провеждат в обществени заведения).

Защо пътеводителите отделят сравнително голямо внимание на кухнята в дадена култура? Главно поради посочения факт, че ястията или неправилното хранене (например подчертаната пикантност на източните кухни) могат да доведат до здравословни проблеми, което още веднъж потвърждава предпазната функция, която изпълняват тези текстове. Т. е. представянето на кухнята не се обуславя на първо място от гледна точка на културно-религиозните традиции на общността, вида на продуктите и технологиите на приготвяне, а акцентува главно върху вкуса и има предупредителни функции. Друга причина за важността на кухнята като туристическа атракция е възприемането на храненето с всички сетива (зрително, слухово, чрез обонянието, вкуса и допира): важни са дизайнът на ястието („*das Auge isst mit*”, „*окото яде заедно с нас*”), звукът, който се чува при сдъвкване (хрупкавост), уханието, вкусовите качества и допирът до небцето.

Примери за мястото на кухнята в текстове от различни пътеводители:

- „На въпроса, коя е най-голямата атракция на Тайван, почти винаги отговорът е китайската кухня“ (Senfleben 1985: 264).
- „Кулминацията на пътуването във Виетнам е фантастичната кухня“ (Cummings, Robinson 1991: 104).
- Тайландската кухня се смята за „една от най-добрите и най-разнообразните в света“ (Bolik 1990: 56), „китайската кухня е една от най-добрите, най-прекрасните в света“ (Trempele 1991:181), индийската кухня се оценява като „превъзходна“ (Schweizer 1987: 53), за турската кухня се казва, че е „нещо много специално и несъмнено може да се постави редом с френската кухня“ (Weber 1988: 101).

Тези суперлативи са придружени от семплото изброяване на заведения и възможности за хранене, на национално типични ястия и техните описания, на определени начини и часове на хранене. Същинският текст на пътеводителите, посветен на кухнята в съответната култура, прилича по-скоро на кулинарен речник. В него определено липсват етнологично аргументирани

препоръки за избора на едно или друго ястие, за традициите и културните стандарти на хранене, за символичното значение на определени храни, които могат да останат в паметта на туриста като спомен за дадената култура, за комуникацията и поведенските актове, които съпътстват ритуалите на хранене. Напълно са изключени регионалните и индивидуалните кулинарни традиции, предпочитат се общоприетите ястия, консумирани в публичното пространство. Акцентува се предимно върху кулинарни продукти, отговарящи на вкусовите навици на чуждестранните туристи, което отдалечава неимоверно много от културата на домакините, адаптирана в крайна сметка към културната рамка на туристите. Пътеводител за Египет например изрично предупреждава, че *„туристът не винаги ще открие в менюто ястия, отговарящи на вкуса му”* (Baedeker 1992: 593). Рядко туристическите рекламни текстове представят кухнята като *„израз на спецификата на една култура и на определен начин на живот”* (Trempe 1991: 182).

С оглед на превантивната си функция повечето пътеводители се отказват от информации за различните системи и структури на хранене, за различните поведения при хранене, за социалната вариативност в начина на хранене, за отклоненията на културите на хранене от общоприетите универсалии. Не се предлагат екзотични ястия, които решително се *„дистанцират“* от *„общоприетия”* вкус, с цел да се избегне рискът. Принципът на подбора е не да се предложи неповторимото, неочакваното, изненадващото, дори шокиращото, но запомнящо се за дадена култура на хранене, а да се намери балансът, *„златната”* среда между културноспецифичното за общността домакин и приемливото за групата на чужденците туристи.

Друг белег на туристическите пътеводители в контекста на храненето е почти пълното изключване на човешкия фактор (местното население рядко е обект на внимание), текстовете представляват безименни лексикони. В малко случаи кухнята е представена с определени имена като известни готвачи, още по-нетипично е посещението на пазара (информация за предлагането в дадена страна) и въвеждането в специфичните технологии на приготвяне на храната и напитките – всичко това остава тайна за чужденците. Изключение правят туристическите атракции за дегустации на храни и напитки.

Примери за алтернативни подходи в някои пътеводители, свързани с темата за храненето и кухнята:

- *„Лявата ръка е нечиста и не трябва да докосва ястието”* (Тайланд, Dooring 1990: 57).
- *„Храната е раздробена на отделни хапки”* (островете на Южен Тайланд, Bolik 1990: 32).

- „Подреждането на хранещите се на масата е съвсем различно от нашето. Обикновено хората се хранят, седнали около големи кръгли маси. Домакинът и гостът се редуват да наливат напитките” (Тайван, Senftleben 1985: 265).

В Тайланд, за разлика от Европа, всички ястия се сервират едновременно (вж. Volik 1990: 22); вьетнамците не ядат месо при пълнолуние или непосредствено преди новолуние (вж. Cummings 1991:105); храненето за японците е „единство на вкус, външен вид и съдове за сервиране” (Baedeker 1992: 352); „с турско-арабската кухня човек най-добре опознава другия, когато се храни в домашни условия” (Нааг 1988); сърбането на супата, почистването на зъбите на масата, оригването след ядене в някои култури са знаци, че гостенинът се чувства добре (вж. Senftleben 1985: 264). В китайската кухня се яде всичко, което се движи – кучета, котки, насекоми. Но такива примери са изключение от правилото.

В типичния случай въвеждането в чуждата култура се опира главно на мостри и ритуали в областта на гастрономията, познати на туристите. Основни критерии за предлагането в кулинарната сфера са вкусът и загрижеността за здравето и доброто храносмилане на чужденеца, срв.: „Тъй като японците са изискани гастрономи, можете безрезервно да се доверите на тяхната кухня” (Baedeker 1983: 352) или „Който внимателно подхожда към китайската кухня, както у дома, няма да има проблеми” (Trempe 1991: 183).

Културноспецифична информация за акта на хранене в медията пътеводител:

- Отделните хранения през деня да се представят с културноспецифичната им окраска – напр. сиестата в европейския юг, продължителното хранене на вечеря в българската и други балкански култури. Би могло да се предложи сядане на маса с местни хора в семейна среда за да се демонстрира храненето не само като физиологично-субстанциален феномен, а като акт на общуване. Това особено важи за арабските култури, където процесът на запознанство върви паралелно с гостуването в домашна среда. Проблемите в случая идват от това, че не всеки е готов да се храни седнал на пода от общи съдове с ръце или с особен вид прибори (арабска и азиатска кухня) и не всеки би приел йерархия от типа: когато мъжът, респ. бащата (главата) на семейството престане с яденето, всички останали са длъжни да го прекратят, в Индия и Афганистан жените дори не сядат на масата заедно с мъжете. Въпреки това общите хранения дават възможност за запознаване с другата култура, включително за отчитане на културните разлики и на културните универсалии в процеса на

хранене. Освен това този тип туристическо предлагане дава информация за структурата в семейството в съответната култура – кой до кого седи на масата, как се разполагат гостите, има или липсва йерархия, кой поднася ястията и напитките, какви са ритуалите в началото и в края на храненето, какво е времетраенето на едно хранене и с какво темпо се извършва то, какви са вербалните и невербални комуникационни маркери по време на храненето и т.н. Тази картина е миниобраз на обществени отношения, що се отнася до равнопоставеността на половете, на възрастовите групи, на отделните членове на семейството.

- Процесът на хранене, поради показния и „вкусовия“ си характер, може да редуцира езика като средство за комуникация с представители на други култури, особено когато те не владеят съответния език. В центъра на вниманието е поставено вкусовото усещане, което може да се изрази и невербално с езика на тялото. Като всекидневна потребност храненето е първата крачка към навлизането в другата култура, „разговорът“ за насладата от храната е началото на приемане или неприемане на дадена култура. Дори участниците в акта на хранене да не владеят общ език, могат да комуникират чрез различни мимики, жестове, възклицания, пози, израз на лицето. Специални изследвания са посветени на невербалния, паравербалния тип комуникация в различните култури.
- Дали яденето е вкусно, зависи едновременно от това, в какъв вид е поднесено то – цветово, като форми, съдове, различни декорации, как ухае, дали е хрупкаво или нежно се разлива по небцето, температура на поднасяне – топло, горещо, студено. Тези характеристики съдържат информация за съответната култура на хранене.

Един пример в това отношение: Северна Европа държи на топлата храна, по тази причина храненето като темпо максимално се ускорява, разговорите по време на ядене се редуцират до минимум, отсервира се бързо, след което гостите стават от масата и продължават общуването в друго помещение. В Южна Европа този процес е продължителен, особено на вечеря и по време на празненства, масата не се отсервира, тъй като храненето е придружено с разговори, танци, тостове и т.н. В определени случаи това продължава до късно през нощта.

Тези разлики в културата на хранене водят често до културен шок в случаите, когато напр. скандинавци, германци и агличани „излапват“ набързо топлото ядене, а южняците са още при салатата. Получава се деликатна ситуация на несъразмерност в темпото на хранене – едните се чудят какво да правят на масата, а

другите са силно озадачени от апетита на първите. (За такава ситуация българите имат подходяща фраза: *Мезето не е за наяждане*). Китайците през по-голямата част от времето говорят, отколкото ядат, храненето за тях е предимно акт на общуване.

- Тъй като всички култури имат постоянна нужда от храна и напитки за тялото и душата, храненето като културна универсалия се превръща в гаранция за толерантност. Както по време на големи религиозни празници древните отказват да воюват помежду си, така и по време на ядене се сключва мир между отделните присъстващи на масата (*Никой не е по-голям от хляба*). По тази причина Клод Леви-Строс твърди, че толерантността, емпатията, доверието започват в кухнята, на масата за хранене (особено на кръгла маса, където не се демонстрират йерархии). Отказът за съвместно хранене е, напротив, ясен маркер за преднамереност, враждебност, а в някои култури дори повод за обявяване на война. Важна културна специфика представлява предлагането или забраната на определени храни и напитки на големи религиозни празници.

Резюме: Повечето от споменатите пътеводители и източници на туристическо предлагане загърбват ксенологично релевантната информация (автентичността, спецификата на чуждата култура, нормалното всекидневие на обикновените хора и техните традиции) не само в областта на кулинарията с оглед на доброто впечатление, което задължително трябва да оставят у туристите. Туроператорите и техните рекламни текстове предпочитат публичния пред личния културен контекст и много често пропускат шанса да съчетаят културно-специфичното с атрактивното, като прекалено много се съобразяват с предпоставените очаквания, желания и стандарти на чуждите туристи. На тези стандарти отговаря и стилът на туристическите пътеводители. Той избягва образността (метафори, фразеологизми, мисловни образи) и предпочита тривиалността на изказа и задължителните за случая универсални клишета. Наблюдават се общи фрази като „*разнообразна и здравословна кухня*“, „*деликатеси и специалитети*“) и др.

Туристите се движат изключително в публичното, респ. представителното пространство; в програмата рядко присъства ежедневието на хората от приемащата култура (личното пространство), показва се по-скоро екзотичното, отколкото обичайният битов делник. Това е свързано, от една страна, с трудността да се направи публично нечие лично пространство, а от друга страна, със стремежа към атрактивност и показност (анимация), стигащи до фикционалност, скриващи от погледа на чужденеца истински ценното от ксенологична гледна точка. Твърде много туристите се „предпазват“ от местната култура, като се отговаря предимно на техните очаквания, желания в рамките на техните собствени културни стандарти. Така по време на

пътуването до голяма степен те остават изолирани в собствената културна рамка. Това не отговаря на променените се потребности на модерния транскултурен туризъм, който разчита на влизане в културно-специфична среда.

Като реакция на този информационен дефицит се появява алтернативни видове туризъм – регионален, кулинарен, селски, битово-етнографски, екотуризм, лечебен (спа туризъм), които разширяват и задълбочават познавателния хоризонт на туристите именно с въвеждането им в специфичните различията на приемащата културна общност.

### **ПРИЛОЖЕНИЯ: Примери, приложими в алтернативни виртуални пътеводители с акцент върху културноспецифична информация**

#### **ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Мостри на поведения (културни автопилоти, вж. Rogers E.M./Steinfatt 1999)**

Още в началото трябва да направим уточнението, че генерализирането във вида *европейци, американци, азиатци* е условно.

**Обръщение, учтива, неучтива форма.** В Северна Америка се обръщат по малко име, в Европа държат на обръщение по фамилия. В Германия доминира учтивата форма на обръщение, дори дългогодишни съседи си говорят на *Вие*, изключение правят младежките социални групи. В България лекарите с малки изключения говорят на „*ти*“ с пациентите, неучтивата форма доминира и в търговската практика (магазинери, касиери в супермаркетите, чиновници), в по-малките населени места и селските региони. В българското село говоренето на „*ти*“ с непознат има често „интимен“ характер поради липсата на анонимност и е израз на благоразположеност, гостоприемство, идилия.

**Невербална комуникация** – включва жестове, мимики, език на тялото.

**Паравербалната комуникация** е свързана с гласа, но без участието на езика – интонация, скорост на говорене, прекъсване на разговора, паузи между репликите, мълчание. Германците говорят бързо и това затруднява разбирането, особено от страна на чужденци, говорещи немски език. Репликата често е с формат на дълъг монолог, паузите за контрареплика са къси, прекъсването на събеседника се счита за неучтиво. Изслушването му е задължително, като това се спазва и от двете страни. Франкофонското пространство възприема насечеността на подобен тип комуникация като скучно, често репликите се наслагват една върху друга и това е знак за оживен диалог, както и за интерес към партньора. В Южна Европа прекъсването и говоренето един през друг, респ. с къси реплики, както и повишените децибели е по-скоро правило, което не е пречка за разбиране и не се счита за

липса на респект към другия. Паузите на европейци и американци са по-къси, азиатците слушат до края, продължителни речеви паузи наблюдаваме и в Скандинавия (Финландия). За Азия мълчанието е натоварено със значение – респект към другия, особено, ако той стои като статус по-високо в йерархията. Слушането на събеседника в Азия е въпрос на емпатия, слушането и обратната връзка в Европа и САЩ приема вид на контрареплики и въпроси, с които се упражнява контрол спрямо аргументите на конкретния партньор (индивидуализъм). В Азия мълчанието е начин ситуацията да не излезе извън контрол, групата да запази хармонични отношения (колективизъм).

**Кинезиката** е невербална комуникация (език на тялото) и включва:

- **Емблеми** (жестове с ръце и глава, съответстващи на определени вербални единици – да, не, клатенето на главата вертикално и хоризонтално има диаметрално противоположни значения в българското културно пространство и целия останал свят);
- **Илюстратори** – усмивката, мръщенето при разговор, автоматичната усмивка на северноамериканци и германци (куртоазия);
- **Регулатори** – поддържането на визуален контакт с аудиторията, Европа и САЩ считат това за задължително като израз на авторитет и на респект към слушателите, отказ да се гледа в очите може да означава за тях израз на неискреност и лъжа, докато в Азия директното гледане в очите, особено спрямо по-възрастни е знак за неуважение и дори арогантност, може да означава и еротична подкана;
- **Индикатори** – изразяване на емоции – на Запад емоциите се изразяват по-скоро открито, свободно, на Изток (Азия) хората са съдържани в емоционално отношение. Това е свързано с основен поведенчески постулат – „опазване на лицето“ (достойнството) на другия, което от своя страна зависи от директния или индиректен изказ при вербалната комуникация (култури с нисък – Европа, респ. висок контекст – Азия).

И в двата вида култури, но особено в азиатската се избягва публичното критикуване. За азиатците не е толкова от значение какво се казва, а как се казва – директният, агресивният изказ означава „загуба на лице“. Неслучайно в Япония думите за *комуникация* и *човешки отношения* са синоними, т.е. основната цел на комуникацията е запазване на хармонията в интерперсоналните отношения. Обратно, в Европа се акцентува върху съдържанието, тонът е по-скоро категоричен, изказът ясен, освен ако не се „измъкваме“ от деликатна ситуация, напр. покана, която не искаме да приемем – тогава се прилага принципът на вероятността и двусмислеността – *може би, вероятно, ще видим*.

Тези маркери на двусмислието и неопределеността са характерни обаче по-скоро за източните колективистични култури, за разлика от индивидуалистичните Европа и САЩ, където много често се срещат думи като *абсолютно, категорично, определено, несъмнено, сигурно*. Синтаксисът в английски и немски език изисква непрекъснатата употреба на субекта, т.е. на местоимението *Аз*, за разлика от словоредата в японски, български, руски и т.н.

**Проксемиката** е невербална комуникация, изразяваща се във стандартите на физическо отстояние на партньорите при комуникация или във възприемането на гъстонаселени публични пространства. Разстояния между говорещите под 50 см представлява за САЩ, Западна Европа и скандинавските страни заплаха или може да бъде възприета като нарушаване на личния периметър, фамилиарност, а също и като агресия. В Латинска Америка, Южна Европа, Близкия изток и на Балканите хората приемат подобно и по-малко отстояние при контакт като нормално и смятат поддържането на голяма дистанция за израз на студенина и демонстрация на превъзходство. Повечето европейци и американци възприемат струпането на големи маси хора на малка площ (летища, гари, молове, търговски улици, масови прояви) като притеснително и по възможност го избягват. За азиатските култури (Япония напр.) това е в реда на нещата. Кръглата маса е за предпочитане при водене на диалог, тъй като предполага равнопоставеност на партньорите. Не е приемлива архитектурата на редицата и колоната в аудиториите в образователната сфера (училища и университети), тъй като не стимулира комуникацията и йерархизира участниците в образователния процес.

**Хаптика** е невербална комуникация, изразяваща се в докосване при разговор на партньора. В Япония и в някои други източни култури, отчасти в скандинавското пространство, докосването и особено потупването по рамото е израз на неуважение. Докосването, там, където то съществува (САЩ, Европа), е израз на приятелско отношение и афинитет, на Балканите и в Южна Европа – по-скоро израз на желание за неформални отношения, но много често и знак за фамилиарност.

**Табу** в говоренето - в различните култури са различни темите табу. В Германия не се пита за кого гласуваш, за семейно положение и за размер на заплата. Говори се на общи теми, като времето, престой в страната, продължителност на престоя (За пръв път ли сте в Германия? Харесва ли Ви страната? Колко време ще останете тук?). В Турция, в арабския свят, в Азия теми табу са политика, политическа принадлежност и сексуалност, затова пък при първа среща се води „непринуден“ разговор на теми като семейство, деца, работа, заплата. Европейците и американците говорят често за успехи и постижения в личен и обществен план, докато в Азия това се счита за самоизтъкване и нескромност, което би засегнало другата страна в разговора.

### **Латентни културни различия**

**Ценност** в културите на Северна Америка, САЩ и Западна Европа е откритото изразяване на емоциите – за разлика от източните култури (Азия), където те се потискат.

**Вярванията** – в християнските култури вярват в живота на душата след смъртта, в будистките култури – в многобройните преражданията на човек след смъртта, а в африканските култури – в жертвоприношенията на животни.

**Нагласи** – за американци и западноевропейци непотизмът (назначаването на роднини и познати на работа) е неприемлив, в балканските култури познанството („наш човек“) е водещ принцип на подбор на кадри, личните интереси се поставят над професионалните. В мюсюлманските култури хората не си вземат кучета за домашни любимци, тъй като Коранът се отнася негативно към това животно. Квалификацията „куче“, отправена към човек, е една от най-обидните.

### **ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Примери за лични преживявания по време на пътуване от есета на студенти**

#### **1.**

Кипър: Колкото и да харесвам да живея на този прекрасен остров, има неща, които понякога напълно ме вбесяват. Вбесявам се на начина на шофиране на мнозинството кипърци. Те не се оглеждат, не подават мигачи, за да разберат, не са наясно с правилата за движение по пътищата. Съветът на моите приятели е да гледам гумите на автомобила пред мен, накъде отива; да спазвам голяма дистанция, особено спрямо автомобили, управлявани от лица над средна възраст (те са по-опасни от младите).

Вбесява ме какви клюкари са местните кипърци. Те няма да пропуснат да ти зададат колкото се може повече въпроси, свързани с личния ти живот, но въпреки всичко има някакъв чар в клюкарството им.

В Западна Европа и Америка родът и разширеното семейство в много случаи има малко или никакво значение, но сравнително силно развита родова култура съществува в централно- и южноевропейските и балтийските страни. „Гръцките кипърци говорят най-много за семейството си, то е на пиедестал“ (Иванина Паскалева).

#### **2.**

Турция: Няколко идеи за хората, които искат не само да разгледат туристическите обекти, но и да опознаят по-добре местната култура и традиции:

Човек непременно трябва да се разходи из пазарите. Все пак Капалъчарши е едно от най-големите, а също и едно от най-добрите места за пазаруване. Но като купувач трябва да умеете да се пазарите. Това ще ви позволи да купите избраната стока, било то подправки или копринен шал, на възможно най-изгодна цена.

Ако сте се изморили цял ден да обикаляте пазарите и да разглеждате забележителностите, навярно единственото нещо, което искате, е да се изкъпете. Вместо да си вземете душ в хотела, можете да отидете на традиционна турска баня или хамам. Водата ще ви накара да се почувствате отпочинали.

Също така можете и да посетите някое малко селце, да общувате с местните и да прекарате време с тях. Всичко това ще ви позволи да разберете как се хранят и как живеят те. Можете да видите със собствените си очи, как се прави сирене или да спрете в местната фурна, да поговорите с жената, направила закуските, а може би дори да надникнете в кухнята.

Трябва да се подготвите, че след като пристигнете в Турция, ще ви бомбардира неповторима смесица от аромати и вкусове. Непременно опитайте от местните ястия. Навсякаде се предлага кебап, така че не пропускайте да го пробвате. *Нюнефе* е отличен избор за хората, които обичат сирене. Това е традиционен арабски сладкиш с пълнеж от сирене и „глазура” от кадаиф. *Манти* пък е другото ястие, което представлява горещи кнедли, поляти със сос, направен от кисело мляко и чесън. Мантите може да са с всякакви пълньки, например от спанак или съомга. Туристите имат възможност да опитат и различни мезета, например от печени патладжани с кисело мляко, артишок, боб и други. **(Мелин Ариф)**

### 3.

„ОК” знакът там означава, че някой е гей, а поставянето на палеца между първите два пръста в Турция е равносилно на показването на среден пръст в САЩ. **(Лейля Хаджиева)**

### 4.

Седемдневна почивка в Турция – там видях разни хора: туристи и местни. Сред тълпата видях туристки, но не и местни жени (туркини). Странно. Мъже, насядали по улиците, по-скоро пред магазините, в които работят. Нито една местна жена. Разхождайки се дълго из улиците, чух всякакви крясъци и подсвирквания след млади момичета с рокли. На втория ден от нашата почивка най-сетне видях жена. Но дали наистина я видях? Тя беше облечена с дълга, мисля сива рокля, а под роклята – клин, блуза, чорапи (черни и плътни) и чехли. На главата – забрадка, или каквото и да е това нещо, и огромни очила. На тази жена действително само ръцете ѝ се виждаха (от китката до пръстите). Бях шокирана. Та там беше сигурно четирдесет градуса. Не мога да разбера, що за мъчение е това?!? А може би за тях не е. Може би това е начинът им на живот.

По-късно вечерта, седнахме на бара в хотела, приятна компания, само млади хора, които са отишли на почивка за да се забавляват. На мен, като на момиче, отказваха да ми наляят повече от два пръста алкохол, а когато стана точно 24:00 ч., изгасиха осветлението и ни казаха да се прибираме по стайте или ще извикат полиция. Културно ни изгониха, или не чак толкова културно. Качихме се в стаята на момчетата и си пуснахме музика. Звъннаха минимум три пъти по телефона, като при всяко едно обаждане ни заплашваха, че ще извикат полиция, ако не спрем музиката. И така, всички си легнахме ядосани.

Третото нещо, което ми направи впечатление, беше това, че те друг език освен техния не знаят и явно не искат да знаят. Постоянно говореха на турски в хотела... все едно сме длъжни да знаем турски език. Хората, които работят в магазините, поне знаеха английски, руски и малко български език. (**Женя Михайлова**)

## 5.

Ходила съм на много места по света, но единствено в Истанбул видях нещо, което ми се записа в паметта и ще го помня винаги. Разхождах се пред площада близо до Синята джамия, когато забелязах, че всички туристи гледат и сочат в една посока. Погледнах натам и какво да видя – сцена, излязла като че ли от роман или приказен арабски филм. Един възрастен мъж, облечен в дълга бяла роба, вървеше напред, а зад него в колона четирите му съпруги, облечени в черни фереджета. Първата съпруга вървеше точно зад мъжа и беше горе-долу на неговата възраст, а останалите три бяха една от друга по-млади, като последната беше наполовина на възрастта на мъжа. Това се разбираше по походката и телосложението им, защото лицата им бяха забулени и не се виждаха. Тази причудлива процесия привлече вниманието на всички чужденци, които бяха на площада, както и на мен самата. След като видях това странно арабско семейство, за пръв път почувствах, че съм в източна мюсюлманска държава, защото иначе е пълно с туристи и освен по архитектурата не можеш да го усетиш осезаемо. Зачудих се как ли съжителстват тези четири жени от различни поколения в един дом и то с един и същи мъж. Но истината е, че не мога да си го представя, особено имайки предвид колко ревниви сме ние балканките. (**Даяна Иванова**)

## 6.

**Германия:** В Германия не ме гледаха с лоши очи за това, че съм от България. Напротив, когато им говорех за родината ми, как е ситуацията при нас и как е било преди, слушаха ме с внимание, беше им интересно. Но най-интересно им стана, когато им разказах за големите посеви с хмел, които се сеяха преди двайсет години край моето родно село Ябланово. Обясних им, че сега всичко е разрушено и всеки си взе нивите, че няма работа и прехрана за хората и след като чува това, чак им стана жално. Останах с много приятно впечатление от немската култура и им свалям шапка за прекрасната и материална, и духовна култура във всяко отношение. Много са погрешни

стереотипите, които сме си изградили за германците. Само докато те опознаят, са малко студени и недоверчиви в началото, но след като мине периодът на адаптация и те разберат какъв човек си, всякакви културни бариери падат, и от граждани на Германия и България се превръщаме в граждани на Света. **(Мазлум Ферадов: Контактната хипотеза или как „падат“ стереотипите)**

#### 7.

Трябва да се обадиш предварително на родителите си, за да им отидеш на гости. Децата, като навършат пълнолетие, живеят отделно от родителите. Това е правилно, защото възпитава в трудолюбие и самостоятелност. Докато при нас е типично оставането в дома до късна възраст (хотел мама).

Праядо ми е бил на работа в Германия по време на Втората световна война. Бил поканен на вечеря у работодателя си. Седнали около масата, праядо ми цяла вечер чакал някой да му сипе ядене от общия съд - в България домакинята върши тази работа. След вечеря го попитали, да не би да не му е харесало яденето. Тогава разбрал, че той е трябвало да си сипе храна. **(Петранка Петкова)**

#### 8.

**Швейцария:** Там законът е над всичко. Ако отидеш на гости на швейцарец, изпиеш малко количество алкохол и седнеш зад волана на колата си, той ще се обади на полицията. Швейцарецът няма да те прикрие, защото ти вършиш престъпление. **(Петранка Петкова)**

#### 9.

**Аржентина** - за социални мероприятия задължително трябва да пристигнеш тридесет или шейсет минути по-късно от посочения час. Да бъдеш точен и да пристигнеш навреме се счита за проява на невъзпитание и грубост.

Във **Вьетнам** мъже и жени не бива да се докосват навън. В същото време за мъжете е нормално да ходят из улиците, хванати за ръце. Ако се опитате да ги поздравите на техния език – внимавайте. Тяхното “xin chào” има шест различни значения, според това как го произнесете, и само едно от тях е „здравей”. Вьетнамската вечеря в повечето случаи е купа с ориз и пръчици за хранене. Дръжте купата с ориз в ръката си – счита се за невъзпитано да ядеш от купа, която е поставена върху масата. **(Лейля Хаджиева)**

#### 10.

**Особености на културата в ежедневието в САЩ:** Всички карат големи коли. Колите са нещо като обувките, без които не можем да излезем навън. По улиците разхождащи се хора са рядкост. Считат те едва ли не за болен и питат: Имате ли нужда от помощ?

В големите супермаркети не се продава никакъв алкохол - за това си има отделни магазини. Винаги ти искат лична карта, независимо дали ти личи, че си над 21 или не.

Хората там масово са облечени в евтини дрехи, не робуват на марки, много от тях ходят често със скъсани или мръсни дрехи и никой не се интересува от това, какво ще кажат другите. По отношение на начина на обличане правят впечатление странните комбинации като джапанки с чорапи, както и че често се срещат хора, които носят дрехи с по-голям размер .  
(Петранка Петкова)

## ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:

### Художествени произведения:

- Levitscharoff 2010:** S. Levitscharoff, S. Apostoloff. Frankfurt am M.: Suhrkamp, 2010.
- Schrobsdorff 1986:** A. Schrobsdorff. Die Reise nach Sofia. München: Deutscher Taschenbuchverlag, 1986.
- Sofronieva 2005:** Ts. Sofronieva. Trost. In: Verbotene Worte. Biblion. 2005.
- Tielsch 1999:** I. Tielsch. Eine Winterreise. St.Pölten: Literaturedition Niederösterreich, 1999.
- Trojanow 1999:** I. Trojanow. Hundezeiten. Heimkehr in ein fremdes Land. München, Wien: Hanser, 1999.
- Trojanow 2000:** Döner in Walhalla. Texte aus der anderen deutschen Literatur. Köln: Kiepenheuer & Witsch, 2000.
- Trojanow 2010a:** I. Trojanow. Der entfesselte Globus. München: dtv, 2010.
- Trojanow 2010b:** I. Trojanow. Weltbürgertum heute. Rede zu einer kosmopolitischen Kultur. Gehalten zur Eröffnung der Lessingtage am 24. Januar 2010 im Thalia Theater. (<<http://www.abendblatt.de/kultur-live/article107633383/Weltbuergertum-heute-EineRede-zu-einer-kosmopolitischen-Kultur.html>>).
- Trojanow/Hoskote 2009:** I. Trojanow; R. Hoskote. Kampfabsage. Kulturen bekämpfen sich nicht – sie fließen zusammen. München: Karl Blessing Verlag, 2009.

### Пътеписи:

- Buselmeier 1999:** M. Buselmeier. Die Hunde von Plovdiv. Bulgarisches Tagebuch (1997). Heidelberg: Wunderhorn, 1999.
- Kolbe 2002:** U. Kolbe. Der Tote von Belintasch. Kriminalerzählung. Heidelberg: Das Wunderhorn, 2002.
- Koneffke 1999:** J. Koneffke. Gulliver in Bulgarien. Heidelberg: Wunderhorn, 1999.
- Krupp 2005:** U. Krupp. Membercard Europa. Heidelberg: Das Wunderhorn, 2005.
- Lewitscharoff 2009:** S. Lewitscharoff. Apostoloff. Roman. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2009.
- Lippert 2004:** J. Lippert. Kapana, im Labyrinth. Heidelberg: Das Wunderhorn, 2004.

- Magosch 2003:** Th. Magosch. Album-Reiseführer „Reisen in Europa: Bulgarien“. München: C. J. Bucher, 2003.
- Magosch 2009:** Th. Magosch. Lesereise Bulgarien: Das gebrauchte Zepter am goldenen Sandstrand. Wien: Picus, 2009.
- Oleschinski 2003:** B. Oleschinski. Argo Kargo. Heidelberg: Das Wunderhorn, 2003.
- Schrobsdorff 1986:** A. Schrobsdorff Die Reise nach Sofia. München: Deutscher Taschenbuchverlag, 1986.
- Stehl 1997:** L. Stehl. Thrakien, Thrakien. Heidelberg: Das Wunderhorn, 1997.
- Tenior 1998:** R. Tenior. Das bulgarische Gefühl. Heidelberg: Das Wunderhorn, 1998.
- Thiel 2000:** H. Thiel. Kopfsteinperspektive. Heidelberg: Das Wunderhorn, 2000.
- Tielsch 2000:** I. Tielsch. Eine Winterreise. Eine Erzählung. St. Pölten: Literaturedition Niederösterreich, 2000.
- Wichner 2001:** E. Wichner. Alte Bilder. Heidelberg: Das Wunderhorn, 2001.

#### **Пътеводители:**

- Albumreiseführer 2003:** Reisen in Europa: Bulgarien (Konzeption: Buch und Bild). Thomas Magosch Th. Tom Schulze (Fotograf). München: Bucher Verlag/ Ullstein Heyne List Verlag, 2003.
- Baedeker 2007:** Baedekers Allianz Reiseführer. Helmuth Weiss Sorge (Autor), 2. Auflage. Ostfildern: Verlag Karl Baedeker GmbH, 2007.
- Baedeker 1992:** Baedekers Allianz Reiseführer Ägypten. Ostfildern-Kemnat bei Stuttgart, 5. Auflage, 1992.
- Baedeker 1983-84:** Baedekers Allianz Reiseführer Japan. Stuttgart/Freiburg: Baedeker, 1983-84.
- Bolik 1990:** R. Bolik. Trauminseln im Süden Thailands. Kiel, 1990.
- Cummings/Robinson 1991:** J. Cummings; D. Robinson. Vietnam, Laos, Kambodscha. 1. Auflage. Berlin, 1991.
- Doring 1990:** R. Doring. Thailand. 3. Auflage. Berlin, 1990.
- Haag 1988:** M. Haag. Ägypten-Handbuch. Kiel, 1988.
- Ovcharov 2012:** N. Ovcharov. Reiseführer Bulgarien. Unikart Verlag, 2012.
- Polyglott Reiseführer Oberbayern 1988:** Östlicher Teil 1. 15. Auflage. München, 1988.
- Rogers/Steinfatt 1999:** E. M. Rogers; Th. M. Steinfatt. Intercultural Communication. Prospekt Heights: Waveland, 1999
- Senftleben 1985:** W. Senftleben. Taiwan. Reiseführer mit Landeskunde. Frankfurt, 1985.
- Schweizer 1987:** S. Schweizer. Indien. Köln, 1987.
- Trempele 1991:** E. Trempele. China individuell. 3. Auflage. Berlin, 1991.
- Weber 1988:** H. Weber. Türkei. Erlangen-Ebermannstadt, 1988.
- <<https://www.marcopolo.de/reisefuehrer-tipps/bulgarien/index-5575.html>> – Online reiseführer / Marco Polo.

<<https://www.bulgaria-italia.com/bg/info/turismo/>> – Online guida turistica Bulgaria / Associazione Bulgaria-Italia.

### Научна литература:

- Dimitrova 2009:** A. Dimitrova. Die Textsorte *Reiseführer-Artikel* – Textaufbau und sprachliche Gestaltung im Deutschen (anhand Reiseführer über Bulgarien). // Leksika i leksikografiya. Sbornik nauchnih trudov. Wipusk 20. Moskwa: RAN, Orel GTU, 2009, str. 167-178.
- Dimitrova 2014:** A. Dimitrova. *A sega nakade?* Tekstov zhanr „patevoditel“ (vaz osnova na nemski patevoditeli za Balgariya) – <[http://litermedia.com/index.php?ind=downloads&op=entry\\_view&iden=16](http://litermedia.com/index.php?ind=downloads&op=entry_view&iden=16)>, 2014.
- Heimböckel/Weinberg 2014:** D. Heimböckel; M. Weinberg. Interkulturalität als Projekt. In: Zeitschrift für interkulturelle Germanistik, H. 2, S. 119-144. Bielefeldt: transcript, 2014.
- Helminger 2015:** G. Helminger. Unterwegs in den Poren der Fläche. Reisen als Phänomen der Interkulturalität. In: Zeitschrift für interkulturelle Germanistik 6, H. 1, S. 137-148, Bielefeldt: transcript, 2015.
- Henning 1999:** Ch. Henning. Reiselust. Touristen.Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1999.
- Herdin/Liger 2001:** T. Herdin; K. Liger. Der eroberte Horizont. Tourismus und interkulturelle Kommunikation. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 47/2001, S. 6-9.
- Opaschowski 2002:** H. W. Opaschowski. Tourismus. Eine systematische Einführung. Analysen und Prognosen. Opladen: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2002.
- Pagenstecher 2006:** C. Pagenstecher. Reisekataloge und Urlaubsalben. Zu Visual History des touristischen Blicks. In: Gerhard Paul (Hg.): Visual History. Ein Studienbuch. Göttingen: Vandenhoeck/Ruprecht, 2006, S. 169-187.
- Sareika 2013:** R. Sareika. Internationaler Kulturdiolog – Visionen für das Jahr 2012: Ich habe einen Traum. In: Michael Hofmann (Hg.): Unbegrenzt: Literatur und interkulturelle Erfahrung, Frankfurt am Main: Peter Lang Edition, 2013, S. 13-16.
- Weidemann 2010:** A. Weidemann. Touristische Begegnungen aus der Perspektive einer Psychologie interkulturellen Handelns. In: Hiltraud Casper-Hehne/Nieten Gupte (Hg.): Kommunikation über Grenzen. Aktuelle Ansätze zur interkulturellen Verständigung, Göttingen: Univerlag, 2010, S. 103-136.

## ЕМПИРИЧНИ ВЕРИФИКАЦИИ И СРАВНИТЕЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ХРАНЕНЕТО В ГЕРМАНИЯ И БЪЛГАРИЯ

Милена Стоянова

(Магистърска програма „Немска филология – Езиково обслужване на туризма и бизнеса“)

***Анотация:** Статията съдържа емпирични данни и анализ на резултатите от анкетно проучване на немски граждани, посетили България и на български граждани, посетили Германия. От отговорите на немските респонденти е видно, че познават добре българската национална кухня и одобряват вкусовите качества на храната. Отговорите на българските респонденти показват, че познават немската национална кухня, но не достатъчно харесват определени ястия и храни, както и вкусовите качества на храната. Интересно е, че немските граждани изразяват пълна готовност за препоръчване на българската кухня, докато българските граждани проявяват до известна степен въздържаност по отношение препоръчването на немската кухня.*

***Abstract:** The article includes empirical data and the results of a survey of German citizens, who have visited Bulgaria and Bulgarian citizens who have visited Germany. German respondents' answers make it clear that Germans are well familiar with Bulgarian national cuisine and approve of the gustatory qualities of food. Bulgarian respondents' answers indicate that Bulgarians are familiar with German national cuisine but they do not have great liking for particular dishes and foods, as well as gustatory qualities of food. It is interesting that German citizens express complete readiness to recommend Bulgarian cuisine, while Bulgarian citizens demonstrate certain restraint from recommending German cuisine.*

***Keywords:** Key words: Bulgarian cuisine, German cuisine, survey, comparative characterization*

Настоящата статия е създадена въз основа на глава от моята дипломна работа на тема „Българската и европейската кухня – ксенологични аспекти“, изготвена под ръководството на доц. д.ф.н. Снежана Бойчева и защитена през 2019 г. в рамките на магистърска програма „Немска филология – Езиково обслужване на туризма и бизнеса“ в Шуменския университет „Епископ Константин Преславски“.

Статията съдържа емпирични данни и анализ на резултатите от анкетно проучване на немски граждани, посетили България и на български граждани, посетили Германия. От отговорите на немските респонденти е видно, че познават добре българската национална кухня и одобряват вкусовите качества на храната. Отговорите на българските респонденти показват, че познават немската национална кухня, но не достатъчно харесват определени ястия и храни, както и вкусовите качества на храната. Интересно е, че немските граждани изразяват пълна готовност за препоръчване на българската

кухня, докато българските граждани проявяват до известна степен въздържаност по отношение препоръчването на немската кухня.

При изследването е приложен стохастичният (случаен) метод на подбор. При използването на този метод всички единици от генералната съвкупност имат равен шанс да попаднат в извадката. Други методи, използвани при осъществяване на изследването – анкетен метод, метод за обработка и анализ на резултатите, както и графични методи за нагледно представяне на резултатите.

Инструментариумът, приложен при осъществяване на проучването се състои от анкетни карти, които са два вида – за немски граждани, посетили България и за български граждани, посетили Германия<sup>124</sup>. Респондентите

---

<sup>124</sup> **Анкетна карта за проучване на немски граждани, посетили България**

1. Wie oft haben Sie Bulgarien besucht und wie lange?
2. Welche Kurorte haben Sie besucht?
3. Wie ist Ihre Meinung über die Qualität der Speisen, die Sie probiert haben?
4. Wie gefällt Ihnen die bulgarische Küche?
5. Wie beurteilen Sie die Preise?
6. Was für Fleisch wird in Bulgarien vor allem angeboten?
7. Welche Gemüsesorten sind vor allem in Bulgarien beliebt?
8. Welche Gewürze werden in der bulgarischen Küche verwendet? Ähneln sie den Gewürzen in der deutschen Küche?
9. Hat Ihnen der Geschmack, der Geruch und das Aussehen der Gewürze gefallen?
10. Welche Gerichte in der bulgarischen Küche haben Ihnen am besten geschmeckt?
11. Wovon sind Sie beeindruckt?
12. Welche Gerichte und Lebensmittel bevorzugen Sie?
13. Welche Gerichte der bulgarischen Küche haben Ihnen nicht geschmeckt? Warum?
14. Welche Getränke bietet man zu den Gerichten an, die Sie probiert haben?
15. Was meinen Sie über den Geschmack, den Geruch und das Aussehen der bulgarischen Gerichte?
16. Welche Getränke bevorzugen Sie beim Essen?
17. In welcher Altersgruppe sind Sie?  
 unter 20     20 – 29     30-39     40-59     ab 60
18. Welches Geschlecht haben Sie?  
 männlich     weiblich
19. Was sind Sie von Beruf?
20. Würden Sie Ihren Freunden die bulgarische Küche empfehlen?  
 Ja     Nein
21. Wenn ja, warum?
22. Wenn nein, warum?

**Анкетна карта за проучване на български граждани, посетили Германия**

1. Колко пъти сте посещавали Германия и за колко време?
2. Кои области в Германия сте посещавали?
3. Как ще оцените качеството на храната, която консумирахте?
4. Разнообразна ли е немската кухня?

получават индивидуални анкетни карти, внимателно се запознават с въпросите от тях и попълват отговорите.

Анкетата е пряка и анонимна, което създава предпоставка за откровеност и конструктивност при даването на отговорите от страна на анкетираните лица. Тя съдържа открити (отворени) и закрити въпроси. Чрез откритите въпроси се дава възможност на анкетираните лица свободно да изразят своето мнение.

В анкетното проучване са обхванати общо 27 респонденти, от които 14 немски граждани, посетили България, и 13 български граждани, посетили Германия.

### **Търговско-икономически отношения между България и Германия**

Германия е водещ туристически партньор на България сред страните от ЕС и е един от най-важните пазари за българския туристически продукт. Броят на германските туристи, посетили България по години, е както следва<sup>125</sup>:

- 
5. Цените на храната приемливи ли бяха за Вас?
  6. Какви меса се консумират предимно в Германия?
  7. Какви зеленчуци се консумират предимно в Германия?
  8. Какви подправки се използват в немската кухня? Сходни ли са те с използваните в българската кухня подправки?
  9. Допаднаха ли Ви като вкус, цвят и аромат?
  10. Кои ястия от немската кухня Ви харесаха?
  11. С какво Ви впечатлиха?
  12. Какви ястия и храни предпочитате?
  13. Кои ястия от немската кухня не Ви харесаха? Защо?
  14. Какви напитки се предлагат с ястията, които опитахте?
  15. Допадна ли Ви вкусът, ароматът и видът на напитките?
  16. Какви напитки предпочитате към храната, която консумирате?
  17. Отбележете в коя възрастова група сте ?  
Под 20    20 – 29    30-39    40-59    над 60
  18. Какъв пол сте?  
Мъж                    Жена
  19. Каква е професията Ви?
  20. Бихте ли препоръчали немската кухня на Ваши приятели?  
Да    Не
  21. Ако да, защо?
  22. Ако не, защо?

<sup>125</sup> Вж. <<https://export.government.bg/ianmsp/chujdi-pazari-spisak/Germany>>.

## Брой германски туристи, посетили България по години

Година	Брой туристи
2005	582315
2006	528321
2007	519894
2008	580381
2009	739885
2010	713980
2011	700062
2012	650236
2013	682 702
2014	714 195
2015	622 751
2016	826 939
2017	870 448
I-III.2018	40 349



## Брой туристи по периоди

От разглеждания период става ясно, че през 2014 г. има увеличение броя на германските туристи с 31 493 спрямо 2013 г., а през следващата 2015 г. настъпва спад с 91 444. През следващите две години настъпва подем, като през 2016 г. увеличението е с 204 188 спрямо 2015 г., а за 2017 г. увеличение има с 43 509 спрямо предходната 2016 г.

През 2016 г. България е посетена от 826 939 германски туристи, което е ръст от 32,8%, и заема трето място след Румъния и Гърция.

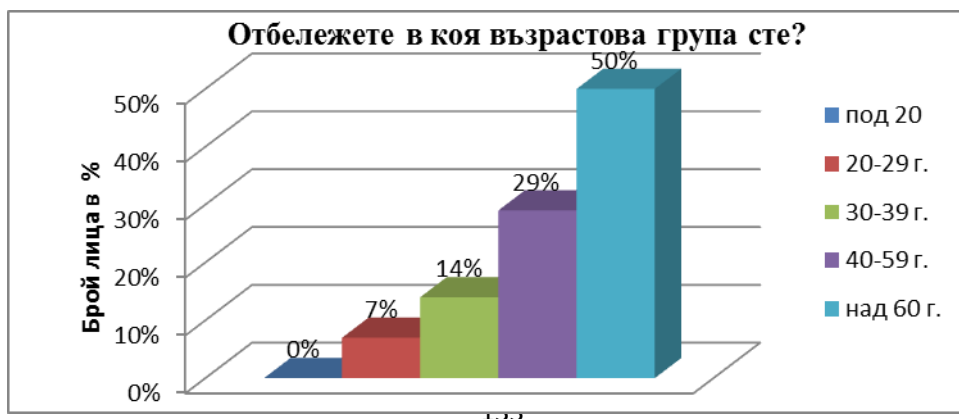
През 2017 г. България е посетена от 870 448 германски туристи с отбелязан ръст от 5, 3% с отредено отново трето място след Гърция и Румъния.

За периода януари-март 2018 г. България е посетена от 40 349 германски туристи, отново е отбелязан ръст от 10,0% спрямо периода януари-март 2017 г.

Формите на организация на туристическите посещения в България от германските туристи са разнообразни – групов, индивидуален, семеен, културен, служебен, обществен, транзитен и др. Следва да се обърне по-специално внимание на културния туризъм, защото туристите се запознават с историята, нравите, обичаите, традициите и културата на страната ни. Българската национална кухня е неразделна част от националната ни култура, която е търсена и положително оценявана от германските туристи.

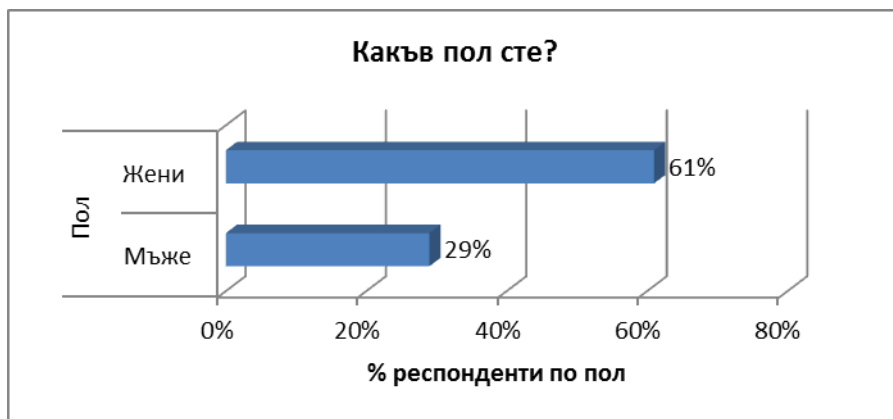
## Емпирични данни и анализ на резултатите от анкетно проучване на немски граждани, посетили България

Анкетната карта за немските граждани съдържа 22 въпроса. Получените данни се систематизират, анализират и представят в графична и таблична форма, като първо се представят данните от закритите въпроси, след което от откритите въпроси, както следва:



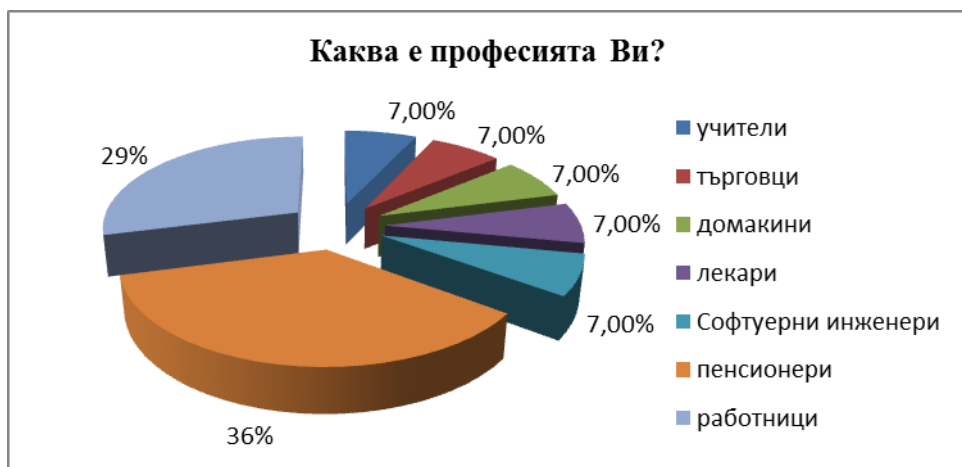
### Резултати от анкета – въпрос № 17

От получените данни се вижда, че най-голям дял (50%) има лицата с възраст над 60 г., следвани от лицата 40-59 г. (29%), 30-39 г. (14%), като най-малък дял имат лицата от 20-29 г. (7%), а делът на лицата под 20 г. е 0%. Допуска се, че резултатите са такива, защото по-възрастните немски граждани традиционно посещават България, запознати са от близкото минало с условията, които се предоставят от туристическото обслужване.



### Резултати от анкета – въпрос № 18

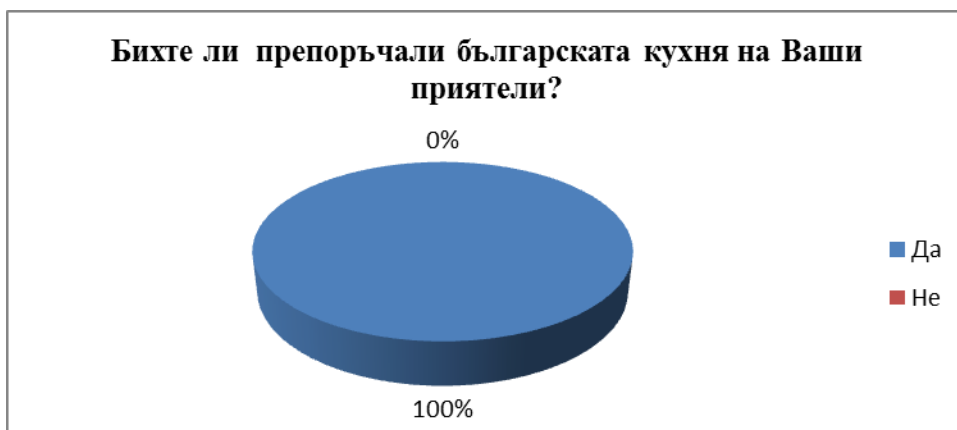
Анкетираните лица по пол са, както следва: мъже (29%), жени (61%), от което става видно, че жените имат превес.



### Резултати от анкета – въпрос № 19

Анкетираните лица, обхванати в изследването, имат разнообразни професии. Дяловете на учители, лекари, софтуерни инженери, търговци и домакини са съответно 7%. Работниците обхващат дял от 29%, пенсионерите – 36%.

От получените данни става ясно, че преобладаващата част от анкетираните лица са от средите на работниците и пенсионерите. Разнообразието от професионалните сфери дава основание да се счита, че лицата притежават различна степен на образование.



### Резултати от анкета – въпрос № 20

На въпрос № 20, анкетираните лица отговарят еднозначно (100%), че биха препоръчали българската кухня на свои приятели.

Получените резултати от откритите въпроси се представят в табличен вид, обобщени, както следва:

#### Обобщени отговори от немски граждани посетили България

Въпрос №	Обобщени отговори
1. Колко пъти сте посещавали България и за колко време?	Повечето от анкетираните от години са постоянни гости на страната ни през летния сезон и предпочитат България като дестинация за почивка.
2. Кои курортни места в България сте посещавали?	Курортните места, които анкетираните са посещавали най-често са Албена, Златни

	Пясъци, Слънчев бряг, Приморско, Бургас, Несебър.
3. Как ще оцените качеството на храната, която консумирахте?	Всички анкетираните считат качеството на храната за много добро и отлично.
4. Харесва ли Ви българската кухня?	Българската кухня се харесва на всички анкетираните. Намират я за вкусна и разнообразна.
5. Цените на храната приемливи ли бяха за Вас?	Цените на храната са достъпни, приемливи и изгодни за всички анкетираните.
6. Какви меса се консумират предимно в България?	В България се консумира предимно свинско и пилешко, по-рядко говеждо, агнешко.
7. Какви зеленчуци се консумират предимно в България?	Зеленчуците, които се консумират предимно в България, са боб, домати, чушки, цветно зеле, краставици, лук, картофи, патладжан, зеле.
8. Какви подправки се използват в българската кухня? Сходни ли са те с използваните в немската кухня подправки?	Подправките, използвани в българската кухня, са сходни само отчасти с тези, използвани в немската – сол, черен пипер, червен пипер, риган. Българската кухня е по-пикантна. Използват се доста пикантни подправки, ориенталски подправки, типични български подправки.
9. Допаднаха ли Ви българските подправки като вкус, цвят и аромат?	Всички анкетираните са впечатлени и доволни от вкуса, цвета и вида на българските подправки.
10. Кои ястия и храни от българската кухня Ви харесаха?	Шопска салата, баница, кисело мляко, боб-яхния, ястия със сирене, свинско печено, печено пиле, мусака, сарми, кюфтета, кебапчета са ястията, които допадат на мнозинството от анкетираните.
11. От какво останахте впечатлени?	Анкетираните са впечатлени предимно от богатия асортимент зеленчуци и многообразието от ястия, от гостоприемството на българите, от климата и природата на България.
12. Какви ястия и храни предпочитате?	1- свинско печено; 1- супа от кнедли; 1- яхнии; 3- салати;

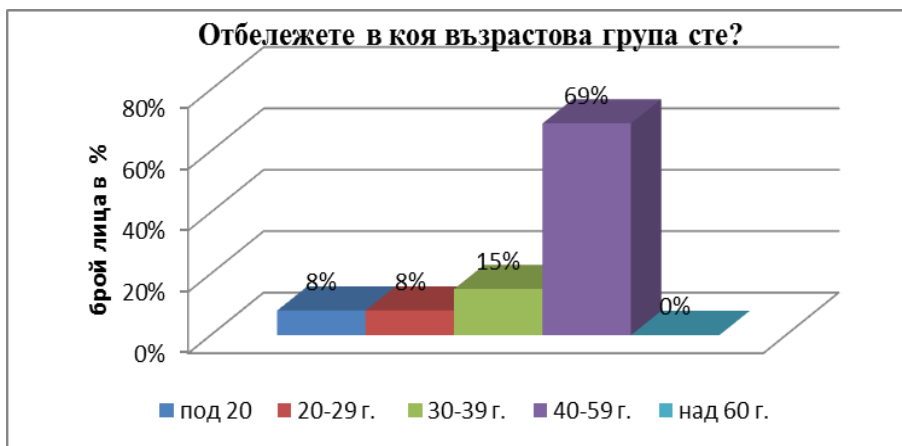
	3- по-малко месо, риба, сирене, хляб; 1- пица, бургер, паста, ориз; 2- зеленчуци, плодове; 2- кисело мляко, яйца.
13. Кои ястия и храни от българската кухня не Ви харесаха? Защо?	6- ястията с агнешко месо; 1- препечените ястия; 5- няма такива, всичко ми харесва; 1- десертите са прекалено сладки; 1- таратор, много необичаен е.
14. Какви напитки се предлагат с ястията и храните, които опитахте?	Ракия, бира, вино, сокове, вода, айрян.
15. Какво мислите за вкуса, аромата и вида на българските ястия?	Имат ясно изразен вкус, изглеждат апетитно, много са вкусни.
16. Какви напитки предпочитате към храната, която консумирате?	вино, бира, вода, сокове
21. Бихте ли препоръчали българската кухня? Ако да, защо ?	Биха я препоръчали, защото тя е много добра, добре подправена, пикантна, здравословна, хармонична, калорична, с високо качество и най-вече много вкусна. Българската кухня е разнообразна и всеки може да открие в нея нещо подходящо за себе си. Добре е човек да опита нещо ново и различно.
22. Ако не, защо?	Няма отрицателни отговори.

Отговорите, които посочват респондентите на откритите въпроси, дават по-голяма яснота за мнението и отношението на германските туристи към българската национална кухня. Най-напред става видно, че България е желана туристическа дестинация за немските граждани. Те обичат да посещават нашата страна и посочват предпочитаните курорти по Черноморието. Одобряват качеството на храната, достъпните цени, природата, климата и гостоприемството на българите.

Прави впечатление, че всички анкетиращи лица са доволни от вкуса, цвета и вида на българските ястия и напитки. Силно впечатление прави еднозначният отговор, който се дава от респондентите (100%), за това, че биха препоръчали българската национална кухня, защото тя е разнообразна, добре подправена, здравословна, калорична, с високо качество и най-вече много вкусна.

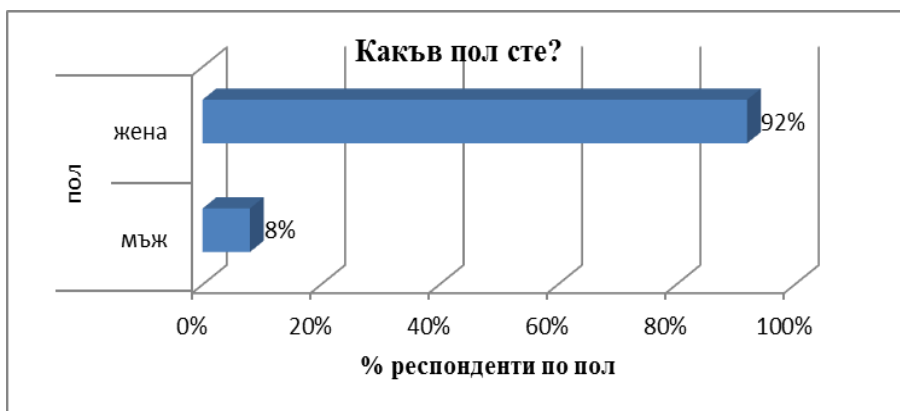
## Емпирични данни и анализ на резултатите от анкетно проучване на български граждани, посетили Германия

Анкетната карта за българските граждани, аналогично на анкетната карта за немските граждани, съдържа 22 въпроса.



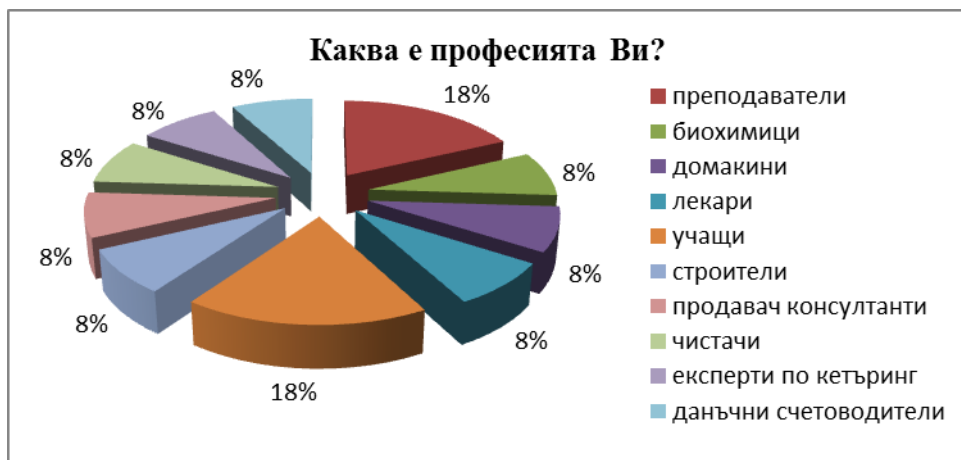
### Резултати от анкета – въпрос № 17

Преобладаващата част от анкетираните лица (69%) попада във възрастовата група от 40-59 г., а в границите 30-39 г. се определят (15%) от респондентите. По (8%) имат дялове възрастовите групи от 20-29 г. и под 20 г., а представители над 60 г. не присъстват.



### Резултати от анкета – въпрос № 18

Анкетираните лица по пол са както следва: мъже (8%), жени (92%). Следва да се отбележи, че както в групата на анкетираните лица от немски граждани, така и в групата на анкетираните български граждани преобладаващо присъствие имат жените.



### Резултати от анкета – въпрос № 19

От получените отговори се вижда, че анкетираните лица попадат в разнородни професионални направления и се групират както следва: преподавателите и учащите имат дялове от по 18%, а биохимици, домакини, лекари, строителни, продавач консултанти, чистачи, експерти по кетъринг и данъчни счетоводители – от по 8%. Допуска се, че респондентите притежават различна степен на образование, видно от разнородните професии, които упражняват.



## Резултати от анкета – въпрос № 20

Анкетираните лица по този въпрос споделят различни мнения, както следва: (69%) биха препоръчали немската кухня на свои приятели, а (31%) не биха направили това. Може да се направи *изводът*, че преобладаващата част от лицата харесват немската кухня, но една доста значителна част, 1/3 не биха я препоръчали. Последното говори за отклонения във вкусовите критерии на една трета от консумираните немска кухня.

### Обобщени отговори от български граждани, посетили Германия

Въпрос №	Обобщени отговори
1. Колко пъти сте посещавали Германия и за колко време?	Посочват се различни поводи за посещение –една част от анкетираните са посетили няколкократно страната с цел туризъм, други в командировка, а една част живеят в страната.
2. Кои области в Германия сте посещавали?	Бавария, Тюрингия, Хесен, Долна Саксония, Баден Вюртенберг, Берлин, Бремен, Бранденбург, Хамбург.
3. Как ще оцените качеството на храната, която консумирахте?	Качеството на храната се определя като добро, посочва се използването на висококачествени продукти с ясен и контролиран произход.
4. Разнообразна ли е немската кухня?	Разнопосочни са мненията по този въпрос. Споделя се мнение, че в някои области кухнята е разнообразна, а в други не.
5. Цените на храната приемливи ли бяха за Вас?	По отношение на цените също се отговаря разнопосочно. За едни цените са приемливи, за други са високи, трети споделят мнението, че за стандарта, който имат германците, цените са нормални.
6. Какви меса се консумират предимно в Германия?	В Германия се консумира предимно телешко, пуешко, пилешко, както и риба.
7. Какви зеленчуци се консумират предимно в Германия?	Зеленчуците, които се консумират предимно в Германия, са: моркови, грах, брюкселско зеле, картофи, краставици, броколи, тиквички.
8. Какви подправки се използват в немската кухня? Сходни ли са те с използваните в българската кухня?	Подправките, използвани в германската кухня, които имат сходство и с подправките, използвани в българската

подправки?	кухня, са: черен пипер, чили, кърри, карамфил, ким, ванилия, канела, червен пипер и др. Разликата между двете кухни е в това, че в немската кухня вкусовете се смесват /сладко с кисело, сладко с лютиво/.
9. Допаднаха ли Ви като вкус, цвят и аромат подправките?	Преобладаващата част от анкетираните споделят, че вкусовете и ароматите им допадат, но има и противоположни мнения, които са по-рядко.
10. Кои ястия от немската кухня Ви харесаха?	Шницели, гъби със сос, наденица с кърри, печени меса, салати, сладки и тестени изделия.
11. С какво Ви впечатлиха?	Анкетираните са впечатлени предимно от избягването на мазните храни, разнообразието, вкуса, комбинирането на подправките.
12. Какви ястия и храни предпочитате?	Разнообразни, здравословни, зеленчуци, ястия със сладко-кисел вкус.
13. Кои ястия от немската кухня не Ви харесаха? Защо?	Ястията с прекалено много сосове и макарони, сладкишите, които нямат достатъчна сладост, кремове и сметаните, които имат силно изразена тежест.
14. Какви напитки се предлагат с ястията, които опитахте?	вино, бира, вода, сок
15. Допадна ли Ви вкусът, ароматът и видът на напитките?	Вкусът, ароматът и видът на напитките преобладаващо се одобрява от анкетираните.
16. Какви напитки предпочитате към храната, която консумирате?	червено вино, бира, сокове, вода
21. Бихте ли препоръчали немската кухня? Ако да, защо?	Преобладаващата част от анкетираните биха я препоръчали, защото я считат за интересна, разнообразна и вкусна. Споделя се мнението, че това е възможност за запознаване с част от немската култура.
22. Ако не, защо?	Липсват отговори

От получените отговори на респондентите става ясно, че немската кухня е позната на българските граждани, но не в достатъчна степен. Определени вкусове се приемат и одобряват, но други не. Наименованията на ястията и храните се споменават твърде ограничено и обобщено.

### **Заклучение**

Въз основа на набирането, обработването и анализа на данните от проведеното анкетно проучване, могат да бъдат направени следните изводи:

Немските граждани познават добре българската национална кухня, приемат и харесват нейните качества – вкус, аромат, цвят и вид.

Българските граждани познават немската национална кухня, но не достатъчно харесват определени ястия и храни, не винаги им допада технологията на приготвяне и вкусовите качества на храната.

Немалка част от използваните подправки при приготвянето на ястията и храните както в българската, така и в немската кухня са едни и същи.

В двете национални кухни широко приложение намират месата и зеленчуците при подготовката на ястията и храните.

Регионалните кухни и в двете страни със своите специфики, традиции и обичаи определят широката пълнота на националните им кухни.

За гражданите и на двете страни предпочитаните напитки са виното и бирата с техните вкусови качества и богато разнообразие.

Разлика се забелязва в това, че немските граждани изразяват пълна готовност и решителност за препоръчване на българската кухня, докато българските граждани проявяват до известна степен въздържаност по отношение препоръчването на немската кухня.

## ФОРМАТ ПЕЧА КУЧА И НЕГОВОТО ПРИЛОЖЕНИЕ В ОБУЧЕНИЕТО ПО АНГЛИЙСКИ ЕЗИК

Аглика Добрева

**Анотация:** В статията се разглежда формата за презентация Печа куча 20x20 – неговата структура, формални характеристики, съдържание, области на приложение, както и идеи за приложението му в процеса на преподаване на английски език в университетското образование. Специален акцент се поставя, от една страна, върху връзката между преподаването и подготвянето на презентации във формат 20x20, а от друга страна, върху възпитаването в дух на толерантност и хуманност и върху развиването на критично мислене, на езиковите и комуникативните умения и на уменията за работа в екип (т.е. на уменията, нужни в XXI век).

**Abstract:** The article focuses on the presentation format Pecha Kucha 20x20 – its basic structural and formal characteristics, its content and areas of application, as well as on some tips for its implementation into the process of English language teaching in the context of tertiary level education. A special emphasis is laid on the relation between teaching and performing presentations in Pecha Kucha and the development of students' linguistic, communicative skills, as well as their critical thinking and collaboration skills – i.e. the four basic 21<sup>st</sup> century skills plus teaching of values, such as being human and tolerant.

**Key words:** Pecha Kucha, presentation, language, communication, 21<sup>st</sup> century skills.

Нарастващото значение на глобалната мрежа и достъпът на съвременното дигитално поколение до модерни технологии и огромно количество информация налагат използването на нови подходи в преподаването.

Настоящата статия се фокусира върху същността на формат Печа Куча, 20x20, широко достъпен в Интернет като средство за комуникация, както и върху възможностите за неговото използване в университетското обучение по практически английски език. Форматът може да бъде много подходящо средство за развиване на езиковите и комуникативните умения на студентите, изучаващи английски език, а от своя страна уменията за комуникация е едно от основните „умения на XXI век“ (от англ. *21 century skills*).

Освен това форматът може да се използва за развиване на критичното мислене, креативността и уменията за работа в екип, които са останалите три компонента на четворката, наречена „четирите умения на XXI век“ (англ. *the four c's*).<sup>126</sup>

---

<sup>126</sup> Англ. *communication, collaboration, creativity, critical thinking*.

Форматът Печа Куча 20×20, дело на Марк Дайтъм и Астрид Клайн (архитекти, които живеят и работят в Токио), е опростен начин на презентирание. При този формат презентацията представя 20 слайда, всеки от които отнема 20 секунди. Слайдовете на презентацията се сменят автоматично, а идеята на беседата се представя на техния фон. Названието идва от японски език и означава ‘разговор’.

Идеята за Печа Куча 20×20 е породена от нуждата за ограничение на времето за презентирание по време на събития (конференции, уъркшопи и др.). Провеждайки своите презентации в областта на архитектурата, Дайтъм и Клайн стигат до извода, че е необходимо подобно ограничение, за да бъдат поставени при равни условия всички презентиращи, а също и да има възможност за дискусии.

Две са основните правила за Печа Куча 20×20: една презентация съдържа **точно 20 слайда**; всеки слайд следва да бъде представен на екрана в продължение на **точно 20 секунди**. В резултат на това времетраенето на една презентация е точно 400 секунди (6 минути и 40 секунди).

Предимствата на Печа Куча 20×20 са следните:

- Краткото време за презентирание предполага избягване на излишни детайли.
- Изискването за времетраенето предполага, че презентиращите трябва да бъдат много добре подготвени пред аудиторията си.
- След презентация за 6, 40 мин. времето за въпроси и отговори като съществена част от една добра презентация е напълно достатъчно и в резултат се получава комуникация.
- Времето за всички презентации в програмата е достатъчно.
- Не се губи ценно време.

### **Съдържание на презентацията Печа Куча 20x20**

Добрата Печа Куча презентация разкрива нещо необикновено и неочаквано. Редица автори <sup>127</sup> обръщат внимание на факта, че е важно да се сподели лична или забавна запомняща се история във всеки вид презентация, независимо от това, колко дълга е самата презентация или в каква област е тя. В този смисъл, разказването или споделянето на история е универсален съвет, независимо от предмета на презентацията. При това, историята може да се

---

Вж. <<https://www.aeseducation.com/career-readiness/what-are-the-4-cs-of-21st-century-skills>>.

<sup>127</sup> Вж. Powell 2011:42; <[www.visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters](http://www.visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters)>.

използва като „кука“ (англ. *hook*) – т.е. като средство за привличане на вниманието на аудиторията още в началото или в хода на самата презентация.

Всяка успешна презентация съдържа в себе си разказ. Така например в една презентация относно метода за презентирание Печа Куча<sup>128</sup>, която от своя страна също е в този формат, освен стъпките за презентирание по този модел, като илюстрация се посочва историята на професор, който първоначално е бил скептичен към формата, но впоследствие открива, че е възможно една 60-минутна лекция да се представи във формат 20x20. Нещо повече, това става предпочитан от него метод на презентирание. Методът може да се използва и се използва в академичен контекст за представяне на научни изследвания. Интересен е паралелът, който презентирацията в споменатия по-горе източник прави между израза *out of the box* (букв. „извън кутията“, т.е. нетрадиционно) и изображението в началото на презентацията на отворена кутия, а след това – снимката на затворена кутия и израза *in the box* (букв. „в кутията“). Презентирацията отъждествява израза *in the box* с формата 20x20 – т.е. с нещо, което е ограничено „в кутия“, но въпреки това създава не по-малко възможности за креативност в сравнение с нетрадиционното мислене от тип „вън от кутията“.

Известно е, че в над хиляда града по света се провеждат специални събития, на които се презентира в стил Печа Куча 20x20 по разнообразни теми (<<https://www.pechakucha.com/>>). Те са обединени под названието *Pecha Kucha Nights*, могат да се гледат в интернет и да се използват с образователна цел. Темите могат да бъдат най-разнообразни – изкуство, дизайн, фотография, представяне на научни изследвания и др.

Съществува известно сходство между Печа Куча и презентациите от платформата TED. И при двата модела на презентирание краткостта, визуалните средства и предварителната практика са от съществено значение. При платформата TED също има специален регламент за презентирание. Голямата разлика обаче е в това, че в платформата TED презентиращите са предимно експерти или светили в съответната област, докато събитията *Pecha Kucha Nights* са достъпни за всеки.<sup>129</sup>

### Структура на презентацията

Достъпните в интернет модели на *Pecha Kucha*, правят впечатление с кратките и ясни изречения в слайдовете. Забелязва се преобладаване на изображенията, които могат да бъдат снимки, графики, таблици и др. пред текста. Това е логично следствие от ограничението за време за презентирание,

---

<sup>128</sup> Вж. <<https://www.youtube.com/watch?v=gZJc8PB2DsQ>>.

<sup>129</sup> На подобно събитие е презентирала петгодишната дъщеря на един от двамата изобретатели на метода, разказвайки за свои рисунки.

характерно за този формат. Именно това ограничение отправя предизвикателства към презентацията, тъй като материалът трябва да бъде подбран с цел да бъде информативен, интригуващ и предразполагащ към дискусия. Не се допускат претрупани с текст слайдове, тъй като изискват много повече време за обяснения и биха отвлекли вниманието на публиката, която вместо да бъде ангажирана с презентацията, би се отклонила в четене на информацията от слайдовете.

Изображенията са релевантни, ярки. Те подкрепят идеите, представени от презентацията. Тук е важно да споменем, че качеството на изображенията трябва да бъде високо, а също и това, че трябва да се цитира първоизточникът (т.е. да е налице разрешение за използването им). Добър ресурс може да бъде сайтът National Geographic Images<sup>130</sup>.

Подобно на по-дългите презентации, включващи увод, изложение и заключение, и при Печа Куча се наблюдава този тип на подреждане на презентацията. Добрият увод включва обявяване на темата и съдържанието на презентацията. Доброто изложение трябва да съдържа плавен преход между отделните части с помощта на дискурсни маркери (*first, second, then, furthermore, for example, on the positive side, therefore* и др.). Статистическите данни и изображенията трябва да са смислени, а не да повтарят написаното върху слайдовете. В заключението на презентацията биха могли да се използват няколко техники: обобщение, „мъдрост“, призив за действие, емоционално послание (Powell 2011: 20). Пауъл обръща внимание върху петте златни правила за ефективно презентиране, които могат да бъдат универсално следвани при всяка презентация независимо от нейния вид:

Дългите уводни думи в началото са напълно загубено време – говорете по същество!

Никога не се извинявайте за това, че нещо не е било ясно, че сте пропуснали нещо, че визуалните средства не са четливи и т.н.

Грешка е да се задълбочавате в детайлите – включете ги в листовките за аудиторията.

Да се цитират цифри е по-малко ефективно, отколкото да се разказват анекдоти и истории, които да илюстрират вашата теза.

Разговор, а не презентация – така се изгражда връзка с аудиторията. (Powell 2011:20)<sup>131</sup>

---

<sup>130</sup>Вж. <[https://www.google.com/search?rlz=1C1JPGb\\_enBG636BG636&q=national+geographic+images+free+download&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjUjd7t397kAhXSIIsKHa7wBewQsAR6BAgAEAE&biw=1340&bih=603](https://www.google.com/search?rlz=1C1JPGb_enBG636BG636&q=national+geographic+images+free+download&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjUjd7t397kAhXSIIsKHa7wBewQsAR6BAgAEAE&biw=1340&bih=603)>.

<sup>131</sup> „Long introductions at the beginning are a complete waste of time – get to the point! Never apologize for being unclear, skipping points, having difficult-to-read visuals, etc. It’s a mistake to get too involved in the details – put those in the handouts. Quoting figures is not

Трябва да отбележим и добре известните правила, които засягат езика на тялото по време на говорене пред публика: да стоим изправени; да не кръстосваме ръце; да поддържаме визуален контакт с публиката; да се усмихваме. С други думи, да показваме връзка с аудиторията по време на презентиране.

### **Десет тематични области, особено подходящи за презентации 20x20**

Става дума за следните области<sup>132</sup>: споделяне на преживяване по време на пътуване; храна; емоциите и контрола върху тях; поглед към бъдещето; хумор; темата за това, с което се занимавате; хоби; домашни любимци; десет, петнадесет или двадесет положителни или отрицателни неща. Тези теми, заедно със съпътстващия ги коментар биха могли успешно да се приложат в обучението по практически английски език на студенти, като конкретни задачи за дискусия и презентация, и естествено продължение на съответната тема, засягана в учебниците. Прави впечатление, че темите кореспондират с някои от най-често разглежданите житейски аспекти в съвременните системи от учебни материали за езиково обучение, свързват се с ежедневни сфери на комуникация и представляват интерес за обучаемите. При това се избягват теми, които се съдържат в акронима PARSNIP<sup>133</sup> (т.е. политика, алкохол, религия, секс, наркотици, „-изми“–те, напр. комунизъм, споменаването на свинско месо). Ще се спрем по-подробно на споменатите тематични области и коментара към тях, тъй като смятаме, че са от съществено практическо значение за преподавателя по английски език и обучаемите.

### **Темата за споделяне на преживяване по време на пътуване**

Според цитирания по-горе източник <https://blog.indezone.com>, препоръчително е кадрите да бъдат снимки, направени по време на пътуването и да се свързват с конкретни преживявания и съпътстващ коментар. Това биха могли да са интригуващи преживявания, придружени от силно въздействащи визуални средства. Презентирацията би могъл да сподели свои страхове или други емоции по време на тези пътувания и тяхното преодоляване, както и

---

as effective as telling anecdotes and stories to illustrate your point. Conversation, not presentation – that’s how to build rapport with your audience“ (Powell 2011:20)

<sup>132</sup> Тези тематични области са разгледани в < <https://blog.indezone.com/2018/08/ten-easy-topics-for-pecha-kucha.html>>.

<sup>133</sup> „PARSNIP is the acronym used by educational publishers to remind authors of topics to be avoided in text books. It stands for politics, alcohol, religion, sex, narcotics, isms (communism for example) and pork“.

(Gardian, 14.01.2015, <<https://www.facebook.com/theguardian/posts/parsnip-is-the-acronym-used-by-educational-publishers-to-remind-authors-of-topic/10153012671481323/>>).

неочаквани случки и събития (например, неочаквана среща с познат човек по време на пътуването).

Препоръчително е да се избягват ненужните детайли и обяснения, а аудиторията да бъде запозната с най-същественото. Биха могли да се споделят лични снимки или кадри от сайтове като [www.flickr.com/creativecommons](http://www.flickr.com/creativecommons).

### **Разговор на тема „Храна“**

Темата за храната и темата за пътуването биха могли да се свържат. Храната би могла да се асоциира с различни места, дори и да не са посетени лично от презентирация. Източници на визуален материал за презентации биха могли да бъдат снимки на любими храни, рецепти с техните съставки, подготовка, хранене. Рецепта създадена от презентирация или фамилна рецепта също биха били интересни теми. Любимите ресторанти, начин на хранене са сред подходящите теми за презентирание и разговор. Достатъчно е темата да бъде интригуваща за този, който я представя – независимо, дали е кулинарно пътуване до далечна страна или собствен опит от приготвяне на храна.

Разбира се, съобразяването с аудиторията е от ключово значение. Тъй като сред публиката може да има вегани, вегетарианци или определена група хора, избягваща специфични храни, трябва да се избягват снимки на убити животни и свързана с тях храна.

За фон на презентацията могат да послужат снимки на естетично презентирана храна от собствени снимки или интернет-източници.

### **Темата за емоциите и контрола върху тях**

Сред емоциите, които бихме желали да контролираме, са страх, ревност, гняв, алчност. Положителните емоции като грижа, щастие, любов (включително родителски грижи), обикновено не е необходимо да се контролират.

Могат да се отделят няколко слайда за отрицателните емоции – за това, как те настъпват при хората, както и за човешките слабости и за начините те да бъдат контролирани.

Относно положителните емоции може да се направи коментар за начините, по които те могат да се противопоставят на отрицателните емоции и за това, как могат да донесат полза.

Както при всяка друга тема, във формата 20x20 не е препоръчително впускането в детайли, а също и прекаленото споделяне на лична информация, поради факта, че не всеки от аудиторията е близък или истински приятел. Снимки на човешки лица, изразяващи емоции като щастие и скръб, могат

лесно се намерят в много източници и да се използват в хода на презентацията. Емоциите гняв и алчност биха могли да се представят с подходяща история.

Умерената употреба на цитати би била удачна.

### **Поглед към бъдещето**

Темата за бъдещето е интересна, тъй като позволява разгръщане на въображението. Как би се променил транспортът или приспособленията, които използваме ежедневно в бъдещето; как промените в технологиите, телефоните, книгите и сигурността биха променили обществото в следващите години? При тази тема презентацията е ограничен единствено от въображението си, а аудиторията може да бъде приобщена чрез споделяне. Тук въпросът за намиране на визуални средства е по-сложен, но могат да се използват рисунки и скици, които да бъдат превърнати в слайдове.

### **Хумор, ирония, сатира**

Макар това да не е тема за всеки, ако тя е свързана с подход, който се удава на презентацията, би могла да бъде успешна за формата Печа Куча. Необходимо е да се изясни още в началото, че става дума за хумор или сатира, така, че съдържанието да може да бъде изтълкувано по уместен начин. При това хуморът не бива да се насочва срещу другите. Биха могли да се използват източници като [www.flickr.com](http://www.flickr.com) или [www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com).

### **Темата за това, върху което работите**

Би могло по неформален начин да се разкаже за професионално занимание или проект, за случки или грешки, които са послужили за урок: „Представете си ситуация, при която трябва да разкажете за вашето занимание не на професионално ниво, а на вашата баба и на деветгодишно дете по едно и също време“ <https://blog.indezine.com>.

Такава аудитория изисква повече снимки, което същевременно съответства на формата Печа Куча. Подходящ източник могат да бъдат също снимки на работното място, ако не се нарушават нечий авторски права.

### **Хоби**

Независимо дали колекционираме нещо или имаме някакво любимо занимание, аудиторията би се заинтересувала от любимото ни занимание – как е започнало, какво е за нас то в момента, защо и как смятаме да го развием. Какво е хобито за семейството, кой ни подкрепя. Най-доброто за тази тема на презентацията е, че съдържанието е в самия презентиращ, както и че могат да се приложат собствени снимки.

## **Домашни любимци**

Това би представлявало интересна тема за всеки, който обича животни или за онези, които искат да научат повече за отглеждането на животни. Темата е подходяща, тъй като е лесно да се споделят преживяванията с животни с няколко думи и в рамките на няколко слайда. Освен това за собствениците на животни снимковият материал е в изобилие.

### **10, 15 или 20 положителни или отрицателни неща**

Ако предходните теми изглеждат неподходящи, би бил от полза списък с десет, петнадесет или двадесет добри или лоши неща (десет любими песни, двадесет любими филма или нещо по-екзотично). Ако в списъка има десет неща, за всяко едно могат да се отделят по два слайда. При петнадесет, петте излишни може да се използват във въведението и заключението. При двадесет снимки всяка от тях съответства на един слайд.

Биха могли да се използват вдъхновяващи цитати върху съответна тема, както и снимки, рисунки, части от вестник, цитати, таблици, карти или комбинация от всичко това – естествено, при спазване на авторските права.

### **Темата за това, което човек не бива да прави**

Използвайки личния си опит, презентираният може да сподели нещо което не трябва да правим, от което е извлечена поука. Подобна гледна точка изисква кураж, желание за споделяне. Визуалните средства за такива презентации трябва да излъчват спокойствие, без много ярки цветове - например, природни картини.

Предложените по-горе 10 теми, идеите за тяхното разработване, както и предоставената от преподавателя възможност на студентите сами да изберат конкретна тема, която да подготвят, развиват уменията на студентите да мислят критично и по креативен начин да използват в устно изложение стратегии за описание, за предаване на последователни събития, за причинно-следствени връзки и аргументация.

Освен това посочените теми могат да следват и да се съчетаят с преподаването на съответни граматични структури. Така например разказът за пътуване може да се свърже с преподаването на минало просто, минало перфектно, минало продължително време, а темата за бъдещето – с преподаването на бъдеще време и условно наклонение.

## Процес на подготвяне на презентацията Печа Куча 20x20

Процесът на подготовка на презентацията е свързан със следните представени в Таблица 1 осем етапа и е подробно разгледан в <https://blog.indezine.com/2012/05/10-tips-to-create-and-present-pecha.html>.

В отделна колонка се предлагат идеи за конкретни задачи за студентите, които биха могли да се съвместят с всеки от етапите.

Таблица 1

<b>Етапи на подготовката на презентацията Печа Куча 20x20 според <a href="https://blog.indezine.com/2012/05/10-tips-to-create-and-present-pecha.html">https://blog.indezine.com/2012/05/10-tips-to-create-and-present-pecha.html</a></b>	<b>Задачи, съвместими с етапа от подготовката</b>
<p><b>1. Избор на тема</b> Трябва да се избягват многото факти. Не всичко може да бъде обяснено в рамките на по-малко от десет минути, но темата може да бъде опростена, или да бъде избрана такава, която е реалистично да бъде обяснена в тези рамки. Фокусът трябва да се насочи към посланието, а при нужда да се дадат повече обяснения.</p>	Преподавателят може да предложи списък и идеи за разработване на споменатите вече десет теми, да насърчи студентите да изберат тема или самите те, работейки по групи, да изготвят списък от предпочитани от тях теми с помощта на техниката брейнсторминг. Важно е темата, по която всеки ще работи да бъде индивидуално избрана. Това би насърчило креативността и критичното мислене.
<p><b>2. План</b> Планът е важен както при другите типове презентации, така и при Pecha Kucha's 20x20. За основните идеи могат да се използват фишове. Един слайд се фокусира върху една идея. За всяка идея се записват три кратки изречения. Могат да се използват листи хартия или всяко от средствата PostIt notes, iPad, таблет, Microsoft Word, Evernote или OneNote.</p>	Всеки студент трябва да представи плана си в група за разискване с участието на преподавателя. Задачата насърчава комуникацията и работата в екип.
<p><b>3. Редактиране на плана</b> Планът може да се пренареди или да се изключи това, което не е нужно. Могат да се отстранят слайдове или да се комбинират няколко слайда в един,</p>	Редактирането на плана би могло да се възложи като развиваща критичното мислене задача за самостоятелна работа.

<p>при съобразяване с аудиторията.</p>	<p>Редакцията, трябва да бъде съобразена освен с логика на изложението и със специфика на аудиторията, като се спазва споменатият вече принцип PARSNIP.</p>
<p><b>4. Изработване на слайдовете</b>          Най-често, съдържанието на текста се ограничава до заглавията на слайдовете. Добре е да се види дали слайдовете се координират добре с устното презентирание и едва след това да се премине към следващия етап.</p>	<p>Да се изработят самостоятелно слайдове с не повече от четири реда текст, при спазване на авторските права, свързани с използваните източници и в съответствие с устното изложение.</p>
<p><b>5. Добавяне на снимки</b>          Снимките, които се добавят, трябва да съответстват на устното представяне на информацията.          Рик Бретшнайдер, бивш старши мениджър за PowerPoint в Microsoft съветва: „Снимки, графики! Дори тъмни слайдове! Използвайте текста пестеливо. В най-успешните презентации почти не се използва текст.“ <a href="https://blog.indezine.com">https://blog.indezine.com</a></p>	<p>Избор на въздействащи снимки – собствени или от сайтове, разрешаващи използването им.</p>
<p><b>6. Упражняване на презентацията</b>          При презентирание усещането за време е различно и е необходимо репетиране, за да не се получава прекалено бързо темпо на говорене. Три слайда могат да бъдат посветени на една и съща тема и това би дало възможност тя да бъде изчерпана в тези рамки по-спокойно.</p>	<p>Тази задача се възлага за самостоятелна работа, като могат да се използват видеозаписи за тренировка.</p>
<p><b>7. Анимирани изображения – за и против</b>          Движещите се изображения могат да отклонят вниманието на аудиторията, а двадесет секунди са твърде малко за преместване на фокуса на вниманието обратно от слайдовете към презентацията, така че е логично да не се разчита прекомерно на движещи се образи. По същата причина е добре да се избягват т.нар. анимирани преходи</p>	<p>На студентите се предоставя възможността свободно да изберат дали да използват анимация.</p>

<p>между кадрите. Анимирани изображения скъсяват времето за презентиране и се явяват като пауза в презентирането за сметка на обясняване на същественото. Правилото може да бъде нарушено в случаите, когато видеото не прекъсва основен момент.</p>	
<p><b>8. Практикуване отново за синхронизиране на говоренето с изображенията</b>  Желателно е да се отдели повече време за упражнения. Дори две или три минути повече за презентация в стил Печа Куча са неприемливи и даже невъзможни в рамките на формата.  Синхронизирането със слайдовете се постига с повтарящи се упражнения, за да може беседата да звучи непринудено, да бъдем артистични и да покажем, че предметът на презентацията ни вълнува.</p>	<p>Задачата за синхронизиране на говоренето с изображенията се осъществява самостоятелно, но нейното практикуване би могло да се осъществи по групи, което насърчава екипността и взаимопомощта.  Не по-малко важно е да се следи за езика на тялото.</p>

В сайта <https://blog.indezine.com/2012/05/10-tips-to-create-and-present-pecha.html> се посочват и още съвети, които нямат пряко отношение към подготовката, но са важни, тъй като засягат поведението по време на самата презентация. Въпреки фокусирането върху детайли като време и техническа прецизност, е нужно да показваме човешко отношение към аудиторията, да не накръняваме нечие достойнство, презентирайки в този достъпен стил.

Несъмнено практиката е от полза и презентацията трябва да протича плавно. Трябва да се разчита на осемдесет процента практика и предварително подготвен текст, но и на известна свобода за импровизация. Необходимо е слайдовете да се познават съвършено, но да се остави малко място за импровизация.

Един конкретен план за приложение на разгледания формат и неговите особености би могъл да включва следните фази:

- Първо, запознаване на студентите с формалните характеристики на модела за презентация Печа Куча.
- Второ, използване на видеоматериали Pecha Kucha events, достъпни на [www.pechakucha.com](http://www.pechakucha.com). Гледането и коментирането на подобни видеа в контекста на езиковото обучение по английски език на студенти;

тяхното разискване в група развиват комуникативните умения на студентите, умението за работа в екип и критичното мислене. Всички тези дейности стимулират студентите да подготвят собствени презентации.

- Трето, поставяне на задача за самостоятелна подготовка на студентите за презентация по избрана от тях тема, като се следват етапите и задачите от Таблица 1.
- Четвърто, за развитие на критичното мислене и умението за комуникация е полезно да се разискват вече презентирани от студентите 20x20 презентации.

За тази цел би могъл да им се предостави въпросник, който да включва оценка на презентацията на техни колеги по следните критерии:

- а) богатство на речника на презентацията;
- б) граматична прецизност;
- в) структура на презентацията;
- г) въздействие на визуалните средства;
- д) паралингвистични средства като визуален контакт, ясно и отчетливо произнасяне, интонация, изправено положение на тялото.

### **Заклучение**

Разгледаните особености на съдържанието, езиковите и структурни характеристики, тематичните области на приложение, процес на подготовка и онлайн материалите, свързани с Печа Куча биха могли да се използват в практическото обучение на студенти, изучаващи английски език – както филолози-специалисти, така и неспециалисти. Предложените теми и идеи за практически задачи биха помогнали да се развият езиковите и комуникативните умения на студентите, способността им да анализират и интерпретират, да работят заедно, да бъдат креативни. Всички тези умения са ключови за съвременния човек. Чрез тях се повдига и въпросът за ролята на преподавателя по английски език, от когото се очакват не само преподаване и обучение по чужд език, но и усвояване на уменията, необходими в XXI век, както и работа за възпитаване на ценности като толерантност и хуманно отношение.

### **ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:**

**Powell 2011:** Powell, M. Dynamic Presentations. Cambridge: CUP, 2011.

## ИНТЕРНЕТ ИСТОЧНИЦИ:

- <[https://www.aeseducation.com/career-readiness/what-are-the-4-cs-of-21st-century skills](https://www.aeseducation.com/career-readiness/what-are-the-4-cs-of-21st-century-skills)> – Applied educational systems (AED), 2019 (status 09.09.2019).
- <<https://www.indezine.com/products/powerpoint/learn/picturesandvisuals/searching-flickr-creative-commons-pics.html>> – Bajaj G. Searching Flickr for Creative Commons, 2012 (status 09.09.2019).
- <[www.visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters](http://www.visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters)> – Chibana, N., 2015 (status 09.09.2019).
- <[www.flickr.com/creativecommons/](http://www.flickr.com/creativecommons/)> – Creative commons (status 09.09.2019).
- <[www.inc.com/alison-davis/19-quotes-that-will-inspire-you-to-create-an-amazing-presentation.html](http://www.inc.com/alison-davis/19-quotes-that-will-inspire-you-to-create-an-amazing-presentation.html)> – Davison A. 19 Quotes that will inspire you to create an amazing presentation (status 09.09.2019).
- <<https://www.facebook.com/theguardian/posts/parsnip-is-the-acronym-used-by-educational-publishers-to-remind-authors-of-topic/10153012671481323/>> – Guardian, 14.01.2015 (status 09.09.2019).
- <[www.novavizia.com/metodyt-za-prezentirane-pecha-kucha-20x20/](http://www.novavizia.com/metodyt-za-prezentirane-pecha-kucha-20x20/)> – Metodat za prezentirane “Pecha Kucha 20x20”. Nova Vizia (status 09.09.2019).
- <[http://ctsvet.ucoz.com/graffiti/dok/pecha-kucha\\_morozova.pdf](http://ctsvet.ucoz.com/graffiti/dok/pecha-kucha_morozova.pdf)> – Morozova, O. Format Pecha Kucha kak novaya forma organizatsii uchebnih zanyatii (status 09.09.2019).
- <<https://www.youtube.com/watch?v=gZJc8PB2DsQ>> – Pecha Kucha about Pecha Kucha, by Hans Van de Water (status 09.09.2019).
- <<https://www.pechakucha.com/>> – Pechakucha 20x20 (09.09.2019).
- <<https://blog.indezine.com>> – Powerpoint and Presenting Stuff, 2018 (status 09.09.2019).
- <[www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)> – Stock Images, Royalty-free Pictures, Illustrations & Videos – Istock (status 09.09.2019).
- <<https://blog.indezine.com/2012/05/10-tips-to-create-and-present-pecha.html>> – 10 Tips For Pecha Kucha – Powerpoint an

## КОНТРАСТИВНАТА ЛИНГВИСТИКА

### МЕЖДУ ПРЕВОДОЗНАНИЕ И МЕТОДИКА НА ЧУЖДООЗИКОВОТО ОБУЧЕНИЕ

Атанас Ковачев

(Магистърска програма „Немска филология – Лингвистика и превод“)

**Анотация:** Статията представя интердисциплинарното обвързване между контрастивна лингвистика, транслатология и методика и дидактика на чуждоезиковото обучение. Тесните взаимоотношения на контрастивната лингвистика с преводазнанието са причина за трудното отграничаване на двете дисциплини една от друга. Проблематиката, сходствата и разликите между транслатологията и контрастивната лингвистика, която играе централна роля за образованието и обучението на преводачи, са изложени според схващането на основателя на съвременното немско преводазнание Волфрам Вилс. Връзката между контрастивната лингвистика и дидактиката на чуждоезиковото обучение е онагледена с опора на Регина Хески, която акцентира върху съпоставянето на роден и чужд език в помощ при изучаването на граматика.

**Abstract:** The article presents the interdisciplinary interrelation between contrastive linguistics, translatology and methodology and didactics of foreign language learning. The close interconnection between contrastive linguistics and translatology is the reason for the difficulty in drawing a line between both disciplines. Problematics, similarities and differences between and translatology and contrastive linguistics, which plays a crucial part in interpreters' education and instruction, are presented according to the conception of the founder of contemporary German translatology Wolfram Wilss. The link between contrastive linguistics and didactics of foreign language learning is illustrated by Regina Hessky's view that accents on the juxtaposition of native and foreign language helpful in grammar learning.

**Key words:** contrastive linguistics, translatology, didactics of foreign language learning.

Сравняването на езиците е било известно още от античността. Като дисциплина, черпеща и генерираща знания, систематичното съпоставително езикознание започва да се развива едва в края на XVIII – началото на XIX век. Тук все още става въпрос за историческо-съпоставително езикознание, защото контрастивната лингвистика успява да се утвърди като синхронно езикознание в духа на американския структурализъм през 40-те години на миналия век.

Контрастивната лингвистика играе централна роля за образованието и обучението на преводачи. Характерна черта на съвременната лингвистично ориентирана транслатология е, че могат да бъдат приложени различни теории и описателни модели от контрастивната лингвистика, семантиката, психолингвистиката, текстолингвистиката, социолингвистиката и прагматиката за схващането на многослойния феномен “превод” като процес и продукт.

Тесните взаимоотношения на съпоставителното езикознание с преводознанието са причина за трудното отграничаване на двете дисциплини една от друга.

В своята статия Волфрам Вилс разглежда обстойно проблематиката, сходствата и разликите между контрастивната лингвистика и транслатологията. По този начин той се опитва да отговори изчерпателно на въпроса, дали си заслужава от научно-теоретичен и изследователско-практически аспект изясняването на отношението между тях.

Контрастивната лингвистика е тясно свързана и с методиката и дидактиката на чуждоезиковото обучение (ЧЕО). Според Чарлс Фрийс и Робърт Ладо систематичното съпоставяне между майчин език (МЕ) и чужд език (ЧЕ) би могло да подкрепи процеса на изучаване и усвояване на чуждия език, а след това резултатите да се приложат върху чуждоезиковата дидактика. Фрийс, който съпоставя за първи път фонетичното, лексикалното и синтактичното равнище на испанския език (като МЕ) с английския език (като ЧЕ) според принципите на американския структурализъм, бива посочван като основател на контрастивната лингвистика. Ладо в „Linguistic across Cultures” (1957 г.) изхожда от това, че учащите сами, без директни указания, прехвърляли от майчиния в чуждия език граматически структури и значения. Според Фрийс и Ладо контрастивната лингвистика е обвързана с прагматична насоченост – тя трябва да помага за избягване на потенциални интерференции и да повлияе положително в овладяването на чуждия език. Тази насоченост довежда след публикацията на Ладо до първата еуфория в чуждоезиковата дидактика.

Обвързването между контрастивната лингвистика и дидактиката на ЧЕО проличава от статията на Регина Хески, която акцентира върху съпоставянето на МЕ и ЧЕ в помощ при изучаването на граматика, привеждайки примери от немския и унгарския език.

### **I. Основни моменти в статията на Волфрам Вилс „Контрастивна лингвистика и транслатология. Опит за разграничаване”**

В статията си Волфрам Вилс разглежда обстойно проблематиката, сходствата и разликите между контрастивната лингвистика и транслатологията. По този начин той се опитва да отговори изчерпателно на въпроса, дали си заслужава от научно-теоретичен и изследователско-практически аспект изясняването на отношението между тях.

#### **Проблематика**

Няма нужда от особено задълбочен поглед, за да се забележи, че контрастивната лингвистика и транслатологията досега не са си обръщали внимание една на друга. Според автора на статията има само ограничено количество издадени книги, представящи тази тема. При това става дума за

сборник с научни доклади от международната научна конференция АИЛА в Триер и Саарбрюкен (25.-30.09.1978 г.), състоящ се от три части: „Контрастивна лингвистика”, „Контрастивна лингвистика и превод” и „Транслатология (Преводознание)”. Подредбата на общо 35-те материала в I и III част е ясна и разбираема; проблематичен обаче е принципът на подредба във II част.

Вилс отбелязва, че очакваното от него “засилване на диалога между контрастивната лингвистика и транслатологията” не се е случило и това е израз на теоретични и методически неясноти, както и че оттогава насам няма проведено друго събитие със съпоставително представяне на темите. Ясното разграничаване на контрастивната лингвистика от транслатологията не е лесна задача. Понятието за контрастивност се основава на обстоятелството, че във всички двойки езици, освен структурни прилики, има и структурни различия, които могат да бъдат разкрити с помощта на съпоставителния метод. Двете дисциплини се занимават поради близки причини преди всичко с различаващи се езикови и културни белези на една двойка езици. Те извършват всичко това с различно поставени цели – докато контрастивната лингвистика е основополагаща наука за чуждоезиковото обучение и спомага за предаване на чуждоезикови познания, то при транслатологията обширното езиково и културно познание е само изходна точка за отговори на въпроси относно ситуативно правилните стратегии, методите и техниките на превода на текстове и критериите за оценяване на отношението между изходния и преведения текст. От текстовата свързаност в процеса на превода резултира централният преводоведчески проблем: как протича превеждането като функционално определен трансфер и каква роля играят съществените фактори в процеса на превода – изходният текст и неговата цел, преводачът и неговите области на познание, представите му за преведения текст, както и получателят на преведения текст и неговите очаквания за качеството на превода.

Според Вилс текстолингвистичната обосновка на науката за превода е разкрила както нови перспективи, така и нови методически и теоретически проблеми, като свързаните с тях въпроси все още не са изцяло осмислени. През 1965 г. са липсвали предпоставки за ясно определяне на отношението между контрастивната лингвистика и транслатологията. Тогава контрастивната лингвистика е била вече на 20 години, а също през 60-те и 70-те години е постигнала фурор чрез изобилие от големи проекти в Германия, Финландия, бившата Република Югославия и САЩ, докато транслатологията като теоретично и методически рефлектираща дисциплина, е била все още в своето начало. Това доказва и обстоятелството, че Найда, предшественикът на съвременното преводознание, е избрал внимателно наименованието на книгата си, насочваща към това направление – „*Toward a Science of Translating*”, а понятието *транслатология* съществува едва от 1963 г. (Каде). Пръв за това понятие наемква Шлайермахер, представил на 24.06.1813 г. пред Кралската

академия на науките в Берлин своя известен трактат „За различните методи на превода”.

Една политическа и практическа съпоставка между контрастивната лингвистика и транслатологията от днешно време със ситуацията в началото на 60-те години потвърждава казаното от Волфрам Вилмс. По онова време контрастивната лингвистика е печелила дивиденди поради големия кредит на доверие от страна на чуждоезиковото обучение в по-горните класове и нейният победоносен ход е бил неудържим, както показват и споменатите вече големи проекти, докато – от гледна точка на езикознанието – транслатологията е имала статут на периферийно явление.

Въпреки това днес нещата стоят по друг начин. Контрастивната лингвистика се е превърнала в по-скромна наука от гледна точка на теоретичните си изисквания и на дидактиката в чуждоезиковото обучение, въпреки че дидактическият ѝ потенциал несъмнено е по-голям в сравнение с това, което се твърди днес. Транслатологията напротив, се радва на огромен подем, за което свидетелстват безброй публикации от 70-те и 80-те години насам. Относно транслатологията в Германия Вилс отбелязва, че тя е натоварена преди всичко с очаквания и отчасти с изпълнения на обществени задачи.

### **Сходства между контрастивната лингвистика и транслатологията**

Първото сходство между контрастивната лингвистика и транслатологията се състои в това, че в дидактическото си измерение трябва да се причислят по-скоро към приложно ориентираните, отколкото към теоретичните науки.

Прехвърлянето на научни знания в областта на практическите задачи е също импулс за двете дисциплини.

Това обаче не винаги е било така. Първоначално, още в рамките на съвременното езикознание, контрастивната лингвистика и транслатологията са били формирани чрез обстойни теоретични дискусии. За да поддържа актуална теоретичната дискусия, езикознанието (преди всичко математически ориентираното езикознание), е изоставило работата с теоретични конструкции. Те били презентирани в рамките на абстрактни “модели”, за които смело се твърдяло, че с тях може да се обхване теоретично цялостта на езиковите взаимоотношения. Изобразяването на езиковата реалност не била планирана, но съществувала надеждата, че с такива представи за модели би могло да се създаде теоретична рамка на отношенията за належащите емпирични проучвания. В науката за превода се забелязвало теоретизирането на собственото поле на действие като тенденция за развитието на нормативна теория (теория на еквивалентността). Спорно е във всеки случай, дали една нормативна теория в тесния смисъл наистина е теория и дали не би трябвало

по-добре да се говори за нормативни цели и постулати, които се управляват от комуникативен импулс. Нормите израстват от определени ценностни системи или нагласи, но това не означава, че “не са научни”, че се избягва всякакво обективизиране и че не могат да бъдат научно обосновани. Нормите могат да дават в живота практически насоки и по този начин да подготвят почвата за познанието относно това, какво функционално е нужно и ненужно за нашето поведение.

В съгласуваност с общото осъзнаване на проблемите на настоящето, теорията на превода през 80-те години се опитва да изготви интеракционни подредби и да разработи представяне на взаимовръзката за описване и обяснение на преводните процеси и резултатите от превода, за които е характерно обективизиране на размисъла върху преводната проблематика. Очевидно е, че преводознанието придобива гъвкавост, комплексност, перспективно богатство и детайлна точност и по този начин поражда спорове и възражения. Така преводоведческата дискусия постоянно се сблъсква по “съществените” специфични въпроси относно правилността на избраната перспектива.

При контрастивната лингвистика през 80-те години също се наблюдава променено, “по-естествено” отношение към теоретичните положения. Примери за това са изследванията на фразеологизмите и „Papers and Studies in Contrastive Linguistics”.

Новите развития в контрастивната лингвистика и науката за превода могат обобщаващо да се обозначат като “Ре-Емпиризация”. Теоретичните потребности на двете дисциплини се свеждат в крайна сметка до това, че езиковата дейност (поне в ежедневиия език) има концепция като действие за комуникация, че при използването на езика трябва да се прави разлика между аспектите на съдържанието и аспектите на отношението и че отделните езикови и културни общности притежават свои инвентари от изразни средства, чиято актуализация се осъществява в двата аспекта: креативност и рутина.

Друго сходство между контрастивната лингвистика и транслатологията е тяхната обвързаност на посоката, респ. насочеността. Двете дисциплини са ориентирани в своята същност към трансфер. Той е определен чрез езикови, функционални и прагматични еквивалентни условия и вероятности и е установен за двойка езици. Докато в контрастивната лингвистика се говори за L1 (основен език) и L2 (чужд език), стандартната терминология в транслатологията е “изходен език” (“език източник”) и “език цел” (“език приемник”). В транслатологията, особено в преводната дидактика, действително се говори и за L1/L2-трансфер, респ. L2/L1-трансфер. Това се дължи вероятно на факта, че по отношение на терминология и методика контрастивната лингвистика е въздействала върху преводната дидактика. Началото на преводната дидактика може да се свърже с трудовете на “Stylistique comparee” в края на 50-те и началото на 60-те години, където

изрично става въпрос за “methode de traduction” и “etude de traduction”. Контрастивната лингвистика е имала повече време и съвсем други възможности (в рамките на голямото проектно изследване) да изгради понятиен и методически инструментариум, който впоследствие е повлиял и върху преводната дидактика (например при двата термина positive / negative transfer).

За това има и по-осезаеми причини: двете дейности, чуждоезиковата артикулация и преводната артикулация много си приличат. Изградени са от 2 частични процеса – процес на възприемане и (ре)продукционен процес. Потребителят на чуждия език трябва не само да разбира, какво се казва или пише в една чуждоезикова комуникационна ситуация, но и самият той да стане изпращач на изказано или изписано чуждоезиково съобщение. Един преводач трябва не само да умее да анализира даден изходен текст във всички негови езикови, извънезикови и ситуативни измерения, а също (преди всичко) да е в състояние да го предаде адекватно според функцията му в езика цел. В двата случая комуникативните умения почиват върху езиковите познания. Само че комуникативният нормативен апарат на езиковите умения е много по-обширен от нормативния апарат на езиковите познания, иначе не би имало причина за отграничаване на езикова и комуникативна компетентност. При езиковата употреба съществуват не само лексикални, морфологични, идиоматични и синтактични, а и ситуативни правила. Потребителят на чуждия език трябва да знае, независимо от това дали артикулира в чуждия език или се занимава с преводаческа дейност, какви езикови репертоари да активира в дадена комуникационна ситуация, ако не иска да наруши принципите приемливост и еквивалентност.

Насочеността на контрастивната лингвистика и транслатологията е ясен критерий за разграничаване от езиковото съпоставяне (конфронтативната лингвистика) и многоезиковото преводно съпоставяне. Вместо да оперира с понятия като L1 и L2, езиковото съпоставяне има неутрална посока. Съпоставка може да се извърши на всеки от сравнените езици и води действително до противоположни идентични резултати: ако x е в определен език, то y е във втория и z е в третия език; ако z е в третия език, то y е във втория и x в първия език. Тези резултати имат главно езиково-типологична, а не комуникационна стойност за разясняване.

Един пример: контрастивната лингвистика се интересува от езиковото представяне на дадена структура в немския и френския език, кои разлики се появяват при подреждането на думите и какви дидактически последствия ще се получат в резултат. Така за немското изречение *Er hat das Buch gelesen* съответствието във френския език гласи: *il a lu le livre*. Присъщите системни разлики са контрастивно-лингвистично релевантни при подреждането на думите. На френското *il a lu le livre* (“er hat das Buch gelesen”) отговаря в английския език *he has read the book*. Двете изречения са структурно

идентични, т.е. те са контрастивно-лингвистично нерелевантни, но в сравнително езиково отношение са релевантни.

Този пример показва, че контрастивната лингвистика и преводната дидактика се движат по една и съща траектория. Въпреки очевидните сходства последната изглежда има по-сложна задача. Очевидно е по-лесно да предадем на изучаващите английски език правилата за употреба на *who* и *which* като относителни местоимения, на *some* и *any* или да им представим условията на използване на думи като *to find* и *finden*, респ. *suchen* и те да си служат по-нататък с тези правила, отколкото да обясним на студент, който учи, за да стане преводач, честата и сложна плетеница от езиково-реторични средства и ситуативни отношения в текстове и от тях да изведем поне специфични текстови техники на превода.

### **Различия между контрастивната лингвистика и транслатологията**

Разликите между контрастивната лингвистика и транслатологията не могат да се обосноват, както досега, от аргумента, че контрастивната лингвистика принадлежи към системната лингвистика, а транслатологията – към приложната лингвистика. Нещата не са толкова прости. Контрастивната лингвистика е била разбрана като категориално описваща наука, която сегментира, класифицира и инвентаризира езиковите данни и оттам извежда заключителни правила: ако *x* в *L1*, то *y* е в *L2*. Контрастивната лингвистика разшири традиционните си области на изследване (контрастивна фонетика/фонология, морфология и синтаксис) и включи в своята изследователска програма лексикологични, текстови, дискурсивно-аналитични и прагматични аспекти, като по този начин тази методология стана по-обширна, по-диференцирана и по-динамична. При това нейните представители са осъзнали факта, че никоя езикова общност няма безпричинно да промени структурите си, защото структурираността (конфигурацията) е гаранция за сигурност, от която в еднаква степен печелят и потребителите, и изследователите на езика: потребителят на езика – защото може да автоматизира своето поведение, а изследователят на езика – защото има възможност да се абстрахира от случайностите на езиковите идиосинক্রазии и да се концентрира върху описанието на типични езикови свойства. Резултатът представлява генерални правила, които са съществена предпоставка за събитието, което в социологията Вебер назовава *Durchschnittshandeln* („средностатистическо действие“). То почива на типичността, която според него ни поставя в положение да се разбираме относително добре без усилия и да анализираме отношенията между езиците парадигматично според обективни аспекти.

Предмет на езикознанието е изследването на поведението на потребителите на езика и техните отношения към света. Той решава в еднаква степен номотетични (изведени като правила) въпроси, които се занимават с универсални закони и повторяеми процеси и идеографични (концентрирани

върху субекта) въпроси, които се отнасят за единични и неповторяеми събития и факти. Категориалната подредба на езикознанието към номотетичната или към идеографичната наука се свежда до поляризация, която не може да се справи с разнообразните условия на всекидневната езикова употреба. Факт е, че основно има два начина на поведение: първият е свързан с действия, при които функциите на части или цели единици еднозначно са свързани помежду си, въз основа на създаден постоянен репертоар, който може да се програмира (като алгоритъм), а вторият е обоснован от житейски ситуации, т.е. не може да бъде програмиран, и от поведенчески максими.

Представата за човека като *homme machine*, предложена от Офрой де Ламетрие още през XVIII век (свързана с възгледите на Ноам Чомски) би била оправдана само ако човек би бил способен главно на такива начини на поведение, които протичат въз основа на съхранени и систематично подредени, конвенционализирани и стандартизирани данни в една програма. Несъмнено е, че съществуват такива начини на поведение – стандартните конфигурации изпълняват голяма роля в живия свят. Хората реагират със свои собствени, езикови и стандартни конфигурации върху ежедневни ситуативни стандартни конфигурации (например: договор за наем, правила за уличното движение, комуникация в офиса, пазаруване в супермаркета, масов туризъм и др.).

Контрастивната лингвистика изхожда от това, че всеки език проявява своите специфични стандартни конфигурации. За тяхното описание тя се опира на обичайната в езикознанието от времето на Халидей таксономия на анализирани езикови равнища. Доминацията на фонетичното/фонологичното, морфологичното и синтактичното равнища произлиза от това, че те се намират в областта на относително по-прегледни, затворени в себе си системни категории, които са методически разбираеми и могат да бъдат изчерпателно представени.

Неясен е статутът на контрастивната лексикология: постоянно повишаващото се изискване за подобряване на двуезичните речници предполага, че въпреки големите заслуги на изследването им трябва още да се работи над това.

Концепционално труден терен е контрастивната фразеология (идиоматиката). Вилмс поставя въпроса, дали изобщо съществува контрастивна фразеология, или по-скоро би трябвало да говорим за съпоставителна фразеология. Според него в контрастивната фразеология може би се свързват двата аспекта: на контрастивната и съпоставителната (но тогава се поставя естествено и въпросът, дали има смисъл принципно да се прави разлика между “контрастивна” и “съпоставителна”). Сравнителният аспект на контрастивната фразеология се състои в неутралността на направлението. На немския идиом *zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen* (бълг. досл. „убивам две

мухи с една мухобийка”, съответстващ български фразеологизъм е с един куршум убивам два заека) съответства английският идиом to kill two birds with one stone (бълг. досл. „убивам две птици с един камък”), независимо от контекста, което важи и в обратния случай. Контрастивният аспект показва това, че действително много фразеологични единици интерлингвистично са функционално еквивалентни, но проявяват различна езикова форма и различна (културно-специфична) метафоричност.

Подобни съвпадения съществуват в контрастивната текстолингвистика. Връзката на контрастивността и съпоставката тук също е неясна. Доказателство за това е т.нар. „паралелен текстов анализ” или „паралелно текстово описание”, чийто методически принцип почива върху съпоставимостта на текстове от определени текстови жанрове по текстово-тематични и текстово-прагматични причини, въпреки че тези текстове могат да се разглеждат конфронтативно (например: рецензии, некролози, указания за експлоатация, готварски рецепти, коментари, рекламни текстове, енциклопедични статии и др.). Паралелното текстово изследване има за цел изготвянето на “културно обусловени конвенции за текстово оформяне на определени текстови жанрове” и проучването на предварително формулирани текстове като езикови илюстрации на конвенциите за определени текстови жанрове.

По всичко личи, че контрастивната текстолингвистика може да е важна пресечна точка между контрастивната лингвистика и науката за превода. Вилмс е привърженик на схващането, че текстолингвистиката представлява за транслатологията един вид предварителен стадий. Тя може да помогне на преводача, да установи условията за адекватен текстов трансфер, от които да извлече заключения за преводната процедура и да ги обоснове оценъчно.

Методическите проблеми са резултат от обстоятелството, че текстовете са „контингентни” явления със силен епизодичен характер. Изключение правят широкоформатните текстове, които днес в определена степен също са машинно преводими (напр. прогнози за времето). Докато текстовете подлежат на принципа на кохерентността поради причини, свързани със сигурността за разбирането (достоверност, вероятност), продуцентите на текстове и преводачите имат огромна свобода за тяхната формулировка. По принцип текстовете са резултат до известна степен на сложни стратегии за изготвяне на текстове в специфичен ситуативен контекст. Колкото повече фактори трябва да се включат за описанието на един текст или двойка текстове, толкова по-сложна е научната задача. Това навярно е обяснението за това, че досега контрастивната лингвистика, независимо от малкото изключения, е работела само с относително кратки и просто структурирани, силно схематично оформени текстове. Подобно нещо важи при всички случаи за транслатологията в дидактическата ѝ област.

Функцията на един текст може да се разбере само ако се познават неговите социокултурни рамкови условия, т.е. ако се знае, в какъв контекст е поместен. Понятието за контекста, както е известно, е смътно, подразделено и отворено за много дискусии. Контекстът е несъмнено нещо, разбиращо се от само себе си; поради своето перманентно присъствие той не се нуждае от обосноваване и прецизиране. Той е основна предпоставка на реалния опит на човека. Според авторът на статията това е пресечната точка между комуникация, интеракция и на привеждане в действие на процеси и на тяхното осмисляне.

Всичко това е замислено, когато става дума за “прагматична промяна”. Тя изисква ново определяне на отношението на научните теории и ненаучната, ежедневната действителност. Към това изискване, важащо в същата степен за контрастивната лингвистика и транслатологията, принадлежи и изясняването на отношението на единственост и множественост. Единствеността на теоретичното моделно образуване застава срещу множествеността на начините на поведение, която се дискутира в психологията под ключовото понятие *individual differences*. Невероятно е, че тези *individual differences* имат същата стойност в контрастивната лингвистика и транслатологията. Докато контрастивно-лингвистичните познания до голяма степен са независими от субекта, транслатологията трябва да е наясно, че не съществува единна природа на процеса на превод, и че не може да се игнорира субективността на преводните начини на поведение.

Ето защо транслатологията не може да превърне превеждането в точна наука и да се упражнява методическо перфекциониране и/или абсолютизиране. Методите са винаги само познавателни средства, но никога познавателна цел. Транслатологията трябва при завръщането си към контрастно-лингвистичните познания да обхване действителността, в която е поставен преводачът, и неговата роля, в която той се намира като текстов продуцент, в онези особени направления, които имат значение в съответния преводен контекст.

В заключение Вилс отбелязва обобщаващо, че отношенията между контрастивната лингвистика и транслатологията могат да се определят по следните начини:

- Контрастивната лингвистика и транслатологията имат по-скоро практически, отколкото теоретически задачи.
- Контрастивната лингвистика и транслатологията подлежат по-скоро на принципите на емпирична, отколкото на спекулативна теория.
- Двете дисциплини, всяка по свой начин, са свързани с двойки езици, но не по смисъла на неутрално насочена езикова сравнимост, а като определяща трансфера наука.

- Преди всичко изглежда, че пресечната точка на двете дисциплини е контрастивната текстолингвистика, защото тя дава възможност за ново определяне на отношението между преводознанието и преводаческата практика.

## **II. Основни моменти в статията на Регина Хески „Езиковото съпоставяне като помощ при изучаването на граматика”**

Регина Хески акцентира в своята статия върху съпоставянето на езика в помощ при изучаването на граматика, привеждайки примери от немския и унгарския език. Познаването на конкретни еквивалентни отношения между майчиния език на учащите и чуждия език, който те изучават, разпределението на еднакви свойства, прилики и разлики, не трябва да се оценява изцяло. Хески посочва, че еднаквостите улесняват, а определени прилики и разлики създават затруднения при усвояването на чуждия език и по този начин се превръщат в източници на грешки. Точно това тя се опитва да покаже и обоснове с изложените аргументи. Междуетиковото еквивалентно отношение спомага за ориентирането и вземането на решения при дидактическата подготовка и в методическото оформяне на предаване на граматиката.

### **Ролята на граматиката**

Въпросът за ролята на граматиката принадлежи към вечните теми на чуждоезиковата дидактика. Актуалната тенденция на чуждоезиковото обучение (ЧЕО) настоява за граматиката и затова се изисква нейното по-експлицитно или по-имплицитно преподаване. В този смисъл разсъжденията на Хески са свързани със следния аспект, който, от една страна, е отдавна известен, но, от друга страна, неговото налагане се осъществява с навлизането на основното течение на по-новото развитие на чуждоезиковата дидактика: преподаване на граматиката съобразно отношението между майчиния език (МЕ) и чуждия език (ЧЕ).

Авторката на статията използва понятието “граматика” в рамките на концепта за граматика на Хелбиг в по-тесния смисъл, ограничен в морфосинтактичната област на езика и по смисъла за чуждоезикова граматика като резултативна граматика. В това схващане за граматиката чуждоезиковата граматика се различава от граматиката на майчиния език по гледната точка: гледна точка „отвътре” при граматиката на майчиния език и гледна точка „отвън” при чуждоезиковата граматика.

Това разбиране не е ново – то е било обозначено още от Харалд Вайнрих като конститутивно за учебната дисциплина по немски като ЧЕ. Въпреки това обаче въз основа на наблюдения върху многобройните граматика за ЧЕО по немски език, издадени през последното десетилетие,

можем да установим, че този аспект в повечето случаи не е бил взет под внимание.

### **Влияние и роля на външната перспектива върху оформяне на чуждоезиковата граматика**

Външната гледна точка, която отличава чуждоезиковата от граматиката на МЕ, трябва да се схваща, според Хески, като относителна специфична величина, определяна чрез МЕ на учащите. Спецификата на чуждата гледна точка оказва по този начин влиянието си върху степента на експлицитност, завършеност, пропорциите и принципите за оформяне на чуждоезиковата граматика. Те са конкретизирани само относително към МЕ, или по-точно към отношението между МЕ и ЧЕ, и естествено към другите съществени аспекти на ЧЕО (цел, потребител, ситуация на езикова употреба). Под “отношение” трябва да се разбира генерално отношението на сходство между МЕ на учащите и ЧЕ.

Във връзка с чуждоезиковата граматика Хески се позовава на Герхард Хелбиг, според когото граматиката на МЕ изхожда от езиковата компетентност и се опира на нея, докато граматиката на ЧЕ трябва да допринесе за това, първо да се изгради езикова компетентност в ЧЕ. В резултат на това наистина се появява необходимост от съобразяване на учащите с МЕ.

Всеки учител по чужд език знае от опит, че знанието на собствения език не може да се изключи. Огромна част от допусканите грешки в чуждия език са обусловени от МЕ. Дидактично-методическата задача се състои не в неутрализация на езиковата компетентност в МЕ, а тъкмо в нейното използване като средство за подпомагане (улесняване, ускоряване и увеличаване на ефективността) при усвояването на ЧЕ. Ако писането на граматиката не спомага за получаването на желанния ефект, на учителя не му остава никаква друга възможност, освен да насочи учащите към определени отношения на МЕ и ЧЕ. Този подход на учителя се обозначава като техника, като основна част на неговия методически инструментариум, който почива повече върху практическия опит и анализите на грешки, отколкото на научни прозрения. Това, разбира се може изобщо да функционира, ако учителят е отлично запознат с МЕ на учащите.

В случай, че учителят прибегне до описаната методика, той ще опита да предприеме много сложна операция за даден сегмент от граматиката, а именно: ще извърши съпоставяне на определен сегмент в двата езика (МЕ на учащите и ЧЕ), ще интерпретира резултата от дидактически аспект и ще извлече определени методически и дидактически подходи. Чрез прилагането на тези подходи трябва да се покажат най-важните проблеми, с които биха се конфронтирали граматични и дидактични по ЧЕО, ако биха желали да изготвят

контрастивна граматика или биха предприели нейното дидактическо прилагане.

### **Еднаквости, прилики и разлики между граматическите системи на два произволни езика. Контрастивно езиково съпоставяне на сегменти от граматиката**

Основно може да се изходи от това, че между граматическите системи на два произволни езика съществуват еднаквости, прилики и разлики, но в различно разпределение и най-често не като “чисти” категории. Разпределянето на възможните еквивалентни взаимоотношения зависи както от обективни фактори (като например генетичната и/или типологичната степен на родственост на двата езика), така и от това, на каква база, в коя концептуална рамка и с каква цел ще се извърши интерлингвистичното съпоставяне.

Отношението на приликите на две граматически системи може да се установи чрез съпоставяне. Дали ще се нарече конфронтиране или контрастиране – това е задача за разрешаване в крайна сметка на граматичните, които в различни случаи могат да се възползват успешно и от опита в ЧЕО.

Изхожда ли се например от морфосинтактичните категории на единия език (по възможност на МЕ), общата картина може да изглежда по друг начин, в сравнение с това, ако се изхожда от функционалните категории. Хески дава пример в първия случай с частици в постпозиция в унгарския език (*névtó*). В немския няма такъв вид частици, които да съответстват на унгарските. В другия случай се разглежда като основа за съпоставянето функционална категория “свързващи думи”. Така съществува прилика – функционално равенство при формално-категориално различие. В този случай биха могли да се третират унгарските суфикси и частици в постпозиция като функционални еквиваленти на немските предлози. Например: унг. *az autoval* = *az auto (das Auto) + -val (mit)* съответства на нем. *mit dem Auto*; унг. *a fa alatt* = *a fa (der Baum) + alatt (unter)* съответства на нем. *unter dem Baum*.

Друг пример е с глаголните наставки *-at/-et*, *-tat/-tet* в унгарския език, които биха съответствали в немския език на конструкцията *lassen* + Infinitiv + Akkusativ.

Хески засяга също въпроса за степента на зависимост от базата за съпоставяне и за големината на категориите, които подлежат на интерлингвистично съпоставяне.

Трябва да се приеме, че колкото по-точно се описват междуезиковите еквивалентни отношения, толкова по-малки са сегментите и толкова по-хомогенни са обектите за съпоставка. С това е свързана обаче опасността за атомизиране на езика, което не е в съзвучие нито с целите на едно контрастивно съпоставяне, нито с целите на ЧЕО.

При едно съпоставително представяне на глаголното спрежение трябва първо да се регистрира, че на двете унгарски парадигми (склонение на подлога и допълнението) “отговаря” една на немски. При по-нататъшно наблюдение на отделните наклонения (Indikativ, Imperativ, Konditional) отново води при повелителното наклонение до следния проблем: в унгарския има две пълни парадигми на спрежение на подлога и допълнението, докато немската императивна парадигма проявява пропуски, които се запълват чрез употреба на модални глаголи (*sollen, lassen*): *Er soll kommen. Lasst uns gehen!* Ако съпоставянето ще се извършва според категорията на унгарския императив, трябва да бъдат включени на съответните места и модалните глаголи *sollen* и *lassen*.

Тези и други въпроси трябва да бъдат разрешени по адекватен начин от граматиките при един контрастивен анализ. Изхождайки от външната перспектива като от специфична чужда перспектива, не може да съществува независим от езика и приложим за всяка двойка езици оптимален подход, както и на отношението за прилика на два езика не може да се гледа като на обективна величина – тя зависи до известна степен от описателната перспектива.

Ако контрастивното съпоставяне иска по начало да се съобрази с ЧЕО като потенциална област на приложение, трябва да бъдат налице възможно най-диференцирани познания за ролята на (граматическите) знания на МЕ при усвояването на граматиката на ЧЕ.

При сегашното положение на нашите познания този баланс получава по-скоро негативен резултат. Между различията на МЕ и ЧЕ, от една страна, и трудностите при изучаването на ЧЕ, от друга страна, не съществува директна взаимозависимост. Най-големите трудности при изучаването и най-честите интерферентни грешки не настъпват там, където са най-големите разлики, а в областта на приликите – като следствие на т.нар. липса на контраст. Интересно е, че това е било признато от унгарски психолози в началото на ХХ век, обаче после е изпаднало в забравата. Оттук следват въпросите: Какво за учащия се явява решаващото, т.е. основата на положителното влияние на МЕ: формалното или функционалното съответствие, формалният или функционалният аспект? Какво при него е изобщо, респ. по-силно ментално (когнитивно) изявено? Тези въпроси ни карат да преосмислим понятието за междуезиковата разлика, респ. прилика и да диференцираме според формален и функционален аспект.

Под *междуезикова разлика* се има предвид по принцип липсата на изоморфизъм по смисъла на структурния паралелизъм. Под това се крие, макар и неизречено, познанието, че различните отделни езици изразяват принципно едни и същи функции с различни езикови средства. При това се губи от ползрението фактът, че също интерлингвистично между функциите не съществува “изоморфизъм” и съгласуването по форма и функция се

извършва специфично за отделния език. Така например в унгарския както и в немския език, има определителен и неопределителен член, обаче унгарският вариант не притежава функцията да “изразява” рода и падежа на съществителното име.

За лингвистичното описание липсата на структурен паралелизъм е със сигурност в много отношение относителна разлика. За значението му при изучаването на ЧЕ по-скоро има незначителни разбирания. Според Хески не е известно, дали това е решаващата разлика и по смисъла на “пречешият фактор на МЕ” при изучаването на ЧЕ. Тези съмнения възникват и се засилват чрез практическите опити и анализи на грешките.

Прекалената генерализация в ЧЕ, т.е. липсата на морфоструктурна категория в сравнение с МЕ, не създава особени проблеми, за разлика от обратното. Така например това, че в унгарския език има две спрежения на глаголите – субективно и обективно, а в немския език има съответно само едно спрежение, не причинява трудности при изучаването на ЧЕ и не води до родноезикова интерференция. Друг е въпросът, че определени синтактични последици от това различие имат интерфериращо влияние, именно върху валентната структура като предпоставка за граматически правилното изречение в немския език.

Тази еднозначна междуезикова разлика в областта на морфосинтаксиса изглежда за ЧЕО почти напълно несъществува. Това, че унгарският език притежава само 3 глаголни времена, а немският от своя страна – 6, води обаче до сериозни затруднения при изучаването и до интерферентни грешки, както във формалната област (при образуването на коректните форми), така и в адекватното функционално използване на немските глаголни времена.

При наблюдение на тези опити в тяхното отношение трябва да се приеме, че междуезиковите различия, които съществуват само във формалната област по отношение на структурата, причиняват по-незначителни затруднения при изучаването на ЧЕ, при положение, че са свързани еднозначно с една функция, която е позната на учащия от МЕ и с определена нейна структура, дори когато тя се различава от чуждоезиковата. Така може да се обясни, защо например учащите с унгарски МЕ не изпитват особени проблеми при обичайното конструиране на родителен падеж в немския, въпреки че е различна структурната схема, например: унг. *a kislány macskája* = *a kislány (das Mädchen) + macska (Katze) + -ja* (притежателен суфикс) – нем. *die Katze des Mädchens*.

Възможните по-големи затруднения и най-честите източници на грешки в ЧЕО са свързани с изразни средства на ЧЕ преди всичко в следните две области:

а) там, където ЧЕ се различава по функционални (понятийно-семантични) категории, неизвестни на учащия от неговия МЕ (например

опозицията завършеност – незавършеност при употребата на глаголно време, тъй като в унгарския език такава опозиция не съществува);

б) там, където изразните средства на ЧЕ не могат да бъдат систематизирани по ясен начин, защото в МЕ липсва възможност за подредба по форми и функции (например склонението на атрибутивните прилагателни имена в немския език, възприемано от гледна точка на унгарците, учещи немски език).

Местата, предизвикващи интерференция, са тези, където при разпределението на функциите върху формите се появява интерлингвистична асиметрия, независимо от това, дали съставът на формите може да се разгледа като еднакъв/аналогичен или съществуват различия. Тук става въпрос за междуезикова прилика в различни проявления, която би могла да доведе до различни последици за учебния процес. При наличието на формално-граматически категории в родния език се приема еднаквостта на функцията (функциите), докато при липсата им отсъства и родноезиковият “пречещ фактор”. Ако формалните категории не се припокриват еднакво, родноезиковото отношение форма-функция съвпада частично с чуждоезиковото и това може да причини затруднения при изучаването. Най-големите проблеми в ЧЕО трябва да се очакват, когато дадена функция в ЧЕ изобщо не е налице в МЕ.

### **Характеристика и предпоставки за изготвяне на контрастивна граматика**

Контрастивната граматика не е все още чуждоезикова граматика – независимо от това, как се извършва контрастивното съпоставяне на майчиния и чуждия език. Учителската или ученическата гледна точка не е идентична с лингвистичните аспекти. От контрастивната граматика също не се очаква да намери решение или отговор на въпросите, свързани с нейното използване или прилагане в практиката. Очакваните затруднения и тяхното елиминиране в ЧЕО не е възможно въз основа на описаните и установените взаимоотношения на приликите на двата езика.

Междуезиковото еквивалентно отношение допринася за ориентирането и вземането на решения при методическо-дидактическата подготовка при преподаване на граматиката. То повлиява на граматическата прогресия до толкова, че да могат по-рано и по-бързо да се предадат и изучат еднаквостите с минимални затруднения и трябва да бъде взето под внимание при диференцирането на учебния материал под аспекта на езиковата рецепция и езиковата продукция. При изоморфни структури със същата функция в МЕ и ЧЕ под аспекта на рецепцията можем да изхождаме от трансфериращата роля на МЕ и съответно да се откажем напълно от експлицитно третиране. При изоморфни структури и различие на функцията в МЕ и ЧЕ, напротив, трябва

да наблегнем на тази функционална разлика и да отделим най-голямо внимание на структурите и функциите в ЧЕ, които отчасти или напълно липсват в МЕ.

Всяко конкретно интерлингвистично отношение при еквивалентността се влияе също от степента на директност на предаването. Най-голяма експлицитност се изисква в случаите, когато ЧЕ разграничава функции, които не са познати в МЕ. Това може би е една от най-трудните задачи за учителя: да развие “езиковите представи” на учащите за нещо, което им е непознато от МЕ. Във връзка с това Хески посочва като блестящ пример усвояването от унгарските ученици на условното наклонение при непряката реч в немския език.

Разбира се, всичко това не може да остане без последствия за фазата на упражнения. Запитване сред учителите с различни МЕ относно опита им установява, че за авторите на учебници, чиито произведения са замислени за учащи с различни МЕ, това би било изключително интересно.

За изготвянето на контрастивно задълбочена чуждоезикова граматика би било важно с оглед на еднаквостите, разликите и приликите на МЕ и ЧЕ да се направи диференциация от формален и функционален аспект. Учащият установява по-рано съществени междуезикови разлики (по смисъла на потенциални затруднения при изучаването), когато до голяма степен взема под внимание съгласуваността на форми и функции.

За да можем да поставим спечелените познания в служба на ефективизирането на ЧЕО, е необходим приносът на чуждоезиковата дидактика, а също и натрупаният опит в практическите занятия по чуждия език, защото за дидактично-методическата употреба на междуезикови еднаквости, разлики и прилики не съществува обща рецепта. Наличните резултати от изследванията за съобразяването на цел, потребител и ситуация на езиковата употреба правят възможна оптимизацията на ЧЕО едва когато са свързани с познанията, които се придобиват след аналитични проучвания на грешките.

#### ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА:

- Hessky 1994:** Hessky, R. Der Sprachvergleich als Hilfe beim Grammatiklernen. – Deutsch als Fremdsprache, 1. Quartal 1994/ Heft 1 – 31. Jahrgang. München/Berlin: Langenscheidt, S. 20–25.
- Wilss 1994:** Wilss, W. Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft. Versuch einer Abgrenzung. – Deutsch als Fremdsprache, 1. Quartal 1994/ Heft 1, 31. Jahrgang. München/Berlin: Langenscheidt, S. 13–19.



**Съставители:**

Гергана Герова, Антоанета Димитрова, Даниела Кирова

**Отговорен редактор:**

Антоанета Димитрова

**Рецензенти:** Стефка Калева, Юрий Проданов

ISSN: 2367-8348

ISSN: 2603-4298 (online)

Университетско издателство „Епископ Константин Преславски“ – Шумен