

ОСОБЕНОСТИ НА ПУБЛИЦИСТИЧНИЯ СТИЛ НА ИЗДАНИЯТА НА БЪЛГАРСКИТЕ ЕЗИКОВИ ОБЩНОСТИ В ЧУЖБИНА (В СЪПОСТАВКА С ПРЕСАТА В БЪЛГАРИЯ)¹

Доц. д-р Славка Керемидчиева

Институт за български език „Проф. Любомир Андрейчин“ – БАН

Тази разработка има скромната цел да бъде полезна за изводите и резултатите от проекта в неговата част за определяне на степента на етнолингвистичната жизненост на българската езикова общност в Австрия като част от българските езикови общности в европейската диаспора. Съвременната социоллингвистика в едно от своите направления – социалнопсихологическото, използва като надеждно средство за оценяване „степената на живот“ на езика на определена езикова общност в условията на европеизация и глобализация понятието „етнолингвистична виталност“ (Борис и Сашев 1984: 97-126; Алърд и Ландри, 1986: 1–12; Пачев 2006: 181). Негови основни компоненти са социоллингвистичният статус, демографията и институционалната подкрепа (официален или не юридически статус). Броят на периодичните издания е един от основните статистически индикатори за обективното определяне на етнолингвистичната виталност на дадена общност наред с възрастовите различия на нейните членове, броя на населението по майчин език и неговото увеличаване или намаляване през наблюдаемия период, броя на радио- и телевизионните станции, броя на местните религиозни институции, броя на училищата с преподаване на роден език и др. (Пачев 2006: 182).

Докато броят на излизашите вестници в България е известен – по данни на Националния статистически институт, публикувани в пресата в средата на м. юли 2009 г., у нас излизат 70 ежедневника, а издадените седмични вестници през 2008 г. са 188; то броят на списваните зад граница вестници на български език се оказва трудно установима величина. Тъй като навсякъде по света непрекъснато се появяват или изчезват български медии, противоречиви са и данните за тяхната численост. Напр. в свое интервю от 18.08.09 г. пред Delta News проф. Божидар Димитров, тогава министър без портфейл, който отговаря за българите в чужбина, заявява, че: „Все пак извън границите на страната ни се издават над 140 български вестника.“ В други публикации този брой е сведен до 38. В изявление на г-н Максим Минчев – генерален директор на БТА, според когото оцеляването на българските медии зад граница е национален въпрос, се казва, че за период от около година (2008–2009) в чужбина са се появили 5 нови български медии – електронен сайт в Швеция, списания в Хърватия и Словакия, български медии в Катар и Португалия. На Петата световна среща на българските медии, състояла са от 17 до 22 май 2009 г. в София, Поморие и Варна, бе съобщено, че „задгранични български медии има в 42 държави по света, като 70 са печатните издания, около 40 са сайтовете, 30 са радиопредаванията, 10 – телевизионните предавания.“

¹ Статията е публикувана в сб. Българската общност в Австрия – историческо, лингвистично и етноложко проучване. Т. 1, София, 2011, 61–69. ISBN 978-954-90130-9-2.

На фона на тези данни трябва да признаем обективния факт, че картината на периодичния печат зад пределите на Родината е изключително динамична и непрестанно променяща се. Напр. първият български вестник в САЩ „Борба”, който излиза в Чикаго преди 108 години (януари 1902 г.), замислен „да бъде съвременен, паралелен със стъпките на прогреса и разума вестник”, успява да оцелее до средата на 1903 г. Но след 2001 г. в Чикаго започват да излизат по 5–6 и дори 8 вестника на български език. Макар и не така пъстра, подобна е картината и в Австрия. Тук българите са имали и имат възможност да държат в ръцете си няколко печатни издания, излизащи на майчиния им език. Това са Енорийски лист на Българската църковна община „Св. Иван Рилски”, Виена, който излиза от 1991 г. на немски и български език в тираж 2 400 бр. и се разпространява в 14 страни. Вестникът публикува материали за православната религия и за по-важните прояви от живота на църковната община. Като продължение на издаваното от 1957 г. сп. „Новини” от 1996 г. до смъртта на главния му редактор инж. Кирил Филипков през 2007 г. във Виена излиза в. „Наша трибуна”. Вестникът е издание на Българската културно-просветна организация „Св. Кирил и Методий”. Единственият регистриран български професионален вестник в Австрия „ВИЕНА ДНЕС” с издател и главен редактор Сашка Журков излиза на български и немски език в електронен вид, но има и печатно издание – 1500 екземпляра, които се разпространяват в Австрия, Унгария, Майорка, Лондон, Париж, Словакия, Москва, България, Люксембург, Лихтенщайн, Холандия, Швейцария и Германия. Политиката на вестника, който излиза ежемесечно, е да предоставя на своите читатели актуални новини от всички аспекти на живота в Австрия, както и да подпомага нашите сънародници с навременното им запознаване с различни закони, наредби и пр. За разлика от него сайтът на „Виена днес” се обновява ежедневно, което естествено допълва медийното пространство за месеца и така дава възможност на читателите непрекъснато да следят случващото се в Австрия, България и по света.

Печатните издания на българската езикова общност тук се обогатяват със започналото да излиза от ноември 2006 г. двуезично списание „Българите в Австрия“, което се отпечатва 6 пъти годишно и е с тираж 5000 броя. То носи името на своя издател – Културно сдружение „Българите в Австрия“ и си е поставило амбициозната и нелека задача да „осведомява българската общност, а също така и немскоговорящата публика, проявяваща интерес към България и българите, за предстоящи и отминали събития, интересни личности, законови положения в Австрия и др.” В него се публикуват авторски материали, мнения и дискусии по актуални теми, интересувачи по-широка обществена аудитория. Особено радостна е появата в най-ново време на училищния вестник „Маймунче”, списван от учениците на българското училище във Виена „Св. Кирил и Методий”. Излезлите до момента 2 броя от вестника имат атрактивен вид, много рисунки, интересни материали, увлекателни истории, загадки, актуални новини за децата и най-важното – написани са на чист, книжовен български език. В публикуваните занимателни игри може напр. да бъде проследено удивителното детско словотворчество при образуване на думи с различни наставки.

Да се надяваме, че тези списвани с професионална вещина периодични издания, така нужни за повишаване степента на реалната социолингвистична виталност на българската диаспорна общност в Австрия, ще имат дълъг живот, нарастващ тираж, и ще бъдат последвани от подобни вестници и списания и в други австрийски градове.

Целта на нашето изследване е не само регистрирането на броя на редовно излизащите по света (и по-конкретно за нуждите на проекта – в Австрия) периодични издания, а да се опитаме да анализираме най-важните особености на техния публицистичен стил, като ги съпоставим с езика и стила на излизащата в България периодика. Докато за езика на българските вестници от годините на прехода до днес има посветени десетки изследвания от наши и чужди учени и журналисти, то за езика на печатните медии в чужбина конкретните наблюдения са единични. Веднага трябва да отбележим, че за разлика от излизащите напр. през миналия век в САЩ, в Чикаго вестници, списвани от представители на старата българска имиграция и затова естествено съдържащи много диалектни (преимуществено с източнобългарска основа) и архаични особености, издаваните днес по света български периодични вестници и списания излизат на съвременен български книжовен език. Отклоненията от книжовната норма са редки и минимални. Напр.: употреба на лично местоимение за 3 л. ед.ч., м.р. вместо на показателно местоимение „Веднъж ме попитаха: *“На какво си готов, за да успееш?”*. *В него момент, без дори за миг да се замислям, инстинктивно отговорих: “На всичко!”* (в. България, Чикаго), или неправилно използване на непреходен глагол като преходен: *Ощетяват ли Ви? Репортувайте ги смело на 0800 917 2368* (Журнал Лондон BG), или пък отклонение от най-новите правописни правила, въведени с издаването на „Нов правописен речник на българския език”, издание на БАН и издателство „Хейзъл” от 2002 г., „...*та като се върнем в отечеството на деди и прадеди - да не се чувствуваме там чужди хора.* (в. България 21-ви век, Чикаго) и др.

Не по-маловажен въпрос според нас е въпросът за стилистиката на подобни издания. Настъпилото веднага след ноември 1989 г. бурно разширяване на медийното пространство в България се отрази и в задграничния печат. Както в България, така и зад граница, макар и в много по-малка степен нарасна броят на изданията, оформящи т.нар. „нова” преса. На българския пазар се появиха непознати да този момент различни по насоченост и съдържание вестници и списания, таблоиди, жълта и еротична преса, лайфстайл списания и др. Демократизирането на печата и отсъствието на цензура раздвижиха не само външния вид и съдържанието, но и езика на новата преса. Качествено се промени нейният език – „отвлеченият, десемантизиран и клиширан официален език на тоталитарния печат бързо бе осъзнат като изкуствен и неефективен, затова първото нещо, което новата публицистика направи, бе да се оттласне максимално от него по принципа на махалото в търсене на по-голяма близост с разговорните комуникативни стандарти.” (Зидарова 2009). Езикът на всекидневното общуване, езикът на улицата и площадите устремно и дори безпардонно навлезе в езика на пресата. Какви са последиците от това нашествие?

Нека започнем с най-важния компонент от вестникарския корпус – заглавието. Тъй като, както е известно, всеки вестник освен информационни, политически, културни и пр. цели преследва и икономически, от особена важност за успешната му продажба е грабващото вниманието на читателя заглавие. Основна грижа на редактора при неговото формулиране е най-добрият синтез на различните функции, с които то е натоварено – номинативна, информативна, манипулативна и експресивна, за бъде съобщена водещата новина едновременно интригуващо и информативно (Зидарова 2009). И при най-бегъл поглед върху вестникарските заглавия в България веднага се установява, че в лексикално отношение новата титрологична практика стои много по-близо до дискурсивните практики при всекидневното общуване (Замбова 1994), отколкото до практиката на

публичната комуникация. Успоредно с обществено-политически, икономически и културни термини стоят разговорни и пейоративни думи, вкл. разговорни словосъчетания и идиоми, жаргонизми, неологизми, турцизми и дори вулгаризми: *МВР удари канал за трафик на бременни* (Стандарт), *Договори за 300 милиона лева втрещиха правосъдния министър* (Сега), *Брюксел плесна банките през ръцете* (Новинар), *Шуробаджанацина в родната Евровизия* (Седмичен труд), *Борисов се отметна от фискалния резерв* (Дума), *Погнаха дървената мафия* (Телеграф). В жълтата преса не липсват дори и императивно агресивни заглавия от рода на: *Убий Маргина!* Срещу това излизащите на български език вестници зад граница от палитрата на полифункционалността на вестникарското заглавие избират главно номинативно-информативната функция: *Панаир на имигрантските медии във Виена* (Виена днес), *Диана Дафова изправи на крака публиката в Лас Вегас* (Вести, Лондон), *Промяна на контрола по европейските митници* (Бълг. Новини, Гърция), *Дипломати от целия свят се събраха в Чикаго* (България, Чикаго). Разбира се, и тук не липсват елементи от разговорната реч като разговорни словосъчетания, каламбури, метафори: *Незнаен воин от остров Св. Иван хвърли в размисъл археолозите* (Виена днес), *Операция „метла“* (Бълг. глас, Атина), *Интерпол издирва български каналджия* (Бълг. новини, Атина) и др. Според специалистите в последно време се наблюдава известно намаляване на крайната провокативност в титрологичната практика у нас, като обаче това не се отнася за „жълтите“ издания, а главно за информационната преса (Зидарова 2009).

Но докато колоквиализацията (имитацията на разговорност), на която се разчита като на основен механизъм за спечелване на доверието и интереса на масовата аудитория, отстъпва полета от заглавните страници, нейното господство в основния текст на вестниците в България все още е голямо. Тук като правило границата между публична и битова комуникация отсъства и много елементи от ниския разговорен стил и уличната реч безконтролно са превзели не само жълтите страници. В търсене на скандала и сензацията журналистите изпъстрят публицистичния стил със силно експресивни думи, груби и стигащи до вулгаризъм, ефектни езикови обрати, чуждици и най-вече турцизми: *„На жълто дупе ембарго. На футболните шефове само кисело мляко им е в главата и то обезмаслено. Не стига, че националният отбор го бият като чувал с брашно, ами сега и медийно ембарго.* (Новините днес). *Данчето Христова се офъка наполовина. Певицата удари гилотината на дългите си коси, скъсявайки ги с около 25 см. Брадясал, ген. Краси Петров набива банички.* (Уикенд). *Драгомир Балджиев, който през уикенда по време на лов беше шамаросан от мечка, лежи в реанимацията на ВМА... Той тръгнал с дружинката си да трепе глигани, но по пътя го срещнали три мечки. Две избягали, но една го фраснала по лицето.* (Труд).

Редица изследвания на наши и чужди учени напр. са посветени на реактуализацията на турски думи, които съществуват в българската разговорна реч или отдавна са отмерели като архаизми (Кръстева 2000, 7). През 2000 г. дори излезе „Речник на турцизмите в съвременния български печат“ с автор В. Кръстева, в който са включени 555 лексикални единици от турски, арабски и персийски произход, появили се през последните години в българския печат. Макар че изследователите заключават, че „употребата на турцизмите в печата определено намалява и ще намалява, тъй като се изчерпва ефектът на оцветеност“ (Викторова 1999, 104; вж. още Платонова 2005), когато трябва да се опишат семейно-битови драми, криминални истории, ужаси и пр., все още се разчита на експресивността и образността, които притежават конотативно маркираните ориентализми, проникнали в езика ни чрез посредничеството на турския език: *ДАГ*

проверява далаверите на горските в Чипровци. Карали почерпени, блъснали бакшишиа (Телеграф), Ловчанлийка мамии с менте документ (Телеграф) и дори рубрика Чалъмите на Павел Попйорданов (Уикенд).

Подобна колоквиализация и съзнателно занижаване на публицистичния стил в търсене на провокативност и ефект, стигащи до самоцел, са неприсъщи на излизания на български език задграничен печат. Списващите го журналисти и редактори не допускат вулгаризми и снижаване на стила и дори когато пишат за шокиращи неща, предпочитат евфемизми. Водени от съзнанието, че техните издания имат не само информационен, но и просветителски и дори образователен характер, те се стараят да предложат на своите читатели креативни, информиращи и обогатяващи в културен аспект материали. Забележителни в това отношение са целите, които си поставят издателите на в. Виена днес: „Наред със създаването на австрийско-български информационен блок, друга основна цел на вестника е да зарежда читателите си с положителни и приятни емоции. Ето защо акцент се поставя върху добрите новини и положително въздействащата информация. Надяваме се, че в ежедневието, където медиите постоянно ни заливат с ужасяващи събития и факти, вестник като нашия би допринесъл за **доброто настроение** на читателите ни.” Уводната статия за м. юли т.г. на излизащото в Холандия българско списание „Диалог” носи напомнящото и позитивно заглавие „Нали важното е да сме добри хора”. За патриотичната, възпитателна и образователна роля, която е призвано да изпълнява всяко излизащо на матерен език издание в условията на чуждоезиково обкръжение, са много красноречиви думите от уводна статия на в. Роден край, Украйна: „...душата ми трепери, усещам духовно богатство и тънката чувствителност към родното, унаследявано по кръвта. То е искрено, прозрачно като водата в изворчета на Ингула, то е космическо и безкрайно. За мене потребността в българския вестник е толкова голяма, че всеки път с нетърпение очаквам следващия брой. Чета го, обогатявам се духовно, защото съм българка. Вестникът е нашата опора в живота, той възглавява българската ни култура, вдига на по-високото ниво името на твореца.”

Добра илюстрация към казаното за правилния, чист и богат език, който характеризира голямата част от излизащите в чужбина издания на български, както и за позитивната им и креативна насоченост, ще бъдат паралелни текстове от вестници, които отразяват едно и също празнично събитие – началото на учебната година в българските училища: (Стандарт): „На пръсти се броят даскалите, на които им личи, че искат да преподават. Всеки гледа да вземе парите и да бяга от час. Във вузовете цената е изпята – „изпит в УНСС - двеста лева и едно прасе“. Оцеляващите родители и оцеляващите учители правят от децата си полуграмотни свои ексекutori.” (Будители, Атина). „Вече шеста година дворът на неделно училище „Св. св. Кирил и Методий“ в гр. Атина се изпълни с детски смях и гласове. На краткото, но вълнуващо тържество присъстваха всички, които обичат родината и милеят за запазване на родния език, култура и идентичността ни зад граница... Жадни за знания и с будни очички, децата изнесоха кратка програма, подготвена с много обич и търпение от ентузиазирания учителски състав. Ключът на знанието бе предаден символично от 2-жа Даниела Тодорова на първолаците, с надеждата, че всяка година „бялата лястовица“ на надеждата ще се предава от поколение на поколение. (България, Чикаго): „Днес не бе 15 септември, но за много от българските деца бе Първият учебен ден в българското училище „Джон Атанасов“ в Чикаго. За всички нас – деца, родители и гости, днешният ден бе истински

празник. Училищният звънец ни напомни, че лятото отминава и отново ни събра заедно. Разбира се най-много се вълнуваха новите ученици – малките първокласници които, по стар български обичай, бяха посреещнати с китка здравец и питка с мед. На този ден звучаха училищни песни и радостни стихове с чудесни пожелания за сполука и успехи!”

Пример за модерен, съвременен текст, но без клишета, просташки каламбури и двусмислени метафори, който цели наистина да запознае читателя с обекта на своето описание, но едновременно с това да го накара да почувства и емоцията на автора, е напр. публикуваният в сп. „Българите в Австрия” пътепис за „Нос Калиакра – ивица сякаш появила се от друга епоха”: „Пътят се простира като дълга, бляскава линия, ландшафтът мъждука от палецата горецина. В далечината се виждат няколко ветрогенератора, които неуморно се въртят. От радиото звучи последният летен хит, който се набива в съзнанието. Нищо не напомня за миналото. И все пак пред мен бавно започват да се издигат очертанията на една средновековна крепост... Отвъд старите зидове, които се изпречват пред погледа, се чува глъчката на оживен пазар, цвиленето на коне и дрънченето на мечове. Изпълваши се с надежда, че зад тези стени пред теб ще се разкрие животът на някогашните обитатели. Но множеството от хора вече го няма, разпръснати се само останките на домове и църкви, единствени свидетели на някогашните славни времена.”

Естествено, и в задграничния печат на български език се публикуват авторски текстове, при чиито анализ могат да се открият много от елементите на ежедневната разговорна реч, примесена с оказионализми и индивидуализми, чуждици и жаргонни думи, устойчиви словосъчетания и др., но те служат по-скоро за създаване на колорит и одомашненост, отколкото за евтин ефект, провокиращ читателския интерес: „След като те видях сред vip-тарапаната на “Икар”2009, след като на “Стамболийски” отново ме задмина с мепесето си отдясно, след като пак наби жена си и гърмя с патлак в тавана, след като по стар навик се изпика в градинката срещу Народния театър, след като ме покани на гости в новата си къща с петметров дувар и три кулички в жълто тенеке, искам да ти съобщя следното...” (България, Чикаго) или пък „В последните години не беше трудно за никого да се сдобие с имот. Моргиджи се раздаваха наляво и надясно, с или без down payment – даун пеймънт. По-късно тези кредити се превърнаха в капан не само за българите, но и за местните. В условията на икономическа криза плащанията по моргиджите станаха непосилни. „Foreclosure” Форклоужър, дума, която до скоро не знаехме, се превърна в реална заплаха за всеки жител на Щатите. Милиони вече загубиха домовете си. (България, Чикаго); „В действителност стоях на едно място, главата ми кълтеше от силни тупаници и само чаках кога ще удари гонгът... В тарапаната явно съм сбъркал съблекалнята.” (Виена днес, Австрия).

От гледна точка на територията, на която се говори, от броя на говорещите го и от функциите, които има в международното общуване, българският език е „малък език” – етнолозите му отреждат 88-о място сред езиците в света. От лингвистична гледна точка обаче понятието „малък език“ не може да се приложи към свойствата и възможностите на този език. „Малките езици очертават в обединена Европа границите на всяка езикова общност, ограничават насилствената им евтаназия, създават респект към различните култури, те подготвят изграждането на бъдещата обединена Европа върху основата на равноправието между отделните култури.” (Бояджиев 2005). Затова е изключително важно опазването и обогатяването на всеки език във всичките му форми и сфери на проявление,

независимо дали се говори в езиковия континуум или в диаспора. Езикът на публицистиката не е и не може да бъде изключение, защото високата култура е невъзможна без изискана реч.

Когато в далечната 1846 г. Иван Богоров издал зад граница – в немския град Лайпциг, първия български вестник „Български орел“, той бил воден от идеята да създаде вестник, в който да се пише на чист и разбираем български език. Струва ми се, че днешните български издания в чужбина стоят по-близо до Богоровия замисъл, отколкото периодичният печат в Родината.

Библиография

Алърд и Ландри 1986 – R. Allard & R. Landry. Subjective ethnolinguistic vitality viewed as a belief system. – Journal of Multilingual and Multicultural Development, 7 (1).

Борис и Сашдев 1984 – R. Bourhis & I. Sachdev. Vitality perceptionis and language attitudes. – Some Canadian data. Journal of Language and Social Psychology, 3 (1).

Бояджиев 2005 – Т. Бояджиев. Националният език в условията на чуждо влияние и глобализация – Бълг. ез. и л-ра, 2005, № 5.

Викторова 1999 – К. Викторова. Закономерностите в медийния език. – Медиите и езикът. София.

Замбова 1994 – А. Замбова. Разговорност и разговорни комуникативни похвати в съвременния печат. – Проблеми на разговорната реч. В. Търново.

Зидарова 2009 – В. Зидарова. Преглед на титрологичните практики в новата българска преса. – Бълг. електронна лингвистична библиотека.

Кръстева 2000 – В. Кръстева. Речник на турските думи в съвременния български печат. София.

Платонова 2005 – И. Платонова. Об употреблениии турцизмов в языке болгарских газет (Начало 90-х годов XX в. и наши дни). – Пуристические тенденции в истории славянских литературных языков. Материалы круглого стола 6-7 декабря 2005 г. Москва, Институт славяноведения РАН.

Пачев 2006 – А. Пачев. Езиковите общности в условията на европеизация и глобализация. София.

Чакърва 2002 – Кр. Чакърва. Отново за съдбата на турцизмите в съвременния български език (изолация и/или реабилитация). Доклад, четен на Юбилейната международна научна конференция "Българският език - история, настояще, бъдеще", София, 3–7. 10. 2002 (в съавторство с Хюсеин Мевсим, Анкарски университет) – Бълг. електронна лингвистична библиотека.

Abstract

*Features of style publicist release language of Bulgarian communities abroad
(In comparison with the press in Bulgaria)*

*Assoc. Prof. Slavka Keremidchieva Ph.D
Institute for Bulgarian language, BAS*

The development is useful with its conclusions for defining the degree of the ethno-linguistic vitality of the Bulgarian linguistic community in Austria as a part of Bulgarian linguistic communities in the European diaspora. The purpose of this research is not only the registration of the numbers of regularly published editions around the world, mainly in Austria, but it is also a trial to analyze the most important specifications of their publicistic style in comparison with the language and style of the periodicals published in Bulgaria.