
ПРОГЛАД

Издание на Филологическия факултет
при Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“

кн. 1, 2018 (год. XXVII), ISSN 2367-8585

*Таня Матанова*¹

ТЕКСТЪТ ВЪВ ВСЕКИДНЕВИЕТО НА БЪЛГАРСКИТЕ ГЕРМАНЦИ

Tanya Matanova

THE TEXT IN THE EVERYDAY LIFE OF BULGARIAN GERMANS

This paper is focused on the presence of German and Bulgarian texts in the everyday life of German expats in Bulgaria, more exactly in their activities and communication with other people in the real world – relatives, friends, neighbours and other fellow-citizens, and on the Internet – as members of virtual communities and groups or as owners of websites.

Keywords: *Germans in Bulgaria, online and offline texts, real and internet communication, virtual collectives.*

В настоящия текст се разглежда присъствието на немски и български текстове в ежедневието на български германци и по-точно в техните дейности и комуникацията с други хора в реалния свят – роднини, приятели, съседни и други съграждани, както и в Интернет – като членове на виртуални общности и групи или като собственици на уебстраници.

Ключови думи: *Германци в България, онлайн и офлайн текстове, естествена и виртуална комуникация, виртуални колективи.*

Миграцията на хората означава и мигриране на езика, културата и традициите, които те носят със себе си. Пристигайки в новата среда на пребиваване, те продължават да ги ползват за комуникация, отбелязване на празници, обзавеждане на дома и други. В известен смисъл текстът в писмената му форма присъства в книгите на родния език, които са пренесени от едното на друго то място или закупени след пристигането. По време на празници тъкмо текстът е основен в благопожеланията на поздравителните картички. А днес във времето на интернет комуникацията и съвременните технологии някои хора общуват повече, пишейки си с някого, отколкото говорейки лице в лице или по телефона.

Компютърно опосредстваната комуникация (КОК), респ. общуването в интернет пространството, е възможно чрез все повече софтуер приложения и програми за стационарни и мобилни компютърни устройства, тъй като става въпрос за „комуникационен процес, реализиран между хора посредством [стационарни или мобилни – Т. М.] компютри, свързани в мрежа и кодиращи, съхраняващи, пренасящи и декодиращи съобщенията“ (Атанасов 2017: 15). Според Н. Барон компютърно опосредстваната комуникация протича на две нива. Първото измерение засяга синхронността, т.е. дали общуването се осъществява в реално време (синхронно), или адресатите отговарят на изпратените им от адресантите съобщения в удобен за тях момент (асинхронно). При второто измерение разделението е по линията на обхвата на участващите в общуването – един-към-един, когато комуникацията е насочена към една личност, и един-към-много, т.е. случаите, когато съобщението е към повече души (Вагон 2008: 29; Коцев 2017: 216).

Ако преди време като средство за онлайн комуникация са ползвани най-вече програмите *mIRC*, *ICQ* и *Yahoo Messenger* (по-често за синхронно общуване), както и кореспонденцията чрез имейли (асинхронно общуване), т.е. комуникация от типа един-към-един, то днес съществуват множество програми и мобилни приложения („апове“, от англ. *app*, съкратено от *application*, предназначени да

¹ **Таня Матанова** (Tanya Matanova) – д-р, гл. ас. в Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей при БАН, tanya.matanova@iefem.bas.bg

изпълняват една или повече операции) за комуникация през Интернет чрез устен разговор (*VoIP*) или текст (чат), най-известните и най-ползвани от които са *Facebook*, *Viber*, *Google Hangouts*, *Skype*, *Messenger*, *Twitter*, *WhatsApp* и др., повечето от тях позволяват комуникацията един-към-много чрез синхронно и асинхронно общуване.

В настоящия текст ще бъде разгледано най-вече присъствието на различни текстови форми, писмената комуникация, респ. „разказването“ чрез уебстраници, блогове и публикации в социалната мрежа Фейсбук (фейсбук профили и фейсбук групи), информиращи за живота в миграция на германци в България². Освен това ще бъдат споделени и откритите сведения за присъствието на немския и българския език и текст в реалния живот на германците, пребиваващи в България най-вече от началото на XXI в.³

Германци в България

Германците идват в България от различни краища на Германия, подтикнати от разни фактори за преселване. Общо взето могат да се разграничат четири категории или модела на формиране на немски мигранти в България: смесени бракове, студентска миграция, пенсионна миграция и служебна миграция. При смесените бракове има примери както за германци, мигрирали преди повече от 15–20 г., така и за такива, решили да заживеят в България (най-често) с българка (по-рядко мъжът е българин) след като се запознават в България по време на почивка. Представителите на студентската миграция са най-вече студенти по медицина в българските университети във Варна, Пловдив и София. Според статия на в. „24 часа“ от юни 2016 г. в Медицинския университет „Проф. д-р Параскев Стоянов“ учат около 500 немски студенти. Това съвпада и с изказването на студент 3-ти курс, че в неговия випуск има около 130 негови сънародници студенти по медицина и стоматология⁴. Все повече нараства и броят на германци в пенсионна възраст, които искат да живеят далеч от Германия или заради ниските си пенсии, с които по тяхно мнение там не могат да живеят, а само да оцеляват, или защото са недоволни от политиката на управляващите немската страна, на повишения брой приютени бежанци и пр. Най-младата миграционна категория са германците, които се преселват у нас след 1990 г. и най-вече след влизането на България в Европейския съюз, когато се отварят редица офиси на немски фирми, т.е. т.нар. служебна миграция, застъпена най-вече в София, където са седалищата на немски институции и предприятия. Към 2012 г. над 5000 немски фирми предлагат своите стоки в България, 1200 от които имат и представителства в страната⁵.

Относно териториалното разпространение на германците в България към момента може да се обобщи, че те се насочват към столицата, места близо до морето или с топъл климат и чист въздух, т.е. повечето от тях живеят в областите Бургас и Варна, както и Добрич, поради близостта до морето, най-много в областните градове. Немалка част от германците се заселват в малки села, в които вече живеят други техни сънародници.

Що се отнася до числеността, данни от статистическото преброяване в България през 2011 г. сочат бройката от около 850 немски граждани. Според статистическата служба в Германия, броят на отписалите свое жителство в Германия и преминали границата на България хора към същата година е 29 422. През 2015 г. техният брой възлиза вече на 45 729 (Федерална статистическа служба в Германия⁶), което е пет пъти повече от броя им през 2008 г. По-актуални данни относно броя на немските

² В Текста изследваната група германци в България е дефинирана като мигрантска, т.е. хора, които пътуват между своята родина и новата страна на пребиваване, тъй като става въпрос за повтарящо се двупосочно движение на германците. За разлика от него, емиграцията и имиграцията се възприемат като еднопосочни, а често и като еднократни процеси на напускане на родината и заселване извън пределите ѝ. В текста са използвани и обозначенията „изселници“ и „преселници“ (немски: „*Auswanderer*“), тъй като самите германци предпочитат да бъдат назовавани по този начин, както става явно от начина, по който те се представят в интернет пространството.

³ Настоящият текст е част от изпълнението на задачите по проект „Немците в България. (Общностни институции, социални мрежи, всекидневна култура)“, финансиран по Програма за подпомагане на млади учени и докторанти – 2017 г. на Българската академия на науките.

⁴ Алекс Маухер, кореспонденция във Фейсбук, 2.11.2017 г.

⁵ http://www.sandanski-spa.eu/Bulgarien_Deutschland_.html, посетен на 20.12.2017 г.

⁶ <https://www.destatis.de/EN/Homepage.html>, посетен на 30.10.2017 г.

граждани с валидни удостоверения на продължително пребиваващи европейски граждани в България са събрани чрез запитвания до областните дирекции на МВР на всички области. Съответно към началото на ноември 2017 г. в България те са 7270 души (без Хасково), най-много от които в област Добрич (2931 души), следвана от София (1728 души), Варна (746 души), Пловдив (569 души) и Бургас (386 души).

Методи и техники на изследване

Една от използваните техники на изследване от областите на етнографията и етнологията при онлайн проучвания⁷ е скритото, респ. „невключеното наблюдение“. Според Х. Грешке, сравнимо със социалната практика на спотайването (*lurking*), неключеното наблюдение е широко разпространена социална практика в публично достъпните интернет контексти, която предоставя достъп до компютърно конструирания социален живот на всеки потребител⁸ и позволява комуникационния анализ на публикациите на участниците във фейсбук групи. Друг използван подход, възможен вследствие присъединяването към виртуални (Фейсбук) групи, е този на „участващия експериментатор (*participant-experienter*)“ (Walstrom 2004; Walstrom 2004a), при който чрез „включеното изживяване“ изследователят утвърждава ролята си и като активен сътрудник на изследваната група, но може и да наблюдава комуникацията в нея, респ. (публикуващото) поведение на членовете.

Друг избран метод за изследването на виртуално публикуваните изказвания е съдържателният анализ, чрез който е възможно анализирането не само на писмени наративи и други текстови съдържания, но и на всички свойства на комуникацията, като използван словесен речник, споделени лични мнения, становища и разбирания за реалността на изказващия се (Jenkner 2007). Освен откритите интернет публикации за изготвянето на текста са анализирани и проведени интервюта с представители на немската общност в България⁹.

Подходящ за изследването и допълващ съдържателно-аналитичния метод е и дискурсният анализ, за който е характерно концентриране на вниманието върху индивидуалното, конкретното и субективното. В такъв смисъл цитираните изказвания на интернет потребителите във виртуални групи или онлайн профили и дневници представляват конкретен вариант, фиксиран в реалното си проявление, което позволява постигането на по-голяма детайлност и достоверност на информацията (Елчинова 1993: 4–14). От друга страна, чрез натрупването на множество индивидуални случаи е възможно откриването на повтарящи се принципи, на основата на които могат да бъдат извлечени обобщения, например относно повтарящи се теми на комуникация.

Уебпространствени конструкти и онлайн текстови публикации на немските мигранти в България

Може би най-голямата мрежа за създаване на виртуални общности от мигранти е интернет платформата “Internations” / Интернейшънс (2007). Наброяваща почти три милиона членове с виртуални общности в 390 града по света, включително и София¹⁰, тя предлага възможност лесно да бъде осъществен контакт с други сънародници в даден град по света, които споделят същите или подобни проблеми, бидейки извън своята страна по произход, вследствие на което могат да образуват групи и общности и да открият правдоподобна информация и услуги. Към края на януари 2018 г. членуващите във виртуалната немскоориентирана общност Интернейшънс София са около 180 души. Част от тях участва в организирани Интернейшънс събития и групи по интереси в София: за обща вечеря, за разходки, за танци и др. Преглед на профилите им показва, че те са представители от различни възрастови групи, принадлежащи към категорията на работната миграция.

⁷ Повече за този тип изследвания и свързаните с тях термини вж. напр. К. Хайн (Hine 2000) за „виртуална етнография“, Мастен и Пломън (Masten, Plowman 2003) за „дигитална етнография“ и др.

⁸ За повече информация вж. също Mann, Stewart 2000 и Greschke 2007.

⁹ Анализираните интервюта са архивирани в Националния център за нематериално културно наследство към Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей при БАН с архивен номер ФнАИФ № 2969.

¹⁰ <https://www.internations.org/sofia-expats/germans>, посетен на 18.01.2018 г.

Други, доста по-млади и по-маломасщабни платформи за създаване на нови контакти и групи по интереси, са платформите *Deutsche-in-Bulgarien* / Германци в България¹¹ и *Deutsche-Community* / Немска общност¹². В тях е възможно вписването и на други населени места освен столицата и търсене на контакти по местоживееене и интереси. Като цяло обаче броят на регистрираните германци в България е по-нисък от 20 със сравнително равно съотношение между мъже и жени.

Извършеното проучване в Интернет показва, че най-разпространени и съответно най-многобройни сред немските мигранти в България са групите в социалната мрежа Фейсбук. Към периода на изследването (от август 2017 г. насам) са открити 12 фейсбук групи, засягащи живота на германците в България. При анализ на профилите на членуващите се установява, че според преселническия си статус те се делят на вече преселили се и на такива, чието преселване предстои, като някои от тях вече са закупили свой дом в България. Към тях трябва да бъдат споменати и потребителите, които пожелават членство в групите поради размисли и планове за изселване в България, като някои от тях никога не са посещавали страната. Според продължителността на престоя им те могат да бъдат категоризирани като постоянно пребиваващи, т.е. живеещи целогодишно в България, и временно посещаващи страната за няколко седмици или месеца в годината.

По отношение на институционалността и формалността на групите става въпрос за неформални групи, т.е. за такива, създадени от немските преселници в България, а не от представители на немски институции в страната.

Групите са подредени по брой участници към 10.01.2018 г.:

– *Bulgarien erLeben* / Да изживееш България – 2015 участници – групата е създадена, за да функционира като платформа за хора с отношение към България, като туристи, търговци, ресторантьори, бъдещи или настоящи жители на България и пр.

– *Deutsche in der Kneipe: der deutsche Stammtisch in Sofia* / Германци в кръчмата: немски редовни срещи в София – 1940 участници – използва се най-вече за определяне на място на редовните срещи на германците в София, но понякога се споделят и обяви за работа с немски език в България, както и теми с отношение към живота в София.

– *Auswanderer in Bulgarien – Hier werden Sie geholfen! Das Original* / Изселници в България – тук ще Ви бъде помогнато! – 811 участници – идеята е тук да се даде възможност за обмен и помощ между планиращи преместване в България и вече преместили се, споделяйки положителни и отрицателни качества на страната (както и благотворителни дейности, като напр. за подпомагане на бедни деца и възрастни в България).

– *I Love Burgas Deutschsprachige Gruppe* / Обичам Бургас Немскоезична група – 683 участници – в тази група се публикуват доклади, репортажи и новини, представляващи интерес за живеещите в област Бургас германци и немскоговорящи.

– *Bulgarien – Auswandern* / България – Изселване – 443 участници – България – Изселване – публикуват се съвети, обмена се опит и фактологична информация на тема България.

– *Deutsche in Bulgarien* / Германци в България – 252 участници – съставена най-вече за германци, които живеят или искат да живеят в България, в нея подобно на други групи се публикува и споделя информация за добри и лоши качества на България, нейните забележителности, възможности за почивка и др.

– *Hol dir deine Freiheit zurück, komm nach Bulgarien* / Върни си свободата, ела в България – 250 участници – създателите на тази група канят всеки, който се интересува от спокоен и по-свободен начин на живот, построяването на собствен дом и как „с малко пари човек най-добре може да изпълни мечтата си“ да споделя съвети, опит и идеи. Нейните администратори публикуват редовно немскоезични новини за България.

– *Leben und Urlaub in Bulgarien* / Живот и почивка в България – 234 участници – споделяни са както практични съвети, свързани с преместване на местожителството в България, така и за приятно прекарано време по време на планирани почивки

– *Bulgarien (nur schönes)* / България (само хубаво) – 186 участници – подобно на предната група се публикуват снимки и видеозаписи от красиви места в България, но и фотографии на приготвени от

¹¹ <http://www.deutsche-in-bulgarien.com/>, посетен на 18.01.2018 г.

¹² <https://www.deutsche-community.com/>, посетен на 18.01.2018 г.

германци в България български или немски ястия или богатата реколта на отгледани тях в страната вкусни зеленчуци и плодове.

– *Bulgarien immer eine Reise wert* / България, винаги заслужаваща посещение – 159 участници – публикациите включват най-вече препратки към информационни немскоезични брошури, снимки от различни краища на България, представящи красотата и разнообразието ѝ, заради които си заслужава да бъде посетена.

– *Veranstaltungen in Bulgarien* / Мероприятия в България – 152 участници – група за публикуване на интересни събития в България, организирани около български и немски празници, както от българи, така и от германци.

– *Leseratten in Bulgarien – deutschsprachige Bücher – verleihen/tauschen* / Книжни червеи в България – немскоезични книги – споделяне/обменяне – 29 участници – тази фейсбук група е създадена за по-успешна кореспонденция между германци в България любители на книги, които търсят нови книги и предлагат своите на други лица за временно или постоянно ползване.

Прегледът на постингите (съобщенията) относно назоваваните и обсъждани теми за период от три месеца (10.10.2017 – 10.01.2018 г.) на участници в най-многобройната – и една от най-активните – група *Bulgarien erLeben* – разкрива богат набор от публикации. Често споделяни са не само снимки и видеоклипове (вкл. и такива, направени с безпилотни летателни апарати) на природни места и населени местности, заведения и курорти, но и постинги с температурни показатели или температурни прогнози. Последните отговарят и на първоначалните причини за идване в България – по-мекото и по-недъждовно време в България в сравнение с Германия¹³. Част от постингите са свързани с логистиката около пътуването до България (маршрут, авиолинии, хотели, транспорт, забележителности, ресторанти с българска кухня). Други са свързани с неща в ежедневието или дома (като намиране на минибагер или специална брава); информация за отоплителни системи и материали, намиране на растения за градината; как да бъде поставена сателитната антена, за да се гледат немски телевизионни канали; какви куриерски фирми работят с пратки от и до Германия; дали има немско радио в България, какви са цените на тока в България; за финансовото осигуряване като германец в чужбина и др.

Подобно на другите фейсбук групи на германци в България основният език на комуникация е немският, а споделяната новина на български е желателно да бъде придружена от кратък коментар на немски¹⁴. Малко са публикациите относно изучаването на български език. В коментарите на една такава публикация се откриват изказвания като „за нас германците ученето на кирилицата е ужас, особено за хората от Западна Германия, които не сме имали руски в училище“, „не е трудно да се четете кирилицата, но да може да пишеш на нея е съвсем друго“¹⁵. Споделени са също и положителни мнения: „кирилицата не е особено трудна, защото е фонетична, т.е. всяка дума се пише точно така, както се произнася. Човек може за няколко дена да се научи да четете някои чужди думи на глас правилно, дори и да не разбира какво казва. Значи... само нагласа трябва, става по-бързо отколкото си мисли човек“ и „уча от няколко месеца българския език и вече се справям доста добре с кирилицата... но тези знаци... не са лесни“ (Пак там).

Във връзка с празничния календар се откриват публикации около отбелязването на Никулден – като индивидуален или като празник на града (напр. Бургас) – поздравления на български и немски или българо-немски („честит *Nikolaustag*“), както и снимки с приготвени за случая рибни ястия. Също така около Коледа – освен поздравленията за четирите адвента и за самата Коледа са споделени снимки на направени или подарени коледни елхи, а една от публикациите е с молба за помощ за откриване на кавказка ела. Членовете на групата споделят и своите посещения на коледни базари в България – на немския в София, на градските в Добрич, Несебър, Бургас, на които също се продава и греяно вино (*Gluehwein*), понякога оценявано като по-вкусно приготвено и от това на немските коледни базари.

Храната заема централно място в няколко публикации, от една страна, във връзка с опознаването на български ястия и специалитети, а от друга – с породената от хранителната носталгия привързаност

¹³ Вж. и ФнАИФ № 2969, а.е. 3 и 4.

¹⁴ В други групи, а и по принцип, германци споделят, че използват *Google Translate*, за да разберат донякъде за какво става дума в текста.

¹⁵ <https://web.facebook.com/groups/bulgarien.erleben>, посетен на 10.01.2018 г.

към храната на страната по произход, т.е. немската. Така например някои споделят снимки от първите си опити за приготвяне на домашни сарми¹⁶ или как са се наслаждавали на такива при роднините на българския си партньор, други – на споделения пакет с месо от съседите¹⁷. От коментарите към споделен линк за приготвяне на българско кисело мляко в Бавария може да се узнае, че някои германци в България от години квасят сами кисело мляко („от овче прясно мляко“ или „от хомогенизирано мляко“) (Пак там). Много по-коментирани са публикации, свързани с набавянето на немски продукти и ястия в България. В запитване на плануващ изселването си (след пет години) в България хлебопекар къде се продава истински немски хляб и къде би било удачно да се пече от него такъв се откриват над 80 коментара, породени най-вече от „любовта към немския хляб“, който те се опитват да открият „пакетиран в Кауфланд“ или пекат сами с квас с пълнозърнесто или ръжено брашно, най-добре прясно смляно в домашна мелничка (Пак там). Едно от предложенията (подобно на практиката на хлебните къщи в България) е за съвместно месене и печене на хляб, процес, предоставящ възможности за общуване на немски и за поддържане на приятелства. Богата реакция получава и публикацията на участник относно закупени във веригата на „Лидъл“ шницели, включваща коментари от типа, че те въобще не съдържат месо, че домашно приготвените са по-вкусни, „че един шницел прави всички щастливи“ и др. (Пак там)

В обобщение за фейсбук групите на германците в България може да се каже, че макар и някои от членовете на различни групи да споделят, че предпочитат да имат групи по региони на местоживеене и че губят ориентация чрез членуването във вече съществуващи, поддържаните в момента групи дават възможност на участниците да общуват на родния си език, да откриват свои сънародници, да обменят опит и съвети, а също така са основното пространство, чрез което германците представят своите разсъждения, впечатления от и преживявания в новата страна на пребиваване. Някои от групите са създадени, за да бъде споделяна информация за събития, свързани както с немската общност в страната, така и с фолклорния и културния пейзаж на България или за да бъде улеснена комуникацията при организирането на срещи извън виртуалното пространство (т.нар. *Stammtische*, т.е. регулярни срещи на хора с общи интереси в обществено заведение). В други групи такива срещи се инициират вследствие на общуването във виртуалното пространство, но общото и за двата типа групи, че те в известна степен сплотяват немската общност в дадени региони на България.

Тъй като самите фейсбук профили на германците в България също дават информация относно присъствието на немскоезични текстове в ежедневието е направен и кратък съдържателен анализ на хрониките на няколко фейсбук потребители.

За анализа са включени фейсбук профилите на германци в България, членуващи в гореописаните фейсбук групи, част от които са и в списъка с контакти на изследователя, общо 20 души. Относно демографските им данни може да се обобщи, че това са равен брой жени и мъже над 35 г., пенсионери или работещи, които живеят от десет или по-малко години, сами или със свой немски или български партньор в различни по брой жители и местонахождение населени места в България (столица, областни и общински градове, села). Извършеният съдържателен анализ на хрониките им откроява няколко вида текстови публикации:

– Кратки поздравления за рождени и имени дни, празници и пожелания за успешна седмица (респ., делничен ден, уикенд, вечер и под.), включително и на български език;

– Споделяне на локация чрез „автоматично отбелязване на географска позиция или наименование на обект, посредством визуално съдържание, тип снимка, а много често и емотикони“ (Добрева 2015), изразяващи емоциите, както и на консумираната в обществени заведения храна, или информация за други обикновени дейности от ежедневието чрез кратки изречения;

– Публикации на различна тематика, получени чрез приложението *nametest* и др.;

– Сентенции и многозначителни, дълбоки цитати на известни личности, учени и автори, както и различни вицове;

– „Електронен бюлетин“ с публикации на политическа тематика, засягащи най-вече съвременната ситуация в Германия, но и в България и други страни;

¹⁶ <https://web.facebook.com/groups/bulgarien.erleben/permalink/1683196678369799/>, посетен на 10.01.2018 г.

¹⁷ <https://web.facebook.com/groups/bulgarien.erleben/>, посетен на 10.01.2018 г.

– Въпросителни изречения от типа: „При нас е студено. А при вас как е?“, „Гледате ли този филм?“, „Какво ще готвите днес?“, „На някой да му е скучно? Тогава да дойде вкъщи утре. Търсят се бетонобъркачи. Има студена бира“ и други подобни, чрез които се получава комуникация с останалите активни фейсбук приятели;

– Наративи и по-точно описание на деня под формата на кратко повествование, в което се представят мисли и преживявания с няколко изречения, които винаги поставят начало на комуникация с други приятели в Мрежата.

Последният вид всъщност е открит само при един потребител, най-вероятно защото съставянето му изисква повече време. При този потребител се срещат, разбира се, и публикации от останалите гореспоменати видове. Общо взето всяко повествование на потребителя съдържа в резюмирана форма информация за времето навън или как изглежда морето, как е минала разходката с кучето или как са бездомните кучета, какво присъства в менюто за деня, но в някои дни се научава и за преживяванията на фейсбук потребителя в реалния му живот в България. Срещат се примери, свързани с финансовите разходи:

„Не е ли смешно. Купих праз, 140 см дълъг, зеленчукът е по-голям от при нас, хората са по-ниски. Забележително. Но добре, от 1 м 40 см си направих зеленчуци с праз. Не беше така запланувано, но когато улицата ти предлага такава прекрасна връзка праз, не устоях. Цялата връзка, 9 стръка праз по 1,40 м, всичко за 2,50 лв. Просто фантастично.“ (10.11.17)

„Бях на пазара в Каварна. Купих ок. 2,5 кг картофи, една голяма целина, голяма цветна зелка, 2 кг моркови и една жълта ряпа. Цена 5 лева, т.е. 2,50 евро. От време на време все още се учудвам на цените.“ (14.12.17)

Други информират за контакта с българи и ползването на българския и немския език:

„Много съм доволна от техниците. Ако някой в района има проблеми, да отива в Balchik.net. Там ще ви помогнат. Комуникирахме чрез Google Translate и така всеки знаеше за какво става въпрос.“ (20.12.17)

„Обяснявам какво искам и заедно търсим. Има много обувки, но не и моя размер. Изведнъж ѝ хрумва къде биха могли да са, отива в своя склад и ми носи обувки. А сега къде да ги пробвам? На улицата? Без стол? Толкова добра не съм вече в балансирането. Тя ме бута към нейния склад, но там е пълно. Един възрастен мъж седи удобно на своя градински стол и не прави никакъв знак, че ще направи място. Една друга жена носи още един градински стол и ми показва да седна. Пространството или тъгълчето е толкова пълно, обувки, два стола, четири човека, никой не може вече да се размине. Слава Богу нямам агорафобия. Това са не повече от 3 кв.м. Аз обаче седя отпред до вратата и мога да избягам при нужда.“ (31.10.17)

„Още в полусън исках да изкарам колата от двора. Всичко както обикновено. Изкарам колата, спирам, за да затворя портата. И се чудя защо само една кофа за боклук има, нали има две??? Оглеждам нагоре и надолу улицата, никаква кофа не се вижда. Странно, какво е станало. След просветление отивам зад колата ми и какво да кажа, още 1 см и щях да сгазя кофата. Но имах късмет. Моят съсед ме наблюдавал през цялото време и като исках да премахна кофата, идва забързан, взима кофата и я връща на мястото ѝ. „Чудесно“ мога само да кажа, на това му викам кавалер. Ние се смеем и говорим за кофата – той на български, аз на немски, но всеки знае, какво е имал другият предвид.“ (30.12.17)

А трети пишат за емигрантския живот като цяло:

„За малко да избухна. Един, след като видял документалния филм за мен, ми пише, че съм живеела в страна от Третия свят. Отговорът ми беше, че в момента Германия прилича повече на страна от Трети свят, а не България.“ (23.11.17)

„Така, след като много ме разпитвах, ето едно обобщение. Да, човек може да живее добре в България и естествено е важен и езикът. Аз не го владя и пак се справям. Малко немски, малко английски, няколко думи български. [...] Медицинските услуги на здравната каса в Германия важат и тук. При спешен случай първите 24 часа са безплатни. Освен това при проблеми човек получава веднага помощ и не му се налага да чака четири седмици, за да получи час. [...] За мен животът тук е без стрес и се справям с моята пенсия. [...] Който очаква средноевропейския комфорт тук, бързо ще се отрезви. Повечето си търсят къща, която да преправят. В селото това е възможно, но трябва да се спомене, че често тоалетните са в двора. В града е, разбира се, друго. Човек трябва да има предвид, че тук в България, макар и зимата да не е дълга, е възможно при сняг села да останат отрязани. Миналата

година трябваше военните да влязат с танкове, за да бъдат осигурени провизии за хората в затрупаните със сняг села. За зимата човек трябва да има запаси. [...] Също трябва да мисли човек и за лекарствата. В сравнение с Германия тук са евтини. [...] Освен това има и „супермаркети“ като Кауфланд, Лидъл, [...] Интерспорт, Баумакс, Бриколаж и още други. Ние не живеем в каменната епоха, а живеем по-различно. [...] Когато се събира реколтата, си купуваме зеленчуците и пр. директно от производителя, чудесно узрели, с чуден вкус.“ (27.11.17)

Като цяло анализът показва, че писмените съобщения в профилите на фейсбук потребителите съдържат информация както за теми от ежедневието (времето, консумирана храна, готвене, чистене, пазаруване, гледане на телевизия) и празниците (поздравления, посещения на организирани събития, честване на имени и рождени дни), така и за социалната им ангажираност или личното мнение по различни политически въпроси, а също и за избираните от тях начини на почивка (разходки, пътувания, вицове и пр.). Основният ползван език е немският, от време на време са публикувани и съобщения на английски, а на български се откриват само единични думи или изрази.

Както вече беше споменато по-горе, друг тип информативни текстове, съдържащи и повествователни елементи, се откриват в поддържаните от някои немски мигранти в България уеблогове и уебстраници (с блогове).

Уеблогове, или блогове, се появяват за първи път през 1996 г. и представляват уебстраница под формата на дневник, в който се публикуват датирани статии и други текстово базирани съобщения и материали (снимки, програми, мултимедийни произведения и др.) в ред, обратен на хронологичния. Повечето от тях са интерактивни, т.е. читателите могат да споделят свои коментари, които се публикуват след одобрението им от самия блог автор (вж. Herring et al. 2004; Кирова 2008; Nowson 2006: 36; Коцев 2017: 217; Lenhart, Fox 2006 и др.). Вследствие на това също се създават социални взаимоотношения, които могат да доведат до поддържането на виртуални групи и общности по интереси.

Сред германците в България са открити общо четири уебстраници с различно количество блогново съдържание.

Катя и Йоахим, (ранни) пенсионери, живеещи в с. Варвара, Бургаска област, от юни 2008 г. споделят своите впечатления от новоизбраната родина: „с чудна природа, чудесни хора, завладяваща история, впечатляващи исторически свидетелства, стари традиции“¹⁸. Макар и ежемесечните публикации в техния блог *Bulgarien Auswanderer* / Преселници в България (пак там) да не са многобройни, те включват богати описания на немски – но и добавени съответни транслитерирани български думи – на спазваните в България обичаи и традиции около национални, локални и църковни празници (като Цветница, Великден, Богородица, Коледа, Тодоровден, 1 март, 1 май, Св. св. Константин и Елена, Бабинден, Никулден, Йорданов-ден и др.); истории около новия им дом, градината, конюшната, съседите, пътуванията им из България, посещенията им от Германия, готвенето на немски ястия и пр.

От поддържаната уебстраница с блог *Bjoern-Schmidt.net*¹⁹ става ясно, че почти по същото време (септември 2008 г.) Бьорн Шмит пристига в България заради българската си партньорка и бъдеща съпруга, с която се установяват в закупена къща в с. Драганово, Великогърновска област, а през 2010 г. отварят своя фирма за онлайн услуги (уебдизайн, видео, реклама, преводи и др.). По-слабо поддържан от гореописания блог на двамата германци, този съдържа най-вече текстова и визуална информация за различни посетени български населени места и забележителности, както и лично мнение относно политическата ситуация в България през годините на престоя в страната, но и обяснение за некролозите и други следпогребални практики, и дори собствен превод на Ботевото „Обесването на Васил Левски“²⁰.

Друг добър пример за уебстраница с блог е *Bulgarien-Franz.de*²¹, поддържана от 2017 г. от бъдещи немски пенсионери. От една страна, собствениците на страницата Франц и Зузане целят да запознаят германци, които обмислят да се заселят в България с разрушаващи предрасъдките за България факти, а от друга – да споделят своята преселническа (документална) история (*Auswan-*

¹⁸ <https://bulgarien-auswanderer.blogspot.bg/>, посетен на 15.01.2018 г.

¹⁹ www.bjoern-schmidt.net, посетен на 11.01.2018 г.

²⁰ <http://www.bjoern-schmidt.net/bulgarien/christo-botevhinrichtung-vasil-levskis-deutsche-ubersetzung/#more-368>, посетен на 11.01.2018 г.

²¹ www.bulgarien-franz.de, посетен на 22.01.2018 г.

dererdoku) чрез поддържането на преселнически блог²², включващ записки относно първоначалните мисли за емиграция, закупуването (и санирането) на собствен дом в с. Веселие, Бургаска област, и впечатления от временните пребивавания в страната. В една от категориите са представени сведения относно цените на различни продукти и услуги, в друга – теми, засягащи живота в България: здравна застраховка, необходими документи за пребиваване, мошенически капани, заплатите в България, българската кухня, българските наемни работници, криминалността, качеството на живот в България, но и различни сведения за град и област Бургас.

Една друга богата на информация уебстраница е *Sandanski-Spa.eu*²³, поддържана от Ханс Хенел от 2009 г. Впечатлен от Сандански и околностите, назовавани от него „моята втора родина Сандански“, германецът от Австрия в своята уебстраница включва информация не само за природата, културата и хората в града и страната, но и за инфраструктурата, медицинското обслужване и цените на различни услуги в България, както и реклама на определени хотели и хранителни заведения в Сандански и областта.

Общо погледнато, макар и различни по изложение, представените блогове и уебстраницы на германци в България са израз на желанието им да бъдат споделени повествователно или фактологично натрупаният опит, преживяванията, полезна информация за планиращите да емигрират в България или преселилите се вече в страната германци (понякога споделяйки своя текст и в управлявания лично фейсбук профил или фейсбук страница).

Тъй като текстът сред българските германци присъства не само в онлайн общуването, осъществявано в и чрез различните виртуални общности, групи и уебстраницы, но и в комуникацията в реалния живот, в следващите редове ще бъде обърнато внимание на това какво място заемат българският и немският писмен и устен език в ежедневието на изследваната общност.

Устният и писменият немски и български език в реалния живот на германците

Повечето германци в пенсионна възраст твърдят, че имат проблеми с българския език. Тяхната езикова компетентност по български се изразява в научаването на кирилицата и разчитането на българските текстове, но в ежедневието си те ползват прости речеви формули, които най-често допълват с жестове. При преглед на постингите във фейсбук групите се вижда, че германците се опитват да четат български уебсайтове, съдържанието на които превеждат чрез онлайн преводачи като *Google Translate*. Рядко се срещат дори и сред работещите хора, владеещи български, тъй като работната среда позволява използването на английски език. Германците споделят – както в интервюта, така и във фейсбук групите – че им е много трудно да научат езика, не само заради възрастта, а и заради грешното поставяне на ударението, неразбирането на логиката на българската граматика и други подобни. Дори и при смесените бракове – освен ако бракът не е от повече години и има представители на следващото поколение – не се научава българският език, макар и контактът с българските медии и литература да е по-интензивен.

Малкото сведения относно предаването на немския език на децата вътре в семейството показват, че родителите с друг етнически произход говорят на своя роден език или на английски с децата си, а по-дългогодишно пребиваващите – и на български, като в такива случаи им е трудно да спазят правилото „един родител – един език“, а се наблюдава смяна на езиковия код (*code switching*)²⁴.

Възможности за научаване, изграждане или поддържане на контакт с немския език извън семейството са частните уроци, частните и интернационалните детски градини и немските училища²⁵, както и немските езикови гимназии²⁶, а в София – и Немското училище при посолството. В тези учебни

²² <http://www.bulgarien-franz.de/category/auswander-blog/>, посетен на 22.01.2018 г.

²³ www.sandanski-spa.eu, посетен на 22.12.2017 г.

²⁴ Повече по смяната на езиковия код, но при българите в Австрия вж. Кочева 2017.

²⁵ Ето линкове към някои от тях: Увекинд – <http://www.uwekind.com/>, <https://deutscherkindergarten.org/uwekind-kindergarten/>; Германи – http://www.germani.bg/index.php?lang=_bg, <https://deutscherkindergarten.org/germani-kindergarten/>; Ерих-Кестнер – <http://www.eks-bg.eu/>, <https://deutscherkindergarten.org/kindergarten-erich-kaestner-schule/>; Веда – <https://www.wedaschule.com/>, посетени на 28.10.2017 г.

²⁶ В България функционират 23 училища, подпомагани от Федерална република Германия, в които при завършване се получава германска езикова диплома (http://www.sofia.diplo.de/Vertretung/sofia/bg/06/DE_und_BG/Deutsch_Bulgarische_Kulturbeziehungen/Dt_Bg_Kulturbeziehungen.html, посетен на 15.12.2017 г.)

заведения децата получават двуезично обучение, което позволява изграждането и поддържането на немската идентичност на следващото поколение, запознаването им чрез немския език с историята, културата, празничния календар и културното наследство, характерно за страната на произход на техните родители. Това важи още по-силно за Немското училище към посолството (открито през 2007 г.), в което преобладаващи в различните учебни области са немският език, култура и празничност.

Обикновено немските ученици извън София имат възможност да посещават само български училища, където те се запознават с български литературни произведения, както и други текстови форми. Броят на тези ученици е сравнително малък, понеже като цяло семейства с деца в училищна възраст по-рядко се заселват в България. При все това малкото сведения за тях сочат, че те се справят бързо с научаването на българския език²⁷.

Относно присъствието на текстове на немски език с българска тематика чрез ползването на медии в живота на германците в България може да се каже, че като цяло те следят немскоезичната уебстраница на БНР. В България от 1999 г. ежесечно излиза икономическият вестник *Das Bulgarische Wirtschaftsblatt und Südosteuropäischer Report*, възникнал като частна инициатива, за да предоставя на немски език информация за политическите и икономическите събития в България и останалите страни на Югоизточна Европа²⁸. Предполага се обаче, че той е малко познат сред германците в цяла България, тъй като рядко са откривани цитати и статии от него в поддържаните виртуални групи и уебстраници²⁹. Някои от немските гимназии и училища издават няколко пъти в годината и свой училищен вестник или списание, като например разбираното като училищна институция българо-англо-немско списание *SWW – So Wie Wir, So Wie Ihr* (значи нещо като „Такива като нас, такива като вас“), изготвяно от 2016 г. от ученици от 91-а немска гимназия в София.

Наличието на фейсбук група за обмен на немски книги говори за това, че въпреки силно компютъризираното ежедневие се срещат немски преселници, които предпочитат да четат печатни книги на немски език, а не в дигитализиран вариант. Преобладаващи са романи на немски език, в които се описват пътувания до други страни, или такива с автобиографичен елемент на личности с емигрантско минало или настояще. Част от германците в България притежават книги на българи, пишещи на немски, но и на немски автори, пишещи за България. Често срещана литература са и туристическите пътеводители и брошури, но и българо-немски разговорници, речници и справочници. Друга категория са немскоезичните готварски книги за немска, българска и друга кухня. Най-често книгите са донесени при преселването в България, а допълнителни се закупуват при временни пътувания до Германия или се поръчват на сънародници, които пътуват до там. В други случаи те са поръчвани по Интернет от чужбина или България. Рядко немски книги се откриват и закупуват в книжарници, антиквариати или книжни пазари в България.

Заклучение

Макар в текста да е обхваната една малка част от немската мигрантска общност в България, може да се обобщи, че благодарение на социалните медии, които скъсяват разстоянията между личности, живеещи в отдалечени страни, осигурявайки възможност за бърза и директна онлайн връзка за комуникация, все повече германци в България споделят своите впечатления, опит и преживявания, които достигат до техни сънародници в Германия, планиращи изселване от родината си. Вследствие на това постепенно нараства и броят на германци, преселващи се или обмислящи преселването си в България. Най-посещаваното пространство за словесен обмен по тези въпроси е уебсайтът Фейсбук. Относно присъствието на немския текст в ежедневието на изследваната мигрантска група може да се каже, че въпреки че някои от тях четат печатни книги в ежедневието си, повечето от тях имат контакт с немския език чрез ползването на Интернет и достъпните в него различни по съдържание и тематика текстове (новини, статии, книги и пр.). Едновременно с това комуникацията в уебпространството допринася и за консолидирането на отделните преселници в новата страна на пребиваване, но и за поддържането на социалните връзки с роднини и приятели в родината или други предишни местожителства.

²⁷ Вж. и АИФ № 2969, а.е. 11.

²⁸ <http://www.wirtschaftsblatt-bg.com/index.php?m=834&lang=3>, посетен на 10.11.2017 г.

²⁹ Изключение прави уебстраницата на Х. Хенел „Сандански-спа“ (вж. http://www.sandanski-spa.eu/Kommunikation_heilbad_kurort_bulgarisches_wirtschaftsblatt_zahnarzt-preise_zahnsanierung_lebensmittelpreise_in_der_eu_.html, посетен на 15.01.2018 г.)

ЛИТЕРАТУРА

- Атанасов 2017:** Атанасов, П. *Роля на компютърно опосредстваната комуникация за предизвикване и овладяване на репутационни кризи. Изследване на съдържанието на блогове, корпоративни и информационни сайтове, дискусии и тематични форуми и социални мрежи, свързано с репутационни и управленски кризи.* Автореферат, СУ „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация. // **Atanasov 2017:** Atanasov, P. *Rolya na kompyutarno oposredstvanata komunikatsia za predizvikvane i ovladyavane na reputatsionni krizi. Izsledvane na sadarzhaniето na blogove, korporativni i informatsionni saytove, diskusionni i tematichni forumi i sotsialni mrezhi, svarzano s reputatsionni i upravlenski krizi.* Avtoreferat, SU „Sv. Kliment Ohridski“, Fakultet po zhurnalistika i masova komunikatsia.
- Гроздева 2012:** Гроздева, Д. Онлайн социалните мрежи и приложението им в търговския бизнес // *Известия на Съюза на учените – Варна*, 27–32. // **Grozdeva 2012:** Grozdeva, D. Onlayn sotsialnite mrezhi i prilozhenieto im v targovskia biznes // *Izvestia na Sayuza na uchenite – Varna*, 27–32.
- Добрева 2015:** Добрева, Д. Facebook комуникацията в етичен аспект, изразена чрез вербални и визуални реторически аргументи // *Реторика и комуникации*, № 20 // **Dobрева 2015:** Dobreva, D. Facebook komunikatsiyata v etichen aspekt, izrazena chrez verbalni i vizualni retoricheski argumenti // *Retorika i komunikatsii*, № 20 – <http://rhetoric.bg/facebook-комуникацията-в-етичен-аспект-израз>, посетен на 25.01.2018 г.
- Елчинова 1993:** Елчинова, М. За ролята на дискурсия анализ във фолклористиката // *Български фолклор*, № 3, 3–20. // **Elchinova 1993:** Elchinova, M. Za rolyata na diskursnia analiz vav folkloristikata // *Balgarski folklor*, № 3, 3–20.
- Кирова 2008:** Кирова, Л. Българските виртуални общности // *Електронно списание LiterNet*, 30.05.2008, № 5 (102). // **Kirova 2008:** Kirova, L. Balgarskite virtualni obshtnosti // *Elektronno spisanie LiterNet*, 30.05.2008, № 5 (102).
- Коцев 2017:** Коцев, Р. За видовете интернет форуми по съдържание // *Проглас*, № 2, 216–226. // **Kotsev 2017:** Kotsev, R. Za vidovete internet forumi po sadarzhanie // *Proglas*, № 2, 216–226.
- Кочева 2017:** Кочева, А. *Смесеният език на виенските българи.* София: Буквица. // **Kocheva 2017:** Kocheva, A. *Smeseniyat ezik na vienskite balgari.* Sofia: Bukvitsa.
- Мавродиева 2010:** Мавродиева, И. *Виртуална реторика.* София: УИ „Св. Кл. Охридски“. // **Mavrodieva 2010:** Mavrodieva, I. *Virtualna retorika.* Sofia: UI „Sv. Kl. Ohridski“.
- Baron 2008:** Baron, N. S. *Always On: Language in an Online World.* Oxford.
- Boyd, Ellison 2007:** Boyd, D. N. Ellison. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. Available at: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> [Accessed 16.12.2017].
- Greschke 2007:** Greschke, H. M. Bin ich drin? – Methodologische Reflektionen zur ethnografischen Forschung in einem plurilokalen, computervermittelten Feld // *Forum: Qualitative Social Research*, 8(3). Available at: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/279/614> [Accessed 25.01.2018].
- Herring et al. 2005:** Herring, S. C., L. A. Scheidt, E. Wright, S. Bonus. Weblogs as a Bridging Genre // *Information Technology & People*, 18(2), 142–171.
- Hine 2000:** Hine, Ch. M. *Virtual Ethnography.* London: Sage.
- Jenker 2007:** Jenkner, J. *Die qualitative Inhaltsanalyse: Kurzdefinition und wissenschaftliche Praxis.* Available at: <https://quasus.ph-freiburg.de/qualitative-inhaltsanalyse/> [Accessed 25.01.2018].
- Lenhart, Fox 2006:** Lenhart, A., S. Fox. *Bloggers: A Portrait of the Internet's New Storytellers.* Available at: <http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf.pdf> [Accessed 25.01.2018].
- Mann, Stewart 2000:** Mann, C., F. Stewart. *Internet Communication and Qualitative Research.* London: Sage.
- Masten, Plowman 2003:** Masten, D. L., T. M. Plowman. Digital Ethnography: The Next Wave in Understanding the Consumer Experience // *Design Management Journal*, 14(2), 75–81.
- Nowson 2006:** Nowson, Sc. *The Language of Weblogs: A Study of Genre and Individual Differences.* University of Edinburgh <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.133.7968&rep=rep1&type=pdf> [Accessed 25.01.2018].
- Schwaemmlein, Wodzicki 2012:** Schwaemmlein, E., K. Wodzicki. What to Tell About Me? Self-Presentation in Online Communities // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 387–407.
- Walstrom 2004:** Walstrom, M. K. Ethics and Engagement in Communication Scholarship: Analyzing Public, Online Support Groups as Researcher/ Participant-Experiencer // Buchanan, E. A. *Virtual Research Ethics: Issues and Controversies.* Hershey, PA: Information Science Publishing, 174–202.
- Walstrom 2004a:** Walstrom, M. K. “Seeing and Sensing” Online Interaction: An Interpretive Interactionist Approach to USENET Support Group Research. // Johns, M. D., Sh.-L. Chen, G. J. Hall. *Online Social Research: Methods, Issues, and Ethics.* New York: Peter Lang, 81–97.