

НОВИТЕ МЛАДИ И НОВИТЕ МЕДИИ



ТЕМИ НА ИЗДАНИЯТА В ПОРЕДИЦАТА

- Състояние
на обществото 2008*
- Новите млади
и новите медии*
- Интеграцията
на малцинствата:
възможни ли са
алтернативни политики?*

ОБЩЕСТВО

Тази книга представя начина, по който новите форми на комуникация променят културите и формите на гражданска активност на съвременните български младежи. Представени са различни страни на проблема – конкретни социокултурни групи, интернет-платформи, субкултурни общности, политически ориентации. Сред повтарящите се теми са фрагментирането на идентичностите, скъсяването на времевия хоризонт, емигрирането от публичната в частната сфера, нарастването на ролята на потреблението и стиловете на живот.

НОВИТЕ МЛАДИ И НОВИТЕ МЕДИИ



2009

Изказаните становища и мнения в настоящия доклад са отговорност на авторите и не отразяват непременно мненията и политиките на Институт „Отворено общество“ – София. Авторите следва да бъдат цитирани при всяко преиздаване на материала, целия или част от него.

НОВИТЕ МЛАДИ И НОВИТЕ МЕДИИ

© 2009, Институт „Отворено общество“ – София

© 2009, Веселин Праматаров, корица и оформление

ISBN 978-954-9828-

НОВИТЕ МЛАДИ И НОВИТЕ МЕДИИ

София • 2009

*Това издание е изготвено по проект на програма „Обществен дебат“,
Институт „Отворено общество“ – София.*

Съставители:

Ивайло Дичев, Орлин Спасов

Автори:

Проф. Ивайло Дичев – СУ „Св. Климент Охридски“

Доц. Орлин Спасов – СУ „Св. Климент Охридски“

Доц. Вяра Ангелова – СУ „Св. Климент Охридски“

Николета Даскалова – СУ „Св. Климент Охридски“

Ния Нейкова – СУ „Св. Климент Охридски“

Вероника Димитрова – СУ „Св. Климент Охридски“

Невена Германова – СУ „Св. Климент Охридски“

Ст.н.с. Венцислав Димов – БАН

Ас. Жана Попова – СУ „Св. Климент Охридски“

Доц. Иван Еленков – СУ „Св. Климент Охридски“

Ас. Ружа Смилова – СУ „Св. Климент Охридски“

Мила Григорова – СУ „Св. Климент Охридски“

Георги Мандичев – СУ „Св. Климент Охридски“

Деница Шаранкова – СУ „Св. Климент Охридски“

Карина Симеонова – СУ „Св. Климент Охридски“

Антония Рангелова – СУ „Св. Климент Охридски“

Рецензент:

Харалан Александров – Нов български университет

СЪДЪРЖАНИЕ

[11]

ВИРТУАЛНИ ГРАЖДАНИ? НА КУПОН С МРЗ ПЛЕЪР

Ивайло Дичев

Новите млади: някои вътрешни опозиции | 14

Виртуалният обрат | 23

Субкултура, сцена, лайфстайл | 33

Новата пропаст между поколенията? | 35

De capo | 38

[42]

ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ МЛАДИ

Орлин Спасов

Работа | 44

Самоизграждане | 46

Свободно време | 47

Политика и идентичност | 50

България и света | 53

Интернет и технологиите | 54

ИТ-младите за собственото си поколение | 56

Кратко заключение | 57

[59]

БГ МАМА – ВИРТУАЛНИ „КОЛИЧКАРКИ“ И КЪРМАЧКИ НА ГРАЖДАНСКОТО ОБЩЕСТВО

Вяра Ангелова

Аргументация на изследователския избор | 59

Представяне на сайта | 60

Изследвани тематични полета | 63

Отношение към Интернет | 63

От дебатите за памперсите към раздаване на памперси | 67

Отношението към традиционните медии | 68

Отношение към политиката | 69

Заключение | 70

[71]

ПОГЛЕД КЪМ ИНФОРМАЦИОННИТЕ НАВИЦИ НА МЛАДИТЕ ХОРА В БЪЛГАРИЯ

Николета Даскалова

Традиционните медии: средство за развлечение | 71

Интернет: информация и общуване | 73

Влияние на образователната система | 75

Модели и различия | 75

[78]

МЛАДЕЖКИТЕ МИКРОКУЛТУРИ – МЕСТА ЗА СРЕЩА В ГРАДСКОТО ПРОСТРАНСТВО

Ния Нейкова

[87]

НОВИ КУЛТУРИ НА МУЗИКАЛНИЯ ОБМЕН

Вероника Димитрова

Спортни култури или „запазените“ групи | 93

Спортни фенове (спортът като зрелище) | 95

Групи, формирани около обща кауза | 98

[103]

НОВА ФУНКЦИОНАЛНОСТ НА МЛАДЕЖКИТЕ МИКРОКУЛТУРИ В ПРОСТРАНСТВОТО НА ЕДНА СВРЪХРЕАЛНОСТ

Невена Германова

Публичност на частния живот в свръхреалността | 105

Публичност на авторския продукт в свръхреалността | 106

[108]

ЗА ЧАЛГАТА С ОМЕРЗЕНИЕ И ОБИЧ

Венцислав Димов

Що е то чалга? | 110

Край на културната война и преходът свърши? Нито едното, нито другото | 115

Етнопопмузиката като културен избор | 115

Погнусата се мултиплицира и политизира | 117

Погнусата от чалгата, национализмът и геополитиката | 121
Medice, cura te ipsum (Лекарю, излекувай себе си) | 122

|127|

НОВИТЕ МЛАДИ ПО ФУТБОЛНИТЕ ТРИБУНИ

Жана Попова

Защо точно новите млади на футболните трибуни? | 129
Методика на изследването | 132
Обръч от мрежи на общи спомени и общи разкази | 132
Новите млади на стадиона и новите медии | 133
Национализмът на футболните фенове е черно-бял | 139
Феноменът „агитката на „Локомотив“ (Пловдив)“
и футболната мактонализация | 141
Новите млади и институциите. Държавата и футболът | 144
Новите млади правят „национална“ политика | 145
Градът, Интернет и новите млади | 147

|151|

МЛАДАТА ХУДОЖЕСТВЕНО-ТВОРЧЕСКА ИНТЕЛИГЕНЦИЯ НА СОЦИАЛИСТИЧЕСКА БЪЛГАРИЯ: АСПЕКТИ НА ИДЕОЛОГИЧЕСКОТО ѝ СЪЗДАВАНЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЕН КОНТРОЛ

Иван Еленков

|175|

МЛАДЕЖКИТЕ ПОЛИТИЧЕСКИ ОРГАНИЗАЦИИ В БЪЛГАРИЯ – НАЧИНИ НА УПОТРЕБА

Ружа Смилова

Младите и политическите партии в България | 179
Мобилизиране на младите леви: младежките структури на БСП | 182
Младежката организация на ДПС – МДПС | 188
Цената на успеха: клиентелизъм и антиелизитизъм | 194

[201]

СМЕЛИ НОВИ ХОРА

Мила Григорова

Апатични ли са младите? | 201

Политическа ангажираност на младите | 203

Независимост | 205

[210]

**ФОРМАЛНИ ИЛИ НЕФОРМАЛНИ ОРГАНИЗАЦИИ – ПРЕДСТАВАТА
НА МЛАДИТЕ ПОЛИТИЧЕСКИ ЛИДЕРИ
ЗА НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИЯ СЕКТОР**

Георги Мандичев

[215]

МЛАДИТЕ БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛИСТИ: КАКВО ЗНАЕМ ЗА ТЯХ?

Деница Шаранкова

[221]

РОДНИЯТ СКИНХЕД

Карина Симеонова и Антония Рангелова

[232]

ЗА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Ивайло Дичев

Орлин Спасов

Поглед към политиката | 233

Субкултурният терен | 233

Младите, технологиите и нови медии | 234

Няколко основни тенденции | 235

Благодарности | 236





Стаята на графитера Sir Go.

ВИРТУАЛНИ ГРАЖДАНИ? НА КУПОН С МРЗ ПЛЕЪР

Ивайло Дичев

Така парафразирам заглавието от прочутата статия на Роберт Пътнъм „Да играеш боулинг сам“ (Putnam 1995), където авторът констатира спад на гражданските активности в Америка и изтъняване на социалните връзки. Централният образ е боулингът: все повече хора го играят, но все по-малко членуват в боулинг-лиги. Отнесено към практиката на съвременните български младежи, да идеш да играеш сам боулинг е като да идеш на купон и да слушаш собствената си любима музика със слушалки. Все повече музика, все повече купони и в резултат – все повече атомизация.

Дебат, подобен на американския, макар и без пряка връзка с Пътнъм, се поведе и в България с 6-7 години закъснение, както обикновено – провокира го идването на власт на „царя“ през 2001, който разруши политическата система. И тук, както там, акцентът беше обществено-политически: имаме ли упадък на гражданското участие? Прави ли се оказват консерваторите, които вече отдавна се вайкат за ценностите? Или по-скоро прави са бодрите либерали, които се мъчат навсякъде да видят поводи за растеж, нови възможности?

Някои от констатациите на Пътнъм буквално се отнасят за България. Например от 1990 насам непрекъснато спада процентът на гласуващите. Обхванатите от синдикатите през 2007 са 5%, при младите това число трябва да делим наполовина. Горедолу такова е положението с членството в политическите партии; членство в НПО-та и читалища не надхвърля 4%, в спортна организация – 3%. Очевидно са близо до статистическата грешка и няма особен смисъл от по-детайлни анализи.

Особено драматично изглеждат тези цифри на фона на насилствения колективизъм от соцвремето. Наистина казионните организации тогава имат главно пропагандна роля; и все пак присъствието на профсъюзно събрание (често завършващо с банкет по един или друг случай) е повод за социално общуване, за укрепване на връзки. Тук трябва да добавим столовете, почивните станции, ако щете – чакането на опашки¹, където се завързваха нови социални контакти. Не бива да забравяме и бичуването на „отчуждението“ при социализма, свързано тогава с „еснафството“, „вещоманията“, „западното влияние“, „индивидуализма“ и т.н., но все пак говорещи за процеси, паралелни на

1 Социализиращата роля на дефицита и връзките, които борбата с него поражда (системата на блат), е добре позната за изследователите на Съветска Русия.

тези, които се случват в развития Запад. Започнали като плоско идеологическо клише, към края на режима подобни критики изглеждат все по-искрени, попадат в сериозното изкуство, звучат като недоволство вече не от буржоазните „остатъци“, а от самия режим (същата роля има засилващият се национализъм, носещ ореола на общностното, безкористното, неконсумативното). А впрочем не беше ли сригването на социалистическата държава и „социалната драма“ (Търнър²), която последва, тъкмо обратното – пауза в процеса на атомизацията, разбъркване на обществените йерархии, изблик на ритуално-политическа енергия и гражданска щедрост? Ако сме готови да видим „прехода“ като пауза в един по-дълъг период, можем да мислим ставащото в България като част от глобален процес, който днес изследователите установяват навсякъде по света.

Сред обясненията на Пътнъм ще посоча три, които ми се виждат ценни в началото на дебата по българския случай.

Първо, гражданското участие намалява поради липса на време – в САЩ основен фактор за това е излизането на жената на пазара на труда (един аргумент, който критиците му отхвърлят). Това, което със сигурност виждаме в периода на „прехода“, е рязко увеличаване на работното време из цяла Източна Европа: хората започват да се трудят на две-три места – някои, за да оцелеят, други, изкушени от новия свят на потреблението, открил се пред тях. Тук обаче веднага трябва да кажем, че няма време за класическо, формално ангажиране с някакви каузи. Освен това самото работно време е станало неплътнo, несистемно, надупчено от многобройни прозорци, когато правиш нещо друго, не-служебно. Очевидно е, че това друго няма как да прилича на партийния или профсъюзен активизъм от 50-те.

Второ, гражданската активност може би се подкопава от онова, което някои наричат хипотезата на „пресаждането“ (re-potting), т.е. колкото по-често местите едно растение в нова саксия, толкова по-трудно му е да пусне здрави корени. Колкото по-мобилен е човек, толкова по-слаби са връзките му с комшиите, приятелите, колегите. Към това прибавяме и фактора на семейната мобилност, т.е. развода, който очевидно забързва пресаждането от среда в среда и изживява своя бум и у нас, и в Америка през 60-те и 70-те. Първата реакция на този аргумент, пренесен върху България, е отрицателна. Географската мобилност през социализма е по-висока от тази на прехода, разбира се поради индустриализацията, колективизацията на селото и масовото мигриране към

2 Става дума за ритуализирано, колективно отиграване на социалната промяна, масов, колективен ритуал на прехода (по Ван Женеп), период на обща нестабилност, когато старите йерархии вече не са валидни, а нови още не са се изградили. Ригидната повторителност на ритуалното действие идва да компенсира рушащата се структура на обществото, екстатичните емоции на лиминалната *communitas* на прехода заменят обичаи и правила, телесното присъствие (на площада, в кадъра на телевизията) говори наместо загубилите смисъл знаци (Turner, 1974).

градовете. 60% от българите днес живеят в населеното място, където са се родили, а само 10% са го сменили след 1989-та. По отношение на вътрешната миграция младите са много по-уседнали от родителите си: местоживеенето си не са сменяли съответно 76% и 73% от до 24 и до 30-годишните (Алфа Рискърч 2007: 74-75). Към тази цифра трябва да прибавим близо 15% емигрирали в чужбина, които така или иначе напускат кадъра на изследването, но дават идея за общата мобилност. И все пак социализмът продължава да изглежда по-мобилното общество. А може би именно миграционните движения са причината за липсата на гражданска съпротива в онова време?

Нека добавим и един фактор, който при тези цифри не се вижда: броят на онези, които сменят жилището си вътре в населеното място, местят се в друг квартал и по този начин – особено в големите градове – се изкубват от общностния контрол. При социализма това е изключително трудно, пазар на жилища практически няма, а ведомственият апартамент се дава до живот. Днес 32% от младите са напуснали жилищата на родителите си (59% от 27-30-годишните) – значително повече, отколкото в началото на 90-те (Gallup 2007:19), което е знак за нараснала вътрешноградска мобилност. Заслужава да се запитаме дали мобилността къса социалните връзки, или обратно, скъсаните връзки правят мобилността по-лесна. Впрочем мултикултурализирането на средата, която в Америка подкопава общностната спойка, вероятно започва да бъде фактор и у нас.

Трето, Пътнъм говори за затварянето на индивида в свой потребителски лайфстайл благодарение на главоломното развитие на техниката, която измества отношенията лице в лице („Виновникът е телевизията“, Putnam 1996). Ако се върна към метафората от подзаглавието си, старият младеж без MP3 плеър е принуден волю-неволю да участва в музиката на купона, да общува, да си създава приятели и неприятели. Новото техническо средство позволява всяко моментно раздражение или досада от околните да се превърне в разрив, в самоизолиране в собствен свят, избран грижливо, така че да съответства на най-фините особености на съответната идентичност или възможности на съответната кесия.

Да се противопоставя потребление и гражданска добродетел е тема, стара най-малкото колкото християнството. Колкото повече потребление, толкова по-малко еротика остава за инвестиране в публичните дела (по подобен начин наркоманът, който получава наготово ендорфини, няма мотив да преследва цели, чието осъществяване би накарало мозъка му да ги отдели за него). Потребителското удовлетворение е не просто голямо, то непрекъснато нараства, всеки ден гражданинът на развития свят консумира повече, откъдето и известно изместване от по-слабо променящите се (за да не кажем направо стремглаво губещите важността си) публични дела³, чиято тежест в живота

3 Най-внезапно публичното измерение изчезна в постсоциалистическите страни.

на съвременния човек значително намалява. Разбира се, всичко това почива на една презумпция: че по природата си потреблението е антипублично, противопоставено на гражданското в човека. Съвсем другояче ще почнат да изглеждат нещата, ако си представим, че във всяко потребление има и гражданско измерение. Тогава потребителският биг бенг от последния половин век ще започне да ни изглежда не като упадък на гражданството, а като трансформация, която следва да осмислим, наместо изначално да отхвърляме.

Пътнъм предвижда контрааргумент срещу тезата си, който също заслужава внимание. На мястото на старите институционализирани общности с публично битие от типа на профсъюзите се появяват многобройни малки групи за самопомощ от типа на Анонимни алкохолици⁴, религиозни кръгове, кръжоци около някакво хоби и т.н., където гражданите набавят своя социален капитал. В количествено отношение едва ли членството във вторите е по-малобройно от това в първите, дори напротив. Разликата е в начина, по който те функционират. Както пише Роберт Уутноу, в подобни малки групи работи принципът на най-малкото общо кратно – ходиш, когато можеш, взимаш думата, когато искаш, не критикуваш, напускаш, когато нещо не ти хареса. На практика те са като продължение на семейството или комшиятството: разликата е, че не изискват ангажимент за цял живот (Wuthnow 1994:45, цит. от Putnam, op. cit. 72). Според други изследователи социалните капитали не изчезват, а променят същността си – затварят се в етнически, религиозни, приятелски общности. Аз бих казал: *приватизират се*.

И така, като отхвърлихме идеологическия пласт у Пътнъм – жалбата по упадъка на ценностите и липсата на добродетели у младите, която културата ни познава от времето на Хезиод, – стигнахме до по-интересните метаморфози на гражданството днес.

Новите млади: някои вътрешни опозиции

Наблюденията ни са направени през 2007-2008 върху софийски младежи между 18 и 30 г., подбрани според критерия активност в Мрежата⁵. Целта беше да видим дали и как новите комуникационни технологии променят гражданските представи и практики. От това следва една определена елитарност на респондентите, която ги отделя от масовия българин, но заедно с това ги приближава към подобни на тях младежи от развития свят, като позволява разсъждение върху споменатите по-горе глобални промени във формите на гражданство.

4 Групи за колективна терапия с цел отказване на пиенето, които се самоорганизират в повечето американски градове.

5 Екипът направи около сто дълбинни интервюта, десетина фокус групи и се включи в наблюдение на младежки граждански и културни практики.

Първото, което бие на очи, е, че се е разпаднала връзката между моментите от живота – нараснала е ролята на *случайността* при важните стъпки. Сериозно планиране като че ли се забелязва само сред онези твърде малко на брой младежи, които се готвят за работа в международни институции или големи чуждестранни компании: само те строят CV-та без „дупки“, събират дипломи и стажове, учат езици, установяват връзки. Образувала се е нещо като темпорална пропаст (по аналогия с дигиталната, *digital gap*) между *планиращите* и *носените по течението*.

При мнозинството от тях работа, квартира, контакт за емиграция се намират по силата на случайна среща, на попаднала информация в Мрежата, които преобръщат предварителните нагласи. Не че няма очаквания за бъдещето, напротив, просто те не са свързани с дългосрочна стратегия и ясен, непроменлив образ на себе си. Например младите очакват доходи, които двойно надвишават средните за страната⁶, като при това често наблягат на приятната, модерна атмосфера („Не ми се работи в някоя прашна канцелария“ – каза един респондент). Тези очаквания рядко се центрират около работата, около нещо, което може да прилича на онова, което преди наричахме „кариера“. Що се отнася до образованието, то е по-скоро психологически проблем (нерядко проблем на родителите) – трябва да си закачен някъде, докато се уредиш. От друга страна, следването е елемент на лайфстайла: прекарваш известно време в елитни (?) среди, междуременно попадаш на една работа, после на друга, трета. До голяма степен това напомня стратегията на провинциалист(к)ите от соцвреме да постоят в Университета, докато се оженят за софиянец/ка. Днес женитбата не излиза напред масово като жизнена стратегия: повече от половината млади живеят без брак, а процентът се увеличава при елитите. Затова пък влизането в среда, запознаването с хора, прикачването към социални мрежи остава централен мотив. В последна сметка няма идентификация с професията и социалния статут изобщо; далеч по-важни са потреблението, хобитата, преживяванията, мрежите, в които участваш.

Наистина, една година след влизането в ЕС декларираното желание за необратима емиграция е спаднало, но пък това за дългосрочна временна се покачва – практически не попаднахме на младежи, които да не са били поне за няколко месеца в чужбина или да не планират да поработят навън. Една от причините за охладняването по отношение на окончателната емиграция изглежда е споменатата необходимост от по-дългосрочно планиране там, в сравнение с България, при равни други условия. Нерядко младите описват тази по-контролирана, по-планирана западна реалност като „комунизъм“ – нещо особено забавно, когато се употребява за фирма в САЩ например.

6 Галъп 2007. Това е най-видимо в казуса на ИТ-специалистите, изследван от Орлин Спасов.



Еко-проекти

Временната емиграция от типа на студентските „бригади“ в Америка и ЕС е особено предпочитана, защото набавя разкази и преживявания, пък и малко пари, без да те закрепостява за дълго и да предполага житейски стратегии.

Може да се каже, че трайността, постоянството в отношенията с институциите е нещо, на което настояват работодатели и родители и което младежите преживяват като ограничаване. Тук няма битка с *precarity*: за разлика от европейските им връстници, българските млади не възприемат временния договор като експлоатация, тъкмо наопаки. Ето защо по принцип за обвързване настоява винаги институцията, не работникът. Причината за тази разлика вероятно е в това, че досега основната част от заплащането у нас минава на ръка, извън договора; обратно, в Европа заплащането на черно обикновено е несравнимо по-ниско от това, което можеш да получиш официално.

Във всеки случай *текуществото* на българския пазар на труда не просто е много по-високо от това на Запад: то е основната форма на борба на политните младежи за подобряване на условията – сменяйки работата, те се пазарят за пари (понякога шантажират работодателя с това, че ще се местят, особено в ИТ сектора), телефони, служебни автомобили и др. Условия за това създава и самата неустановеност на бизнес средата у нас: възникват и изчезват предприятия, препоръката от работодател не се е превърнала в институция, образованието е в криза и т.н.

Основното идейно деление при българските младежи е между *западници* и *почвеници*, или, ако актуализираме тази стара опозиция, между *глобалофили* и *глобалофоби*.

Очевидно екзистенциалният проблем на поколението е отварянето на страната към чужбина: наред с пътувалите от една трета до две трети от младежите (според населеното място), две трети казват, че имат близки и приятели в чужбина, чийто живот, посредством *Skype* и *Facebook*, непрекъснато е пред очите им. Така че тези хора растат, изправени ежедневно пред въпроса: да остана или да замина? От една страна, непрекъснато чувахме, че тук е похубаво, от друга – че никога няма да се „оправим“. Тези крайно противоречиви емоции не бива да се анализират поотделно, а да се приемат в *система*, като белег за сериозността на вътрешния конфликт.

Западниците нямат проблем с чужбината, или са били временно, или смятат да ходят, или това, че не са ходили, не им е проблем. Основната идеологическа ориентация тук е екологията, която представлява един конгломерат от дива природа, носталгия към природата от времето, когато с мама и татко са ходели на море, плюс една нова култура на тялото от списанията, източна духовност, антиконсумизъм, моден алтерглобализъм (който парадоксално е израз на тяхната глобалофилия!) и т.н. Тези младежи имат приятели по света, свободно преминават от една етносцена⁷ към друга, развиват космополитна

7 Взимам термина от Апападурай (*ethnoscapes*). „Етнопространства“ в българския превод

идеология и активно започват да участват в проектната култура. Основното е, че не морализират стоеенето тук, а търсят начин да го направят приятно.

Почвениците в последно време се самоосъзнаха идеологически като „националисти“. Национализъм тук не бива да се възприема сериозно, защото зад него рядко има истински политически идеи⁸, уважение към институциите или усещане за национална солидарност. Става дума, от една страна, за расизъм: бунене на трансгресивни страсти към чуждото тяло, попаднало в моя жизнен периметър. Тези страсти са на първо място предизвикателство към политическата коректност, установена в страната през 90-те. Врагове са не само турците, циганите, вьетнамците, но и Джордж Сорос, евреите в Белия дом, чужденците, начело на тройната коалиция от 2005. От друга страна, т. нар. национализъм е един вид *суб- или контракултура*, свързана с определени компетентности: тези младежи знаят всякакви патриотични интернет теории и усърдно ги разказват (Китайската стена била построена за защита от българите), практикуват ритуали (поднасяне на венци, поздравяване, самодейна военна подготовка, униформи), активно измислят емблеми (прабългарските „руни“, лика на генерал Луков). Чисто политическите им идеи са доста смътни, пък и редовите членове бързо са готови да признаят, че в последна сметка нищо няма да излезе. Смърт за подобен субкултурен национализъм, разбира се, е официализирането на техните организации, участието им в голямата политика. Тук подчертавам един мотив, който донякъде обяснява явлението: младите националисти имат проблем с чужбината – или са били и са се почувствали зле, или са опитвали да отидат, но не са успели, или просто са решили никога да не ходят. Във всеки случай те морализират проблема „чужбина“: не веднъж ни казаха, че националистът никога не би емигрирал; в по-мекия вариант той би работил дори от там за националната кауза.

Любопитно е преплитането на патриотически и екологически мотиви. Протестите в защита на Рилските езера през януари 2008 например включват участието на кукери. „Мощна група кукери ще ни помогне да прогоним тъмните сили от държавното управление, защото всички знаем, че живите традиции искат жива природа!“⁹ Подобен ефект има призивът на екоklubа при СУ „Св. Климент Охридски“ през 2007 да се носят мартеници със зелено в знак на протест срещу „Натура 2000“ – визуален ефект от операцията е българското знаме, което впрочем отдавна се практикува от частните производители на

губи идеята за погледа, за това предпочитам етносцена (Ападурай, 2006).

- 8 ВМРО набляга на връщането на българските земи и етническите българи от чужбина; АТАКА изваждат напред антиелитарните си настроения, където националните предатели са турци, евреи, немци; расизмът на БНС, освен към местните, е насочен и към бъдещите гастарбайтери в страната, които трябва да бъдат наши „слуги“. Любопитна е идеята на ВМРО за сваляне на избирателната възраст на 16 години – тя говори за младежкия профил, който организацията опитва да си изгради. Привържениците на АТАКА са по-възрастни, докато 150-те активисти на БНС просто са младежи.
- 9 За да остане природа (<http://forthenature.org/actions/81>, посетен 22/08/2008).

мартеници. И нямаше интервю с екомладеж, в което да не се спомене емблема от типа на Левски¹⁰, траките или нестинарите.

Почвениците-глобалофоби обаче също се преживяват на глобална сцена. Сред формите на национализиране на глобални емблеми си заслужава да се спомене това, че българските скинари обосновават бръснатите си глави с прабългарите, които са се подстригвали по същия начин, а свастиката била намерена по плащеницата на хан Тервел. Честването на 20 април за тях съчетава поредната годишнина от Априлското въстание с... рождения ден на Хитлер! От друга страна, при общуването със себеподобни в Мрежата скинарите се хвалят със забележителностите на красивата българска природа.

Като че ли и в двете групи има една определена *познуса* от света на възрастните, която при вегетарианството придобива дори физиологически измерения.

Странно е, че младежите рядко мислят в опозицията *бедни – богати*. Наистина, лошо е да си „гъзар“, но негативната конотация на думата е по-скоро по отношение на претенцията, че си паралия, не на самото богатство.

Може би това е в резултат на избора на респонденти сред виртуалните елити (които по дефиниция обикновено са по-скоро осигурени). Или пък опозицията България – чужбина е толкова мощна, че тушира вътрешните социални разлики. И все пак интересно е, че подобни координати почти никога не се появяваха в самоописанията.

По-бедни като че ли са онези към културната десница¹¹: най-крайните, скинарите, хората от БНС най-често идват от бедни семейства. На другия край са екомладежите, които изглеждат относително добре осигурени и образовани. Впрочем този социален профил може би обяснява странното им безразличие към социалните проблеми, за разлика от аналозите им по света. Екомладежите у нас някак трудно могат да се нарекат „леви“¹², това най-често са младежи с избор, които предпочитат качеството на живота пред кариерата и с това донякъде напомнят един вид „стара софийска аристокрация“, презираща новобогатите, малко като планинарите-западници в стил Алеко. Лайфстайл-екологията¹³ е свързана с грижа към собственото тяло, борба за

10 Един активист на кауза, която комбинира вегетарианство, психеделик, ню ейдж и защита на природата например каза, че създава комитети като Левски из страната.

11 Техните икономически възгледи са леви. Обратно, културната левица, толерантна, мултикултурна, светска е икономически дясна.

12 Бихме очаквали те да са най-големите врагове на расистите, но всъщност, ако съдим по форумите, това са малобройните анархисти. Този факт прави разделението леви – десни малко неуместно, сякаш екология и национализъм са стилове на живот, не политически идеологии.

13 Нека спомена само цените на фестивала *Артмосферик* проведен от природно-ориентирани младежи през май 2008 над Своге: един сок от моркови е 4 лв., салатата и екосладкиш – по 3 лв., супа – 2 лв. За сравнение неекологичната бира струваше 1,50 лв. Очевидно става дума за луксозен лайфстайл на софийски елити.

„дюната от детството“, спокойния живот и отказа от борба за вещи, по-лесно осъществим, когато ги имаш, отколкото когато ги нямаш.

По-видимо е делението между *казионни* и *трансгресивни* младежи, т.е. тези, които са обучавани „отгоре“ по различни международни проекти, и тези, които правят *грас-руутс* политика така, както я разбират¹⁴. От едната страна са хората от проектната култура, тези, които ходят по семинари и говорят един и същ език, мислят се като професионалисти. В редица разговори със самите тях, както с някои от финансиращите институции, установихме бум на младежко кандидатстване по проекти, особено тези на Държавната агенция за младежта и спорта. Какво трябва да означава това? От една страна, заражда се политика по отношение на младежта, както в държавата, така и в отделните политически партии. От друга, наместо да развива гражданското съзнание, това увеличава усещането за формализъм, кариеризъм, „източване на средства“, а успешните проектчици все повече се мислят като „професионалисти“ – политици или НПО дейци за тях май е едно и също. Има реален интерес „отдолу“ да се правят неща без и против посредничеството на партии и казионни формации – истински доброволчески акции, артистични изяви, образователни проекти и т.н. Но не трябва да мислим, че *грас-руутс* активистите тук не са част от глобалната сцена: те също боравят със световните емблеми на гражданското общество, пренасят свободно опита на далечни играчи, прескачат от едни към други каузи. Онова, което ги различава, е, че просто не искат никой да стои над главите им и да ги поучава. Конфликтът между „отгоре“ и „отдолу“ набира сила.

На другата страна стоят националистите, които държат един трансгресивен език, неудобен за големите спонсори. Тук истинската казионност е самоубийство, доколкото, вече казах, национализмът носи елементи на суб- или контракултура, където ясното очертаване между „нас“ и „тях“ е в прекриването на определени норми на политическата коректност, възпитанието или дори закона. Тук също цари дейност, понякога организирана в НПО-та, но рядко финансирана отгоре – и тъкмо това ѝ придава морално, *грас-руутс* звучене. Разбира се, трудно е да се види моралът в пребиването на ромското дете, което е честа „инициация“ сред скинарите, но за да разберем смисъла му, трябва да го мислим във връзка с раздаването на дрехи за бедни или чистенето на Витоша. Заедно с това не трябва да забравяме медийната казионност на националистите: тяхната трансгресивност някак прекрасно се вписва в слабо контролирания медиен пейзаж на България и превръща лидерите им бързо в звезди, които се явяват в ток шоуа, за да изразяват силни тези, водят агресивни предавания, скандализират европейските елити и радват народа

14 *Grass-roots*, корените на тревата: използва се в проектния език за граждански инициативи, които тръгват от базата, от самите хора. Вж. анализа на политическите елити, направен от Ружа Смилова.



Екологичният и националистичният репертоар лесно преминават един в друг

с юнашки попържни. Своеобразен връх на тази симбиоза между медии, поп култура и национализъм беше забавното предаване на Нова „Дупка в стената“ през 2008, където облечени във футуристични грейки участници скачат през сложни отверстия в движещи се стени и весело падат в басейни. Невероятно, но факт: единият отбор беше „Националната гвардия“, во главе с лидера си Боян Расате.

В културно отношение основното деление сред младите е това между *любителите на поп-фолка/чалгата и всички останали*. Огромните емоционални инвестиции в себеразграничаването от тази култура – гнусене, подигравки, признания и пр. – говорят, че тук далеч не става дума просто за музикален вкус. Самата двойственост на понятието говори за неизбежност на отношението: едни го виждат като чалга, т.е. нещо нечисто, ориенталско, други – наша си българска фолк-музика. Това недоразумение ни дава идея за движението във времето, за избистрянето на национализма от натуралното обичане на нашето (слушаме това, което ни е кеф, на пук на елитите), към идеологическото обичане на автентичното изчистено наше (което се преименува на „поп-фолк“, текстовете се обезопасяват, ориенталското се намалява до минимум).

За едни през тази култура се завръща тъмното балканско несъзнавано, което българският модернизационен проект се мъчи от десетилетия да изтласка: такава омраза е националистическа. За други поп-фолкът/чалгата е култура на простолюдието, на онези нови богаташи, изплували на повърхността в съмнителните години на прехода: тази омраза съдържа елитарни, социално-класови елементи. За трети става дума за консумативна култура, брутално комерсиализиране на живота, та чак до секса, със силиконовите бюстове: реакцията тук е откъм един определен идеализъм, който често се формулира в търсенето на „некомерсиална“ музика, колкото и трудно да е да се определи тя.

В този смисъл границата на поп-фолка/чалгата е ясен индикатор за социалните напрежения вътре в обществото (които, както казах, не излизат пряко при интервютата): тя противопоставя културен елит на простолудие, легитимно – на нелегитимно богатство, тук – на чужбина.

Виртуалният обрат

След лингвистичния обрат от началото на XX век и културния обрат от края му, началото на новото хилядолетие ни сблъсква с явление, което още по-дълбоко променя света ни, защото отива отвъд теориите. Докато намерим по-добро име, нека го наречем „виртуален обрат“ и се опитаме да систематизиране характеристиките му, които имат отношение към промените в гражданските практики на съвременния човек.

Първо, става дума за сливането на принципа на общуването с този на библиотеката. Комуникация с един адресант и един адресат на информацията (които могат да са групи, могат да разменят периодично местата си като в случая на телефона) е опосредена на ново ниво: сега самата информация се превръща във виртуален *свят*, в който влизат и излизат безкраен брой нейни адресанти и адресати. Виртуалният свят се обогатява в реално време от всеки участник, расте, мутира непрестанно, но заедно с това има своя логика и дори пространствена *правдоподобност*, които са сякаш отвъд волята на всеки един участник в комуникативния акт, колкото и могъщ институционално да е той. С метафората „свят“ имам предвид тази онтологичност¹⁵ на висящата във виртуалното пространство информация, тази забрана или може би безсилие за идеологическо санкциониране. Нещата са казани, записани, те са необратимо там, сякаш завинаги. Заедно с това тази световост на информацията е свързана с определена естетика: виртуалното е все по-правдоподобно, все повече натоварено с емоции, все по-реално – и това не е просто средство за по-добро ориентиране, както в добрите стари библиотеки, а за да се внушава усещане за реалност, за истина.

Вторият момент, това е непрекъснатият потенциален достъп до всичко и всеки. Телефонният указател, речникът, градският план, справочникът, ценовата листа и всички други възобразими форми на *картографиране* на живота са слети в една услуга, да я наречем *Търсачката*. Ако можеш да се информираш незабавно за всичко, от това неусетно следва, че *трябва* да можеш да се информираш, с други думи, че достъпът до все по-пълна и незабавна информация започва да се мисли като право. В обратна перспектива, да бъдеш видим, сиреч откриваем от Търсачката, се превръща в другата страна на това право. Екзотично звучащите случаи на хора, които искат да съдят Гугъл,

15 В тази посока трябва да разбираме странната длъжност „онтолог“ (човек, който моделира и систематизира значенията) в семантичния уеб – информацията, попаднала във виртуалния свят, е сякаш битие, *онтос*.

задето пуска роботите си да ровят из личните им страници¹⁶, показват посоката, в която целият този дебат вероятно ще тръгне – да имаш право да излизаш на виртуалния мегдан, но заедно с това да показваш там само онова от себе си, което искаш. Все пак публичното пространство е конструкция, основана на закони, права, контрол, културна традиция. В този си първоначален вид Мрежата е виртуално битие – извън него не е приватното пространство, а несъществуването. Тази нова онтология заслужава да се обмисли сериозно. Човешката участ по принцип е особена с това, че имаме нужда един от друг. Новата, виртуална човешка участ – в тенденция – означава непрекъснато да си видим и да виждаш, да си достигим и да достигаш, да си класифициран и да класифицираш.

Третият момент стана видим с възхода на Web 2, ще го наречем *етиката на интерактивността*. Трябва да имаш роля в комуникативния процес, все по-важно е да можеш да се намесиш в комуникационните потоци, да отговориш, да класираш, да копираш и препратиш. Тази активност на пръв поглед изглежда нещо крайно позитивно. В масовия случай обаче тя е начин на *съпротива* срещу знаковия поток, който идва от другия, непрекъсната нужда да правиш друго, докато ти говорят. Да си дадеш важност пред лицето на другия, пред който в предишни епохи може би си щял да изпитваш уважение и благоговение – сега, като го рейт-ваш, диг-ваш, поуст-ваш, важният ставаш ти. При това не забравяйте, че усъвършенстващата се технология позволява не просто да се включиш в дискусия – докато слушаш, можеш да играеш на игра, да си говориш по *Skype*, да получаваш и имейл. Интерактивността поощрява една задълбочаваща се *структурна разсеяност*, която изглежда важен аспект на съвременната култура.

Накрая усъвършенстващата се технология на виртуалния свят пряко променя мирогледа, както Валтер Бенямин е показал за фотографията или киното; старата и виртуалната реалност разменят местата си, случващото се в Мрежата започва да става *по-реално от реалното*, хиперреално (Бодрияр). Да вземем скоростта. Информацията протича мигновено (ако не в реалността, то по идея), съкратено е екзистенциалното време на пътуването до истината, изграждането на смисли, образоването – можеш просто да прескочиш от една точка към друга и мигновено да се информираш, нещо повече, няма нужда да четеш целия текст, можеш да откриеш точно изречението, което ти трябва, и да преминеш от него към друго в съвсем различна книга. Дали от това следва по-задълбочено знание тук не се наемам да твърдя; въпросът е, че за потребителите написаното в Мрежата започва неусетно да става по-важно от написаното в книгите от „прашните библиотеки“, истината се мери не с потъ-

16 Белгийска и френска информационни агенции спечелиха срещу Гугъл процеси през 2007 заради това, че търсачката дава безплатни линкове към съдържанието им и по този начин не уважава авторското им право.

ването и съзерцанието, а обратно – с *бързината на скоковете*, която можеш да развиеш по повърхността.

Новите форми на комуникация днес са основа на социализация и културен живот за младите. Казаното по-горе ражда промени, които многократно са били обсъждани: липса на критична дистанция, неспособност да се концентрираш, фрагментарност на знание и идентичности. По-интересни изглеждат дребните, поколенчески разлики в ползването на Мрежата. За новите млади тя не се наслажда върху културата на материалните носители (книгата, вестника, галерията...) като тип функционално удобство, а я *замества*.

Да вземем вестника. За човек от по-старите поколения Интернет е удобно средство да прегледаш световната преса без заплащане. Младите, които интервюирахме, не отварят дори виртуалните вестници – те се информират, като си *препращат линкове*. Ако при срещата с вестника човек е изкушен да погледне и рубрики, които не му влизат пряко в интереса (макар и по-малко при виртуалния му вариант, отколкото при хартиения), информиращият се чрез линкове рискува да остане в орбитата само на онова, от което неговата мрежа от приятели се интересува. От една страна, освобождаваш се от скучната институция „вестник“ на възрастните, от друга, попадаш в плен на приятелската си мрежа, където е малко вероятно да срещаш неща, които истински противоречат на нагласите ѝ. Например неофашистът може да чете само информации, които потвърждават расистките му предубеждения, антиглобалистът – никога да не получи аргументи в полза на глобализацията. Сякаш са възстановени идеологическите граници, този път не с бодлива тел, а чрез самия принцип на свободата – търсиш само онова, което искаш да намериш.

Както казах, установила се е една нова комуникационна среда, при която хората са *непрекъснато във връзка*. Да вземем мобилните телефони (какви то всички наши респонденти имаха, често и по няколко, с различни абонаментни планове): възможността във всеки момент да се обадиш на другия на практика унищожавя всяка твърда уговорка и всяка среща се предоговаря многократно до последния момент. Това направи много трудно организирането на интервютата ни, но пък ни даде престава за новия комуникационен ред. Непрекъснатата връзка втечнява света, отменя етически изисквания като това да бъдеш точен или да си държиш на думата. Що се отнася до протестите, тя прави възможни акции от типа на *флаш моба*, които имат предимството, че хората се събират в последния момент и полицията не може да реагира, но и недостатъка, че става дума винаги за малка група – за импровизация, полушеговито артистично действие, насочено главно към медиите.

До подобен парадокс води възможността потребителят да се информира от Мрежата. Понеже *може да го направи във всеки момент, той/тя практически не го прави* – зачита първия ред от съответната страница и прескача по някой хиперлинк в съвсем друга посока. Така младите виртуални елити се самоописват като най-информираното поколение, но на практика са изключи-



телно невежи дори в сфери, които пряко ги касаят. Нека да напомня, че „виртуално“ на български означава „възможно“ – в този виртуален свят се сблъскваме непрекъснато с възможни неща, които обаче така и не се случват.

Ще спомена няколко практики, които наблюдавахме в нашата етнография на Интернет (по израза на Даниел Милър). Първото ще нарека *обезсмъртяването в Мрежата*. Качването на нещата там – писах, че виртуалното на повечето езици се пада „горе“, малко като рая¹⁷ – предполага те да станат смислени, да се запазят. От една страна, интересните неща, които се случват, се снимат и качват. От друга обаче, те се правят именно, *за да бъдат качени*, тъкмо качването ги прави интересни.¹⁸

Много е актуално в момента, когато ходиш на дискотека, след това, ако са те снимали, да намериш снимките, да ги изтеглиш от *Partystar, Style lady...* и да ги качиш във F. на отделна папка, като оставиш надписа отдолу да се вижда, за да знаят всички къде си бил.¹⁹

В едно интервю научихме, че футболните фенове се бият, за да качат снимките в Интернет и после, изучавайки ги на спокойствие пред компютрите си, да могат да отсъдят кой е победил. В друг случай чухме как набили един просяк, за да качат клипчето със сцената. И, разбира се, многобройни са случаите, коментирани и в медиите, когато се пускат крайни, порнографски сцени от личния живот. Като че ли виртуалното измерение има свойството да снижава моралния контрол – както става безотговорен човекът в тълпата според Льо Бон и Фройд, невидимата виртуална тълпа деиндивидуализира, тласка към крайни поведения.

Развива се един особен *виртуален нарцисизъм*, свързан с възможността за незабавно, импулсивно опубличностяване – всяко нещо, най-капризното хрумване, мигновено може да премине във виртуалната вечност, да стане социален или естетически факт. Заслужава да се спомене, че по-голямата част от блоговете у нас се пишат не просто от млади, а от ученици. Все по-лесното качване, все по-съвършените технически и финансово достъпни форми на обезсмъртяване дават усещане за еуфория, където до голяма степен *еротиката на средството е подменила тази на целите*. В много от интервютата последните осем години бяха описани в ключа на техническите нововъведения: появява се *ICQ*, респондентът започва да чати, после излизат блоговете, той си прави свой, пуска три постинга, омръзва му, после идва *Facebook* и той измисля неповторим свой профил... *Media is the message!*

17 Дичев, И. (2008): Новият виртуален космос, сп. Мениджър, бр. 2.

18 Такъв омагьосан кръг, породен от новата технология, открива Зигфрид Кракауер по повод пропагандния филм на Лени Рифенщал „Триумф на волята“ за нацисткия конгрес в Нюрнберг: снима се, защото е проведен конгрес, или се провежда конгрес, за да се заснеме той? (Krakauer, 1974: 352-356).

19 Интервю с М. – Невена Германова нарича това „разтягане на мига“.

До голяма степен към тази виртуална вечност/публичност са адресирани артистичните акции на природозащитниците, които се маскират и измислят остроумни хепънинги. Не по-различни са националистите, когато поднасят цветя или когато пускат в Мрежата псевдонаучни проучвания, доказващи тезите им.

Младежите, които интервюирахме, са израснали във времето на „прехода“, когато ценности и каузи се предефинираха, подменяха, осмиваха. Някои (по-скоро над 25) се самоописаха като „загубено поколение“ – хора, лашкани напред-назад, чиито родители трябвало да сменят работа, да живеят в емиграция и тъй нататък, откъдето една непризната завист към „малкото братче“, на което не се налага повече да се лишава от нищо. Травмата от непрекъснатите промени са оставили чувство на несигурност. Как да се инвестираш например в политическа кауза, ако партиите така бързо умират или тотално променят ориентацията си?²⁰

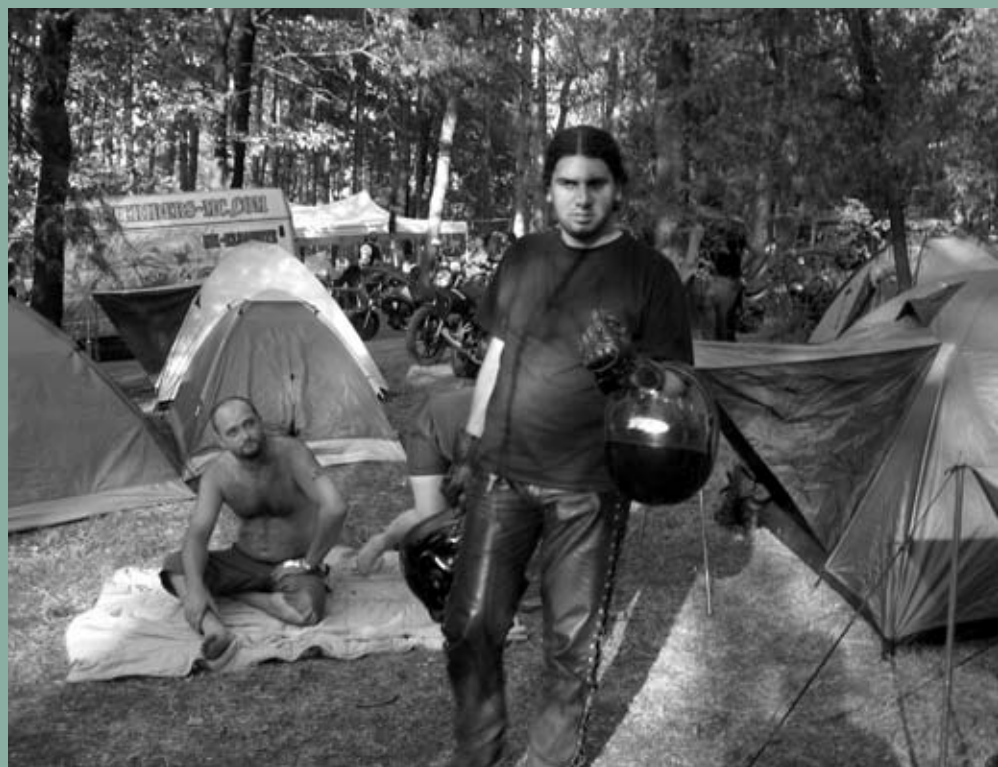
Тук изхождам от недоказуемата интуиция, че човешкото същество не може да строи общности и идентичности без измерението на дара – а младият е особено обърнат навън, към другия. Само че на мястото на бруталната комунистическа прагматика днес се е наложила една сякаш консенсусна идеология на краен неолиберализъм и пазарен фундаментализъм, които карат младите хора да проявяват своята общностно-строителна щедрост в нови, непонятни за възрастните пространства. Виртуалният свят тук отново играе централна роля: по парадоксален начин тя съчетава краен егоизъм с крайна щедрост. От една страна, там ходите, за да взимате неща – сваляте филми, копирате снимки, проучвате едни или други информации, ако може без пари²¹. От друга, вие непрекъснато давате – качвате, препращате, съветвате непознати²².

Не говоря само за такива очевидни феномени като посвещаването на сериозно усилие за това да преведеш без хонорар пиратски свален филм за общото благо или да висиш с часове (от два нагоре, според респондентите) във *Facebook*, разменяйки снимки, клипове, музики, шеги, стихове и какво ли не с „приятели“ и „съседи“. Мрежата е започнала неусетно да присъства в

20 Не случайно младите членове на ДПС и донякъде на БСП се оказаха най-мотивирани: техните формации просто оцеляха през време на прехода.

21 Няма никакво съмнение, че за интелектуален продукт българските младежи не са готови да плащат. Чухме многобройни идеологии, обосноваващи кражбата на интелектуална собственост: например според Х., когато свалиш песента на дадена група и ти хареса, после ще си готов да им пратиш пари като благодарност, без да те карат (което си е типична форма на даров обмен). На въпроса, дали той лично е пращал, отговорът беше, че тук, у нас, все още печелим твърде малко, за да го правим.

22 Мрежата сякаш се връща към структурата на християнския дар по израза на Ален Кайе – онзи, при който лявата ръка не знае какво прави дясната, т.е. не получавате в отплата дори престиж, зависимост от страна на другия. Същевременно всевъзможни броячи, класации, рейтинги правят видима „користта от безкористното“ (Бурдийо). По тази тема вж. Дичев, 1999.



реалния живот – всичко може да стане видимо. Както казах, именно в този нов виртуален паноптикум екомладежите засаждат дръвчета, а хората на Расате раздават супа за „нашите майки и бащи“. Би ли имало това същия смисъл за тях, ако не се обезсмъртяваше в Мрежата? Или с други думи, самият жест ли се дава, или се дава образът на жеста? Само една крачка има до това да правиш нещата, защото ще станат видими, без да вярваш истински в тях – да *позираш*.

Проблемът има и още един аспект: в предишните младежки групи сцеплението се осъществява на базата на някакви вътрешни размени – да речем на плочи, касети, предмети с особена стойност. Интернет е направил твърде лесна размяната – дарът, а заедно с това привилегированото общуване с твоя тесен кръг губят смисъл²³. Това може да е едно от обясненията за размиването на границите между субкултурните групи, между които безпроблемно се прескача. Една интервюирана казва: „По принцип имам огромно любопитство, искам да знам и това, и това, и всичко, квото мога, и съм минавала през кво ли не през краткия си живот до сега – скейт, хип-хоп, пънк, грънч, емоушънал, не знам си какво“.

Подобно на християнския обрат, виртуалният прави далечните близки, а подкопава отношението с близките. В резултат цари едно *трескаво търсене на нови първични общности*, но дали такива отново ще се втвърдят и с какви средства ще бъдат направени, засега не се вижда.

Наред с фантастичната промяна във формите на общуване, отваряне на общностите, разтягане на мрежите, опосредяване на контактите от комерсиални платформи, свидетели сме на *криза на местата*, свързана с разпадането на публичното пространство.

Най-твърди са идентичностите именно в сферата на спорта, където физически тела са поставени в реални пространства – примерно на стадиона има твърдо определени места за агитките, шествията им минават по определени маршрути, ако се срещнат, се бият. Но клубовете се препродават, стадионите са приватизирани²⁴, участието в спортни дружества е частно занимание, което струва пари. Оттук тежкото състояние на българското спортно фенство: дори на големи мачове стадионите остават празни, а успоредно с това процъфтяват клубове на „дистанционни“ поддръжници на Мачестър Юнайтед, Челси и всички големи отбори, които носят техните фланелки, скандират тамошните лозунги, пеят английски химни.

23 Това показва в изследването си Вероника Димитрова.

24 Земята се оказва конфликтната пресечна точка между фенове и собственици, пише Жана Попова в анализа си на футболните фенове.

Музикалните клубове, разбира се, също са частни, но вероятно понеже самите собствениците не са част от дадената младежка култура, а просто искат да печелят пари, те следват пазарна логика, която гони не чистотата на субкултурните идентичности, а максимални посещения. Наместо да държат на един музикален стил, тези клубове често предлагат отделни помещения, в едно от които звучи чалга, в друго – рап, в трето хаус и т.н.²⁵ (Това вероятно е така, понеже говорим за центъра на София, където е скъпо и едва ли може да издържи клуб, управляван от някой автентичен рапър например.) Изобщо *парадоксът на субкултурите в България е, че те са един вид висока култура* – хих-хопът, дошъл от Нюйоркското гето, у нас не се практикува във Филиповци, а от привилегирани младежи от центъра. Това засилва комерсиализирането им и оттук – отчуждението от местата, през които преминаваш, без се идентифицираш докрай.

За последните деветнайсет години практически никакви публични места не са изградени в българските градове и има тъжен парадокс в това, че младежите искрено обичат идеологизирани пространства като паметника на Съветската армия в София, натоварен с естетиката на сталинизма.²⁶ Оттук упоритото търсене на свои убежища. Екомладежите свирят по поляните. Националистите организират поклонения пред национални светини. Графитите си присвояват мигновено всяка новобоядисана стена... Но, разбира се, най-сериозното колонизиране на пространства се случва във виртуалния свят по логиката на *бягството* от реалния. Можем да го сравним с виртуална емиграция – напускането на казионните медии, каузи, структури, форми на общуване и преминаването в светове, където ги няма възрастните.

Каква е логиката на възникването на тези места в Интернет? Обикновено те се конструират *около някакъв консенсус* – практики на взаимопомощ, решаване на проблеми от всекидневието, събуждането на емоции. Най-масовият български сайт „БГ мама“ например е конструиран около един в основата си биологически факт, майчинството. Както показва Вяра Ангелова, върху изградените приятелства и доверие, около проблемите с децата се надграждат клюки, социални каузи, културни интереси. За да функционират като места, подобни платформи грижливо се защитават от всякаква реклама или политика. Любопитно е как се дефинира „политическото“. Както разбрахме от фокус-група с активни участници и собствениците на платформата, в БГ мама „политика“ прави всеки, който е агресивен, използва неприлична стилистика и най-вече повтаря многократно едно и също (!): в такъв случай администраторът просто го отстранява. Тоест всякакво мнение има право на съществуване, но

25 Вж. анализа на Ния Нейкова „Младежките микрокултури – места за среща в градското пространство“.

26 Любопитно е, че те дори не знаят защо това място се нарича „Парк на свободата“ – според една студентска работа от ФЖМС някои скейтъри например смятат, че става дума за свобода от гравитацията.



когато то започне да се повтаря, става „политика“. *Политическото е агресия, деструктивност, вънпоставеност по отношение на групата, неестествена ригидност*. Нищо чудно, че младите хора – пластични, адаптивни, флуидни – са отчуждени от една така мислена политика.

Като подобни консенсусни теми, които могат да залегнат в основата на *неутрални пространства*, да функционират като места, се мислят *природата и национализмът*: всички опити да се провокира политически дебат по тях във фокус-групите бяха срещнати с недоумение²⁷. Грас-руутс политиките от БНС, ВМРО или АТАКА организирано нахлуват в неутралните места, проникват във форумите и пускат целенасочени-повторително-агресивни послания, както научихме – понякога в изпълнение на решения, взети от организационно събрание на съответното формирование. Мирните места се защитават, игнорират или изключват нападателите, а в резултат още повече нараства погнусата от политическото.

Субкултура, сцена, лайфстайл

Парадоксът на мигновения културен пренос, който прави възможна новата технология, както казах, превръща внесените отвън *субкултури* в един вид *висока култура* (така рапът се оказва висок, чалгата – просташка и ниска). Истинските субкултури в България – тези на дишащите лепило, на гетото, на престъпниците – просто са невидими, скандално би било в тази страна изобщо да употребяваме за тях „възвишената“ дума култура.

В момента, в който субкултурата излезе на виртуалното поле, тя започва да се съизмерва, да се измества, да се естетизира – с една дума става част от *глобалната сцена*. Това противоречи на класическите ни очевидности. Старите субкултури винаги имат определено морално измерение – основават се върху трансгресия, разделяне на наши от чужди, риск, бунт. За разлика от общността, сцената позволява придвижвания, кръстоски, съсъществуване на различия (Straw 1991/1997; Hesmondhalgh 2005), тя е по-скоро нарцистично-естетически мотивирана. При старите форми на младежки култури говорим за „компани“, „махали“, за относително устойчиви физически общности, където отклоняващият се е санкциониран, и където те обещаваат „социалните награди на консенсуса“ извън общата норма (Cohen 1955/1997: 44, 48). При новите, опосредени от Мрежата – за отворени потоци от образи, вещи, модели.

Тоест наред с комерсиализацията – превръщането на моралните норми на микрообщностите в лайфстайл – тече процес на поглъщане на всяко

27 Ако местните хора мислят, че имат интерес от строежа на хотели в Иракли, където ще ги наемат на работа и ще купят скъпо земите им, това било просто от невежество.

различие от *тоталната видимост на Мрежата*. В интервютата това се тематизираше като позьорство – позьори са другите, но и сами непрекъснато се съмняваме, че сме позьори. Този нов капан кара младежите да се радикализират, да се съпротивляват срещу казионното, политическото, общественото.

Особен феномен тук са социални мрежи като *Facebook*, която е новият хит. Тече едновременно крайно индивидуализиране със средствата на фото и видео изображения, музикални клипове, мъдри мисли, игри, закачки, анкети, класации, от друга страна, цялата тази активност изключително бързо размива границите между групите, преформулира идентичностите. Контактите на принципа „приятел на приятел“ с няколко кликания на мишката те отвеждат в светове, които по принцип не приемаш. Смесени са първична (компанията), вторична (институцията, например класа) и референтна (идеалната, с която се съизмерваме) групи. Субкултурният капитал на Сара Торнтон (Thornton, 1995/7: 208-209) е заживял свой живот – трупа се в дигитален вид под формата на класации, гласувания, харесване и т.н. Да имаш 200, 300, 500 приятели в известен смисъл означава, че „приятел“ вече не значи същото.

Често се пише, че днес тече процес на *втечняване на идентичностите* (например Bauman, 1999). Вече нищо не е твърдо, няма причина да съм верен на някакво „себе си“, доколкото се идентифицирам с все новите продукти, които технологията ми предлага. И това не само на нивото на репрезентациите, но и на практиките. Наред с това обаче можем да установим и едно *размножаване на жизнените потоци*, едно усилие за съвместяване на *паралелни животи*. В много от етнографските наблюдения излезе такъв образ: човекът работи нещо на компютъра, а в единия край на екрана му стои отворена игра, където се бори с динозаври, пращани някъде от Австралия, в другия е прозорецът на *Skype*, където си говори с някой като него, работещ в Сиатъл, докато същевременно залага на Еврофутбол. Работодателите се борят и с тази форма на свобода, забраняват *Skype*, трият игрите – и това се приема от младите като тежка несправедливост.

Две версии на временния живот, където не се идентифицираш окончателно с нищо – в първия случай *бягаш във времето*, променяш се непрекъснато, във втория *се изместваш в пространството*, множейки паралелните животи. И в двата случая младите преживяват конфликта с властта като посегателство над личната свобода, която опитва да им наложи някакъв „комунизъм“, *да ги окове в една идентичност*.

Новата пропаст между поколенията?

Има ли *generation gap* между поколенията? От една страна, почти не попаднахме на случаи, в които младите да са в конфликт с родителите си. Слушат същата музика, носят същите дрехи. Родителите ги окуражават във виртуалните им начинания, тласкат ги към мобилност, пазят ги, радват се на потреблението им и изобщо рядко влизат в ролята на институция, която регламентира и забранява. Психологическите проблеми, които води след себе си родителят-приятел, са известни: неустановеност, неувереност, удължена инфантилност.

Наред с това от десетина години насам тече най-дълбокият поколенчески конфликт от времето на рокендрола насам²⁸. У нас също светът на поколенията на 18-30-годишните няма много общо с този на родителите – комунизмът е екзотично минало, за това пък база за сравнение е чужбината, присъстваща всекидневно чрез образи, приятели или личен опит в живота им. Според много изследвания младите се оказват близки до средната класа не само по оптимизма и по очакванията си за двойно (!) по-високо заплащане, но и по обективното си положение в обществото (Gallup 2007). Дори това да се дължи отчасти на факта, че им помагат родителите (със стая в семейното жилище), очевидно тук има и обективна тенденция – частният бизнес предпочита младите като по-адаптивни, поддаващи се на моделиране и обучение, физически здрави, без семейни ангажименти. Младежите са на страната на социалната промяна поради това, че имат нужда от място под слънцето – а в случая промяната е в посока на приватизиране на публичното от частния интерес. Трудов стаж, класическо образование, кариера, професия, стабилност – всичко това са ресурси на старите: обезсмислянето им ще изстреля младите напред така, както национализацията след 9-ти септември 1944 е издигнала шеметно двайсетгодишни младежи на ръководни постове. Днес, макар в по-мека форма, младите се чувстват на гребена на вълната на един капитализъм, която помита старото общество, издига ги със скорост, за която родителите им само са можели да мечтаят, снабдява ги с материалните придобивки, за които те са чакали с години.

Но за разлика от 40-те или 60-те, днес между поколенията като че ли няма сблъсък – младите просто емигрират от света на старите; *игнорират* ги, наместо да се борят с тях за място. Сегашният период на невиджано разрастване на социалния свят – не просто няколкогодишния икономически растеж, но и разрастването на технологиите, на потребителските практики, на глобалните

28 Това казва един интервюиран в американския документален филм на PBS „Growing up online“ (2007).

културни сцени – правят това по-лесно от всякога. Мирното *разминаване* на поколенията, разбира се, ще трае, докато балонът на растежа не се е спукал²⁹.

И все пак, едва ли трябва еднозначно да обявим младите за непрекословни поддръжници на неолибералния обрат от последното десетилетие, който втечни социалните отношения, подкопа държавата, разкъса връзките между капитал и територия. Наистина сред респондентите ни цареше едно шокиращо безразличие към теми като социална справедливост, солидарност или граждански права. Няколко добре платени служители на частни фирми буквално казаха, че държавата би трябвало да работи като предприятие и че в последна сметка една фирма се грижи за служителите си най-добре. Корпоративното гражданство в тяхната представа прилича на националното с това, че във всеки момент можеш да „гласуваш с краката си“. Виж, да стачкуваш, респективно да водиш политически битки – това е за губещите, онези, които нямат друг избор.

От друга страна, при всяка тема, която надхвърляше личното справяне, неизменно се появяваше държавата³⁰. Според екомладежите именно тя трябва да озапти строителите, които унищожават природата, да установи стандарти, а пък, ако нашата държава не иска, то трябва да я натисне квазидържавното обединение на Европейския съюз. Още по-етатистки са настроени националистите, които тъгуват за задължителната военна служба, държавните граници и намесата в икономиката. Откъде идва този оптически парадокс – *неолиберали отблизо, етатисти отдалеч*? Дали нацията не се е превърнала в една повече *медийна* (вж. по-горе), отколкото *гражданска* даденост, която все повече се разминава с *реалните микропрактики* на всекидневието?

Другият въпрос се отнася до ценностните нагласи. От една страна, наложилият се циничен прагматизъм като че ли няма алтернатива – високото морализаторско говорене автоматически те прехвърля към групата на старите и губещите. От друга страна, в ход е търсене на грас-руутс ценности и каузи, които сякаш остават невидими със стария инструментариум. Почти не срещнахме изявени ценностни консерватори – голямата мода на „връщането“ към религията, традицията или семейството като че ли отшумя преди 7-8 години. Наместо това през последните две години сме свидетели на истинска епидемия на вегетарианство, като зад него стоят смътни морални мотиви. Срещнахме младежи, които се оттеглят на село, за да живеят естествен живот, да правят всичко с ръцете си, да сеят зеленчуци без химикали. Други виждат каузата си в битката срещу интелектуалната собственост: това, което корпорациите

29 Пиша този текст преди началото на кризата от септември 2008.

30 Това напомня разминаването между оптимизъм по отношение на себе си и песимизъм по отношение на държавата, което редовно констатира Алфа рисърч в „Състоянието на обществото“ (Институт „Отворено общество“, 2002, 2006, 2007). Освен словесния ритуал, тук очевидно е налице един структурен проблем на обществото, който тепърва ще трябва да осмисляме.



Еко-бюфетът на концерта "Artmospheric" 2008.

наричат пиратство, за тях е право на достъп до култура (думата „право“, разбира се, не е от техния речник, добавям я аз)³¹. Дори расистката идеология е в последна сметка мотивирана от някакви морални мотиви: националната гвардия на Боян Расате например, от една страна, преиграва италианския фашизъм, видян във филмите, от друга обаче, опитва да откликне на нуждата от сигурност и защита на най-базово ниво.

В един свят, в който пластичността и адаптивността не само не се възприемат като форми на експлоатация (както е за младите в Западна Европа), а тъкмо обратното, те са основно предимство в борбата между поколенията за място под слънцето, традиционните леви послания нямат особени шансове. Но също така неадекватни са десните, които си мислят, че могат да се върнат авторитетите и йерархиите в епохата на WEB 2.0.³²

В това издирване на каузи „политика“ е мръсна дума – синоним на частен интерес, самореклама, агресия, кариеризъм. Първата стъпка в търсенето на ценности се оказва гнусливото отхвърляне на „политическото“, изолирането на места, където политиката на възрастните е забранена, изместването, бягството. Така *аполитичността става оръжие* в по същество *политическата* битка между поколенията.

De capo

Нека се върнем към въпроса, който поставихме в началото на този текст с помощта на провокативните тези на Пътнъм: има ли упадък на гражданството, по-конкретно що се отнася до новите български млади?

Това, което внимателното вглеждане в техните практики показва, е, че социалността не намалява, може би тъкмо обратното, особено ако правим сравнение с времето на социализма. Това, което се случва, е, че *западат формалните членства*; на тяхно място се множат участия в малки групи на взаимопомощ или по интереси. Наместо морален ангажимент до живот, участието в тези общности е въпрос на избор и в този смисъл новата модалност на гражданството – идваш, когато можеш, напускаш, когато не ти хареса – много напомня сферата на *потреблението*, където „клиентът“ е суверен в капризния си избор. Флуидността, фрагментацията, променчивостта на каузите, ме-

31 Сигурно е ясно колко неадекватна тук е политиката на Министерството на културата, което отчаяно опитва да охранява въпросната интелектуална собственост под натиск отвън.

32 Най-близък до виртуалните елити, които изследвахме, се оказа либертарианският коктел от ценностен либерализъм, експертност, леви политики по отношения на Мрежата и десни по отношение на икономиката на „Капитал“ и „Дневник“. Един често срещан и показателен парадокс бяха респонденти, които се определяха като леви, после без усещане за непоследователност казваха, че четат „Дневник“.

дийно-виртуалния нарцисизъм („купонът“) правят трудно постижим успеха в която и да било кауза, от друга страна обаче, позволяват на относително малки групи да вдигат много шум и да влияят на общественото мнение.

Критиките, последвали тезите на Пътнъм, могат също да са ни от полза. Самото му понятие за „социален капитал“ – един вид резервоар на мрежи, норми и доверие, от който индивидът черпи, за да решава проблемите си – изглежда твърде елементарно. По-внимателното вглеждане ни показва, че социалният капитал съществува поне под две различни форми – следвайки прочутата опозиция на Грановетер между силни и слаби връзки, можем да разграничим обвързване и хвърляне на мостове, *bonding and bridging* (Granovetter 1973; Gittel and Vidal 1998; Hulgard, forthcoming).

Силните връзки обвързват индивидите и дават стабилност на малката група (семейна, етническа, приятелска...), но фрагментират обществото като цяло. Обратно, слабите връзки (случайните контакти между член на една група и член на друга) хвърлят мостове между затворените общности и по този начин хомогенизират обществото като цяло; цената на това обаче е отчуждението на отделния индивид от своите. Оттук двата типа социален капитал – затварящ (засдравяващ спойката вътре в групите, фрагментиращ обществото, приобщаващ индивида) и отварящ (хвърлящ мостове надалеч, хомогенизиращ обществото като цяло, но отчуждаващ). Оттук две посоки в развитието на гражданството. Модерната държава – и най-вече социалната държава на ХХ век – пренася центъра на тежестта от *bonding* към *bridging*; обратно, разграждането ѝ под ударите на неолиберализма от последните две десетилетия подсилва противоположното движение, от общество към общностите на силните връзки, откъдето фрагментирането на социалния свят.

Наблюденията на новите млади показват един *нов виртуален синтез*, свързан с появата на дигиталния свят. От една страна, неимоверно нарастват ролята и лекотата на практикуване на слаби – далечни – връзки по Мрежата. Виртуалната мобилност няма нуждата от подкрепата на каквато и да било социална държава – във *Facebook* например можеш да срещнеш съвсем непознат човек с две кликания на мишката на принципа „приятел на приятеля“. Нещо повече, самите силни връзки вътре в малките топли общности, пренесени във виртуалното пространство, се отварят, стават достъпни за външни хора без доказана морална свързаност с групата. Комуникативният биг-бенг на последното десетилетие, разширил до безкрай възможността за слаби връзки, увеличава „отчуждението“ – нуждата от затваряне, търсенето на твърди идентичности и топли групи. От друга, засилва нуждата от истински топли връзки, които задават смисъл и конструират идентичности. Но втвърдяващите се малки групи имат все повече виртуално битие и поради това тласкат индивида към виртуални мостове, далечни, глобални скокове.

Този процес на виртуализация на социалните капитали и всичките парадокси, които тя поражда, тепърва предстои да разберем. Във всеки случай

сигурно е, че е неадекватно да търсим гражданските енергии там, където сме свикнали – във формалните членства, в твърдите принадлежности, в доживотните каузи. Ражда се ново, флуидно гражданство, свързано с избора, мобилността, скоростта, гражданство на все още неизследваните територии на възможното.

Библиография

- Cohen, A. (1955/1997): A general theory of subcultures, in: The subcultures Reader, Ken Gelder, Sarah Thornton, eds, London and NY: Routledge, 44-54.
- BBSS Gallup Bulgaria (2007): Младите в България: прагматизмът и оптимизмът на едно ново поколение, в България: отвъд фактите, декември.
- Cooley, Ch. (1909): Social Organization: A Study of the Large Mind. New York: Scribner.
- Hesmondhalgh, D. (2005): Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above, Journal of Youth Studies, Vol. 8, No. 1, March, 21-40.
- Hyman, H. (1968): Reference Groups, in: David Sills (Ed.), International Encyclopedia of the Social Sciences, vol. 13, edited by Davis Sills. New York: Macmillan Company & Free Press, 353-359.
- Hulgard, L. (forthcoming): Weak ties in strong welfare states, in: Klaus Nielsen (ed.).
- Boltanski, L. and Chiapello, E. (1999): Le nouvel esprit du capitalisme, Paris: Gallimard.
- Putnam, R. (1995): Bowling Alone: America's declining social capital, Journal of Democracy 6:1, Jan 1995, 65-78, <http://xroads.virginia.edu/~HYPER/DETOC/assoc/bowling.html>.
- Putnam, R. (2000): Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster.
- Wuthnow, R. (1994): Sharing the Journey: Support Groups and America's New Quest for Community. New York: The Free Press.
- Gittell, R. and Vidal, A. (1998): Community organizing: building social capital as a development strategy, Thousand Oaks, California: Sage.
- Thornton, S. (1995/1997): The social logic of subcultural capital, in: The subcultures Reader, Ken Gelder, Sarah Thornton, eds, London and NY: Routledge, 200-209.
- Turner, V. (1974): Dramas, Fields and Metaphors. Symbolic Action in Human Society, Ithaca and London.
- Straw, W. (1991/1997): Communities and scenes in popular music, in: The subcultures Reader, Ken Gelder, Sarah Thornton, London and NY: Routledge, 1997, 494-505.
- Bauman, Z. (1999): Liquid Modernity, Cambridge: Polity press.
- Алфа Рисърч (2007): Общественото мнение 2007.

Арджун Ападурай (2006): Свободната модерност. Културни измерения на глобализацията, София: ЛИК.

Ивайло Дичев (1999): Дарът в епохата на неговата техническа възпроизводимост, София: ЛИК.

Петър-Емил Митев (2005): Новите млади – българската младеж и европейската перспектива, София: Институт за социални ценности и структури „Иван Хаджийски“, Фондация „Изследване на младежта“, Министерство на младежта и спорта.

ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ МЛАДИ

Орлин Спасов

Развитието на информационните технологии (ИТ) в България постепенно създава професионална среда, специализирана в обслужването на сектора. Ролята на днешното младо поколение (18-30 години) за бързото нарастване на обема и значимостта на ИТ активностите в страната е от изключително значение. Формирана е отчетлива професионална група от млади хора, реализиращи се в това поле. Тази група днес е относително голяма и вътрешно разнообразна. Тя включва програмисти, системни администратори, експерти по сигурността, администратори на мрежи, уеб дизайнери, модератори, специалисти в редица по-тесни области, както и една по-широка периферия от полу-професионалисти, действащи на същия терен. Възникват млади ИТ-елити.

Макар информационните технологии да играят ключова роля за поколението като цяло, младите ИТ елити превръщат своето поприще в статус, който рязко ги отличава от повечето останали представители на генерацията. В полето на информационните технологии младите са категорично мнозинство, но в широкия контекст на собственото поколение ИТ-младите са малцинство. Това малцинство има особена, привилегирована позиция. Основните ѝ характеристики включват високи доходи (не само на фона на поколението), престижно потребление, ранна независимост от родителите, чувство за сигурност. Налице е ясно самосъзнание за статусна надпоставеност спрямо поколението като цяло. Това на свой ред превръща информационно-технологичните млади в модел за подражание и увеличава престижността на ИТ сектора като желано поле за реализация на все повече хора от новите поколения.

В историческа перспектива навлизането на младите в сферата на ИТ-реализация не е нещо ново за България. Още преди 1989 електронните елити на социализма са формирани с активно отваряне към младите специалисти. През 90-те години интернет пионерите, които изграждат базовата структура на Мрежата у нас, също са предимно млади хора. Сферата на технологичните иновации по принцип е привлекателна за младите. Ето защо днешните ИТ-млади носят идеята за континуалност, за известна задълженост на традицията. В същото време обаче те все повече са и сами се изживяват като нови млади.

Става дума за нови млади не само в генерационен смисъл, но и по-специфично: като професионална идеология, консумативна култура и пр. През последните няколко години ИТ-младите все по-ясно се обособяват както на



фона на „предишните“ млади, така и в контекста на собствената си генерация. Професионалната близост до новите технологии ги насърчава да се дефинират винаги в развитие, защото новостта на технологията тук е превърната в един от основните източници за набавяне на идентичност. Технологичната неутралност ги подтиква към деполитизираност. Ето защо тази специфична група е дълбинно повлияна от характера на професията. Непрекъснатото възникване на нови професионални ниши в технологичната сфера и съответно на нови видове работа стимулира идентифицирането с новото, модерното, революционното. Или, иначе казано, с бъдещото. Неслучайно ИТ-младите се дефинират отчетливо през по-високите очаквания за бъдещето.

Разбира се, за по-голяма част от днешните млади сегашният статус на ИТ-младите сам по себе си е желано бъдеще. Ето защо анализът на тази група би могъл да има и известна прогностична стойност. Той би могъл да даде индикации за бъдещи модели на поведение на младите при достигане на това ниво на реализация и на потребление. Анализът на ИТ-младите позволява също така да се види как високият статус влияе върху поведението и идентичността (особено в сравнение с поколението като цяло), да се проследи връзката между младост, статус и идентичност. За да навлезем в тази проблематика, нека хвърлим поглед към основните зони на изява на ИТ-младите.

Работа

Да започнем с работното място. Една от важните особености е присъствието на много чужди ИТ компании на българския пазар. Този факт дава възможност на голяма част от ИТ-младите да чувстват принадлежност към една по-„западна“ среда. Шефовете във фирмите често са българи (компаниите присъстват у нас на принципа на аутсорсинга), но бързо са възприели модерните и либерални маниери на управление, наложени от фирмите-майки. Тези маниери лесно се пренасят и към българските фирми или организации, опериращи в сектора. Работещите в компаниите са предимно студенти, но нерядко в тях са ангажирани и ученици от горните класове на гимназиалното образование. Средната възраст е под или около 30 години. Най-възрастните служители в много от фирмите рядко надхвърлят 35-40 години.

Работната среда създава близост между служителите, но не води непременно до формиране на тесни приятелски кръгове. ИТ-младите излизат често след работа с колеги, но всеки запазва личната си сфера. В офисите стандартно има кухненски бокс и хладилник. Това дава възможност за организиране на празнуване на рождени дни или за делови почерпки при различни случаи. Много от младите служители идват в офисите през почивните дни, но не за да работят, а за да играят на компютърни игри или да прекарват времето си

в Интернет. Приятната атмосфера на работното място позволява то да не се схваща само като чисто работно и го прави много по-неформално. Наред с качествената материална среда, в офисите се цени добрата колегиална атмосфера. Конфликтите са рядкост. Вътрешната йерархия е слабо видима, често трудно се разбира кой е шефът: той обикновено е на същата възраст, облечен е по същия начин и се държи непринудено като част от екипа.

Работното време се формира изключително либерално. В повечето от компаниите практически няма фиксирано работно време. Дейността на служителите се оценява не според инвестираното време, а според свършената работа. Всеки може да излиза от офиса когато пожелае. Същевременно не се взема работа за вкъщи. Много от ИТ-младите свързват свободата на организация на работното място със самия характер на извършваните задачи. Смята се например, че програмирането е дейност, която не може да се извършва повече от 2-3 часа активно; необходими са почивки, разнообразие и разведраване. Удовлетворението от работата е ключово изискване.

Докато колегиалните отношения по правило не водят задължително до топли приятелски връзки, ролята на личните професионални мрежи е много важна. Във фирмите са изградени вътрешни комуникационни мрежи, чрез които служителите активно общуват помежду си. Обмяната на професионална информация е от решаващо значение. Персоналните системи за комуникация като *ICQ* или *Skype* обикновено не са филтрирани и това разширява обхвата на комуникацията от работното място в посока на лични връзки.

Заплатите са изключително високи, особено за стандарта в България. ИТ-младите получават практически едни най-добрите заплати в страната. Те се покачват непрекъснато и не само компенсират инфлацията. В отделни фирми нарастването е със 100 лв. всеки месец. След напускане на един-двама недоволни служители, заплатите на останалите веднага се покачват значително, за да се предотврати по-нататъшната загуба на специалисти. Често шефовете питат служителите какви да са заплатите. Отпуските се формират според индивидуалната нужда на служителите и обикновено се получават толкова дни, колкото бъдат поискани. Ето защо нивото на заплащане стандартно не поставя никакви ограничения пред ИТ-младите: те живеят самостоятелно, имат леки автомобили, много от тях са в процес на изплащане на жилище или планират да закупят в скоро време такова. Всичко това насърчава високото мнение, което имат за себе си, и усещането за зависимост на пазара на труда от техните изисквания.

Въпреки всички „екстри“, текучеството е голямо. Дефицитът на специалисти поддържа сигурността на хората от бранша, че винаги ще могат да намерят също толкова или по-добре платена нова работа. Много от ИТ-младите смятат, че работното място задължително трябва да се сменя през година-две. Максималният визиран срок за задържане на едно място обикновено не

надхвърля пет години. Немалко от ИТ-младите на възраст между 25 и 30 години вече имат зад гърба си по 6 или 7 смени на работните места.

Голяма част от младите хора, принадлежащи към тази група, възприемат работата си като хоби. Макар да получават високо заплащане, мнозина от тях поставят на първо място не парите, а удовлетворението от работата. Именно сигурността на пазара на труда им гарантира такава позиция. В същото време част от тях изразява готовност да премине и на по-ниско заплащане, но да запази спокойствието и удовлетворението в работата. Готовността за мобилност между фирмите рефлектира и в липсата на особена привързаност към работното място. То може да е приятно, но въпреки това подлежи на смяна. Рутинизирането в работата е сред основните мотиви за преминаване на друга работа.

Професионалният свят на ИТ-младите е преобладаващо мъжки. Твърде малко жени успяват да се наложат сред програмистите. В други сфери като компютърния дизайн има по-значимо женско присъствие. По правило обаче сферата на информационните технологии продължава да изключва жените.

В крайна сметка ИТ-младите не си представят, че ще се пенсионират във фирмите, в които работят. В тях така или иначе и сега практически има твърде малко хора, доближаващи се до пенсионна възраст. Младите служители работят в условията на генерационна пропаст: почти изключително само сред други млади като тях. По-възрастните служители в тази среда най-често се дължат като млади – възприемат поведенческите стилове и ценностите на доминиращата група. Така не толкова възрастта, колкото стилът на живот се оказва разграничаващият генерационен фактор.

Самоизграждане

Важен елемент от професионалното съзнание на ИТ-младите е увереността, че те сами са се изградили като специалисти. Това важи дори за онези, които са завършили съответните университетски специалности. Всеобщо е убеждението, че в университетите модерните технологии не се преподават добре, че е налице драстично разминаване между това, което се преподава, и това, което е важно за професионалното развитие. След започване на работа – най-често още по време на самото следване – по правило се преминава през няколко месеца допълнително обучение във фирмата.

Така постепенно висшето образование в ИТ сектора се обезценява и самообразованието взема превес. Приема се, че на новата мисъл се пречи, дори в сферата на висшето образование. От университетите по-скоро вече се очаква само да презентират темите и да дават контакти – с колеги, с преподаватели, с фирми.

Опитът измества образованието. За това допринасят и вълната млади, които нямат специализирано ИТ образование, но масово навлизат в професии, свързани с информационни технологии. Много от тях придобиват опита си напълно самостоятелно, често превръщайки хобито си в професия и научавайки междувременно сами английски (задължително условие за реализация в ИТ сектора). В основата на самообразованието е възможността за обмяна на специализирана информация през Интернет. На друго ниво гладът за ИТ специалисти и високото заплащане привличат много желаещи за преквалификация. Дори хакеризмът е зона за изява на непрофесионалисти, които в отделни случаи опитват да открият слабости в защитата на мрежите на престижни ИТ компании с цел да си намерят работа в тях, информирайки ги за проблема.

Свободно време

Високите доходи на ИТ-младите до голяма степен определят и структурата на свободното им време. Налице е особено отношение между двете сфери: независимо, че работата е хоби и на нея се гледа изцяло позитивно, свободното време е „истинското“ време и в него са съсредоточени основните ценности. Работата е средство за набиране на ресурс, инструмент за реализиране на тези ценности.

Лайфстайл активностите са определящи за свободното време на ИТ-младите. Тук се включват пътувания, излети сред природата, интерес към автомобили, фотография, дизайн. Стандартът включва хранене извън дома или поръчване на храна вкъщи. Особено важно е качеството на живот, дефинирано като „да мога да правя това, което ми се прави“. Спечелените пари с лекота се харчат за неща, доставящи удоволствие.

Класическите медии са загубили голяма част от значението си за тази група от потребители. Те рядко гледат телевизия или четат вестници. По-често се слуша радио – при пътуването до работното място с личния автомобил. Основните източници за набавяне на информация за актуални събития са разговорите с други хора. Мнението се формира в хода на самия разговор. Ако все пак се четат вестници, четенето обикновено се свежда до преглед на заглавията. По-голям е интересът към актуалната информация, предлагана онлайн. Но и тук четенето най-често се ограничава до бърз преглед на заглавията, най-съществената информация и прогнозата за времето. Предпочитани са блогите – медия, имаща голямо проникване сред младите хора. Телевизията обикновено се ограничава до *Discovery*, *Animal Planet* и някои музикални канали.

Сред културните практики доминира гледането на филми. Ходенето на кино е норма, следят се практически всички жанрове; непопулярни са само

Двама члена на Толкин-обществото, които изучават елфски език.



филмите на ужасите. Четенето на книги е рядкост, с изключение на фантастика и на фентъзи. Класическата литература е почти напълно изключена от ползването на ИТ-младите. Виновник за това нередко е средното училище, което за мнозина е успяло да формира „отвращение от класиката“. За сметка на това четенето на специализирана професионална литература е широко разпространено, включително и на книги. В този случай обаче книгите и статиите се четат най-често директно от екрана на компютъра. Изключително популярни са компютърните игри. Те често конкурират интереса към киното и литературата.

Музикалните предпочитания на ИТ-младите са разнообразни: варират от метъл, рок, поп до алтърнатив и джаз. Обединяващо е изискването за „сериозност“ на музиката. Налице е и определен интерес към българска музика: поп, естрада, в някои случаи дори народна. Чалгата категорично няма почитатели.

Лайфстайл ориентацията често насочва ИТ-младите към вегетарианство, екологично мислене, разделно хранене, избягване на пластмасите. Спортът играе важна роля и включва освен по-традиционни форми като футбол, баскетбол и фитнес, още йога, бойни изкуства. Дейност, съчетаваща спорта с екологичното съзнание, е ходенето на работа пеша или с велосипед, за да не се замърсява излишно природата с вредни газове.

Интересът към източните религии нередко допълва картината на лайфстайл дейностите през свободното време. Повечето от ИТ-младите не се идентифицират с конкретна религия; интересът към източните религиозни системи по-скоро е в хармония с предпочитания екологичен и здравословен начин на живот.

Макар да живеят в големите градове, мнозина от ИТ-младите не харесват градската среда в България и намират специално София за пренаселена, мръсна и лишена от необходимите удобства за качествен начин на живот. Немалко от представителите на групата биха предпочели да живеят в по-спокойната провинция, биха се занимавали паралелно с фермерство и производство на здравословна храна. По-харесвани градове от столицата от гледна точка на предлаганото качество на живот са Търново и Варна. Лошата инфраструктура в страната засега е сериозна пречка за по-сериозна мобилност на тази група, която е все по-малко зависима от конкретното място на работа.

Приятелските кръгове на ИТ-младите са сравнително затворени и включват преди всичко „себеподобни“. По-трудното смесване с други хора се обяснява отчасти със спецификата на работата, която не позволява широко споделяне на интересите. Това води до известна затвореност на групата като цяло. Най-често се общува със съученици и състуденти, които споделят същата професионална ориентация. Но без съмнение относителната затвореност се дължи и на малцинствената социокултурна ниша, споделяна от ИТ-младите. Те са много по-активни консуматори на лайфстайл култура от обикновените млади и този статус до голяма степен предопределя и кръга на общуване.

Политика и идентичност

Зоната на политиката и на идентичностите предлага една доста дисперсирана картина на ИТ-младите. Тук те не са така хомогенни, както в отношението си към работата и свободното време. Налице е често разминаване между стандартните за статуса очаквания и реалните ориентации.

За по-голяма част от представителите на групата политиката е нещо далечно, абстрактно и без ясна рамка. Границите между ляво и дясно се възприемат като размити. Самият политически избор се смята за ограничен – обикновено сведен само до две възможности. Приема се, че действията трябва да са лични, а не инициирани отвън, особено от партии. На политиката се гледа по-скоро в „анти“ перспектива. Самите членовете на групата обикновено не се възприемат политически. По-голямата част от ИТ-младите изобщо не гласува и не членува в никакви организации. Ако се гласува обаче, обикновено има пристрастие и се подкрепят едни и същи политически субекти. Повечето ИТ-млади рядко се интересуват от граждански каузи. Те смятат, че намесата им няма да помогне за решаването на проблема. Често се подписват петиции, особено свързаните с екологични каузи, но само спорадично се преминава към директна подкрепа и включване в акции.

Широко разпространено мнение сред групата е, че обществото не е готово за алтернативни политики. За политиката често се говори като за „така наречената политика“, която се възприема като прах в очите на хората. В приятелските кръгове обикновено не се говори за политика; в случаите, когато се гласува, вотът не се обсъжда.

Държавните институции най-често се разглеждат като „доста безполезни“. Някои от ИТ-младите дори смятат, че парламентът и други подобни институции не след дълго ще изчезнат в сегашния си вид. Общата нагласа е за все по-малка намеса на държавата. Факторът „сигурност“, който държавата по принцип гарантира или би трябвало да гарантира, не се счита за важен. Подкрепя се по-либерална политика и въвеждането на плоския данък. Като цяло се приема, че фирмите решават по-успешно проблемите на хората, отколкото държавата. Фирменият модел за уреждане на социалните отношения се възприема като по-добър.

За една по-малка част от представителите на групата обаче, обратно, държавата запазва основен приоритет. Тук отношението към политическото е позитивно и гласуването е норма. Най-общо се смята, че политиката определя голямата рамка на всичко, което се случва в страната. Налице е определена критическа нагласа. Именно лошата политика е обвинявана например за това, че много млади хора са принудени да напуснат България. Приема се,

Тържественото шествие по случай 120 годишнината на СУ неочаквано се сблъсква с протестиращи младежи.



държавата трябва да осигури стандарт на живот на всеки; оттук нататък раз- делението между бедни и богати се възприема като нормално.

Критиките понякога се насочват и по-общо към някои слаби страни на капитализма; приема се например, че не може хората да бъдат оставяни сами да се борят с проблеми, за чието решаване не разполагат с достатъчно ре- сурс. Политически активните ИТ-млади много по-често се включват в граж- дански акции или в подкрепа на различни каузи – от екологични до защита на торентите. Тази група стои твърдо зад принципа на социалното преразпреде- ление и често декларира единствено чист ценностен интерес към политиката (липса на желание за кариера, свързана с политика). Професионалното раз- витие остава винаги най-важното; инвестирането на време в политически или граждански активности е напълно безвъзмездно. Тази част от младите хора неслучайно не е склонна да обвинява непрестанно политиката; подобни об- винения се възприемат като оправдание за пасивност.

Политически ангажираните ИТ-млади следят много по-активно медиите: гледат телевизия, четат вестници (основно *Дневник* и *Капитал*). Макар пове- чето от приятелите им да са аполитични, те общуват нормално с тях и не се чувстват длъжни да пропагандират възгледите си. Мнозина имат приятели, симпатизиращи на противникови политически партии; това не е проблем за общуването – най-сериозното засичане на интереси остава на принципа на споделените възгледи по информационно-технологичните проблеми.

И двете групи – на дистанцираните от политическото и на по-ангажира- ните – отбелязват наличието на политически различия вътре в бранша. Раз- личията често се възприемат като дължащи се на технологичния фактор: ха- рактерът на технологията води до идентифициране с определени идеологии. Така например, приема се, че работещите на базата на отворен код по дефи- ниция са по-демократични. Обратно, използващите софтуера на *Майкрософт* се възприемат като по-консервативни. Оттук и асоциирането на държавата, която е обвързана с продуктите на *Майкрософт*, с консервативни идеи.

Мнозина от ИТ-младите саморефлексивно отбелязват, че доминиращата аполитичност се дължи на прекаления материализъм на поколението. Отчита се фактът, че, вторачени в себе си, хората не искат да се ангажират в полза на другите. Приема се, че младото поколение не гласува и е аполитично, защото медиите го демотивират с картината на реалността, която представят.

В същото време всички споделят идеята, че в България се живее добре, че има перспектива. Общото усещане е, че стандартът се вдига. Налице е ясно съзнание за принадлежност към средната класа или към горната ѝ страта.

Доминиращата липса на политическа ангажираност рязко контрастира със склонността на ИТ-младите да търсят правата си в случай, че са оцетени от дейст- вията на институции или други лица. Писането на писма и жалби до отговорни за решаването на проблемите инстанции е норма. Решаването на проблемите със съдебни средства също се приема за напълно естествено и препоръчително.

Като цяло ИТ-младите трудно отговарят на въпроса за идентичността. Най-често отговорите гравитират около това, че те сами са си център, че сами са източник на идентичност и нямат нужда от набавянето ѝ отвън. Отговорът на въпроса „кой съм аз“ обикновено се дава през професионалната идентификация. Идентичността не е конструирана в опозиция с родителите. По правило ИТ-младите не виждат генерационен проблем – разбират се добре с родителите си, възприемат ги като приятели.

България и света

Погледът на ИТ-младите към отношението между България и света до голяма степен е повлиян от политическите и идентичностни нагласи. И тук е налице значимо разслоение вътре в групата.

За една немалка част – включваща основно крайно аполитично настроените – България не е важна, нито реално, нито като символ. Тук патриотизмът е непозната категория. Принадлежащите към тази група се чувстват по-скоро глобално ситуирани, отколкото локализирани. Те не биха се жертвали в името на родина или на обществена кауза и споделят крайни либерални идеологии от гледна точка на бизнеса – приемат го за естествен и неоспорим регулатор. За членовете на тази субгрупа националната идея не е ценност в глобализирания свят.

Повечето от ИТ-младите обаче в една или друга степен държат на страната си. Много от тях обаче правят ясно разграничение между родина и държава. Държавата се възприема по-скоро като отсъстваща; говори се за „така наречената държава“ – израз, който подсказва идентифицирането на държава и политика и съответното разочарование от двете. „Въстриани“ от държавата, България продължава да бъде важно пространство. Практически всички ИТ-млади смятат, че тя се развива добре, че мисленето бързо се променя. Оптимистичната нагласа доминира изцяло. Приема се, че стандартът в България ще се изравни с този в ЕС след 10-20 г., като в много области той и сега се възприема като изравнен. ЕС се оценява като „голямо удобство“; приветства се отварянето на границите за търговия, информация, движение на хора.

Огромна част от ИТ-младите са получили образованието си или са се самообразовали в България. Те нямат афинитет към търсене на работа в чужбина. Подобен ход им изглежда свързан с рискове. Сред тях са предразсъдъците към българите и по-общо към чужденците, различната култура, лошата социална среда, в която новодошлите се чувстват изолирани и маргинални. Отхвърлянето на идеята за дългосрочна емиграция е компенсирано от широко афишираното одобрение на краткосрочните пребивавания в чужбина за обмен на професионален опит.

На крайно разидентифицираните с България съответства малка група от ИТ-млади, които са умерено националистически настроени. Те се интересуват живо от история и споделят чувството за национално превъзходство на България над други страни в сферата на културата и традицията. Българското е източник на гордост, но не трябва да си горд само за това, че си българин, смятат представителите на тази подгрупа. Национализмът е важен за част от ИТ-младите, за да могат се идентифицират като субекти. Особено значима е защитата на националните интереси през професионалната сфера: организиране на различни прояви, представящи постиженията на България в областта на информационните технологии. Така патриотизмът се оказва позитивно понятие. Крайният национализъм обаче се отхвърля от всички ИТ-млади като свързан с криворазбрани и опасни идеи.

Интернет и технологиите

Близостта до новите технологии – както в професионалната сфера, така и във всекидневието – до голяма степен определя и по-привилегираното им място в света на ИТ-младите. Много от тях прекарват по 8 часа в Интернет на работното си място, плюс още 1-2 часа вкъщи. Така живеенето в Мрежата е реалност за повечето от тях. Макар и много важен за сферата на работата, Интернет се възприема като свързващо звено между професионалната и личната сфера. Мрежата осигурява възможност за връзка с всеки, за набавяне на информация от целия свят, за контакти. Всичко, което е възможно да бъде поръчано по Интернет, се поръчва; битовите сметки се плащат в Мрежата, извършват се банкови транзакции. Много от ИТ-младите разполагат с електронен подпис. В крайна сметка Интернет се възприема като паралелна реалност, като „втори свят над нашия свят“. За ИТ-младите обаче Мрежата не е абсолютният субститут на живота извън нея. Много от тях отчитат „липсата на тяло“ в веб средата и емоционалната бедност на онлайн комуникацията. Освен това в морето от информация е налице необходимост от принципи, по които да навигираш и ръководейки се от които да избираш между многото възможности.

Всички средства за комуникация се използват активно. Влизането в Мрежата все по-често се извършва и през мобилен телефон. Немалка част от групата не разполага с личен компютър и използва само служебен. Мобилните телефони се използват най-вече с основните им функции – разговор и SMS-и – и много по-рядко за игри и други приложения.

Интернет налага идеята за споделянето. Тази идея е от изключителна важност за ИТ-младите. Свалянето от торенти на музика, игри, филми, софтуер е широко разпространена практика. В огромния брой от случаите пи-

ратството се възприема като естествено и не предизвиква етични проблеми. За ИТ-младите то е базирано на принципа на отворения код (високо ценен в професионалната им среда), на размяната и затова без съпротивление се налага като норма. Леснината на копиране е основа на торентите; щом можеш да свалиш – едва ли ще купиш. Смята се, че акциите срещу пиратството най-често се спонсорирани директно от самите засегнати компании. Приема се, че артистите печелят от други дейности, основно от концерти. Въпреки това много от ИТ-младите често купуват албуми и филми от творци, които харесват: така те демонстрират уважение към тях, независимо от лесния достъп до безплатно съдържание. Отсъства каквото и да било притеснение, че торентите могат да бъдат забранени; смята се, че веднага ще бъде измислено нещо ново, което ще ги замени.

Само в отделни случаи представители на ИТ-младите не гледат филми в Интернет, не свалят безплатно музика или софтуер от Мрежата. Единици смятат, че пиратството изкривява цялата среда, че изкуството и иновациите изискват усилия и от тях трябва да се печели. Всички ИТ-млади обаче смятат собствената си дейност за интелектуален труд.

Социалният интернет не е стихията на ИТ-младите. Те нямат нито времето, нито желанието да прекарват часове наред в онлайн общностите, освен ако това не се налага по професионални причини. Повечето от тях изобщо нямат профили в социални сайтове, а ако имат, рядко влизат в тях. Мнозина предпочитат комуникацията лице-в-лице. Качването на съдържание в Мрежата също не е особено активно; ако това се прави, то най-често става дума за снимки или филмчета от екскурзии или партита и съответно е адресирано директно към тесния приятелски кръг.

Макар да констатират, че политическите организации в България са представени сравнително добре в Интернет, интересуващите се от политика ИТ-млади отчитат, че сегашните политически дебати в Мрежата са периферни. Независимо от това групата смята, че има политически потенциал във форумите, особено когато те създават у потребителите усещане за общност. Въпреки периферността на обсъжданията се приема, че е налице голяма палитра от сериозни коментари в Интернет. Всички ИТ-млади свързват бъдещето на политиката с Интернет. Те очакват технологичното развитие да даде тласък на електронното гласуване и на преките референдуми. Приема се, че технологията има потенциала да насърчи политическата активност специално на младите.

От позицията на говорещи на „ти“ с новите технологии ИТ-младите често са критични към масовите форми на използване на Интернет и на компютрите. Много от тях смятат, че Интернет твърде рядко се използва творчески. Широкото му ползване се приема за сведено до забавлението или до решаването на битови проблеми. Доминира интересът към визуалното съдържание и към порнографията. Така масовата употреба на Интернет постепенно

започва да се приравнява с тази на телевизията, за която ИТ-младите смятат, че е изчерпана като медия и няма какво повече да предложи като сериозно съдържание. Голяма част от информацията в Мрежата е смятана за безполезна, генерирана по най-лесния начин („сдъвкана“) и неспособна да стимулира мисленето и активността на младите.

ИТ-младите за собственото си поколение

ИТ-младите имат ясно съзнание за привилегирована позиция в рамките на генерацията си. Ето защо в изказванията си за нея те понякога говорят от позицията на известна статусна висота. Поколението се определя от тях като поколение на прехода. Цялото тийнейджърство на групата е минало в този период. Откроява се мнението, че поколението е пострадало от прехода. Според ИТ-младите това обяснява защо толкова много от техните връстници гласуват „против“, защо само единици са активни политически. Много от младите са екологично настроени, но гледат на това откъм природата, а не откъм политиката; ето защо те само спонтанно се включват в акции и не са систематични в подкрепата си. Въпреки че не членуват в никакви организации, за младите се смята, че имат позиции, но те не са системни. По-нататък ИТ-младите смятат поколението си за прекалено затворено, за неспособно да се изрази политически. Младите са добре информирани, но не са достатъчно комуникативни и не могат да съобщят проблемите си на обществото, смятат ИТ-специалистите.

Като цяло за поколението се приема, че е прагматично и консумативно ориентирано. Същевременно мотивацията за промяна не се разпознава като особено висока. Младите са доволни от състоянието на нещата и не са за радикални промени, пасивността е силно изразена. Заедно с това ясно се осъзнава промяната след влизането в ЕС. За все повече млади хора нарастват възможностите за мобилност, за финансиране от еврофондове.

ИТ-младите смятат, че поколението им не се състои от идеалисти. Групата приема, че родителите са живели по-идеалистично и по-духовно от днешните млади. Парите и притежанието са новите идоли за поколението. Сега лайфстайлът е от ключово значение и заменя старите идеали. Спортът е важен, дори и за тези, които употребяват дрога и алкохол. Дрогата е леснодостъпна, евтина, тревата – почти всекидневие. Страничните дейности, свързани със забавление и консумация, са по-значими от работата. На този фон много от младите не са удовлетворени от професиите си, които смятат за недостатъчно творчески.

Според ИТ-младите сегашното младо поколение по-лесно създава приятелства, но те са по-нетрайни. Липсва достатъчно дълбоко емоционално об-

вързване. Същото се отнася и до интимната сфера. Сега двойките се формират по-бързо и по-лесно, но и по-бързо и лесно се разпадат. Изневяратата обаче все още консервативно води до скъсване.

За ИТ-младите следващото поколение – днешните 15-17- годишни – е още по-прагматично. То е и по-мотивирано. Един от двигателите на тази мотивираност е възможността за следване в чужбина. Като цяло идващата новата генерация се възприема като по-отворена, като по-свободно изразяваща се, като необременена или поне много по-малко обременена от прехода.

Кратко заключение

Погледът към ИТ-младите позволява да се види силната вътрешна разслоеност в поколението на 18-30-годишните. В рамките на генерацията постепенно е формирано високостатусно малцинство.¹ Тези младежки елити обаче засега не са изявиено социални. Те са сравнително затворени (обградени от стената на професионалните си компетентности) и са индивидуалистично ориентирани. Те демонстрират висока степен на солидарност вътре в групата си и значително по-малка ангажираност към проблемите на обществото. Засега липсата на напрежение на пазара на труда в тяхната област ги прави по-неактивни като социална група. Същевременно те са силно заинтересовани от подобренieto на средата като цяло, защото това би им гарантирало по-високо качество на живот. Именно в този интерес се крие и потенциалът на групата да се преориентира в даден момент към по-значимо изразяване на гражданска ангажираност. Самочувствието на поколенчески лидери, което ИТ-младите имат на социално ниво, лесно може да се пренесе и на политическо. Вътре в средите на ИТ-младите възникват значими ядра, които могат да изведат групата към ясно заявяване на нейните интереси и да ги артикулират политически.

На фона на поколението си ИТ-младите се отличават с ясни цели, с по-голяма фокусираност и възможност за планиране на бъдещето, с високо професионално самочувствие и лична удовлетвореност. Честата смяна на работното място става вътре в рамките на професията, докато повечето млади са принудени да прескачат между различни реализации и са подложени на по-силен натиск за непрекъсната преквалификация. В сферата на реализация на ИТ-младите заплатите в много по-малка степен зависят от прослуженото време, отколкото в други области.

ИТ-младите сами не са хомогенна група, те са вътрешно разслоени, така както и поколението. Споделеният висок материален статус не води до уни-

1 То е по-широко като цяло и включва още младежки елити в сферата на финансите, медиите, политиката и др.

фицираност в базовите им нагласи. Картината е по-сложна и идентичностите се определят от по-широк кръг фактори. Макар да са доминиращо аполитични, много от ИТ-младите са склонни да подкрепят каузи. Макар да се чувстват част от една глобална професионална среда, много от тях продължават да се идентифицират силно с българското. Макар да са в непрестанен досег с високите технологии, мнозина харесват простия начин на живот, свързан с провинцията. Макар да са основни потребители на лайфстайл културата, много от тях са склонни да излизат извън рамките на културните предписания. Това, което изглежда като неконсистентност на вътрешната среда на групата им, всъщност обаче е по-скоро логично: ИТ-младите са нестабилни елити. Те са едновременно либерални и консервативни, но не чувстват това непременно като напрежение между несводими една към друга крайности. Тази нестабилност рефлектира както незавършения процес на социална стратификация в България, така и липсата на ясна вътрешна идентичност на поколението, към което те принадлежат.

Както поколението като цяло, така и ИТ-младите изпитват върху себе формиращото влияние на прехода. Те обаче по-скоро са сред печелившите от него. Въпреки че за тях социализмът вече не е релевантен код за интерпретиране на настоящето, ИТ-младите в по-голяма степен от поколението си могат да разчитат на традицията. Те имат съзнание за старата слава на българската електроника, за позитивния ореол на българските хакери от времето на прехода. Те профитират от широката политическа и публична подкрепа към сектора, който се възприема все по-отчетливо като стратегически за страната. Останалите млади не разполагат с такива възможности за вписване в позитивен проект. Те са принудени в много по-голяма степен да залагат на единствен капитал: самата си младост.

БГ МАМА – ВИРТУАЛНИ „КОЛИЧКАРКИ“ И КЪРМАЧКИ НА ГРАЖДАНСКОТО ОБЩЕСТВО

Вяра Ангелова

На фона на изследваните млади общността БГ мама е едновременно типична, но и своеобразна група. Типична е с оглед на живота и поведението на членовете – при всички групи например има доброволност на възникването и участието в дейностите на сдружението. Нехарактерна обаче е поради своята биологично-социална природа, символизирана от майчинството, което предполага постоянство на интереса към децата – в противовес на останалите групи, където е възможно да има преходност на интересите и хобитата. Същото се отнася и за специфичната за групата отговорност, която носят членовете ѝ и която я различава от всички останали групи, където понятието има далеч по-условни измерения.

Аргументация на изследователския избор

Изборът да изследваме общността БГ мама в рамките на проекта *Новите млади и новите медии, Институт „Отворено общество“ 2008* е продиктуван от няколко основания. От една страна, БГ мама представлява най-голямата регистрирана и регистрируема (отчита регистрираните си членове в онлайн режим) българска виртуална мрежа – към 05.05.2008 (20,30 часа българско време) нейните потребители са 78 277. Само по себе си това е уникално явление на доброволно социално сдружаване на индивиди в Интернет не само от България, но и от света, като водещият обединителен признак се явява българският език. В този смисъл общността напълно се вписва в представите за нова практика. От друга страна, мрежата БГ мама е замислена и употребявана от младите жени. Независимо че майчинството не е ограничено в изследваната от нас възраст (18-30) и понякога се реализира на по-късен етап, имаме основания да смятаме, че майките на малки деца могат да бъдат определени като едно общо младо поколение, тъй като са обединени от специфичните потребности на децата си, а и представляват най-активната не само в биологически план възраст. Това ни позволява да мислим, че тази общност напълно отговаря на заданието „новите млади“.

Още повече че за сравнително късия си живот общността БГ мама успява да отчете няколко големи социални успеха. Такъв е запазването на двугодишното майчинство и узаконяването на обезщетение в размер на 90% от заплатата в първите девет месеца след раждането (решението е взето след натиск на неправителствени организации, които са активни в БГ мама, през 2007). Общността организира и първите граждански протести (онлайн подписки, блог, както и митинг пред Министерството на труда и социалната политика) срещу политиката за решаването на проблема с домовете за деца, лишени от родителска грижа, и домовете за деца с различни видове увреждания. Инициативите са свързани с филма на Кейт Блюет от BBC „Изоставените деца на България“ и започват *преди* излъчването му в страната¹. Достатъчен подтик за обединяването на усилията се оказва информацията, че такъв филм е заснет и съдържанието му е „шок и ужас“ (Респондент 1). Граждански протести (онлайн подписка с над 60 000 имена, както и засилено медийно присъствие по темата на представители на БГ мама) се провеждат и срещу премахването на държавните образователни изисквания за усвояването на книжовния български език в предложената отмяна на т. 4, чл. 16 от Закона за народната просвета (април 2008).

Всичко това показва, че общността БГ мама е зона, в която се зараждат и удържат инициативи изцяло в гражданския сектор. Те са свързани както с разширяване на информационните и познавателни полета, така и с лобиране в политическото пространство, с протестни действия, конкретни успешни кампании и т.н.

Именно затова смятаме, че БГ мама е интересен не само като интернет феномен, но и като нов фактор в политическото и гражданското публично пространство. Повечето интервюирани определиха общността на мамите като неповторимо „явление“, неколцина направиха аналогия с екодвиженията и дори хакерите – заради активното използване на Интернет и заради *Идеята*. *Идеята* е борбата за каузи, които не те засягат директно и пряко (например съдбата на децата в Могилино или застрояването в Иракли), а косвено, като член на обществото. Става дума за осмислена необходимост да се реагира като група на процесите, а не просто за индивидуален идеализъм.

Представяне на сайта

Българският интернет портал www.bg-mamma.com е първият, посветен изцяло на бременността, раждането, майчинството, възпитанието и отглеждането на децата. Той стартира през октомври 2002.²

1 Инициативите започват през октомври 2007, след като през септември филмът е излъчен във Великобритания. В България той бе показан в началото на 2008.

2 Важно е да отбележим, че от 2003 за първи път от десетилетия в България се наблюдава



Групата, която го създава, се оформя около клуба „Бъдещи майки“ в *dir.bg*³, където се обсъждат проблемите на майчинството. Скоро обаче „сървърът на дир-а започва много да дропва“ (Администратор 2), което затруднява контактуването между клубуващите и те решават да отделят собствено пространство в Интернет. Но причината за събирането на членовете в нова територия не е само техническа. С напредването на комуникационния опит се установява, от една страна, необходимостта от архивиране на проведените разговори, което да облекчи „новодошлите“ в клуба и да спести досадата на „кореняци“ от повтарянето на едни и същи неща и от друга, нуждата от актуални информационни материали. Тъй като клубът на *dir.bg* не предполага достатъчна оперативна възможност за изпълняването на тези нови нужди, групата решава да направи първоначално сайт – БГ мама, като остави дискуссионната си част в *dir.bg*. Към момента в сайта на общността има повече от 900 специализирани статии и материали. Те се списват от над 100 жени, майки и специалисти в различни области. Преводите се осъществяват от потребителките на доброволни начала.

Много скоро обаче практиката налага като по-логично и лесно за комуникация да се изгради форум към самия сайт и именно той се превръща в най-известната част от БГ мама. С течение на времето се разделя на множество подфоруми. Структурата на администрирането му е строго йерархична, както и на повечето мрежи от подобен тип:

- Първо ниво – администратори и собственици на сайта (двама);
- Второ ниво – модератори;
- Трето ниво – „падуани“⁴ (по определението на Администратор 2);
- Четвърто ниво – потребители, които също се йерархизират помежду си, в зависимост от честотата на писане.

Съобразяването с волята на висшестоящия в йерархията е задължително условие. Който не го спазва, не може да продължи да „живее“ в общността. Той трябва или да интернализира правилата, или да напусне доброволно, или акаунтът му се закрива от администраторите („Споренето с и/или обиждането на Модератор или Администратор по повод предупреждение е недопустимо. Потребители, които смятат, че са несъобразно или некоректно предупреждени от Модератор, трябва да се свържат с някой от Администраторите. Ако Администраторът счете, че потребителят е бил предупрежден неуместно (от Модератор), то Модераторското предупреждение може да бъде отменено.

постепенно увеличаване на броя на ражданията. Тоест възникването на общността на БГ мамите има и своите демографски основания.

3 Този форум е създаден през 2001.

4 Падуаните са герои от „Междувъзвездни войни“. Представяват нещо като чираци.

Последното мнение имат Администраторите⁵⁾. Тук българската демокрация се радва на доста по-пълнокръвен живот, отколкото в реалността – има свобода, но също правила и задължения, които се спазват.

Към момента регистрираните потребители на портала са 78 277, като средно регистрациите на ден са 102,86⁶⁾. Съотношението на регистрираните мъже и жени е 1/23,9. Тези данни следва да бъдат възприемани условно, доколкото посочването на пола не е задължителен елемент от регистрацията и освен това може да бъде подвеждащо.

По данни на администраторите всеки шест месеца се извършва „почистване“ на акаунтите, като се затварят онези, които не са използвани въобще през последните шест месеца (критерият е дали са употребявани за влизане в сайта, а не дали е поствано през определен акаунт). В хода на „почистването“ обикновено се освобождават няколко хиляди регистрации, които само за дни отново се запълват.

Независимо че трудно може да се даде точна сметка за количеството на потребителите, броят на регистрациите е внушителен.

Според Администратор 1 профилът на типичния потребител е: жена, грамотна, най-вероятно с прилични доходи. Логиката на построяването на този образ е свързана с тематиката на сайта – бременността и раждането са „женска тема“ *ad presumptio*; компютърно опосредената комуникация, която изисква определени нива на грамотност (не само езикова); приличните доходи пък се предполагат, тъй като не се разчита на инцидентно използване на сайта, а на постоянство, което изисква разходи за достъп до Интернет у дома или свободното му използване в работата.

Потребителите са написали общо 2 685 885 публикации, съответно в 61 758 теми. През 2003 сайтът печели наградата за „сайт на публиката“ в конкурса „БГ сайт“. Две години след стартирането на БГ мама, през 2004, към сайта е открит онлайн магазин за детски стоки „ДаНет“.

Изследвани тематични полета

Отношение към Интернет

Предвид на факта, че общността на БГ мама възниква именно в Интернет, в реда на нещата е да се предполага, че членовете ѝ ще имат високо мнение за стойността и възможностите, които дава Мрежата. За повечето респонденти Интернет е средство да се получи информация, да се влезе в контакт или

5 Т. 2 от „Правила и политика на форумите“.

6 Всички статистики са от сайта *bg-mamma.com*.

да се „използва по работа“ – електронна поща, търсачка и др. Членовете на общността го разглеждат изцяло в целеви план, като инструмент, чрез който по-лесно да се достигне до решаването на конкретна задача. Той е естествена част от ежедневието на поколението и не се радва нито на подценяване, нито на свръхоценка и надценяване.

Единствено Респондент 1 категорично отрича да посещава други сайтове или услуги в Интернет, освен БГ мама. Останалите интервюирани също не заявяват силна пристрастеност към Мрежата *по принцип*. Те използват сайта БГ мама както за търсене на помощ (какъвто е и първоначалният замисъл на портала), така и за информиране и комуникация. Респондент 3 е единствената, която се изказа срещу интернет комуникацията, определяйки я като сурогатна на естественото общуване. Това нейно разбиране я изолира от общността и я прави неин пасивен член – читател, но не и активен участник.

Интервюираните са склонни да се съгласят, че Интернет е медия (след като изрично са попитани за това, а не по собствена инвенция).

Доверието в интернет хората и фактите

Много важен въпрос за нас бе как и защо използващите БГ мама се доверяват един на друг. Още повече по теми, които често засягат здравето на децата им. Оказа се, че този проблем сякаш не стои пред Мамите. За тях гарант за достоверността на потребителския акаунт е снимката или някакви данни за детето/бременността.

По същия начин (между другото) се сформират и кварталните дружини от „количкарки“ – те се обединяват на принципа на общото помежду им, което в случая са бебетата. Бебето се явява вещественото доказателство, причината и основанието за началото на комуникацията. Природата в най-чистия си вид поражда социалните контакти, а отношенията на приятелство, неприязън и т.н. започват да се развиват едва стъпвайки на базата, която тя е дала.

Във виртуалната среда бебето играе същата роля, но по нов начин – неговото очакване, „правене“, раждане, отглеждане и възпитаване се превръща в обединяващ център. Природността на тези дейности е основание за взаимно доверие и начало на контактите между потребителите. Едва след това започват да се развиват новите вторични отношения. Признаците, по които всички респонденти признават, че преценяват дали даден потребител е достоен за доверие или не, са свързани със стила, грамотността и заеманата позиция в постинга.

Същите признаци посочва и групата на Карл Ховланд, която се занимава с психологически изследвания на масовата комуникация във връзка с достоверността на комуникатора. Когато комуникаторът (в традиционните медии) е непознат, смятат от групата на Ховланд, реципиентът извлича данни и добива

представа за него именно по стила на написаното и позицията. В този смисъл новите медии в Интернет се подчиняват на класически модели от общуването, свързани с традиционните медии.

За БГ мама това не е някаква теоретична постановка, а съвсем естествена и саморазбираема практика. Тя е залегнала дори като разбиране в едно от правилата за поведение във форума: „Изграждай добре виртуалния си облик. Така както се грижиш за външния си вид и държиш да изглеждаш добре, хората да те забелязват и да те харесват, така трябва да се грижиш и за виртуалния си лик. Той се изгражда от начина, по който пишеш. Хората гледат впечатлението за теб от думите, които ти изписваш с помощта на клавиатурата. Ако пишеш неграмотно, с груби грешки, без препинателни знаци, то надали останалите биха изградили добро мнение за теб, независимо какъв човек си в реалния живот“⁷.

Всички интервюирани смятат, че се „усеща“ на кого можеш да имаш доверие, че това „веднага се разбира“ от самия постинг. Доверието е предпоставена категория изобщо за контактуването в общността:

Доверявам се, защото и те (*останалите майки*) са същите като теб, в същото положение на бъдещи майки, имат обща кауза. Нагласата им е да ти кажат онова, което знаят. Дори да те подведат, то няма да е умишлено... В Интернет хората са анонимни и няма защо да не си кажат това, което наистина мислят (Респондент 3).

Ако се съгласим с трансформиращата функция на феминизма върху размножаването на женските роли, то трябва да признаем, че той се опира именно на „сестринството“ – на доверието между жените. В този смисъл доверието е важна мобилизираща единица при женските обединения. Една част от интервюираните – тези, които са и основни активисти в различните инициативи, породени във форума – разкриват, че имат богата палитра от приятелства и познанства, част от които остават на виртуална основа. Можем да кажем, че от Мрежата те сътворяват собствена минимрежа или дърво с много клони, като плодовете от това дърво са за лично ползване.

Друг много важен елемент за п(р)оявата на доверие в групата е „застъпничеството“. То е вид гарантиране от страна на някой „по-стар юзър“ за достоверността на постъпили данни или за новопостъпил потребител пред останалите членове на общността. Този механизъм е особено важен при инициативи, които се осъществяват в реалния живот. Например Респондент 1 подробно разказа за посещенията на доброволци от форума в различни домове за деца в страната. На практика срещите им се организират напълно открито във форума и на тях могат да присъстват всякакви хора, включително и недоброжелатели. На въпроса, как се предпазват от подобни нежелани посещения, ни бе изтъкната именно практиката на „застъпничеството“, която изключва случайната

7 Правило номер 6 от правилата във форума.

поява без тази своеобразна легитимация. Всяка акция има свой отговорник, който поема „шефство“ над присъстващите и се грижи за тях.

Този стил на живот на общността показва силната самоосъзнатост на групата. Тя е изградила вече своите действащи практики, които осигуряват самоподдържане на системата. В тях много важно място заема именно вътрешната защита на групата от евентуални злоупотреби с нея.

„Форумът е сила“

Тъкмо тази успешно функционираща вътрешнофорумна практика може да ни обясни защо почти всички интервюирани повтарят: „форумът е сила“, „майките са сила“. Те действително го вярват, а и помагат за сбъдването на фразата-мантра.

Довод им дават успешните граждански инициативи, а и фактът, че след разрастването на БГ мама като брой юзъри и като авторитет сред майките потребителите започват да се обединяват в различни неправителствени организации. Така БГ мама се явява в ролята на „форум-майка“ (ако си позволим да влезем в стилистиката и терминологията на сайта), в който се раждат „деца-организации“, инициативи и кампании. Те заживяват собствен живот, но продължават да поддържат контакт и връзка с „майка“, която междувременно отглежда следващо поколение „деца“. При всяка значителна инициатива „децата“ се мобилизират (благодарение на структурите, които „майка“ е измислила) и по този начин наистина се действа като сила, като вълна. В спокойно състояние форумът е многолик и всеки сякаш е зает и ангажиран със собствените си дела, теми и вълнения.

Относно самовъзприемането на БГ мама като сила можем да добавим и психологическото обяснение, че индивидите имат нужда да се чувстват съпричастни един към друг. Форумът им дава усещането, че не са сами в проблемите си, като по този начин компенсира дефицита на сигурност в обществото (в случая се доверяваме на З. Бауман, че съвременният свят не предлага сигурност по условие). Това е от изключително значение за майките на малки деца, които, отглеждайки бебетата си, са изолирани от естествената си приятелска и колегиална среда и са закотвени към нова и специфична тематика. Бидейки нова, тя автоматично прехвърля индивида от зоната на сигурността в зоната на тоталната несигурност. В такъв момент още по-изострено се усеща необходимостта и потребността от себеподобни. Появата им съвсем не означава, че трябва да очакваме заличаване на индивидуалностите. Дори напротив – колективът само засилва значението на отделните индивиди, придава им ново звучене. Сърфиращият анонимен юзер е Никой във виртуалната среда.

Когато обаче стане част от даден колектив, той вече се превръща в Личност (няма значение, че често остава само виртуална такава).

От дебатите за памперсите към раздаване на памперси

Най-основното ни търсене при изследването на общността на БГ мама бе да намерим причината, която превръща един сайт за взаимопомощ в сайт за социална помощ, трансформирането на контакта – от търсенето/даването на съвети в реални граждански дейности.

Тук нашите респонденти отново бяха единни, че няма нищо по-естествено от това събраните на едно място майки в даден момент да започнат да „работят“ като граждани. Обясненията се придържаха към две основни теории: от една страна, „*майките са хора*“ – те не могат да се интересуват само от бебетата си, а имат и други вълнения и пристрастия. Тук се включва всичко – от подкрепата за Тибет до осъждането на хулиганско поведение на Христо Стоичков. Диапазонът на засегнатите теми е толкова голям, че е съвсем логично в него да се зараждат граждански инициативи, които да консолидират определени групи.

От друга страна, *майчинство е тичане в две писти* – пистата на майка и гражданин. Според тази теория, споделена от интервюираните, майчинството е не само биологична реализация, но и своеобразно „проглеждане“ за социалните проблеми. Един път то дава виждането на тези проблеми (които до този момент са били незначителни или невидими за момичето) и втори – мотив за борба срещу тях („Когато станеш майка, фронтално се сблъскваш с неприятности, за които по-рано не си се замислял. Къде по-нормално да се изразиш, ако не в такова пространство, където всички са като теб“ (Респондент 2).

Отново, както и при създаването на общността, изключително значение изиграва природното начало. Тук то се явява основа вече не просто за комуникация, но и за социално структуриране. Бебето тук е като представител на всички останали бебета/деца, които имат нужда от обгрижване.

Тук е важно да отбележим, че общността (поне към този етап) не проявява свръхамбициозност да промени обществото. Тя се концентрира върху тематиката, свързана предимно с децата, която се оказва изключително широкообхватна и на практика обема всички аспекти на социалния живот. Най-често социалните движения, възникнали в БГ мама, са *реформаторски* по класификацията на Антъни Гидънс⁸.

8 Реформаторските движения „се стремят да променят само някои страни на съществуващия обществен ред и се занимават с конкретни видове неравенство или несправедливост“ (напр. Българска асоциация „Осиновени и осиновители“, Движение на българските майки, Сдружение „Настоящи и бъдещи майки“ и т.н.).

Към тези обяснения бихме добавили още една хипотеза – майчинството в малка или голяма степен ограничава публичните и социални изяви на жената. Но не и потребността ѝ от тях. Ето защо майката удовлетворява тази потребност по най-лесния начин – чрез виртуална активност. По този начин тя нито лишава децата си от грижи, нито фрустрира социалните си желания. Участието в благотворителни панаири⁹ или в интернет подписки правят жената важна в собствените ѝ очи – тя се превръща в майка-закрилница на всички деца, социално значима, а не декласирана.

Отношението към традиционните медии

Всички интервюирани са напълно наясно, че успехът на всяко гражданско движение „минава“ през медиите, по-точно – през битката за вниманието на медиите. Това обаче не означава, че отношението към тях е еднозначно. Напротив, то е равномерно разпределено по цялата скала от одобрение до неодобрение.

Имаме респонденти, които заявяват, че цялото семейство не гледа телевизия („ако детето гледа нещо, то то е на диск“ – Респондент 3) или, че само те в къщата не гледат („не са ме интересували новините въобще“ – Респондент 1), не четат вестници и не слушат радио. Информират се изцяло от Интернет. Има и такива, които определят своето потребяване на традиционните медии като „разумно“ – без да прекаляват¹⁰, но съществуват и свръхактивни – в резултат на семейни обстоятелства и изследователски интереси („в къща като нашата няма как да не се следят всички медии“ – Респондент 5).

Независимо дали традиционните медии са естествена или спорадична част от всекидневието, всички интервюирани запазват критичността и подозрителността си към тях. Медиите са и лоши („защото със сигурност има някакви интереси зад тях. Сигурно взимат и пари“ – Респондент 2), и добри („ако не са те, никой няма да знае за Могилино например“ – Респондент 1). Те са непреодолими – тяхното внимание трябва да бъде привлечено, с тях трябва да се задейства всяка акция („невъзможно е в България да има гражданска инициатива, която да не е използвана от медиите“ – Респондент 4). Въпреки огромната статистическа мощ на общността, тя като че ли все още не може да се опълчи срещу консервативните (дори собствени) представи за

9 Благотворителните панаири са най-често срещаният „вход“ на обикновения потребител към гражданската активност. Те се организират от някое НПО-движение на БГ мами и предполагат доброволческо участие на майките (изработване на някаква вещь). Събраните средства по правило отиват за благотворителност.

10 Подобна самооценка БГ мамите правят и за интернет потреблението си. Те го представят като изцяло зависима от волята им консумация. Въпреки това, някои признават, че първоначалното форумско „зарибяване“ много прилича по симптоматика на наркотичната зависимост (напр. Респондент 6).

социума. По стереотип той е променил само по класическите пътища на масовите медии. Интернет категорично не се включва в тях. В този смисъл медиите трябва да бъдат приласкавани, да бъдат употребявани, въпреки че не са често потребявани (или поне социално желаното поведение диктува подобно явление). Ето защо лица на различните кампании и инициативи са именно хора от медиите – журналисти, водещи и т.н. Наблюдаваме съчетаване на крайности – отрицание на медиите и приобщаването им.

Отношение към политиката

За да разберем каква е самооценката на общността за собственото ѝ поведение в обществото, бе важно да открием какво е разбирането за политиката и политическото. Почти с пълно единодушие отговарящите твърдят, че са аполитични, че не се интересуват от политика, че гледат на политиците „като всички останали българи“ (Респондент 3), че не може да става и дума онова, което правят кампаниите и дейностите във форума да бъде наречено политика. Политиката се явява като неизбежното зло, а държавата – като политически конструкт, слаба/лоша/неудовлетворителна.

Политиците и политическото не са тема за общността. Те се явяват на сцената, когато активистите се опитат да задействат своя гражданска инициатива. До този момент не присъстват в дневния ред на форума. Опитите за прокарване на политически послания са препречвани както на ниво модератори и администратори, така и на най-ниското ниво („Забранена е политическата пропаганда и агитация в теми и мнения“¹¹).

Потребителите сами по себе си нямат кой знае какъв вкус към темата. В зоната на професионализираните се вече граждански активисти политиците имат по-сложен облик. Те продължават да носят традиционните негативни характеристики, но вече биват осъзнавани като неизбежното зло („няма как, трябва да работим с МТСП, просто няма начин“ – Респондент 1).

Политическите разлики между общуващите са в реда на нещата. Те така или иначе не пречат на основната причина, която ги е събрала заедно – децата.

Всяка кампания, целяща промяна в социалното статукво, се определя като *гражданска*, а не като *политическа* и в този смисъл на гражданското поведение се гледа като на личностна категория. Така социалните движения, възникнали в БГ мама, отговарят на определението „личното като политическо“¹².

Национализмът, расизмът и патриотарството не представляват тема в общността (освен ако няма някакъв инцидент, който да провокира обсъждане), нито застават в основата на сдружаването на майките.

11 Т. 13 от „Правила и политика на форумите“.

12 Кастелс, М. (2006): Силата на идентичността, 125.

Заклучение

БГ мама е явление в българското виртуално пространство. В известен смисъл можем да кажем, че общността е феномен и за гражданския сектор в България, тъй като засега успява да задържи образа си на активен публичен социален защитник.

БГ мама не е общност, съществуваща единствено за да удовлетворява собствени нужди. *Социалната мрежа е фактор, с който неизбежно започват да се съобразяват най-различни играчи в публичността – от търговци до политици, от медии до медици и т.н. Причините са, най-напред, огромният брой активни и ангажирани потребители; от друга страна, високото ниво на гражданска осъзнатост на немалка част от регистрираните членове; от трета, жизненият потенциал на групата (във всеки смисъл на думата).*

Към края на нашето изследване, май-юни 2008, потребителското доверие към Първа частна банка внезапно намаля. Според медийни и интернет допускания първият слух за евентуалния фалит на банката се е появил именно в БГ мама. Впоследствие информацията е опровергана.

Казусът обаче показва постепенното установяване на значимостта на БГ мама, както от страна на определени финансови кръгове, така и на ПР отдели, политически партии и т.н. Опитите за публично компрометиране на общността също е вид признание на силата ѝ.

Реалистично е допускането, че колкото по-големи бъдат успехите на различните „влияещи“ върху БГ мама, толкова повече общността ще отслабва. Защото ще губи от първоначалните си замисли – доброволност, доверие, инициативност, аполитичност, антикомерсиализъм и т.н. В този смисъл битката за отстояването на гражданските позиции (включително и независимостта от всякакви употреби) тепърва предстои за БГ мама. Романтическият период на съграждане на общността е изминат. Остава тя да бъде защитена от комерсиализиране и политизиране.

Остава открит и още един въпрос – как ще изглежда „наследяването“ на общността от следващо поколение млади майки. Дали те ще се ръководят от идеали и ценности, регистрирани от нас дотук, или напротив – ще демонстрират новото прагматично и некаузално поведение на младите днес.

БГ мама не е типичната общност на младите. В нея членовете не се сдружават на базата на преходни хобита и интереси, а заради трайни обвързвания. Но БГ мама действа досущ като всички останали младежки групи – със спонтанност, но и правила, доброволност, но и отговорност.

ПОГЛЕД КЪМ ИНФОРМАЦИОННИТЕ НАВИЦИ НА МЛАДИТЕ ХОРА В БЪЛГАРИЯ

Николета Даскалова

Настоящият текст представя резултатите от изследване¹, осъществено под формата на серия от интервюта с млади хора от различни населени места в страната. Общият брой на интервюираните лица е двадесет, разпределени по десет в две възрастови групи – 15-18-годишни и 19-24-годишни. Всеки отделен разговор бе конструиран върху въпроси относно рутинните практики и предпочитания на съответния младеж при потреблението на традиционните медии и Интернет. Дискутирана бе и ролята на образователната система за поддържането на определени информационни навици. В допълнение интервюираните младежи бяха помолени да опишат в обобщен вид моделите на употреба на Интернет сред техните познати връстници.

Подобно изследователско начинание стои далеч от претенцията да генерира представителни статистически натрупвания. Същевременно обаче дори и в такава неголяма констелация от изслушани гласове е възможно да се открият характерни образи и отношения, свързани с младежкото медийно потребление и даващи допълнителна антропологическа перспектива към помасщабните емпирични търсения върху медийните публики в страната.

Традиционните медии: средство за развлечение

По отношение на практиките на потребление на традиционните медии (печат, радио и телевизия) прави впечатление, че и при двете възрастови групи телевизията има доминиращо значение. Интервютата с 15-18-годишните регистрираха обща картина на редовно гледане на телевизия, обикновено в свободното време в следобедните и вечерни часове. Предпочитаното телевизионно съдържание попада в категориите инфотейнмънт и „чисто“ развлечение, като най-гледани канали са двете частни национални телевизии, български музикални канали и програми като *Animal Planet* и *Discovery Channel*. В

1 Изследването бе проведено от авторката по поръчка на Институт „Отворено общество“, Будапеща през 2007 за целите на по-обширен проект, посветен на информационните и политически навици на младите хора в Централна и Източна Европа.



Dancing Stage 2
EURO MIX

Here we go!

88155

KONAMI.

Dance Revolution

тази възрастова група категорично негативно отношение към телевизията бе демонстрирано единствено от 18-годишен гимназист от София, според когото гледането на телевизия е „абсолютно безсмислено“ и „загуба на време“. По отношение на слушането на радио резултатите са равномерно разпределени в двата полюса на скалата „слушам“-„не слушам“ с две балансиращи позиции от рода на „слушам, но рядко“. В случаите на засвидетелстван интерес към радиото, потреблението е преди всичко центрирано около слушането на музика; на информационните формати се обръща минимално внимание. Четенето на вестници и списания е от слабо значение за 15-18-годишните. Една от причините е финансова зависимост. В редките случаи, когато могат да си позволят да купят вестник или списание, младежите предпочитат тийнейджърски или лайфстайл издания. В останалите са зависими от навиците и интересите на родителите, а понякога и от предпочитанията на по-голям(а) брат или сестра. Обикновено младите хора не одобряват избора на вестници от страна на родителите (най-цитираните заглавия са на националните всекидневници *Труд*, *24 часа*, *Стандарт*), окачествявайки въпросните издания като „твърде скучни“ или прекалено ангажирани с криминални новини.

В сравнение с по-младата възрастова група 19-24-годишните прекарват повече време в гледане на телевизия. Общосподеленият ентузиазъм по развлекателни и инфотейнмънт програми е частично допълнен от интерес към новинарски и информационно-аналитични предавания (сред които най-често споменавани са сутрешните блокове и вечерните новинарски емисии на *БТВ* и *Нова телевизия*). Слушането на радио също е по-честа практика сред втората възрастова група, като акцентът отново пада върху музикалната оферта на радиостанциите. Що се отнася до употребата на вестници, то и по този показател 19-24-годишните са по-активни от 15-18-годишните, въпреки че трудно може да се говори за устойчиви читателските навици. Променлива е и честотата на четене на списания, като отново фаворизирана е лайфстайл тематиката.

Интернет: информация и общуване

В сравнителна перспектива може да се обобщи, че 19-24-годишните проявяват по-силен интерес към традиционните медии, отколкото по-младите интервюирани лица. Същевременно обаче най-натрапчивото наблюдение, валидно и за двете възрастови групи, е, че в случаите на наличен достъп до Интернет (3/4 от всички интервюирани) младежите предпочитат онлайн източници пред традиционните медии. „Разчитам на Интернет като основен източник на новини и информация“ е най-често повтарящият се рефрен и в двете групи. Допълнително свидетелство за доминиращото значение на Ин-

тернет е споделеният от младежите факт, че продължителността на сърфянето в Мрежата многократно надвишава времето, прекарвано в гледане на телевизия.

По отношение на най-често практикуваните онлайн активности на първо място се посочват ползване на имейл, търсене по ключови думи, безплатно сваляне на музика, както и комуникация с приятели чрез програми като *ICQ* и *Skype*. Според интервюираните младежи предпочитанията на техните познати връстници се вписват в същия списък с онлайн практики. Участието във форуми и мрежи за запознанства е следващата най-характерна дейност за младежите от двете възрастови групи. Изборът на дискуссионни форуми е в съответствие с личните интереси: 15-годишната Ива² например публикува мнения в дискусии за тенис на маса; 16-годишната Зоя разменя информация за любими певци; 17-годишният Григор пише във форуми за музика; 18-годишният Марин участва в дискусии за компютри; 23-годишният Атанас се включва в литературни обсъждания. Интересно е, че всички те са активни както в интернет средата, така и извън нея – те са съответно състезателка по тенис на маса, начинаеща певица, музикант, програмист, писател на стихове и разкази.

Силен ентузиазъм към онлайн запознанствата проявяват представители и на двете възрастови групи, но сред 19-24-годишните се долавят и нотки на разочарование с оглед на натрупания опит. Най-често споменаваният сайт за запознанства е *Sladur.com*. Поглед към броя на регистрираните профили в сайта потвърждава неговата изключителна популярност сред българските младежи. Интригуващ факт е, че в сайта има категорична доминация на мъжкия пол по брой на създадени профили, което би могло да се интерпретира като интересна полово детерминирана особеност в склонността на младежите да търсят онлайн запознанства. Вероятно поради недостатъчния обем на извадката подобна тенденция не бе уловена в проведените разговори.

Освен националната мрежа *Sladur.com*, в серията от интервюта се открио и един локален сайт за запознанства и онлайн приятелства – *Русенци.com*. Сайтът се радва на голяма популярност не само сред младежите от град Русе, но е известен и в съседните градове в Северна България, както стана ясно от интервютата с 15-18-годишните от този край на страната. От допълнително направени наблюдения се забелязва впечатляваща всекидневна активност на регистрираните потребители в *Русенци.com*, което дава основание сайтът да се разглежда като любопитен пример за структура с изявено младежко участие и със силни локални позиции в българското интернет пространство.

2 Имената на респондентите са сменени.

Влияние на образователната система

Един от тематичните акценти в изследването е свързан с това до каква степен образователната система насърчава младежите да използват разнообразни (традиционни и нови) източници на информация.

Почти всички интервюирани ученици посочват, че е честа практика в учебния процес да изготвят и представят проекти на основата на ресурси, различни от учебниците и учебните помагала. Този нововъзприет или по думите на самите младежи „модерен“ метод на преподаване стимулира учениците да правят уеб проучвания и да се упражняват в търсене по ключови думи в Мрежата. Използването на традиционни медийни източници не е приоритет.

Предвид застъпената и насърчавана употреба на уеб ресурси в образователния процес, възниква въпросът доколко учениците разполагат с лесен достъп до компютри и Интернет. В отговор всички ученици, включени в изследването, дават „задоволителна“ оценка на наличната компютърна база в съответното училище, което посещават. Но мнозинството от тях обясняват, че достъпът до компютри и Интернет е ограничен до специализираните часове по информационни технологии. Подобно решение обаче не се приема от учениците като съществен проблем, тъй като почти всички от тях ползват Интернет от дома или в по-редки случаи от интернет клубове и реално не изпитват незадоволени потребности, свързани с употребата му. Може да се каже дори, че проведените интервюта са показателни по-скоро за наличието на ученическа незаинтересованост спрямо въпроса за компютъризацията в училище.

На университетско ниво ситуацията с достъпа до компютри и Интернет е много по-добра, но в повечето случаи студентите трябва да плащат за услугата. Що се отнася до евентуалните изисквания за използване на разнообразни източници на информация, то интервюираните студенти споделят, че такива съществуват, но когато се налага да пишат курсови работи, предпочитат да ползват онлайн източници, вместо да четат книги в библиотеките.

Модели и различия

Ако трябва да се открие един генерален извод от направеното проучване, то той несъмнено ще препраща към вече споменатото наблюдение, че в информационните навици на младите хора традиционните медии са с много по-слаби позиции в съпоставка с интереса към Интернет. Характерна поколенческа тенденция е, че 15-18-годишните са по-ентузиазирани потребители на Интернет и по-слабо привлечени от традиционните медии, отколкото 19-

24-годишните. Както стана ясно, значението на Интернет като фаворизираната медия засяга не само персоналните предпочитания на медийно потребление, но намира израз и в практики, свързани с образованието. Наличието на подобни практики пък рефлектира обратно върху отношението към информационните ресурси и допълнително стабилизира доминиращата роля на новата медия.

Паралелно с ярко изпъкващото увлечение по Интернет в проведените интервюта се забеляза и контраобразът на описания модел на младежите като ревностни уеб потребители. Проучването регистрира и млади хора (1/4 от интервюираните), които нямат достъп до Интернет. Най-забележителен е примерът с 24-годишната Нели от малко село в Западна България, която никога не е ползвала Интернет. „Никога не се е налагало“ са точните й думи, изречени без следа от съжаление. Липсата на достъп до Интернет като белег на селските райони в страната намери отражение и в други от проведените разговори. Успоредно с това се забеляза своеобразен модел на минимална компенсация на тази липса, основаващ се на мобилността на учащите младежи, които живеят на село, но изкарват средното си образование в близко разположен град и имат спорадична възможност да ползват ограничения, ала все пак наличен достъп до Интернет в училище.

Проучването констатира и единичен пример на село, разположено в границите на Софийска област, с осигурен достъп до Интернет. 16-годишният Виктор обаче, ученик в основното училище във въпросното село, разказва, че самият той има домашен компютър, но не и домашен достъп до Интернет и използва компютъра единствено за игри.

Поради факта, че Валери е от ромски произход, интервюто с него дава основание за маркиране на още едно различие, свързано със социално-демографска особеност на младежките моделите на медийно потребление. Виктор и интервюираната 15-годишна Жана от Пазарджик, също от ромски произход, споделят общи трудности, свързани с ромската интеграция в образователната система и впоследствие на пазара на труда. Но за разлика от младата Жана, Валери е на път да завърши основното си образование и като грамотен човек се предполага, че би оползотворил евентуални възможности за достъп до разнообразни източници на информация. Жана пък е емблематичен пример за голяма част от ромските момичета, които съобразно родителското предписание споделят убеждението, че е по-важно да се омъжат, отколкото да ходят на училище. В резултат Жана е неграмотна, а информационните й ресурси се ограничават до радиото и телевизията.

В заключение на тук скицираните ключови знаци и образи, така както бяха доловени в набора от интервюта, внимание заслужава и опитът да се установи доколко младежите култивират в информационните си навици нещо повече от медийно потребление. Специално подбрана част от зададените въпроси се опита да противопостави културата на потребление с тази на съз-

даване на медийно съдържание и да накара младежите да определят своето място в така инсценирания сблъсък. Резултатите, препрещащи изключително и единствено към интернет практиките, рисуват образа на една предимно пасивна младежка публика. „Тегленето“ на информация и файлове от онлайн източници драматично надвишава „качването“. Четенето в Мрежата тотално доминира над писането. Самоопределянето категорично гравитира около етикета „потребител“. Показателни са и няколкото примера на създадени, но неподдържани лични сайтове, което свидетелства по-скоро за временен ентузиазъм, вследствие на достъпни технически възможности, отколкото за дългосрочно целеполагане. Голямото различие в този контекст отправя към единствения регистриран пример на актуално поддържан личен блог и по-скоро към неговия автор – 17-годишен ученик от София, който в пълна сила използва Интернет като място за творческа изява и обмен на опит. Не без значение са и описаните практики на участие в дискусийни форуми, което също е процес на създаване на съдържание. Оптимизъм в тази посока буди и междупоколенческото сравнение, водещо до наблюдението, че 15-18-годишните са по-склонни към бъдещи активни изяви като создатели на съдържание, отколкото по-„старите“ млади.

МЛАДЕЖКИТЕ МИКРОКУЛТУРИ – МЕСТА ЗА СРЕЩА В ГРАДСКОТО ПРОСТРАНСТВО

Ния Нейкова

Осмислянето на „младежкото“ като културно обособен етап от човешкия живот отговаря на необходимостта да се осигури преходът между напълно „откритото“ едва в края на XIX в. „детство“, възприемано като период на „свобода“ и „невинност“, и отговорностите в света на възрастните. Постепенното удължаване на този преходен етап и придобиването на все по-голяма самостоятелност и групова обособеност на младежите става изключително видимо през 50-те години на XX в., белязани с разцвет в производството на стоки и услуги (списания, музикални записи, дрехи и т.н.), запълващи една нова и изключително доходоносна пазарна ниша, ориентирана към младежите, както и към специфично нововъзникналата културна фигура на тийнейджъра (Hebdige 1988:32). Придобиването на относителна културна и икономическа независимост на младежите е последвано от възприемането им като проблем за обществото след Втората световна война, което води до въвеждането на академично изучаване на „младежкото“ като отделна социална категория, организирана в различни младежки субкултури. Оттогава теоретичното осмисляне на младежките групи се конструира основно в две различни посоки – от една страна, младежкото като тревога, рамкирано от притеснението от недисциплинираността и непокорността на младите и „моралната паника“ от „бандите“, младежката престъпност и насилие, и, от друга страна, младежкото като забава, свързано с въобразяването и потреблението на културните практики, асоциирани с различните микрокултури (Hebdige 1988:45).

Изследванията на младежките групи започват да разкриват проявления на градското, които изглеждат странни, често дори шокиращи и неизменно оказват въздействие върху визията за универсални понятия за добро и правилен начин на живот, като поставят изобщо въпроса за фрагментацията на социалното. В този смисъл субкултурите реализират една от модернистките стратегии за развиване на променливо съзнание за пространството, за откриване на различни светове и оттам – на различни хора. В традиционните представи за младежките култури самото им съществуване предполага наличието на алтернативни форми на културно изразяване, които да отразяват многообразието. Индивидуалният актьор не се мисли като окончателно детерминиран от традицията, а като подложен на един постоянен себеподновя-

ващ процес, при който младежкият праксис се възприема като способност да се отива извън рамката – една активна съзнателна малцинствена съпротива, опозиция на простото и комерсиално очакване, че младежите пасивно консумират мода. В този контекст се явява и основното дискурсивно деление на „комерсиално/некомерсиално“ като главна стратегия за легитимиране на дадена младежка общност.

Традиционно определението на субкултурата се изгражда през пространствената ѝ обособеност и предполага специфични места, в които групата комуникира. Счита се, че тези топоси носят определени характеристики и са част от конструираната идентичност, като стават ключови фактори за възможността индивидът да се идентифицира с другите, да определя граници, да създава йерархии, да натрупва субкултурен капитал (Thornton 1995).

Една от основните цели на изследването ми беше да се направят теренни изследвания именно на такива пространства в София. При наблюденията се установи, че подобни отличителни и ясно обособени места са рядкост. В най-често срещания случай индивиди, които се самоопределят като членове на различни младежки култури, делят едно пространство. Показателен пример в това отношение са двата основни центъра за срещи, които самите респонденти определят като най-значими за младежите в София – градинките пред Националния дворец на културата и Паметникът на Съветската армия. На тези места могат да се срещнат младежки компании от около десет човека, които не просто имат различни стилове на обличане, но изобщо принадлежат на микрокултури, чиито идеи по определение са в противоречие (в една от групите например сред респондентите имаше емо, скинар, дръм енд бейс, рапър, скейтър, за които такова смесване изглеждаше напълно нормално и представляваше най-честата форма на комуникация). Подобно наблюдение всъщност се вписва в европейските тенденции за отказ на младежите от стил и идеологически конформизъм, който води до включването на относително различни елементи (групи) и индивидуални особености към много по-широка и крехка идентификация, свързвана най-вече с конкретно място.

Ако например трябва да се направи една топографска карта на младежките групи в градинката пред Националния дворец на културата, то би могло да се очертаят няколко микропространства: най-отпред вляво се събират рокери, в средната част – фрийрънъри, скейтъри, байкъри и блейдъри, следват смесените компании, а на един от балконите на самия Национален дворец на културата са скинарите. Това е само пример, който илюстрира едно, макар и привидно разделено, в същността си неконфликтно пространство. Подобен ключов за комунистическата власт топос, в който е заложена идеята за монументалност, се е разпаднал на микросветове, което много добре може да бъде илюстрирано и от гледката на рушация се в градинката паметник, посветен на 1300 години от създаването на българската държава и ограден сега от графитите на младежите. Междувременно битката за градското пространство



все повече се измества от агресивното хоризонтално съперничество между отделните групи към неконфликтна съпоставеност или усилия в завладяването на вертикала (типично за фрийрънърите и скейтърите).

От друга страна, и в самите нощните клубове и заведенията, които респондентите определят като пространство на конкретна младежка култура, открихме представители на различни групи, тоест една по-гъвкава и отворена среда, в която почти липсват идентификационни маркери и където посетителите споделят по-скоро усещането за общо място, отколкото единна цел (Maffesoli 1993:19). Така например в метъл клуба има и много пънкари, а в сравнително новите места за срещи – чайните – растафари, еколози, хипита. Най-често тези традиционни топоси за среща са вътрешно разделени на отделни стаи, в които се слуша и танцува на различни стилове музика. Дори специализираните магазини за облекло и аксесоари често обединяват различията, следвайки същия принцип на отделени, но същевременно съседни едно до друго пространства (например общ магазин за метъли и рапъри).

Резултат от подобно смесване е неспособността на младежите ясно да откроят отличителните белези на културата, към която се причисляват, а оттук и появата на основния въпрос, пред който се изправят различните групи – какво означава да си „истински“ член на дадена общност. В направените интервюта описанието на собствената идентичност се гради предимно върху стила на обличане, аксесоарите и музикалните предпочитания, а не върху специфичен начин на живот, философия или политически възглед и се формира предимно негативно – чрез културните граници, които делят групата от другите. Като единствени изключения на микрокултури, в основата на чиито идентичности до известна степен стои определен идеологически протест, респондентите сочат хипитата и еколозите, групи, които в София често преплитат идеите си и споделят общи пространства. Техните представители се събират най-често сред природата, където изграждат комунален тип отношения и следват идеите на източната философия за постигане на мир и хармония. Те сформират и най-големите групи от протестиращите срещу застрояването на българското Черноморие и планините. В София се срещат в така наречените „чайни“, където могат да си купят чай, билки или ръчно изработени аксесоари, да по-свирят и попаят с приятели, да прочетат някой брой на списанието *National Geographic*, дори да извършват помежду си натурална размяна на различни предмети.

Едно от малкото специфични места за среща на микрокултурите в София са и бункерите от времето на комунизма, особено тези около Южния парк, където според респондентите, освен изкормени кучета и котки – следи от различни ритуали на сатанисти, – могат да се видят и бойни арени, на които най-често се конфронтират скинари и метъли. Така съперничеството се оказва ситуирано в тези скрити зони на градското пространство и се свежда до чисто физическо насилие.

Подобни места, в които символният конфликт и агресия се преплитат, са и футболните стадиони, където младежките групи на „ултрасите“ (част от микрокултурата на скинарите), облечени „кежуал“, сформират футболни банди и се бият помежду си. Причината за боя не може да бъде обяснена извън традицията на „кръвните врагове“ и в повечето случаи в София расисткият повод за сблъсък, който традиционно се приписва на скинарите, е заменен с агресия „на клубна основа“, която, освен заради голямата доза адреналин, която доставя, се легитимира от респондентите и с политически съображения – според тях запалянковците на футболния отбор „Левски“ са с десни убеждения, а на ЦСКА – с леви.

Конструирането на микрокултурата през физическото пространствено групиране е характеристика най-вече на спортните младежки общности и на тези, които възникват около култа към потреблението на някакъв предмет. При основните спортни младежки култури в момента (скейтъри, байкъри, сноубордисти) се наблюдава силен стремеж не само към марково облекло от смъкнати дрехи и кецове, но и към маркови спортни принадлежности. Именно поради фетишизирането на определени атрибути местата за среща на групата често се използват като възможност от някои от момичета да демонстрират своите скейтбордове, сноубордове и т.н. като модни аксесоари за привличане на вниманието при „търсенето на гаджета“. В този смисъл физическото пространство, което обединява групата, се превръща във важен фактор, тъй като осигурява място за показ и по този начин удържа отличителните характеристики и модата на дадена микрокултура.

Освен по-старата група на рокерите, много популярни в момента са и различни нови общности, обединени от страстта си по определени автомобили и различни видове техника – например хора, които са свързани единствено чрез увлечението си по марката BMW, преносимия си компютър или MP3 плейъра, които организират свои събори, провеждат благотворителни инициативи и участват в специализирани форуми, надхвърлящи техническите въпроси и обхващащи широк кръг всекидневни теми.

Когато говорим за топосите на удържане на дадена младежка култура, не бива да забравяме, че индивидът е силно зависим от рестрикциите на мястото, където прекарва основна част от времето си – училището, работата, дома. Като цяло повечето младежи започват да се самоидентифицират като членове на определена субкултура на четиринадесет-петнадесетгодишна възраст, когато стават по-самостоятелни. През този период – до завършване на училище, те са и стилово най-крайни. Освен с психологическата необходимост от предефиниране на индивидуалната идентичност, удържането в някоя от микрокултурите може да бъде обяснено и с фактори като свободно време (част от представителите на младежките групи, като например скейтърите или геймърите прекарват средно по 7-8 часа на ден около рампата или компютъра) или свобода за стилив конформизъм (често определени отличителни

характеристики на дадена микрокултура са недопустими за работното място). Някои от най-интензивните дискусии в интернет форумите на различните младежки групи проблематизират именно подобен преход от училището към работата. Така например един метъл се опитва да опровергае твърденията за залеза на субкултурата, към която принадлежи, като привежда редица примери за така наречените от него „прикрити“ метъли. Той самият работи в компютърна фирма и много се учудил, когато разбрал, че и сред т.нар. „костюмари“, дори заемашите ръководна позиция, има почитатели на тази музика. Тъй като на работното му място не се допуска носенето на характерните за метъла дрехи или дългите коси, нито пък спецификата на работата позволява да се слуша метъл музика, той говори за съществуването на „метъл по душа“. Подобни компромиси са склонни да направят почти всички респонденти, ето защо този преход в живота им води най-често до постепенно смиване на външните отличителни белези.

В този смисъл по-дълго остават част от дадена микрокултура онези от споменатите групи, които се обединяват около някакъв предмет (например рокерите около моторите, клубовете около определена марка кола и т.н.), тъй като могат да го показват триумфално на събори през почивните си дни или пък геймърите, чиито интернет игри често остават достъпна възможност и в работните офиси.

Както вече беше споменато, традиционно младежките субкултури са свързвани със символно място, където да бъдат артикулирани специфични за групата дейности и значения, и по презумпция са били ситуирани „на улицата“. Все по-често обаче теоретиците говорят за една алтернативна възможност за създаването на нов тип младежки групи, чиито членове поддържат усещане за общност от дома си, без да е необходимо да се срещат в общо физическо пространство, като по този начин сформират динамична, разнородна, географски мобилна мрежа. Един краен пример за реструктуриране на традиционното физическо пространство във виртуално може да бъде даден с българския форум около световноизвестната интернет игра *World of Warcraft*¹, който стартира през 2003 и за няколко години набира хиляди членове. Те си изграждат свой свят, в който не само пишат на български с латински букви и използват много непеведени английски термини, но и непрекъснато обсъждат и се сравняват с места и герои от виртуалното пространство, което само по себе си ги затваря в една общност и изолира всеки външен, като прави общуването им абсолютно неразбираемо, всичко това, подпомогнато и от специфичните организация, вътрешен правилник и уебсайт на отделната игрова гилдия.² Чрез играта участниците осъществяват контакти с хора от цял свят, много от тях продължават да си комуникират по *Skype*, някои си намират „вир-

1 www.wowbg.org, посетено на 25.08.2008.

2 www.sivosten.com/content.php?review.716, посетено на 12.07.2008.

туални гаджета“. Така новите технологии поставят основата за възникването и на нови светове – глобални виртуални пространства със своя територия и време, свои герои и йерархии, свой език. В описания случай отличителните характеристики на представителите на тази микрокултура естествено могат да бъдат единствено виртуални – език, поведение, начин на комуникация, но подобен свят вече не може да бъде наричан въображаем, тъй като има реални социални последици.

Интернет се оказва основна среда, в която се образуват младежките групи днес (най-често в *MySpace*), като всеки добавя приятели според тяхната самоидентификация чрез принадлежността им към някоя младежка култура. В подобни пространства се разменя както информация за срещи и циркулиращи линкове към интересна за групата новина, така и музика и видео клипове. Съществуват и редица форуми, където се дискутират проявите и стила на дадената общност.

Новите технологии позволяват и един друг тип изместване на топосите за общуване и легитимиране на дадена микрокултура. Оказва се, че младежите могат да удържат идентичността си със символни действия, които не винаги се случват на общо за групата място, а стават достъпни, след като биват заснемани и качвани в Интернет, преодолявайки пространствените и времевите ограничения на своята аудитория. Визуализирането на специфични прояви с цел споделянето им с други членове на общността се извършва главно посредством мобилните телефони, които са лесно преносими и достъпни. Често повтарящ се разказ в този смисъл е този за заснети побоища между различни групи, които се качват в Интернет и впоследствие отново и отново се наблюдават и обсъждат.

Най-достъпният начин да бъдеш допуснат до пространството на някоя микрокултура е да бъдеш въведен в групата от приятел: скейтбордистите например разказват за лидери на общността, на които трябва да се представят в началото и които започват да им преподават спортни умения; най-често първата крачка към превръщането в емо е да отидеш във фризьорски салон с някой приятел, който вече принадлежи към тази микрокултура, и да помолиш да те подстрижат като него и т.н. Водещите фигури в микропространството на съответната младежка култура се опитват да изявяват рестриктивна функция спрямо новодошлия. Изключително интересно в това отношение е едно интервю на голяма стилово разнородна група младежи, направено по време на теренното изследване. Наближавайки към компанията и още преди да се представим, чухме как всички постоянно викаха към едно момче: „Ей, Емо, Емиле“. Предположихме, че това не е истинското му име, а игра на думи, която се вписва в силно негативния дискурс спрямо микрокултурата на емотата. И наистина, цялостният му стил на обличане, прическа и пиърсинг отговаряше абсолютно точно на отличителните характеристики на „истинското“ емо. Но на директния въпрос към коя младежка група принадлежи, той твърдо заяви,

че е „метъл“ и доскоро нямал представа, че така изглеждали емотата. Съответно беше подложен на подигравки от страна на цялата група. Именно този традиционен метод на контролиране от общността чрез механизмите на страха и срама и налагането на наказание и подигравки с цел да бъде удържана микрокултурата, постепенно започва да губи своята сила. От една страна, прехвърлянето на голяма част от общностната комуникация зад анонимността на виртуалните форуми и от друга – неконтролираният от останалите членове на групата достъп до всякакви културни продукти чрез Интернет, имат за резултат постепенното смиване на границите между отделните групи.

Описаното смесване на места и идентичностни характеристики на микрокултурите в градското пространство води до заключението, че те са по-скоро подкатегории на популярната култура, отколкото групи, които реално да оспорват ценности и норми на обществото, тоест в голяма степен са сведени до микрообединения на даден стил на живот и мода. Подобна ситуация провокира и теоретичното желание младежките култури да не бъдат осмисляни чрез извънконтекстуални категории, като относително фиксирани субкултури, а като „постсубкултурни стилове“ (Chambers 1987), „нови племена“ (Maffesoli 1996), „клубни култури“ (Redhead 1997), характерни с тяхната флуидност и ситуационна обвързаност и изграждани в много по-голяма зависимост от индивидуалните нужди, отколкото от груповите ценности. Опитът за избягване на термина „субкултура“ поради трудната приложимост на неговото семантично поле към новите младежки обединения е обоснован от констатациите, че стилът се изразява все повече само външно, а не заради скрито послание или че по-скоро сега *видът е посланието* (Muggleton 1998). Тези наблюдения се вписват в традицията на изследванията на младежките групи, които от десетилетия се фокусират върху степента, в която микрокултурите представляват „реална“ съпротива или просто символични действия, които служат за подновяването на структурата на неравенствата. Заключениеята зависят силно от това дали определят „успешната“ съпротива единствено в термините на класовата борба или ги осмислят от гледна точка на младежките представи – в способността им да печелят реално време за развлечения и свое собствено пространство.

Библиография

- Chambers, I. (1987): Maps for the Metropolis: A Possible Guide to the Present, *Cultural Studies*, 1(1): 1-21.
- Hebdige, D. (1988): *Hiding in the Light*. London: Routledge.

- Maffesoli, M. (1996): *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*, London: Sage.
- Maffesoli, M. (1993): *The Shadow of Dionysus: A Contribution toward the Sociology of the Orgy*, New York: State University of New York Press, 19.
- Muggleton, D. (1998): *The post subculturalist*, Oxford: Blackwell.
- Redhead, S. (1997): *From Subcultures to Clubcultures: An Introduction to Popular Cultural Studies*, Oxford: Blackwell.
- Thornton, S. (1995): *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity.

НОВИ КУЛТУРИ НА МУЗИКАЛНИЯ ОБМЕН

Вероника Димитрова

Една от основните тенденции, открито се в контекста на изследването „Новите медии и новите млади“, бе способността на младите да влагат много повече време и усилия в участието си в неформални и нетрайни групи, а оттук и непрекъснато да реконструират своите идентичности. Ето защо, говорейки за групата като за относително затворено поле на споделени очевидности, до което достъпът е силно ограничен от критерии като общо минало, маркери на идентичност и размяна на дарове, необходимо е да преактуализираме понятия като твърда, множествена и флуидна идентичност. И докато първото ще обозначава акцентирание само на един свят като значим, а второто – на няколко, под флуидна идентичност ще разбирам такава, която преминава плавно от една група в друга. Темата на това изложение ще се фокусира върху конкретните промени във формирането на музикалните идентичности и релативизирането на границите между отделните младежки култури.

Съвсем очаквано се оказва, че най-популярният музикален стил в България е поп-фолкът. Това може ясно да се види в статистиката „Състояние на обществото III“, 2007¹, според която 49,5% от младежите на възраст 18-30 години заявяват, че поп-фолкът е един от любимите им стилове. Най-често те биват определяни от другите субкултурни групи като „фешъни“. На второ място е диско и денс музиката с 38,3%, последвани от чалгата с 34,7%, естрадната музика с 28,6%, латино с 26%, народната музика – 22,4%, рок – 19,9%, поп – 26%, техно – 18,4%, класическа музика – 13,3%, рап – 16,8% и джаз – 7,1%. Само 6,6% от респондентите твърдят, че слушат друга музика, т.е. групи като хардкор-джии, пънкери и т.н, които се разпознават по много специфичен стил музика, са съвсем малка част от цялата съвкупност. От друга страна, едва 5,6% казват, че нямат любима музика, факт, който сам по себе си потвърждава хипотезата, че музикалните предпочитания са много важни за младите².

Можем да обобщим, че се наблюдават едно най-популярно течение от музикални предпочитания като поп-фолка, диско и денс, чалгата и естрадната музика, средно популярни стилове като латино, рок, поп и техно и слабо популярни (маргинални) като рап, джаз и други.

1 Alpha Research Ltd., *Състояние на обществото III*, декември 2007.

2 Тези данни могат да ни ориентират само приблизително, защото младите (18 – 30 г.) са само част от цялата съвкупност.

Между различните микрокултури се изграждат определени връзки и разграничения, които определят границите на пропускливост. Има групи, които в известна степен се доближават и затова са по-достъпни една за друга. Такива например са хардкор и метъл, пънк и ой ска, хаус и дръм енд бейс, психаделик транс и хаус, и т.н. Така, докато границите за едни групи са втвърдени, а допускането на представители на други общности – силно ограничено, за други групи това не е проблематично, защото техните всекидневни очевидно-сти и пространствено локализиране се доближават.

Карта на основните разграничения:

На базата на проведените наблюдения и интервюта може да се конструира следната карта на младежките групи, с цел да се покаже до колко са отворени или затворени те от гледна точка на типизациите, конструирани от участниците в тях. Основните данни са от наблюдения и анализи на програми на клубове и дискотеки.

Легенда:



С големината на елипсите е означена популярността на определен стил.

С дебелината на линиите е означена затвореността и пропускливостта (отвореността) на групите.



Дебелата линия означава, че групата има втвърдени граници (затворена е).



Тънката означава, че граници се поддържат, но групата не е толкова затворена.



Пунктираната линия означава пропускливост на границите на групите.



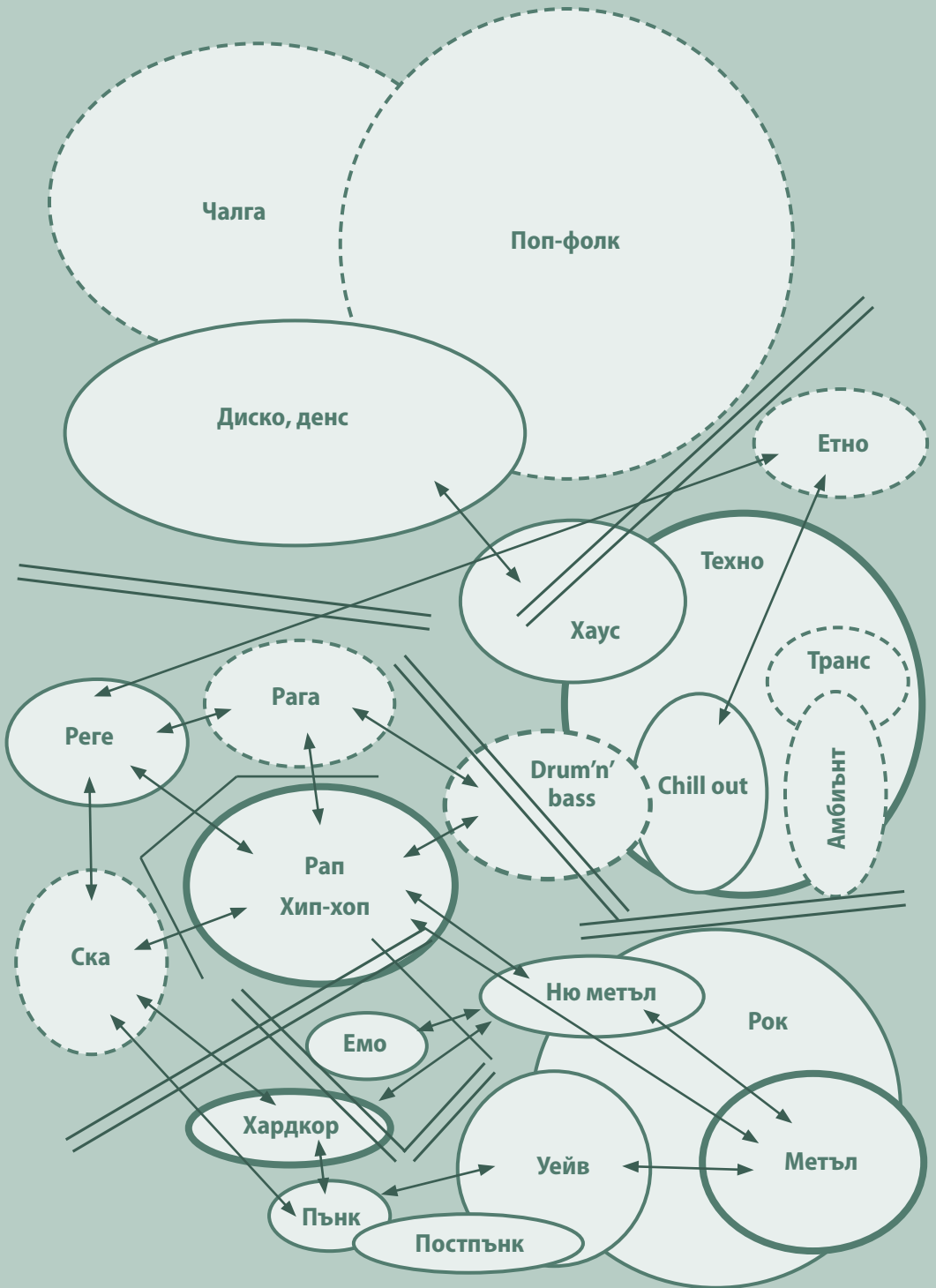
С двойната стрелка е означена връзката на групите (данните са от интервюта, наблюдения и програми на клубове).



С две линии са означени основни разграничения между групите.



С една линия е означено слабо разграничение.





Тук микрокултурите се полагат като относително затворени и непреливащи се. От проведените интервюта и наблюдения обаче стана ясно, че основното разграничение, което беше важно за младите, е чалга/анти-чалга. Понякога дефинирането през музика ставаше не чрез твърдо поставяне на идентичността в един стил, а чрез определяне на основни граници: „аз не слушам метъл, нито пък чалга“. Така идентичността не се затваря в една точна дефиниция, обозначаваща *какъв съм аз*, а се прокарват дистинкции *какъв не съм*, тоест не поставям себе си в една група, а в някаква позиция на картата, която може да бъде лесно променена. Освен това в наблюденията с младежи, основно при 18-20-годишните, най-често се срещаха смесени компании. Една от тях например се състоеше от четири рапъра, външно разпознаващи се като такива и сами възприемащи се като такива, две момичета, идентифициращи се като рапърки, но слушащи и метъл, един пънкяр, един футболен фен, едно емо – метъл (хибрид, облечен като емо, но носещ тениска на Pantera и заявяващ, че е бившо емо), едно момиче, определящо се като емо, но непритежаващо външните белези на групата. Това показва, че всъщност „чисти“ групи и граници вече почти не съществуват, както са описани на картата. Разбира се, има групи, които удържат идентичността си в рамките само на една общност, като заявяват, че тя е единствената значима за тях, но границите рядко се толкова втвърдени. С навлизането на Интернет взаимодействията между микрокултурите са се усилили посредством пребиваването на носителите им в няколко



паралелни свята – действителността е станала в пъти повече множествена, а с това се е делегитимирало и музикалното потребление като затварящо индивида в една група. Един от респондентите разказа, че се е запознал с другите членове на споменатата по-горе компания в *MySpace* и въпреки музикалните различия, успява да се удържи с тях в една общност. Можем да кажем, че има преливания и съществуване на младежките култури, като сплотяващият за всички фактор се оказва разграничението с чалгата или фешъните.

Съчетаването на различни стилове се дължи най-вече на загубата на цялостна идеология, цялостна система от познания, при което приписването към една група се е превърнало във външно белязване – чрез дрехи и артефакти и чрез обитаване на конкретно място. Това води и до идеята за „позьор“: „всички са позьори“, защото нямат обща философия за нещата, но и защото не усвояват общи пространства – пространствата са станали множествени. Думата показва негативно белязване като неистински, като някой, който само копира стила. Названието „позьор“ се разпространява, когато стилът се превърне в мода на външно приписване чрез дрехи и артефакти, без принадлежност към референтна група. От една страна, особено при спортните микрокултури, „позьор“ може да се използва като белег за нелегитимно прикрепяне на идентичност от някой нов член. От друга страна най-често при музикалните микрокултури, като „позьори“ се мислят онези, които заемат формите на групата, но не са истински, защото само копират стила, а не носят цялостната

идея. В България например емо е негативно белязана култура отвън, но отвътре има авторитети, които действат като легенди. Основният проблем се състои в това, че смисълът на движението е бил различен, когато то е възникнало някъде другаде (не в България), а впоследствие се контекстуализира тук, но като загубва цялостната си идея и се превръща в потребление.

Според проведените интервюта и наблюдения подобен феномен би могъл да се обясни с навлизането на Интернет в България и да бъде описан чрез следния преход, илюстриран с едно твърдение на група музикални фенове: „Преди не беше така лесно, купуваш си касетки, после ги разпространяваш, записваш, постоянно обменяхме музика. Сега е много лесно – само теглиш.“ Това е разказ за загубената група, която се е формирала около общо потребление на музика, удържало общността чрез размяна на взаимни дарове. Миналото се привилегирова, защото се свързва с носталгия по загубената затворена група и по белезите на разграничение, които сега са всеобщодостъпни чрез тегленето на торенти и не притежават силно маркиращо значение. Вече други практики се натоваарват с нови значения, като например стилът на живот от гледна точка на специфични потребителски и телесни практики. Доказването на идентичността през белези на разграничения като музика става изключително трудно след навлизането на Интернет в България, защото нейната функция се делигитимира – „всеки може да е слушал AC/DC“, но това не го прави част от групата, по-скоро цялостният стил на живот и потреблението на маркиращи блага придобиват значение. Принадлежност се демонстрира например с марките на кецове и дрехи при скейтърите, от които „се търсят тези с по-голяма емблема“. Чаят при природозащитниците или туристическите пътувания по места като Рила и Иракли са подобни практики. Идентичността се превръща в демонстрация на стил на живот в рамките на една променяща се мрежа, която е слабо закрепена към отделния стил. От своя страна, това позволява по-широки и обхватни преходи в мрежите от отношения, а така и непрекъснатото пораждаване на нови стилове – например емо или моди, които лесно преминават от една към друга група. Илюстрация на това е и изследваната общност на oaim-ците, които като музикална група се свързват с природозащитниците и флуидизират своето движение, прилагайки нов начин на живот, който може да бъде наречен „зеленият стил“. Можем да кажем, че стиловете на живот вече не са заложени твърдо в групите, което ги прави лесно променящи се и размива границите между близките микрокултури.

Така с навлизането на Интернет груповото разпространение на информация, което удържа общността, се трансформира в мрежово-неконтролируемо от групата разпространение на блага, които доста често противоречат на общия стил. Така се раждат множествените идентичности и флуидните групи, съчетаващи няколко стила едновременно или преливащи се от един стил в друг. От друга страна, това води до размиване на границите и следователно до тяхното предефиниране. На терен срещнахме различни музикални иден-

тичности, които се преплитаха една с друга, без да има сериозно противоречие, защото именно общата идеология по-скоро е изместена от определен стил на живот.

В заключение може да се каже, че като цяло се наблюдава флуидизиране и преплитане на микрокултурите. Основните полета, които се очертават, от една страна, са рок, метъл, хардкор, пънк групите, от друга страна, е полето на електронната музиката, което е вътрешно разделено на множество под-стилилове, от трета е групата на реге, рага и ска музиката, които са близки и с рап музиката, пънк и хардкор движенията. Съществуват много фини граници, определени главно от потреблението, приетите практики и визуалното маркиране на идентичността.

Спортни култури³ или „запазените“ групи

Спортните микрокултури могат да бъдат отделени от другите, защото те изискват по-специфично отношение към тялото. Тяхното формиране е по-различно от чистото прикрепяне на идентичност през потребление, което, както видяхме по-горе, най-често се нарича „позьорство“. Отношението на другите микрокултури към телата е като към маркер, който ги прави различни. Рапърите например носят смъкнати дрехи, имат определени принадлежности, използват различни жестове, но те не представляват капитал, защото младите имат лесен достъп до тях – чрез потребление, без да се изискват специфични усилия. При спортните култури обаче тялото е основен белег, който измества други като музика, дрехи и т.н., тоест тези групи са затворени в своите специфични практики както отвън, така и отвътре. От една страна, в групата има авторитети (или център), които владеят езика на тялото и осъществяват допускането в общността – от тях зависи дали някой ще се научи или не, те решават на кого да помогнат, да показват и пр., както и кого да нарекат „позьор“. За да се докаже един бъдещ член на групата, той трябва да извършва систематични усилия – онези, които не го правят, биват изключвани.

Бихме могли да разграничим два типа спортни култури – едните активно използват спорта като „начин на живот“, както самите се изразяват – те са включени в него, а другите само го наблюдават – като футболни фенове.

Някои от най-големите младежки спортни култури са скейтъри, bmx-ъри, байкъри, планински байкъри, блейдъри, сноубордисти, фрийрънари. За всяка от тези подкултури са характерни определени практики и стил на живот.

³ Под спортни групи ще се разбира обединения, формирани на основата на практикуване на общ спорт, но свързани и с общ стил на живот, начин на възприятие и практическа ориентация в света. Например „скиорите“ не са специфична спортна група, защото нямат специфична култура.

При спортните култури се забелязва по-голямо затваряне на групите и следователно по-труден достъп до тях. Именно тук можем да говорим за група, а не толкова за мрежа или за флуидна общност. В тях могат да се срещнат някакви общи стилове на потребление на музика, но те не са основен капитал в групата, въпреки че остават разграничителни критерии за обособени подгрупи. За да си член се изискват специфичен тип телесни познания, в които предметите се превръщат в продължения на тялото. Процесът на усвояване и научаване задейства мрежи от отношения в групата, при които има много по-голям личен контакт. Съществуват скейтърски интернет платформи, но те не са основни, а надграждащи за вече създадени в рамките на групите отношения (Интернет се използва по-скоро за разпространение на съобщения за състезания, конкурси и т.н.). Членовете на спортните групи мислят себе си повече през практиката на спорта, която изисква дългосрочни усилия по научаване – например скейтърка казва, че кара по 6 – 7 часа всеки ден. Неминуемо в рамките на общността се създават контакти, а онзи, който не успее, остава встрани от групата, изолиран и недопуснат. Според респондент трябва да се запознаеш с някой, който да те учи, т.е. във важни се превръщат връзки между вече научени и учещи се, като в рамките на групата едни придобиват по-голям авторитет от други и чрез своя капитал позволяват или не на някой нов член да се присъедини. Тук се явява и идеята за „позьор“. Модата е негативно белязана от вече съществуващите групи – фалшивите са онези, чиито идентичности не са признати. Според старите, които вече са натрупали капитали – например имат състезатели, новите са „позьори“, защото копират стила – купуват си дрехите, белезите на общността. Но това е само външна имитация, защото те не споделят общите очевидности на групата или, най-важното, не практикуват спорта. Опитват се да се впишат в групата по нелегитимен път, което неминуемо довежда до назоваването им като не-скейтъри/не-байкъри и пр. Когато едно движение се превърне в модно, то се опитва да се запази, да се консервира посредством названието „позьор“ и да не признава чуждата идентичност. По разказ на респондент в скейтърските среди започват да се появяват много „малки момиченца“, които си купуват цялата екипировка, но основно „стоят и гледат, и чакат да се запознаят с някой батко“. Оказва се, че за да бъде призната една идентичност, тя трябва да се базира на основата на спорта, а не само на външни белези.

Ако трябва да открием няколко общи особености на спортните микрокултури, бихме могли да кажем, че те са основно градски култури, използващи неконвенционално градските пространства (краен случай са фрийрънарите) и съсредоточаващи своите практики в центъра на града (изключение са маунтин байкърите и сноубордистите). Освен че концентрират своите практики около тялото, спортните микрокултури имат особено отношение и към пространството – то е обживяно и усвоено обиталище на индивида, което дава възможност чисто физически да се поддържат определени дистанции.

Друга характерна черта при тези обединения е, че членовете на групите са предимно мъже – достъпът на жени е ограничен, защото те се възприемат като физически слаби и неиздръжливи. Във вече разрастващите се движения като скейтъри и сноубордисти тенденцията е да се появяват все повече момичета, но в по-новите като паркур или фрийрън достъпът на момичета е силно ограничен.

Стилът на живот на скейтъри и кънкъори се изразява в общи музикални стилове – хип-хоп, пънк, хардкор, ска, реге и рага, спортни дрехи с различни марки – matix, fallen, fabric, демонстративно поведение. Важни са и скейтбордовете, бордовете и колелата. Отношението към наркотоци не е негативно, много от тях пушат трева, но изключват употребата на други упойващи вещества. Редовно се употребява алкохол – обикновено има т.нар. „гледачи“, които най-често пият около зрелището, но те също са практикуващи спорта. Тук е и основната разлика с фрийрърнарите, които не допускат употребата на наркотици и алкохол. Те предпочитат „здравословния начин на живот“, с което изразяват „бунта към големия град“. При паркур има желание за преодоляване на „градските препятствия“, неконвенционално използване на градското пространство и оттам движението може да бъде възприемано като идеология срещу града и неговите „негативни ефекти“. Една от приликите с другите спортове е, че в групата се влиза чрез целенасочени усилия за доказване на себе си. Респондентите твърдят, че няма учители и наставници, но всъщност всеки нов е обучаван от натрупалите ресурса на телесно знание, „за да не си причини травма някой начинаещ“ (тук е основната прилика между всички спортни култури). Тези групи са предимно мъжки – казват, че биха допуснали жени, но е по-скоро изключение, отколкото практика. Те също предпочитат широки дрехи, защото с тях могат „да се движат свободно“, пореден пример за обвързаност на микрокултурата с маркови дрехи.

Спортни фенове (спортът като зрелище)




Най-често това да бъдеш фен е свързано с подкрепа на любим отбор – в България основно футболен⁴. Според изследването „Състоянието на обществото III“ 7,7% от младите казват, че биха подкрепили любимия си отбор. Тази кауза се очертава като типично младежка, защото процентът рязко спада с увеличаване на годините. Футболните фенове се делят на определени групи – както по отбори, така и по други критерии – крайни фенове като скинари, ултраси или кежуъл. Характерно за по-голямата част от тях е, че 45,5% слушат

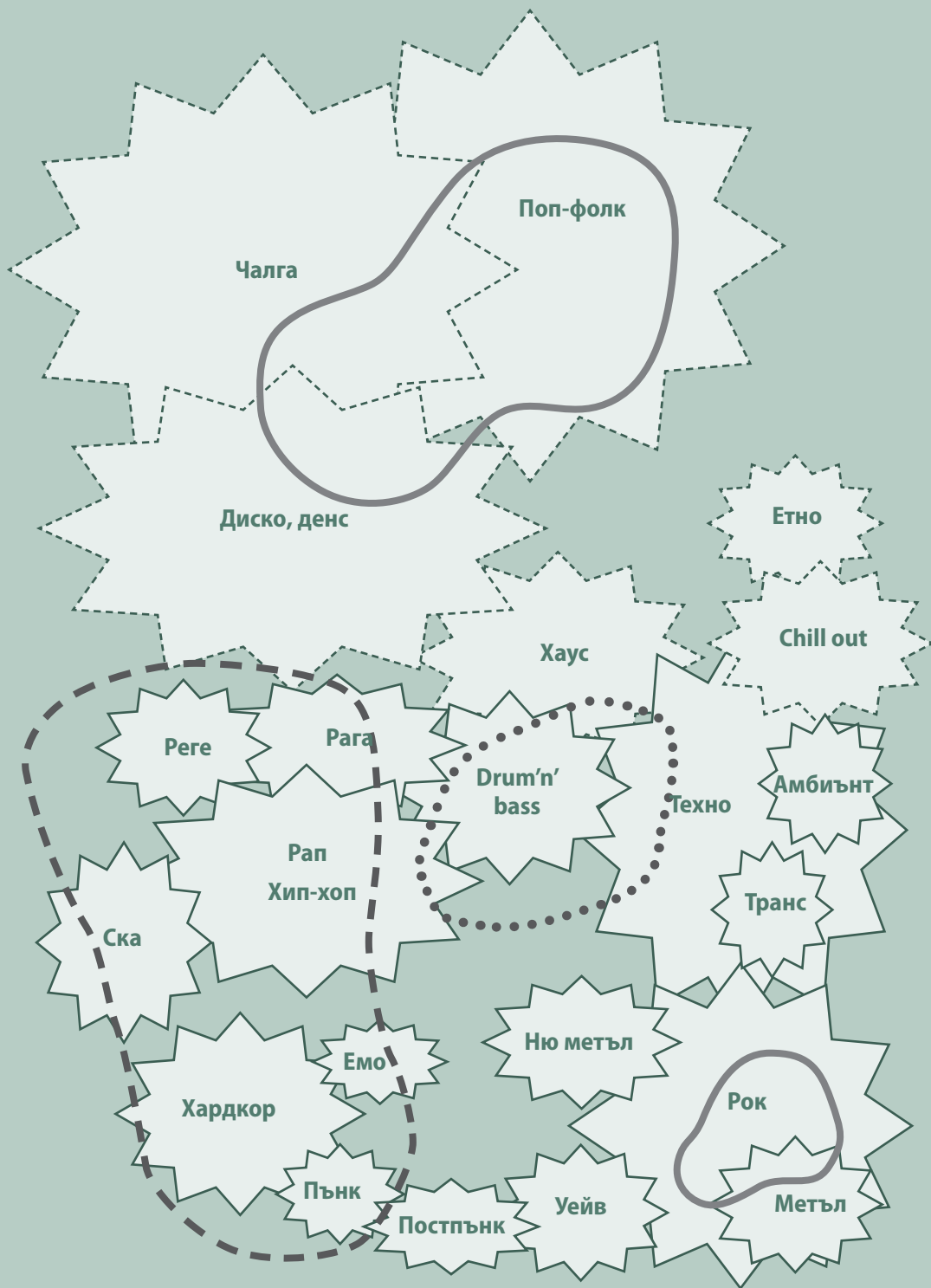
4 Тук отново става въпрос за групи, които имат потенциала да се организират, а не просто за фенове.

народна, поп фолк, естрадна и чалга музика и още 15,5% от тях заявяват, че слушат рок. Тоест мнозинството могат да бъдат положени в mainstream теченията, това, което ги прави различни, е принадлежността им към фен група. Всъщност в голяма степен са локални групи, тъй като принадлежността към тях се определя от пространствената позиция на индивида в града. Повечето жители на кв. „Надежда“ в София например са фенове на „Локомотив София“. В кварталите има местни организации, но и заведения, в които се обсъждат мачовете. Друг е въпросът, че след като съм закрепил идентичността и се преместя в друг квартал или град, аз вече нося фенството извън локалните пространства на града. Тук публичното – мачът, зрелището, е краен завършек на една дълга подготовка, включваща изработка на бомбички, знамена, хореографии и пр. Частното или локалното съществуват единствено като подготвящи публичното.

Карта на спортните култури:

Легенда:

-  скейтъри, байкъри и bmx-ъри
-  практикуващите фрийрън и паркур
-  спортните фенове, подкрепящи любимия си отбор (най-често футболен)



Групи, формирани около обща кауза

Двете най-ярко присъстващи групи в тази подкатегория са националистите и природозащитниците. 22,6% от младите (18 до 30 г.) казват, че биха подкрепили каузата за защита на българската природа, а 8,5% – национално-патриотичната⁵.

„Природозащитата“ е нов тип мода, свързан с големия град и с определени практики или стилове на живот, разрастващи се не само в границите на групата, занимаваща се пряко с организиране на протести, подписки и пр., но и за определена част от младите, които мечтаят за подобен стил на живот (например скейтърите). Податливи се оказват предимно младежи със сравнително високи доходи, пътуващи из страната и чужбина, слушащи „алтернативни“ стилове на музика като джаз, етно, техно, рап, рок, използващи активно Интернет в дома си или в работата си (впрочем много малко от младежите на възраст от 18 до 30 години (17,6%) не използват компютър), високо образовани и предимно жени. Стилът им на живот се свързва най-често с носенето на дрехи втора употреба, култа към „здравословния начин на живот“ и вегетарианството. Оказва се, че повечето активни членове на групата около организацията „За Земята“ работят и едновременно с това отделят от 4 до 6 часа на ден за заниманията си с екология, т.е. това е един сериозен ангажимент. За разлика от тях повечето интервюирани млади, които не свързвахме с тази кауза, заявяваха, че биха я подкрепили, но не с такава степен на ангажираност – биха използвали интернет подписка или биха отишли на протест, но също така биха споделяли общия стил на живот, включващ практики като разделно хвърляне на болклуци, вегетарианство и пр. Много от тях се информираха пряко през *ICQ*, *Facebook*, *e-mail* или от различни сайтове, насочени към тази проблематика. Самата информация за протест се разпространява по много интересен начин: пуска се съобщение с молба да се препраща към други приятели и така то „тръгва“ из мрежите. В този смисъл според някои респонденти знак, че съобщението се разпространява успешно, е неговото завръщане отново при подателя му.

Това движение, свързано най-вече с протести, се формира преди две години около случващото се с Иракли, тогава и най-голяма част от „природозащитниците“ се ангажират активно с каузата. След формирането на сайта *forthenature.org* младите започват да се информират чрез него. Комуникацията преди това е била затруднена, защото е отнемало повече време да пишеш писма на различните хора. Ето какво казва един респондент по този повод: „Оказа се, че има голям потенциал от хора, които използват Интернет и кои-

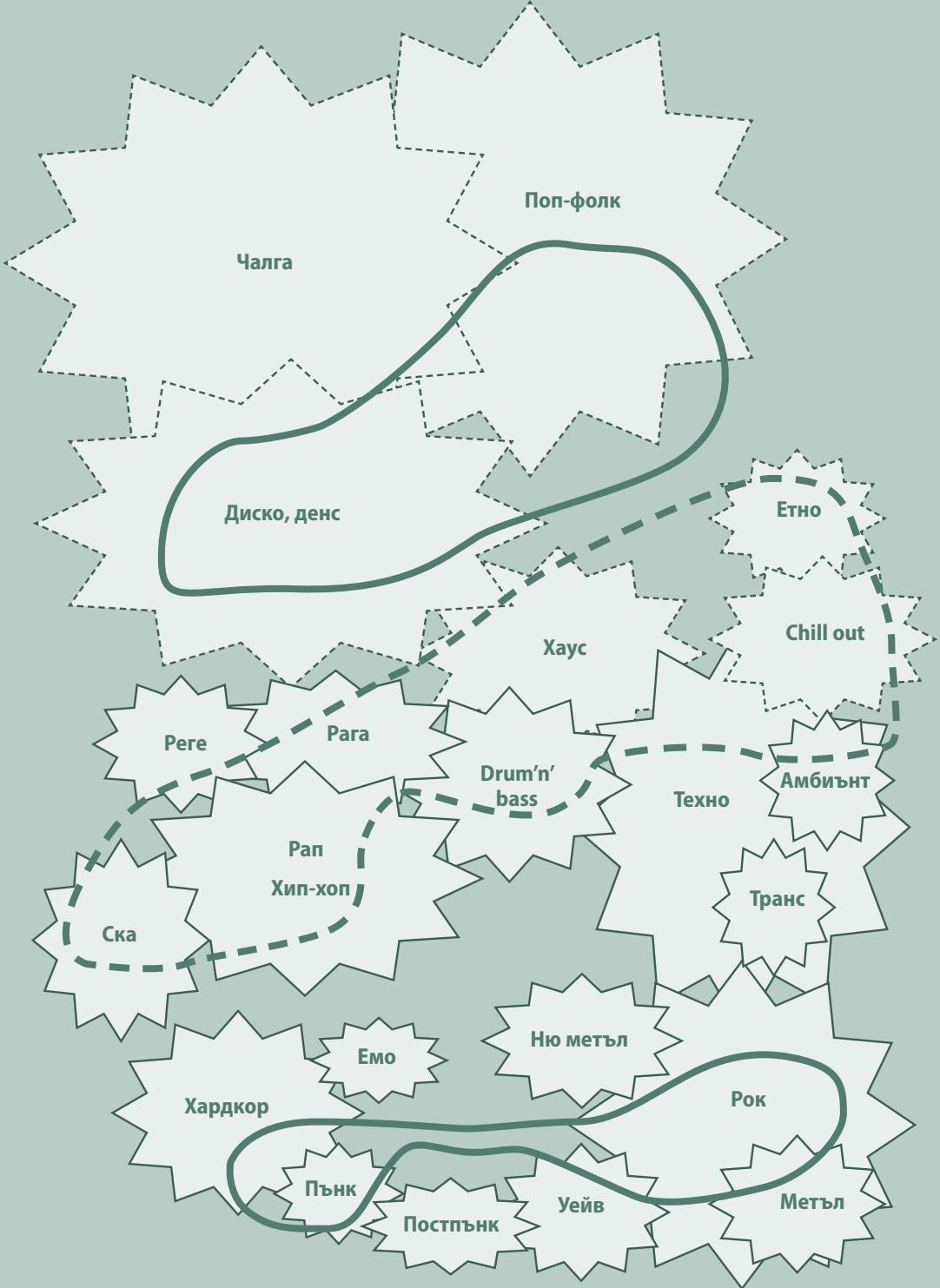
5 Alpha Research Ltd., *Състояние на обществото III*, декември 2007.



Еко-концерт "Artmospheric" 2008.

то имат желание да са екологично активни и за да са екологично активни, те трябва да имат някакъв център, в който най-малкото да разберат в кой ден да излязат, както беше за Странджа. Това нещо има нужда от интернет платформа, но тя не е ангажираща платформа... Защото хората разбират, че е извън всякаква организация и могат да действат... В един момент се разрастна и започна да има по 20 000 посещения на ден и така то изригна в един момент, нямаше човек, който да не е чувал за това.". Връзката се осъществява през Интернет и именно затова потреблението на интернет услуги оказва влияние върху профила им. Част от организиращите протести участват в различни екологични неправителствени организации, но повечето всъщност принадлежат към неформални мрежи, свързани с флуиден стил на живот. По-долу може да се види *карта на връзката между музика и „природозащита“*:

Карта на връзката между музика и „природозащита“



Подкрепящите национално-патриотична кауза също са свързани с определен стил на живот и изразяват специфичен светоглед. Те са главно с по-ниски доходи: по-голямата част от младежите, заявили, че биха подкрепили такава кауза, са с доход под 500 лв. на член на семейството, активно използват компютър, предимно са мъже и най-често са от областен град⁶. Връзката между предпочитан стил музика и подкрепата на тази кауза също е ясно изразен – тук може да се каже, че националистите се доближават до футболните фенове. Те предпочитат предимно рок, поп, диско и денс, народна музика, чалга, поп-фолк и естрадна музика. Техните идеи са главно етно-расистки и протекционистки, развити върху идеята за етно-генетичния тип на българите.

В заключение можем да кажем, че старите субкултурни групи са се изгубили напълно, появяват се нови моди, които могат да бъдат описани по-добре с понятието стилове на живот и места, свързани най-вече с потребление. От тук идва и главният проблем за повечето младежки култури – позьорството и фалшифицирането, защото няма обща идеология, която да ги обединява. С навлизането на Интернет в България групите започват да се флуидизират и хибридизират в много по-голяма степен. Единствените по-запазени групи са спортните, защото при тях отношенията са ограничени от спорта и в този смисъл мрежовият тип връзки не може да функционира.

Изводи:

1. Общностите започват да се разпадат. Традиционните авторитети в групите, които поддържат границите, постепенно изчезват.
2. Дарът, като удържащ общността на музикалните култури, също изчезва. Променя се начинът на конструиране на идентичността – от групово към лично прикрепяне, посредством маркиращи блага.
3. Идентичностите стават все по-нестабилни, множествени и флуидизирани. Смята се за положителен опит да си пребивавал в поне няколко различни групи.
4. Единствено спортните култури се запазват, като удържащи специфично отношение към тялото.
5. Каузите са един вид стил на живот, който може да те впише в повече или по-малко твърди групи. Наблюдава се размиване на границите и дори подмяна на различни каузи (например национална и природозащитническа).

6 Този профил няма претенции за представителност, защото е формиран на базата на част от изследваната съвкупност в рамките на *Състояние на обществото III*, 2007.



Съжителство на рап и метал.

НОВА ФУНКЦИОНАЛНОСТ НА МЛАДЕЖКИТЕ МИКРОКУЛТУРИ В ПРОСТРАНСТВОТО НА ЕДНА СВРЪХРЕАЛНОСТ

Невена Германова

Полето на микрокултурите в София се очертава като особено пространство, където границите между отделните култури съществуват като външно зададени в представите на младежите, през които се разпознава всяка една от тях. Те се мислят през социално конструирани, общосподелени типове като например: „метълите са с дълга коса“, „рапърите ходят със смъкнати дрехи“, „емотата са черни и плачещи“, „пънкарите са анархисти и имат гребени на главата“. Тоест в актуалната карта на полето на микрокултурите в София те съществуват като знание в представите на младежите, очертават се по-скоро *теоритични дистинкции* на отделните пространства. На практика *границите между тях се преливат и преплитат*, когато става въпрос за обживяването на младежката култура от конкретен индивид. В този смисъл се наблюдава тенденция за нежелание на младежите за идентификация с една конкретна микрокултура¹. Полето на микрокултурите се мисли предимно като цялостно пространство, през което безпроблемно може да се преминава от стил в стил, да се взаимстват елементи от лайфстайла на различни микрокултури, пътешествие за натрупване на опит. Младежите не възприемат непрекъснатото прескачане от култура в култура като криза на идентичността си, а го нормализират през любопитството си, като възможност да усетят колкото се може повече неща от всичко, за което са чували². Те преминават през различните пространства на микрокултурите, за да си вземат от тях това, което има харесва, и да си създадат свой свят, който сам по себе си е хибрид от различни стилове на живот. В този смисъл така нарисуваната картина на микрокултурите в София може да се види като проекция на полето на микрокултурите във виртуалното пространство.

1 От това наблюдение изключвам групата на метълите, която в хода на изследването се очерта като една от най-твърдите, а членовете ѝ – като най-дълго пребиваващи в нея и безпроблемно наричащи себе си „метъли“.

2 Така например едно момиче ни каза: „По принцип имам огромно любопитство, искам да знам и това, и това, и всичко, квото мога, и съм минавала през кво ли не през краткия си живот до сега – скейт, хип-хоп, пънк, грънч, емоушънал, не знам си какво“.

В Интернет младежките микрокултури отново имат ясно очертани пространства. Всяка от тях е със собствен сайт³, в който подрежда определен свят и задава цялостен лайфстайл – начин на обличане, музика, концерти, изложби и всякакви събития, свързани с този стил на живот, около който се завихря някаква група от хора. В уеб пространството границите между различните микрокултури са само формални, един нов адрес, на който отиваш и влизаш в различен, но гостоприемен свят. И веднага ставаш част от него, запознаваш се със създаването, идеологията и актуалността на микрокултурата, с миналото и настоящето ѝ. Ако се регистрираш във форума ѝ, от преминаващ интернет потребител, можеш автоматично да се превърнеш в член на микрокултурата и в това пространство вече да се идентифицираш като част от нея. В същия момент можеш да отвориш друг виртуален прозорец и да влезеш в нов свят на друга микрокултура, дори едновременно да присъстваш в двете виртуални реалности. В това пътешествие ти влизаш абсолютно анонимно и имаш невероятна свобода да преизбираш и пренаписваш идентичността си във всеки един момент. За разлика от реалността, където можеш да преминаваш от стил в стил, от група в група, това е видимо за кръга ти от значими други и в този смисъл може да се очаква в известна степен да бъде контролирано чрез мнението на заобикалящите те, то във виртуалното пространство имаш абсолютната свобода да си едновременно в няколко реалности, без това ти действие да бъде видимо. Можеш да си в пространството на анонимни и непознати метъли, пънкари и растафари, като по същото време си говориш с твоя кръг от значими други, примерно в *Skype*, проверяваш си пощата и получаваш съобщение от брат си в *gmail*, планираш вечерта си, като разглеждаш <http://programata.bg/>, едновременно стъпваш в няколко реалности. Животът на младежите е непрекъснато на границата между реалното и виртуалното пространство, а те самите започват да се вплитат едно в друго. Сега можем по-скоро да говорим, че младежите непрекъснато са част от една свръхреалност, в която постоянно се надграждат моменти от реалния живот, който съвсем естествено продължава да се случва във виртуалното пространство. Тук имам предвид, че общуването с приятели от физическия свят продължава, след като се разделите във виртуалния. Затова според мен вече е трудно да говорим за влизане и излизане от виртуален и реален свят, а по-скоро можем да видим нова свръхреалност, в която реално и виртуално са вътъкани едно в друго. Повечето младежи в София непрекъснато влизат и излизат през тази граница, без да я мислят като такава, те естествено продължават случващото

3 Пространството на метълите: <http://metalbg.com/>; на скейтърите <http://www.skatebg.com/>; на рапърите <http://hiphop.start.bg/>; на растафарите <http://www.rasta.cult.bg/>; на рокерите <http://pokepu.hit.bg/>; на готик културата: <http://sanatavopilif.com/web/2007/>; на сноубордистите: <http://www.snowboard-bg.com/>.

се в актуалния, физически живот във виртуалната среда, където поставят съществуването си в множество реалности.

В хода на изследването видяхме колко естествено за младите е случки от реалния живот да се записват в нов дигитален формат, за да се прехвърлят лесно във виртуалната реалност. Мобилните телефони в живота на младежите изпълняват новата функция да запаметяват животи, т.е. младежите непрекъснато снимат своите действия. Интересно тук е, че не само мобилните телефони са модифицирали функционалността си, като са се изродили във фотоапарати, ами и самите снимки и филмчета, които се правят, също са загубили традиционната си функционалност да запазват спомена. Сега целта на снимката или филмчето е не да извади конкретен момент от настоящата актуалност като спомен за бъдещето, а да преактуализира случилото се в уеб пространството. В този смисъл можем да говорим за зараждането на една нова публичност в тази свръхреалност на вплетено виртуално и реално.

От една страна, в нея се завихря огромно пространство, в което се „публикува“ частният живот, от друга, свръхреалността може да функционира като абсолютната сцена, на която продукът на нечий талант да се направи публичен.

Публичност на частния живот в свръхреалността

Актуалността на един случващ се момент тук и сега се пренася във виртуалното пространство, за да се разтегли във времето и да предизвика редица реакции, които да преактуализират конкретното преживяване. Самият акт на запазване на даден актуален момент се превръща в целерационално действие. Един обикновен младеж става репортер, който отразява всеки един момент от живота на приятелите си. Така споменът сам по себе си за дадена случка губи значимостта си, ако случилото се не се публикува в свръхреалността. От друга страна, по този начин младежите правят рационален избор кои моменти от биографията си да преактуализират. В този смисъл, качвайки определени снимки във *Facebook* и представяйки се чрез тях, младежите непрекъснато могат да пренаписват биографията си, като правят публичен един конкретен опит, който би им донесъл социален капитал⁴ в кръга от значими други. В този ред на мисли желанието да се поставя случилото се в частния живот в публичното пространство може да се види като доброволно изнасяне на части от личния живот на „мегдана“ за обсъждане, за да станат видими за

4 „Социалният капитал е съвкупността на актуалните и потенциални ресурси, които са свързани с притежаването на трайна мрежа от повече или по-малко институционализирани *отношения* на взаимно познаване или признаване; или, казано по друг начин, в този случай става дума за ресурси, които почиват върху *принадлежността към дадена група*.“ – Бурдийо, П., *Икономически капитал, културен капитал, социален капитал*.

всички. Интересно в случая е желанието да се направят легитимни моменти от живота, като се запечатат и се публикуват като част от биографията, т.е. те представят пред определена общност. От друга страна, публикуваното парче личен живот завихря около себе си нова реалност. Така един запечатан спомен, изваден от контекста си, може да придобие ново значение и да създаде нова реалност, след като продължава да се преактуализира посредством коментарите, които предизвиква.

Публичност на авторския продукт в свръхреалността

Уеб пространството се ползва като място, където всеки потребител може да качи продукт на своя талант – независимо дали това ще е музиката, която прави, снимки или илюстрации, целта на този акт е творчеството му да придобие публичност – да бъде видяно от колкото се може повече хора, да се обсъжда и критикува, като по този начин се задействат нов тип социални мрежи. Такива например са сайтове от типа на <http://photo-forum.net/>⁵, в които качените снимки се подлагат на оценка от останалите потребители. Така фотографията събира рейтинг, който прави автора все по-популярен и му дава възможност да излезе от виртуалното пространство и да участва в истинска изложба, която се организира от администраторите на форума.

На същия принцип социалната мрежа на *MySpace* функционира като пространство за „реклама“ на музиката, която правиш, там всеки потребител си ъплоудва разни неща, като очаква другите да я чуят и да си кажат мнението за нея: „Ако някой чуе – чуе, после ако ти стане приятел, те пита дали искаш да направиш песен с него, макар, че това ми се е случвало само веднъж. Като направя една песен, искам да я чуят много хора и да си кажат мнението“ (софийски рапър).

В това пространство всички влизат като равни и анонимни, представяйки себе си през творчеството си. Тази общност прави възможно излизането от традиционния кръг на общуване и традиционния път за популяризиране на даден продукт. В Интернет става възможно всеки един автор да бъде видян, харесан, оценен и критикуван. В този смисъл подобна нова публичност в уеб пространството може да се види като комерсиален проект на една виртуална изложбена зала, в която да се разглеждат и купуват таланти.

Това са новите млади – младежите, които обитават една свръхреалност, – в техния живот реално и виртуално не се мислят като отделни пространства с граница, която трябва да се преминава, там те се заплитат с все по-голяма

5 <http://portfolio.cgsociety.org/> – подобен сайт, в който всеки може да си направи собствено портфолио от авторски илюстрации; <http://iqons.com/> – сайт, в който може да се публикуват авторски снимки с художествена стойност.

сила, а случващото се вече не е отделно ставащо в два различни свята, а непрекъснато допълващо се и надграждащо се едно в друго. Животът на новите млади в свръхреалността ги прави непрекъснато пребиващи в няколко реалности, които те безпроблемно удържат.

ЗА ЧАЛГАТА С ОМЕРЗЕНИЕ И ОБИЧ

Венцислав Димов

Включването ми в разговора за *новите млади и новите медии* първоначално бе свързано с темата за локалната етнопопмузика в глобалното пространство – как *balkan beat* става *world music*. Изследването потвърди наблюденията ми, че докато в България етнопоп, преведан в масовата реч като „чалга“ и „цигания“, предизвиква негативни реакции, по света същата музика, като една от новите моди в комерсиалната *world music – balkan beat*, се възприема позитивно. Може би преди да си поставим въпроса как локалната музика се превръща в глобална, а чалгата – в *world music*, трябва отново да се върнем към проблема за чалгата като маркер на културния избор в съвременното ни общество, *vede mecum*¹ на прехода, вододел на групи и нагласи в България и, видно, фронт на продължаваща културна война.

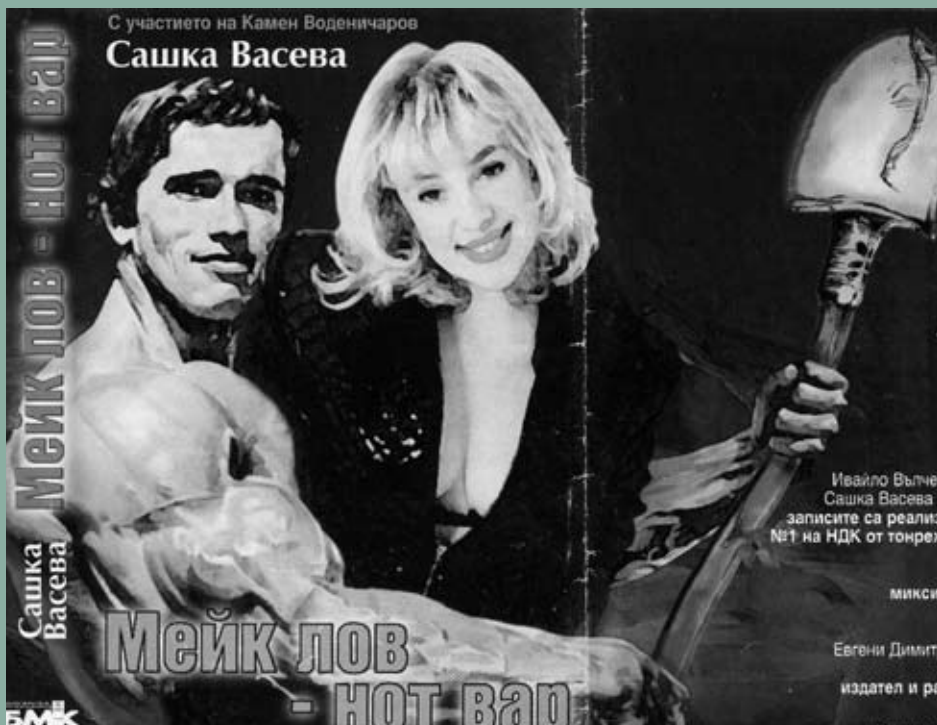
Някога младите романтично вярвахме, че „всичко е любов“², новите млади омерзено споделят: „всичко е чалга“. Тази магическа дума напуска музикалните си контексти и започва лавинообразно да се метафоризира: в българската публична реч през последните години се срещат идиомите чалга изкуство, чалга литература, чалга наука, чалга индустрия, чалга бизнес, чалга политика, чалга народ, чалга история... „Яж чалга, пий чалга, сънувай чалга, чукай чалга – бъди чалга!“ (Мартин Карбовски) – плеоназмът обобщава погнусата. Не всичко е чалга, а само това, към което питаем омерзение, срам, погнуса: отрицателното, неправилното, грешното, срамното, уродливото.

*България като Чалгария*³. За едни (повечето български гласове) признание с омерзение и срам. За други (повечето чужди наблюдатели) показателно за културните войни на прехода и дори поучително за преодоляването на ет-

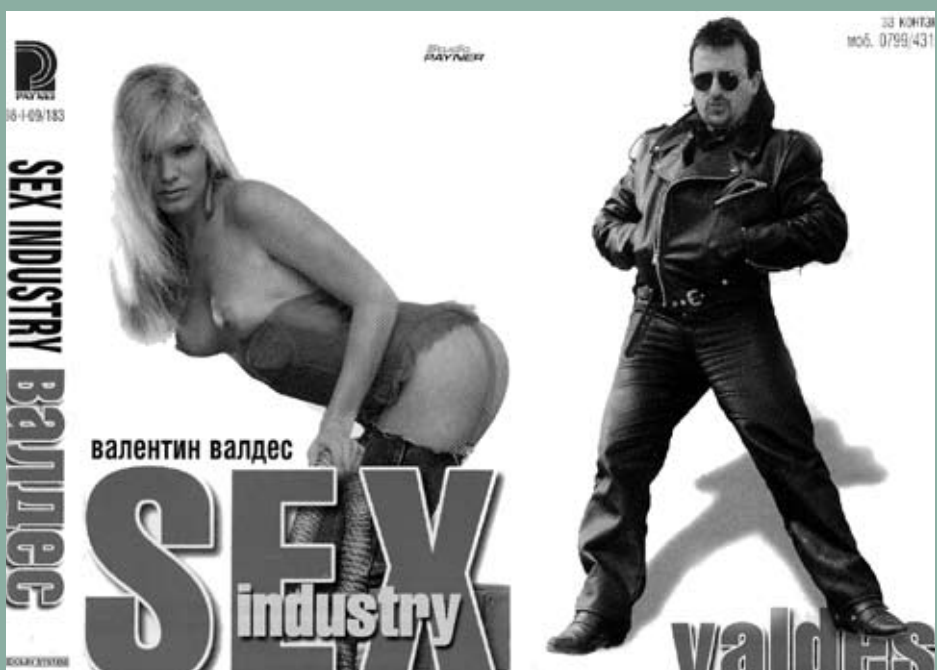
1 Vade mecum (лат.) – Буквално „върви с мене“.

2 Заглавие на един от най-популярните български игрални филми от епохата на социализма, реж. Борислав Шаралиев, 1979.

3 „България или Чалгария“ нарече научната си статия за българския национализъм американският етномузиколог Тимоти Райс (Rise 2002), позовавайки се на критичния ми прочит (Димов, 2001:170-171) на есето „Чалгария“ на Мартин Карбовски (www.karbowsky.hit.bg – януари 2000); есето е публикувано за пръв път в сп. Егоист, август 1999, включено е и в книгата на Мартин Карбовски „Мартин Карбовски. Едно.“, 78-81. По подобен начин, бинарно-опозиционно и иронично, американската изследователка Дона Бюканън, позовавайки се на свой български информатор, преживяващ противопоставянето фолклор-чалга (музиканта Димитър Лавчев), определи метафорично прехода в България не като „демокрация“, а като „лудокрация/crazy-ocracy“ (Buchanan 2006:426-430).



Обложка на чалга-касети от 90-те: Сашка Васева и Шварценегър.



Обложка на чалга-касети от 90-те: отново мъжкото и женското начало.

ническата нетолерантност и индикиращо европеизация. Веднага ще призная, че не съм нито от едните, нито от другите. Нито се гордея с чалгата, нито се срамувам от нея. Приемам я не само като музика, а и като достатъчно сериозно културно явление с отношение към важни въпроси на съвременното българско битие и съзнание. Проблеми като маси и власт, културен избор и политика, културни вододели и войни, всекидневен живот и празничност, медии и митове, индивидуални вкусове и групови идентичности, традиция и модерност, свое и чуждо, Изток и Запад, българско, балканско и европейско...

Да, ако се фокусираме върху публичната реч през последното десетилетие – преса и електронни медии, интервюта и коментари, политологически анализи и художествени акции, – сякаш наистина всичко може да се види като чалга. Чалгата, свързвана с ориенталското и дори издигана като знаме на опорвания заради еднозначната си външна и западна посока културен избор, може да бъде дори... лакмус на европеизацията – един от образите на етническата толерантност и преодоления национализъм...

Що е то чалга?

Чалга е един от най-популярните етикети на съвременната етнопопмузика в България през последното десетилетие. Мнозина мислят, че етнопопмузиката/чалгата е явление, родено в мътните води на прехода – последното десетилетие на XX век, белязано в България с особена значимост. Към характерното за края на всеки век циклично изживяване на кризи и разломи се добавят още фаталистичната аура в навечерието на третия милениум и драматичната българска смяна на исторически епохи. През 1989 България се раздели с почти половинвековна история под знака на тоталитарното си минало на социалистическа държава. Във ферментиращата каша на прехода изплуваха и се пукнаха много нови и забравени стари социални и културни мехурчета. Сред тях бе и чалгата – ново име на старо желание за опиянение; „внучка“ на старата възрожденска чалгия (градската музика на османските Балкани от XIX в.) и наследницата на балканската *pop*-народна (Manuel 1998:136-140)⁴ музика от XX в.

Чалгата не се появи в началото на 90-те със стартовия пистолетен изстрел на новата гонка в познатото надбягване в състезанието за наслаждение и консумация. Етнопопмузиката в България и на Балканите не е извънвремева и пространствена.

4 Термин на Питър Мануел, неологизъм между „популярно“ на латиница и „народно“ на кирилица за обозначаване на новокомпонованата музика в бивша Югославия и сродните ѝ явления на Балканите (ребетика, лаика, арабеск) (Manuel 1998:136-140).

По земите, населявани от българи от втората половина на XIX в. – тогава в границите на Османската империя, – шества една особена форма на модерната градска музикална култура. Наричат я „възрожденска чалгия“ (Кацарова 1937; Кауфман, Д. 1990; Вълчинова-Чендова 2000). Тя е нещо ново в сравнение с локалната селска фолклорна музика. На мястото на гайдите и гъдулките идват цигулки и кларинети, вместо българските селски свирачи – цигански междуселищни професионални музиканти, които вече не изпълняват старите обредни моноетнични и регионални диалектни свирни и песни, а нови насладженски интернетни мелодии. Новата музика е по-скоро градска, отколкото селска; насладженска, отколкото сакрална; балканска, отколкото българска; модерна, отколкото традиционна... Една хибриден музикален „миш-маш“, в който и ориенталското звучи по европейски, а а’ла турката е всъщност а’ла франга. Чалгията, прабабата на чалгата, е модерна градска музика на Балканите, локални етноварианти на балканска градска музика през Османския период (до Освобождението през 1878). През тази първа, неинституционална вълна на модернизация по българските земи чалгията не е сред еднозначно и положително приеманите символи на новото. Фолклористката Райна Кацарова разказва как градските първенци негодували срещу младите търговци, които, завръщайки се от гурбет, предпочитали да се веселят не с гайдите и българските хора, а водели цигански банди с цигулки и пиели по хановете с балкански градски песни и свирни (Кацарова 1937). Етномузикологът Лозанка Пейчева разкрива важната, но нееднозначно възприемана роля на циганските музиканти в развитието на българската народна музика (Пейчева 1999; 2008: 474-508). Ето и един автентичен фрагмент от тогавашния критичен интелегентски дискурс – ученият Нешо Бончев, един от основателите на Българското книжовно дружество (Българската академия на науките е основана като Българско книжовно дружество в Браила, Влашко десет години преди появата на свободна България през 1878), негодува през 1870 срещу модерните в българските градове „гръчко козлогласуване и турски маанета“ (Баларева 1994:4).

Този страх от загубата на своята българска традиция пронизва и следващата вълна на модернизация. След Освобождението на България тогавашната „анти-чалга“ е същностен глас в партитурата на модерния катастрофизъм. В интелегентския дискурс през епохата на първата институционална модернизационна вълна (през годините на буржоазната българска държава или Третото българско царство, 1878-1944) се откроява стигмата срещу онова ново и чуждо, което се провижда като емблема на нахлуващата през порутената китайска стена на традицията модерност, носеща егоизъм, лош вкус, нисък морал. Ужасени от загубата на традиционните български ценности, интелектуалците стигматизират, заедно с „шантиклера“ на чуждите европейски моди, и ориенталските/балканските им чалгоподобни идиоми. Композиторът Добри Христов заклеява грамофоните и баналните, чужди на народа пес-

ни, които те популяризират. Ученият Иван Шишманов роптае срещу „куците пегаси на разни песнопойци“ и „техните безсолни песни“ – „кафешантански камелии“. Отричат се локалните варианти на популярната музика – весели, сантиментални балкански градски песни като „безсъдържателни и еснафски“, „небългарски“ и чужди на фолклорните традиции (Димов 2001:115). По същото време талантиливи местни музиканти продължават заварената традиция на балканската чалгия, шлагерни звезди насищат новопоявилата се локална музикална индустрия с новосъздадени варианти на западна шлагерна и балканска градска музика – „народно танго“, „ориенталски слов или фокстрот“, „балканска популярна песен“ (Димов 2005:176).

Следващата модернизираща вълна в България е свързана с властта на комунизма/социализма (1944-1989), индустриализация и окрупняване на промишлеността и селското стопанство, стремеж да се догони материално-производствено и бламира идеологически Запада. Интелигентското отричане на локалната етнопопмузика продължава. Старото елитаристко отрицание се запазва, но се появява и ново идеологическо – според Лениновата теория за двете култури буржоазията затрупва народа с долнокачествена „забавна“ и „лека“ музика. Заедно с „Бийтълс“ и рокендрола идеологическите цербери пазят интонационната среда от замърсяване и с балканските популярномузикални идиоми: сръбски новокомпоновани песни, гръцки ребетики, циганска музика... В редицата на последните попадат и заяклеймяваните като „кич“ и „цигания“: леки градски традиционни песни (местните стари шлагери, новосъздадените „народни“ песни „на терци“ през 60-те и 70-те); кавърверсии на балкански песни (репертоара на ъндърграунд звездите на 80-те оркестър „Кристали“ и Хисарския поп); хибридната музика на сватбарските оркестри и циганските банди.

Последната модернизационна вълна, заляла България и източноевропейските бивши социалистически страни от началото на 90-те, е вече под знака не на производството „като нормалните хора“, а на консумирането като тях (по думите на Ивайло Дичев). И тук съвременните чалга и анти-чалга дискурси стигат своята кулминация. Обяснимо е: демократичните промени, свързани с либерализация и демонополизация на медиите и музикалната индустрия, рефлектират и върху свободата на избора. Правилата за продуциране и излъчване зависят все по-малко от идеологически съображения и все повече от пазарни. А пазарът следва отприщилия се порой на масовите желаниа. Своеобразен израз на „бунта на масите“ срещу налаганата десетилетия „отгоре“ музикална диета за низово, свое и насладенско е етнопопбумът. Напук на умножаващите се критически гласове, стигащи до депресивна логорея, се множат етнопоп идиоми и формати, медийни канали и аудитории. Създава се истинска чалга-индустрия със свои студиа, музикални къщи, радиа, телевизионни канали, фестивали, чалга-заведения, концертни турнета, звезди и хитове.

След 1989 до наши дни етнопопмузиката преживява не само линейно развитие. Развиват се и се променят съдържания и етикети, ценности и смисли, музикални формати и обществени контексти и не на последно място – отрицателни дискурси. В началото на 90-те развоят е от пост-чалгия към попфолк. Появилите се в зората на модерността местни градски музикални идиоми, просъществували като скрити, ъндърграунд и дори в известни случаи – дисидентски прояви локални музикални намираат трибуна в ранните частни издателски къщи, в полуофициалната индустрия на касетната култура, властват на свободните пространства по гари, пазари и крайпътни сергии, а техни официализирани варианти дори намират място в новопоявили се „високи“ фестивални и медийни пространства (фестивалите за авторска песен на фолклорна основа „Пирин фолк“ и „Пирин фест“, частното софийско радио „Сигнал +“). В средата на 90-те вече се развива частният пазар на новата българска музикална индустрия. Повечето от проспериращите музикални компании печелят най-вече от етнопопмузика, по това време наричана „фолк“ или „попфолк“. Появяват се нов тип звезди и хитове – те са вече с имиджа на балканските и дори западните поп-идоли, техните песни, ако и да са кавъри на балкански образци, са ъпгрейдвани с професионално направени текстове и аранжimenti, музикален саунд и видеоклипове. В края на 90-те нещата се променят – чалга индустрията излиза от сянката на сенчестия бизнес и балканското копиране. Оцелелите в тежката конкуренция и музикални войни издателски къщи стават все по-малко и все по-крупни: производственият цикъл се затваря и една музикална къща вече е цяла индустрия – от завода за производство на компактдискове и музикалното студио, през дистрибуторска компания, импресарски отдел и рекламна агенция, до медийна империя със собствени телевизионни канали и музикални фестивали. Старото название „попфолк“ отстъпва на излязлото от еднозначно негативния формат „чалга“ – вече не е срамно да правиш и слушаш чалга, защото тя е превзела и официалните обществени пространства, и разнородните аудитории, при това вече не е нито толкова „фолк“, нито толкова „балканска“ като преди – музика и текстове, аранжimenti и имиджи, пазарни етикети и медийни форматираня клонят все повече към глобален поп, но с локални аромати. „Мисли глобално, танцувай локално“ – денс, техно, R’n’B, хип-хоп, соул с глобален саунд, но на български език; с еротизма и имиджа на Мадоните, но с ориенталски детайли в сексуално-телесно-танцовото и наслажденско-музикалното.



Чалгата е най-дълбок разделител за младежите култури.

Край на културната война и преходът свърши? Нито едното, нито другото

На пръв поглед, това като че ли е края на културната война. Чалга звездите вече са част от музикалните класации не на провинциални кабеларки, а на Българската национална телевизия. Техните концерти не са в квартали кръчми, а на националните Дворец на културата и стадиони. Те са звезди със собствени ток-шоута по национални телевизии. Големите политически партии ги използват като емблеми на изборните си кампании. Големи рекламодатели наддават за ликовете им и те пълнят телевизионни екрани, вестникарски страници и билбордове в центъра на София.

На пръв поглед и преходът в България е свършил. В това ни убеждават някои социолози и политолози – има установена демокрация, споделени либерални ценности, частна собственост, свободен пазар и медии и дори България е вече в Европейския съюз.

Изглежда нито едното, нито другото е вярно. И по някакъв начин двете взаимно обуславят своето продължаване. Войната срещу чалгата продължава – в други форми и фази, на нови фронтове, с различни стратегии и тактики. И преходът продължава, въпреки декларираните воли на управляващите и образи на медиите. За това, че преходът продължава, свидетелства и продължаващата културна война срещу чалгата. А това, че културната война продължава, е свързано и с продължаващия преход.

За да разберем тази връзка, трябва да изнесем чалгата извън скобите на музикалното и дори извън фабриките на културната индустрия. Да я видим като социокултурен феномен, отиващ и зад преживяването на музиката, достигащ до конструирането на реалности и идентичности.

Етнопопмузиката като културен избор

В българската култура през последните две десетилетия етнопопмузиката е символ на широката, масовата, народната култура. Оттук ранният етикет „фолк“ – фолкът не е фолклорна песен, не е народна музика (етикет за медийно-форматираната модернизирана бивша селска фолклорна музика, изпълнявана и обработвана от професионални певци, свирачи и композитори), той е музика на и за народа. Популярна музика по български и балкански, което ще рече – не толкова западна, колкото източна; не толкова европейска, колкото ориенталска.

Една от най-важните културни валентности на чалгата е функцията ѝ на символ, ресурс на групова идентичност, фокус на ценности, културен избор. Този избор отразява процесите на конструиране на българската културна и национална идентичност чрез разграничаване и отгласкване от нежеланото, другото, чуждото. Според историка Румен Даскалов българският образ на нежеланото чуждо се явява под съдбовната форма на турско-ориенталската култура и цивилизация, наложена със сила, свързвана с петвековно чуждо политическо господство. Ние, модерните българи, продължаваме да желаем себе си като не-турци, не-мюсюлмани и не-ориенталци (Даскалов 1994:45). В същото време и преди век, в зората на модерната българска държава, и днес, в прибоа на прехода, цялата ни култура може да се разглежда като маргинална и междинна зона, на границата между европейско и ориенталско, източно и западно. За някои социални групи и дискурси европейското е доминиращо, за други определящо е ориенталското в балканския му вариант. В условията на либерализация и демократизация, на свободен медиен и културно-индустриален пазар изборът на масите е масовата, популярната, своята музика – чалгата. Определящи за нея са блажното наслаждение по балкански, еротизмът, чувствеността и сладникавостта по ориенталски, сладните извивки и свободата на танца на корема, наричан в България „кючек“.

Какъв културен избор? На този въпрос възможните отговорите са, общо взето, в едно направление: напред, към Европа, на Запад или назад, към Ориента, на Изток. Българските политически, бизнес и културни елити избират Запада. Българските маси, като граждани-гласоподаватели (електорат), сякаш избират същото. Но като битова култура, като музикални кодове на празника и развлечението избират точно обратното – Изтока и Ориента, чалгата. И продължават да го избират и днес, на 18-та година от прехода, който според някои дори е свършил, защото вече сме пълноправни европейци. Да, но звуците на женския народен хор „Мистерията на българските гласове“ продължават да бъдат предпочитани в чужбина, от европейците; а в България, от българите нови европейци и все още балканци, продължава да бъде предпочитана чалгата. Затова и културната война продължава. „Приеха ни, но нямаме европейски манталитет, а все още източен и азиатски...“ – горчиво признава известен български драматург (Христо Бойчев) и сочи белезите му – мръсотия, бездомни кучета, кочина, ориенталшита, мърлящина, неточност... Друг интелектуалец, режисьор (Теди Москов), не по-малко успял в чужбина от цитирания си колега, обобщава семантичната редица на неевропейското с вездесъщата чалга: чалга култура, чалга политика, чалга държава, чалга хора – агресия, простотия, битово вместо гражданско, източно вместо западно... Европейците, когато им вдигнат цените на парното, свалят правителството; чалга-хората от България си свалят радиаторите.

Един чужд наблюдател обаче има друго мнение за чалгата като културен избор и връзката ѝ с ориенталското и европейското. За американския етно-

музиколог Тимоти Райс чалгата е нов жанр, символ на нова ера в България (Rise 2002). Чалгата разширява границите на българската идентичност, като се конструира срещу чистото и моноетничното. Чалгата като толерантен публичен дискурс преодолява ограниченията на национализма. Следователно чалгата може да се интерпретира и като носител на европейски ценности!

Последното обаче изглежда не се споделя от българските участници в дебата за чалга и културен избор, които продължават да артикулират страстно погнуси и срамове, да градят фронтове, стратегии и тактики на продължаващи културни войни... И вместо да затихват, те бушуват като пожар в сравнение с краевековното тление преди сто години. Въпреки страстното търсене на нови, модерни европейски хоризонти, българите тогава (поне в изследваната от мен медийна музика и обговарянето ѝ в обществото) са установили „мирно съвместно съществуване“ между европейско и ориенталско в музиката.

Днес, в глобализиращата се музикално-интонационна среда и в предполагащата дейерархизация постмодерна ситуация, епическата българска културна война продължава. И ако в митичната Троянска война причината била хубавата Елена, в българската културна война причината е уж грозната и уродливата, а всъщност съблазняваща чалга. Защо?

Погнусата се мултиплицира и политизира

Културната война продължава. И дори прозрелите скритите ѝ мотивации продължават да я преживяват. Един български културолог (Александър Кьосев), цитиран от сръбски етнолог (Иван Чолович) например, видя в конструиращия се срещу Европа и Запада културен избор израз на отпор срещу негативните стереотипи за Балканите, проява на „контракултурна стратегия“ – в локалната етнопопмузика на Балканите (чалгата), но и в опакованите с висока култура музика (етноколажите на Горан Брегович) (Чолович 2007:6). Същият анализатор обаче не може да преживее факта, че столетният български просвещенски проект се провали, че не националната интелигенция, а чалгата има значение за формирането на норми и вкусове. Признава объркаността си, че умните българи мразят чалгата, но умните чужденци – не; и затова е от малката анти-чалга прослойка, която вика с неререфлектирано отвращение „това не сме ние!“... Подобно е отношението и на Ивайло Дичев, за когото еротиката на чалгата е в прекрочването на културните норми и безсрамното налагане на трансгресивното тяло (двойката от реалността на прехода „красавицата-и-звяра“, която се оглежда в двойката от чалга-огледалото му „мамето-и-дебила“), от които останалите, както в Алековия роман за бай Ганьо, се срамуват (Дичев 2000: 252-253). Днешната анти-чалга е някак амбивалентна – срамуваме се от поведението на грубия и хиперсексуален Бай Ганьо, но из-

питваме и скрито чувство за превъзходство на природното над изкуствено-стерилно-концептуалното; с погнуса отричаме чалгата и циганската музика, но споделяме западната възхита от Брегович и *Balkan beat*.

Някогашната, предимно естетическа погнуса вече е обраснала с нови идеологеми. И преди интелектуалните елити са отричали етнопопмузиката като нискохудожествена, кич и пошлотия. През 90-те професори, диригенти, композитори, музиковеци от средите на художествената музика, певци и композитори на популярна музика продължават да я отричат с ретроградно естетическо високомерие. Но то не е само адорнианското отрицание на масовата култура. То е реакция на гилдията както срещу накърнените идеали за сериозно, красиво и възвишено, така и битка за обществен престиж и пазарни позиции. Особено ясна е такава мотивация на фронта на войната между чалга и естрада през втората половина на 90-те. Делегация от дейци на популярната музика на среща с министъра на културата иска държавна подкрепа срещу чалгата – да се облага с данъци, средствата от които целево да подпомагат сериозното изкуство; да се гласува Закон за българската култура, за да не се учат децата ни на пошлотия. Лансира се идеята командно и административно да се забрани чалгата. Един композитор издига лозунг: „На следващите избори ще гласувам за тази политическа сила, която забрани чалгата“. И тук се долавят и политически, и икономически мотиви и интереси. Интелектуалците имат своите основания да отричат нещо, но го правят не по интелектуалиски, т.е. проблематизирайки го, а оценъчно и декларативно. И тоталитарно: има чалга – има проблем; няма чалга – няма проблем (по Сталин).

Борбата срещу пошлото и безвкусно музикално явление не е само от естетически позиции. Пошлотията е народна, на масите, на деформираните от неуспелия социалистически експеримент пролетарии и бивши селяни. За известен рок музикант (Пеци Гюзелев) фолкът, като хората на Дико Илиев (също своеобразна форма на етнопопмузиката, доколкото са по-скоро популярни, отколкото фолклорни и по-скоро градски и балкански, отколкото селски и български), напомнят тоталитарните манифестации и празници: организирана простация, кафански хитове, селяния... „Ролинг Стоунс“ срещу „100 каба гайди“ – имаше такава вестникарска статия, която вместише във войната срещу чалгата война срещу лявото в политическите елити и вкусовете на аудиторията. Докато в Прага посрещали „Ролинг Стоунс“ като национални герои, защото символизирали за милиони чехи бленувания западен модел, в България управляващите предпочитат фолклороподобната музика, подклаждаща настроения срещу турците и демокрацията. Чалгата в предизборната борба се използва от социалистите като оръжие за обединяване на електората с лъжливи чалга-послания от типа на песента „Сто мерцедеса“ – блян за благоденствие. В края на 90-те чалгата се клейми като музика на „типичните комунисти“ и „електората на Жорж Ганчев“ (ексцентричен политик от типа на руския Жириновски, националист от средата на 90-те години).



Plazza club.

През 2007 реки от мастило се изписват против включването на чалга-звездата Азис (изграждащ оригинален имидж с хомо- и транссексуални провокации) в предизборната компания на БСП: перверзна извратеност на българския политически живот, политическа и социална инфантилизация на лявата партия, възрастов дебилизъм, фройдистки комплекси, антиевропейски импликации и т.н. Изводът – политически чалгата е сериозно ориентирана вляво, както в културно отношение социалистите принадлежат към жанра на леките ориенталски ритми. Електоратът не иска да му се направи светът различен, защото ще изчезне масата със салатата, на която се качва, за да танцува кючек. Слоганът на социалистите „Европа за теб“ се перифразира така: „Европа за нас, Азис за теб!“ (Мартин Карбовски).

Да направим опит за диспозиция на атаката срещу чалгата отдясно: чалгата е „лимонада“ (ерзац) в политиката – левите на власт я използват, за да отклонят вниманието от реалните въпроси (корупция, организирана престъпност, здравеопазване, образование, наука, култура, ниски пенсии и доходи, бедност). Чалгата е политическа метонимичност – подменяне на реалните проблеми с измислен образ, на върхушката със звездата. Публичната реч дава възможност да се разчете и контраатаката отляво надясно във войната срещу чалгата. Левите дефанзивно-офанзивни действия може да изглеждат така: чалгата чрез образи като тези на звездата Азис символизира равенството във възможностите – един ром, обратен, с рокли, е по-популярен от многото десни интелектуалци. Символизира възможността в едно закостеняло и консервативно общество да пробиеш, като заложиш само на своето различие. Ромът-чалгаджия Азис всъщност е мащабна и актуална европейска фигура. Да, чалгата е проблем, но при десните – желанието да „побългарим“ свободата си, ограниченията и подозренията в конспирация. Левите в сравнение с десните са по-модерни, без предрасъдъци, истински европейци и борци срещу чалгарщината в политиката. Вестникарските заглавия ни позволяват да погледнем и отвисоко на фронтовата линия – нито отляво, нито отдясно: „Човек трябва да носи на чалга, ако иска да се впише в българския политически ландшафт“; разбирай – всичко е чалга и в политиката. Синоним на „Животът е попфолк“. Изводът: „Не е важно дали ти харесваш чалга. Важното е дали чалгата харесва тебе!“

Политическите маньоври са едни от възможните в уж естетическата, а всъщност многоцелева война срещу чалгата. Други, свързани с политиката, но продължаващи внушенията си в по-широки пластове на общественото и социалното могат да бъдат прочетени като израз на ценностната система на чалга-човека, в текстовете на чалга-песните. В началото на 90-те в тях се осмива бившия държавен глава/комунистически диктатор Тодор Живков, възпява се с надежда първия демократично избран президент Жельо Желев, който ще даде свобода и хляб на народа, визи и европейско бъдеще за кандидатгурбетчиите. В други песни от средата на 90-те се клеймят корумпираните

министри и далаверите на управляващите, но с надежда се чака завръщането на последния цар Симеон. И въпреки стигмата на чалгата като лява, тя бе използвана от бунтуващите се десни при свалянето на лявото правителство през 1997 – начело с чалга-иконата Слави Трифонов демонстрантите пееха чалга парчето „Тайсън кючек“: „Седем-осем и ще си паднала!“. Нещо като политически преврат, но не с „Ролинг Стоунс“, а с чалга в ритъм седем осми.

Погнусата от чалгата, национализмът и геополитиката

Следваща мултипликация – към естетическото и политическото отрицание се прибавя и нееднозначен комплекс от национализми и анти-национализми в обговарянето на чалгата като явление, свързано с националната идентичност и културния избор. Чалгата се отрича, защото е нечиста, етнически смесена, небългарска: „залитания към ориенталското“, „омърсяване“, „комшийски истории“, „турцизми“, „цигании“, „затъване на българите в тинята от кючеци“, „мюсюлманска попмузика“ и т.н. – това са само част от епитетите, с които е „украсявана“ етнопопмузиката във вестникарския дискурс на 90-те. През 2005 дебатът около чалгата вече прекрачва оста българско-небългарско, за да продължи по актуалната плоскост балканско – европейско. Емблематична за културната война срещу чалгата е скандалната история с българската Евровизия: пеещите на английски попмузиканти от група „Кафе“ или междуетничния дует от чалга-звездите Слави Трифонов и ромската певица Софи Маринова. В началото на 2007-ма етническата нетолерантност в културната война срещу чалгата има подобно камуфлажно облекло. Сарказъм от българската преса: българите, най-новите европейци, посрещаме първата си европейска Нова година с цигански чалга звезди и с актуализирания хит на Амет „Гъци, гъци, европейци сме“. Коментар в немската преса (в. „Франкфуртер алгемайне цайтунг“), препечатан и в българската: „Чалгата – граница между Изтока и Запада“.

Нови факти за гранично и амбивалентно позициониране на чалгата. През 2007, след телевизия „Планета“ в България започва излъчване на втората 24-часова музикална програма на Пайнер „Планета фолк“, която се прокламира пред българските зрители у дома и в Европа като трибуна на „традиционния и модерния фолклор“ и пропаганда на България като исторически и културни достижения. По същото време излъчванията на „чалга-телевизията“ „Планета“ завладяват Балканите. Интерпретация на Керъл Силверман: в България броят на публиката на сватбарската музика расте паралелно с нарастване на критиките срещу чалгата, която вече е отричана както като ромска и ориенталска, така и като все по-западна, все по-европоп (Silverman 2007:92-93). Новите вълни на национализма (последователи на АТАКА, донякъде на ГЕРБ и ВМРО)

и новите им медийни канали (клонираната „Планета“, СКАТ) за пореден път игнорират чалгата, този път за сметка на т. нар. „чиста българска народна музика“, която всъщност включва авторски песни на фолклорна основа, македонска чалгия, сватбарска музика – всички, като по ирония на съдбата, обвинявани за същите грехове като чалгата и медийно цензурирани през предходния социалистически период. Идентично негативно отношение – не само естетическо, а и политизирано, идеологизирано, част от медийната геополитика.

Пуристките естетически генерализации във войната срещу чалгата видно не са само естетически. Те са израз на културно инженерство и монологично мислене в конструирането на национална идентичност. Когато се противопоставят чисто и нечисто, се отрича етнически смесеното, чуждото като ориенталско, балканско, турско, циганско... Националистко-ксенофобските мотивации на противниците на чалгата стигат до пароксизъм от типа на „световната конспирация“. Има и такива критици, за които чалгата е заговор на Сорос, евреите, масоните, глобалистите срещу българското, традициите, генонфонда на нацията и пр.

И дори когато се гордеем с Балканите като трансгранично пространство на мултикултурност – и в политически коректното говорене, и в научното реабилитиране на смесеното и хибридното, на малцинственото и интеркултуралното, и дори във всекидневното общуване на комшулука – пак не сме имунизирани срещу вътрешните граници, на браздата на които често се фокусира чалгата. Приемаме съседа и различието му, но не и ориентализмите на съседската и инспирираната от съседите чалга. Не можем да преодолеем една граница – тази между балканските автентични народни култури и културния и музикален Ориент (Чолович 2007:8). Възприемаме позитивно етноджаза, но не и етнопопа, т.е. чалгата. Пореден пример за „гнездящ ориентализъм“ (Bakić-Hayden 1995), при който свързаното със съседа близко чуждо се възприема по-негативно, отколкото далечното чуждо. Но това не е само вътрешнобалкански проблем. Оксиденталистският музикален прочит на Балканите чрез *balkan beat* и *world music*, дори когато звучи неутрално или позитивно, е илюстрация на продължаващите балканизми: музиката е харесвана, защото е екзотична, ориенталска, дива и варварска.

Medice, cura te ipsum (Лекарю, излекувай себе си)

В края на 90-те цитираният вече искрено погнусен от чалгата Карбовски използва непроверена статистика (оказва се, че е фикция, но измислените проценти били в унисон с искрените реакции на хората след публикацията) като словесна ваксина срещу беса на чалгата: 93% от българите слушат чалга, останалите 7% са принудени, като в историята на Ремарк от „Черния обелиск“,

ако не искат да слушат точно това радио, да излязат от тази кръчма и да ходят в западна посока, докато паднат на земята и си поискат вода на италиански... Да, но у същия Ремарк, в същия роман имаше една друга история. На питането „кой е виновен за войната“ пропагандата отговаря – „евреите“. Не – казва авторът – велосипедистите. Защо пък велосипедистите? Ами защо евреите? А може би чалгарите?!

Чалгата я има не от оня ден по нашите земи. Тя може да не е чисто българска и естетически възвишена, но е естествено наша на Балканите. Има различни имена (ребетика и лаика в Гърция, новокомпонована музика и турбо-фолк в Сърбия, чалгия и фолк в Македония, ориентала и манеле в Румъния, арабеск в Турция), има различни фази – зенити и падения, лунни и слънчеви затъмнения... И не от вчера е войната срещу чалгата по нашите земи. Въпреки опитите за естетическо и етническо прочистване, за политическо бламиране, за стерилизация на атрибутите ѝ на телесно-низовото и насладенски-битовото, разноликата и разностадиална чалга на балканските народи взаимно се плоди и размножава, вписва се в новите контексти на европеизация и уестърнизация, имплантира се в глобализираната музикална партитура. Може би защото носи антителата на традиционното и предмодерното, оцелява и в синдрома на глобално придобитата постмодерност. Ето един актуален български пример за чалга-експорта като нова виталност, противно на прогнозите на чалга-противниците, че за разлика от другата (фолклор, поп, джаз, арт) етнопопмузиката си остава провинциална и за вътрешна употреба. През последната година българските чалга-телевизии „Планета“, „Фен ТВ“ и „Балканика“ превземат Балканите: гледат се вече в Албания, Македония, Хърватска, Румъния, Словения, Сърбия, Черна гора, Молдова, Украйна...

И чалгата вече не е същата – търси конвергенция с етно-фюжъна, с денс музиката, с *world music*: ромската перла Софи Маринова пее с рапъра Устата и прави нещо между R'n'B, латино и етнопоп; фолкзвездата Анелия – с попиконата Миро от „Каризма“; чалга звездата Кали напоследък предпочита етно-експерименти с индийска музика; Азис води в маркетинг-надпреварата срещу попмузикантите с няколко обиколки; американецът Майк Джонсън изоставя госпъла и соула и идва в България, за да пее с Азис и Устата и т.н. Всичко е чалга? Не само – чалгата също може да бъде всичко.

Защо тогава продължава да бъде болна тема? Защо продължава културната война? Защо мозаичните нови млади в България се обединяват като разпръснатите стъкълца в калейдоскопа, за да я отрекат; а не по-малко мозаичните нови млади в Западна, Средна и Северна Европа се обединяват около импортната балканска чалга в масовите си забавления?

Мисля си, че докато чалгата се развива, зрее, презрява и подхранва културната „долница“, проблематизиращата я „горница“ в отрицанието си остава зелена. Незрелостта на негативния дискурс към чалгата е симптоматична. Яростната нетолерантност говори за културни липси. За ниска разделителна

способност. За некачествени аргументатори. За безпомощност на онези културни елити, които повтарят лозунгите за междуетнически диалог и културен плурализъм като спуснат отгоре цивилизационен избор, но не могат да транспонират в тези тоналности пъстрата и хибридна етнопопмузика. За атавистичен страх на изживяващите се в елитарна позиция от егалитарната сила на масите. За сублимация на комплексите на интелигенцията, която вместо да прави психоанализа на Властта, грубостта и еротизма ѝ, търси помощта на тази Власт в борбата срещу чалгата и по този начин разкрива собствената си необходимост от психотерапия. По думите на етномузиколога Розмари Стателова (автор на книгата „Седемте гряха на чалгата“ (Стателова 2003)): реакциите върху страниците на вестника могат да се привидят като модификации на една гигантска психоаналитична кушетка, върху която разговарят – конфликтвайки – говорителите, бидейки за себе си и аналитици, и пациенти. Някои виждат чалгата като болест. Други – като следствие, а не причина за болестта. И като вдигат градусите на погнусата от чалгата, мерят температурата на „болната нация“. Но и яростното отрицание може да се провиди като хронична болест.

Medice, cura te ipsum (Лекарю, излекувай себе си)! От незрялост на негативния дискурс в сравнение със зрелостта на етнопопмузиката. От генерализация на вертикалната йерархизация за сметка на хоризонталните интеграции. От въобразена „горница“ и заличаване на граници и понятия (елит, йерархии, стилове на живот и музика). От безпомощност на самопровъзгласената елитарност, погълнала лозунгите на западния либерализъм, без да ги асимилира за себе си и за другите; без да ги преведе и усвои на езика на всекидневието и обикновените хора.

Да, чалгата може да бъде провидяна отрицателно като какво ли не от неизлекуваните лечители-критици: духовен СПИН, „козел отпущения“, кошче за социокултурни отпадъци, образ на тъмната и срамна половина от (музикалната) култура. Чалгата може да бъде въобразена и положително като панацея срещу идеологическите конструктори, ваксина срещу авторитарно мислене и остатъчни културни страхове, виагра срещу креативна немощ, хомеопатичен лек срещу липса на толерантност и диалогичност, протеза на актуални атрибути на цивилизационна целесъобразност и политическа коректност...

Тя не е нито едното, нито другото. Музиката утвърждава само онова, което вече съществува в обществото и културата, казва Джон Блекинг. Така че нека разгърнем чалга наръчника – в неговите звуци и образи и още повече в коментарите към тях (щедро съдържащи се в отрицателните публични дискурси) продължаваме да разчитаме прехода. Той продължава да бъде травматичен, не само защото „соцът ни облъчи като Чернобил“ (писателят Георги Тенев). Не само заради радиоактивната чалга. Може би и заради нас самите – дрогирани от интелектуални конструктори, идеологеми, предубеждения, отчуждения; разделени един от друг; раздалечени от самите себе си.

Ако преживявахме чалгията и чалгата нормално, седнали на нашата балканска кръчмарска маса, с чаша в ръка и потропващи в ритъм крака, може би щяхме да помъдреем по-безболезнено. Иначе в дебелите книги продължава да пише: който трупа мъдрост, трупа печал. Но блажени са низшите духом!

Библиография

- Баларева, А. (1994): Българската академия на науките и нейните членове за музиката (факти без коментар), Българско музикознание, София, 18/4:3-12.
- Вълчинова-Чендова, Е. (2000): Градската традиционна инструментална практика и оркестрова култура в България (средата на XIX – края на XX век), София: РИК „Пони“.
- Даскалов, Р. (1994): Национално-културната ни идентичност: начин на изграждане, в: Защо сме такива? В търсене на българската културна идентичност, София: Просвета, 27-48.
- Димов, В. (2001): Етнопопбумът, Българско музикознание. Изследвания, София.
- (2005) Върху някои ориентализми в българската записана музика, в: Изкуствоведски четения 2005, София: Институт за изкуствознание, 173-183.
- Дичев, И. (2000): Балканите: еротичен погреб на Европа, в: Нова публичност. Българските дебати 2000. София: Център за изкуства „Сорос“, 151-153.
- Иванова, Р. (1999): Чалгата – и за, и против, в: Чалгата – за и против, София, 17-29.
- Карбовски, М. (2005): Б.д. Мартин Карбовски: Edno, София, ИК „Нови хоризонти“.
- Кауфман, Д. (1990): От възрожденската чалгия към съвременните сватбарски оркестри, в: Български фолклор, 16/3:23-32.
- Кацарова, Р. (1937): Чъртици от музикалния живот на Копривщица преди Освобождението, в: Юбилеен сборник Копривщица 1837 – 1937, т. II, София, 378-423.
- Леви, К. (2005): Диалогичната музика. Блусът, популярната култура, митовете на модерността, София: Институт за изкуствознание.
- Пейчева, Л. (1999): Душата плаче – песен излиза. Ромските музиканти в България и тяхната музика, София: ТерАРТ.
- (2008) Между Селото и Вселената: Старата фолклорна музика от България в новите времена, София: Академично издателство „Проф. Марин Дринов“.
- Петерс, Я. (2004): Глобализацията като хибридизация, в: Федърстоун, Майк, Скот Лаш, Роланд Робертсън (съст.) Глобални модерности, София: КХ.
- Стателова, Р. (2003): Седемте гряха на чалгата. Към антропология на етнопопмузиката, София: Просвета.

- Трендафилов, В. (1999): Вирусът на масовия план, в: Нова публичност. Българските дебати 1999, София: Център за изкуства „Сорос“, 207-211.
- Чолович, И. (2007): Защо се гордеем с Балканите?, в: Българска етнология, 33/1:5-9.
- Bakić-Hayden, M. (1995): Nesting Orientalisms: the Case of Former Yugoslavia, in: Slavic Review. Champaign: University of Illinois Press, 60/4:917-931.
- Buchanan, D. (2006): Performing Democracy: Bulgarian Music and Musicians in Transition, Chicago: The University of Chicago Press.
- Golemović, D. (2006): Čovek kao muzičko biće, Beograd: Biblioteka XX vek.
- Manuel, P. (1988): Popular Musics of the Non-Western World, New York, Oxford: Oxford University Press.
- Marković, Aleksandra (2008): Balkan Beat: muzika zamišljenog Balkana, в: Владе, Д., Милошевића, С. Међународни научни скуп. Зборник радова. Баня Лука: 275-287.
- Rise, T. (2002): Bulgaria or Chalgaria: The Attenuation of Bulgarian Nationalism in a Mass-Mediated Popular Music, in: Yearbook for traditional Music, 34: 25-46.
- Silverman, C. (2007): Bulgarian Wedding Music between Folk and Chalga: Politics, Markets and Current directions, в: Музикологија. Часопис музиколошког института Српске академије наука и уметности, 7: 69-97.

НОВИТЕ МЛАДИ ПО ФУТБОЛНИТЕ ТРИБУНИ

Жана Попова

Новите млади на стадиона и в интернет форумите са обединени от едно и също желание – чрез действията си да запазват и да поддържат автентичността на отбора и на агитката. Това е важен момент за българските футболни запалнянковци, защото всеки от отборите има солидна история в миналото. Промяната на името, на собственика, дори на терена не отменя „старата слава или падение“. Двата най-титлувани отбора в страната – „Левски“ и ЦСКА, са свързани с историята на държавата и с управлението преди 1989. След промените през 90-те години развитието на по-голяма част от българските отбори е свързано с бизнесмени „със съмнителен бизнес“, което отново вълнува феновете.

Един от най-силните моменти във „фенската култура“ е доказването на автентичността на чувствата към отбора и съответно – „автентичността“ на самия отбор. Доказателствата се търсят от феновете чрез бой между агитките (като „по-истинският отбор“ е този, който побеждава в телесния сблъсък), както и в историята на двата отбора (там „по-истинският“ не допуска компромиси и в последните години няма „купени мачове“ и уговорени срещи).

Изследването показва, че от стадиона сблъсъкът на подобни доказателства за автентичността на отборите се пренася и в Интернет. Освен това става ясно, че феновете повтарят тази своя претенция за автентичност и върху основните „играчи“ в политическия и обществен живот в страната. Те искат истинска държава, истински политици, истинска нормативна уредба, истински медии.

Българските футболни агитки претърпяват тотални промени след инвазията на професионалните футболни клубове по световните телевизионни канали. Преди 90-та година предаването на международни мачове в България е изключение.

Надиграването с властта, с полицаите, дори с избраните сред самите агитки стюарди е неизменен елемент от тяхното поведение на стадиона. В отношението към властта разлика между поколенията няма, променени са само начините на действие.

Фенството за новите млади е кауза, но и бизнес, работа, отговорност. На стадиона те имат още едно желание – да покажат чрез иновативността си в подготовката за мача и с поведението си на стадиона, че са по-добри от старо-



то поколение (чрез измислянето – или както те казват „копирането“ – на нови форми, с които да поддържат отбора си).

Изследването показва, че новите фенове на стадиона се самоописват като лишени от „оригинална фенска култура“, твърдят, че всички копират оригиналните идеи, които хрумват на турските, гръцките, сръбските агитки (сочени като еталон по отношение на фенската култура). Прави впечатление, че като положителни примери не се дават т.нар. западни фенклубове, а предимно онези от страни на Балканите. Новите млади по трибуните отчитат още един свой минус – слабостта им като група извън стадиона, невъзможността на българските агитки да се обединят около определена „кауза“. Най-често посочваният пример по време на изследването беше поведението на сръбските запаянковци по време на обявяването на независимостта на Косово.

Поколениято на 18-30-годишните фенове не одобрява предходното поколение, което не прави нищо на трибуната, но и не харесва част от по-новите фенове, които пък копират чужди модели с лекота. Най-активните млади на стадиона искат оригиналност.

Интернет променя отношението на футболните запаянковци към „фенството като култура“. Прави различни и определенията им за това, как да бъдат фенове, без да са членове на фенклуб. Това е „онлайн революция“ срещу клубните ръководства, които са обвинявани в превръщането на фенството в бизнес. Чрез Интернет част от феновете се противопоставят на „консуматорското“ отношение на малцина към „масата от запаянковци“. Онова, което не може да се изкаже на стадиона в собствения сектор, се изказва в Интернет форумите.

Новите млади *искат да бъдат участници* в сблъсъка на противници чрез силата си на трибуната, а *не наблюдатели* като предходното поколение фенове, което най-често е изолирано в крайните места на сектора.

На трибуните у нас те съзнават силата си да променят футболния свят, но всъщност не го правят и остават само наблюдатели на промени.

Защо точно новите млади на футболните трибуни?

Футболните запаянковци влизат в обсега на изследването за новите млади и новите медии заради няколко основни хипотези. Първата от тях е свързана с *клишетата за футболните агитки*: запаянковците непременно са скинари, а ако не са такива, са агресивни младежи, които доказват принадлежността си към агитката чрез проявата на агресия спрямо противниковата агитка. Това е основната представа, която документални филми за агресията на стадиона, телевизионни репортажи за футболни срещи и вестникарски статии разпространяват. Медиите говорят за футболните запаянковци като

за групи, които изявяват националистически послания. Те се вторачват най-вече в представянето на феновете-скинари, които бяха по стадионите след промените през 90-те. Медийният образ на почти всяка футболна агитка се формира от действията на агресивни младежи, които се идентифицират чрез лозунги в защита на „българското“. Стадионът е превърнат в арена на националистически послания. Но дали самите „ултраси“ сред новите млади в България са задължително агресивни организатори на бой между агитките? Има ли място за скинари на стадиона, или нетолерантността има нови прояви сред младите по трибуните? Дали пък границата между „новите“ и „старите“ на стадиона не минава точно там, където започва агресията?

Една друга хипотеза е свързана с *отношението на новите млади към политиката*. Често се репродуцира твърдението, че феновете на ЦСКА са с по-скоро леви убеждения, докато феновете на „Левски“ са доказали предпочитанията си към „десните“ политически партии в България. Основание за това твърдение се търси предимно в историята на двата клуба преди 1989. Определянето на феновете на „Левски“ като по-скоро „десни“ обикновено се основава върху събитията през 1997. Основните твърдения са свързани със свидетелства, че погромът над сградата на Народното събрание през януари същата година е осъществен от запалянковци на този отбор.

Изследването, направено сред младежи до 30-годишна възраст, има за цел да покаже какво е отношението на новото поколение запалянковци към политиката и партиите у нас. Възможно ли е толкова опростено деление на „леви“ – „десни“ в отделните сектори? Дали пък новите млади на стадиона не оформят нови граници на „политическото“?

Още една особеност на агитките привлича вниманието към тях: противоречието, което се забелязва през последните десет години на тема „наши“ – „чужди“. Сблъсъкът между консервативното отрицателно отношение на футболните агитки към чуждестранните играчи (особено когато не са от Европа) и в същото време изключително добре развитият „пазар и трафик на ритаци хора“ в световен мащаб са явни и по трибуните. Новите фенове искат „наши“ играчи, което означава обучени, тренирани в детската и младежката школа на отбора, а не просто български играчи. Подобно условие за „израстване пред очите на феновете“ обаче поставя изискване за нов тип „отдаденост“ пред запалянковците. Изследването се спира на въпроса: кауза или бизнес е участието във футболна агитка за младите фенове?

Друга основна хипотеза проблематизира отношението „автентично“ – „копирано“ в публиката и е свързана с новите явления на трибуните – нов ред за контрол по време на мача чрез избрани от самата агитка стюарди, нова „мода“, при която се появяват първите опити за „кежуъл“ фенове. Само на стадиона ли обаче е важно използването на „чужди“ модели или новите млади говорят за „автентични“ и „криворазбрани копия“ на модели за управление не само във футбола, но и в областта на икономиката и политиката? Изслед-

ването се опитва да покаже как те търсят средства да бъдат различни спрямо предходното поколение от трибуните.

Изследването се занимава и с „фенската култура“¹ на новите млади. Футболът е най-популярната (наричана още „игра на народа“, „масова“) игра в България и в същото време област, в която нови бизнесмени инвестират най-много парични средства. Богатите клубни собственици са една от най-коментираните теми в интернет форуми от потребители до 30-годишна възраст. У нас не малка част от бизнесмените, които са собственици на футболни клубове, са със съмнителен бизнес. За разлика от европейските стадиони обаче, новите собственици не повишиха цените на билетите. *Футболът у нас – за разлика от другите футболни държави като Англия, Италия или Германия – е евтино удоволствие.* Билетите рядко надвишават цената от три лева. От друга страна обаче, *феновете нямат стимул да членуват във фенклубове.*

Членството във фенклуба на даден отбор у нас не дава особени привилегии – намалението на цената на билета не е голямо, места има за всички в сектора, дори понякога стадионите са празни. В България футболът възниква като самодейност, като съмишленичество, а последвалото професионализиране на играта не води веднага до „професионализирането“ на фенклубовете.

Интернет сайтовете на фенклубовете обаче се оказват мястото, където все повече фенове отделят време да изразяват съпричастността си към каузата на отбора, където много по-активно общуват по касаещи го въпроси, отколкото в самите места на фенклуба – кафенета, барове или избрани помещения за събиране на клубните членове. В интернет сайта на отбора фенът не се чувства задължен да принадлежи на даден фенклуб, за да се идентифицира с любимия си тим. Регистрацията в сайта му дава правото да се чувства част от каузата на отбора.

Евтиният билет за мача е причина и за още една разлика между нашите и чуждите фенове в Интернет – все още е рядкост масовото разпространение на записи на мачове в торентите, тъй като стадионът е напълно достъпен за хора с минимални доходи и играта може да бъде гледана от всеки.

Тук трябва да бъде разгледано и отношението между *новите фенове и медиите.* Само преди двайсет години телевизията е променила напълно футболните запалнянковци. С какво обаче е по-различно *интернет поколението на запалнянковците* по стадионите?

В „Ерата на тълпата“ Серж Московичи пише: „Комуникацията е висша степен социален процес. Ако промените нейната форма и начините за нейното реализиране, както ни учи историята, тя незабавно ще промени естеството на групите и процеса на упражняване на властта.“ Според него с появата на

1 „Фенска култура“ е израз на самите футболни запалнянковци, които по този начин определят какъв е типът организация на агитката, хореографията на стадиона по време на мачове, стилът на поведение, концепцията за присъствие в Интернет и т.н.

радиото и телевизията „само за едно поколение коренно са се променили тонът и скоростта на водене на разговорите, както и печеленето на време за предаването на думи и образи“ (Московичи 2007).

В „Критика на информацията“ Скот Лаш пък дава следния пример:

Съобщението, откъсът информация, репортажът във вестник „Сън“ за футболния мач между „Манчестър Юнайтед“ и „Арсенал“ трябва да е готов за излъчване след около 90 минути. Няма време за рефлексия. Той трябва да се произведе почти в реално време, едновременно със събитието, всъщност той е трудно отделим от събитието и в този смисъл е „указващ“. Това е друг начин за компресиране на времето при информационализацията. Той много се различава от наратива и дискурса. Парчето информация въздейства без какъвто и да било основателен довод, какъвто ни предоставя дискурсът. Тук информацията е извън (всякаква) систематична концептуална рамка (Лаш 2004: 32).

Тази липса на рефлексия води до създаването на обръч от мрежи на общи спомени.

Методика на изследването

За целите на изследването бяха направени интервюта с футболни запалнянковци на противопоставящите се „Левски“ и ЦСКА, пловдивските грандове, които през последните години са сочени като отборите, които осъществяват „истинското“ дерби в страната – „Ботев“ и „Локомотив“, фенове, принадлежащи към агитките на не толкова „престижни“ отбори (самите агитки наброяват не повече от 200 души) – на „Локомотив-София“ и на „Нафтекс“ (Бургас).

Проведени бяха две фокус групи – с фенове, които имат различни пристрастия към български отбори, но са обединени от членството си в българския фенклуб на „Манчестър Юнайтед“, и с други, които участват в интернет форума на „Челси“.

Обръч от мрежи на общи спомени и общи разкази

Анализирайки психологията на тълпата, Серж Московичи говори за „мрежа от общи спомени“ (Московичи 2007). Анализирайки информационализацията като разкриваща „нова парадигма на властта и неравенството“, Скот Лаш анализира обръч от мрежи, битуването в който „дава усещането за нещо „общо“ (т.е. ненационално, аконтекстуално и безидентично)“ (Лаш 2004). Има ли пресичане между тези два вида мрежи – мрежи на общите спомени и мрежи, които осигуряват „общото“?

Ако вярваме на Московичи, че променената форма на комуникацията и начините на нейното реализиране незабавно ще променят „естеството на групите и процеса на упражняване на властта“, трябва да се запитаме дали Интернет комуникацията е променила естеството на групата „футболни запалнянковци“ и упражняването на власт?

Новите млади на стадиона и новите медии

Българските футболни агитки претърпяват тотални промени след инвазията на футболните клубове по световните телевизионни канали. Преди 90-та година предаването на международни мачове в България е изключение. Подобно на други спортове – като волейбол, баскетбол, тенис, шахмат – и футболните федерации предприемат големи промени в организацията на първенствата и съревнованията, съобразявайки я с правилата на „живото предаване“ по телевизията и най-вече със стремежа за печалба от реклама – рекламно телевизионно време, подвижна реклама с банери по стадионите и най-ценната – движещото се лого на „Сименс“, „Найк“ или „Пума“, щамповано върху фланелката и впито в телата на футболистите.

Проведените интервюта доказват, че са настъпили промени в тази считана за „нормална“ при футболните запалнянковци оголена телесност на агитките. Интервюираните, които са между 18 и 30-годишна възраст, твърдят, че традицията да доказваш принадлежността си към отбора чрез татуиране на знаци, образи и флагове върху тялото принадлежи към предходното поколение. Според тях това е наследство от миналото. Новото сред най-младите е свързано предимно с търсене на автентичността. На истинското отдаване на отбора, истинно отдаване на каузата. И в този процес всичко започва от закупуването на истинска, оригинална фланелка на тима, шал или знаме. Новите млади искат оригинални продукти, за да докажат, че тяхната съпричастност към отбора е оригинална.

Облечени фенове – оголени агитки: натурализираната автентичност. Или за връзката и разликите между поколенията на стадиона

Промените в правилниците забраняват на футболистите да събличат екипа си дори в изблик на радост при отбелязан гол. Правилото е въведено най-вече заради спонсорите и рекламиращите компании – заплаща се за това рекламата, бродирана върху футболния екип, да се вижда през цялото време. Всеки подобен жест на оголеност може да донесе на футболиста жълт картон. Наказание, което не е прилагано стриктно преди двайсет години, когато

стадионът е основното място на действие, а телевизионната камерата е само репортажна и все още не дирижира правилата. Времето за футбол на запис е отминало. Поне за тв поколението. За интернет поколението по света обаче записът на мача остава важен – той се качва в Интернет и при първа възможност може да послужи за доказателство при спорове между опоненти.

За запаянковците Интернет е средство за съхраняване и размяна на доказателства за това кой е по-добрият съперник. И отделно – място за признаване уникалността, автентичността на агитката.

Между поколенията се предава традицията – в определен период това обхваща и жените на стадиона – да татуират тялото си със символите на отбора. Това остава като един от начините да бъдеш не само разпознат, но и признан като истински фен (някои от агитката на пловдивския отбор „Ботев“ и тази на „Левски“ описват себе си чрез събличането на фланелката и оголването на татуировки с образите на националните герои Васил Левски и Христо Ботев).

От друга страна, свалянето на фланелката при вкарване на гол пък е начин футболистите да приветстват феновете си – въпреки забраната в правилника. Някои от тях са готови да „жертват“ жълт картон, но да застанат пред публиката на арената, оголени до кръста – без рекламно лого и надпис, без принадлежност и цвят на отбора. Така е по международните стадиони. У нас обаче футболистите не рискуват.

И голотата бавно е заменена от *нов тип преобличане при феновете*. 20-годишни фенове фаворизират тарторите на агитките си (обикновено около 30-годишни мъже), които преди десетина години са крили на работното си място татуираните си ръце под ризи с дълъг ръкав, за да не загубят престижната си работа, но да останат верни на отбора си – „и телом, и духом“. През последните десет години обаче татуираното тяло вече е старомодно. *Необходима е група от еднакво татуирани фенове, за да е значима тази татуировка за агитката. Символите трябва да са видими от противниковата агитка, а не само за отделни фенове. Татуираните символи вече не са бунт. Нужни са мащабни акции и хореографии.*

Липсващата оголеност обаче е заменена от нов вид „облеченост“ на трибуната. Фенове на някои отбори са готови да жертват влизането на мача, но да внесат *тениска със свастика или националистически символи*. Надиграването с властта, с полицаите, дори с избраните сред самите агитки стюарди, е неизменен елемент от поведението на определена част от новите на стадиона. Тук разлика между поколенията няма. И предходното, и новите млади се опитват да протестират в сектора чрез тялото, чрез облеклото си. Онова, което голяма част от интервюираните отчитат като проблем обаче, е дефицит в смисъла на този бунт. Определят новите форми на протест срещу „институциите“ на стадиона като „самоцелни“, „детински“ и „злепоставящи образа на агитката“.

Връзката между *тениските с щампа на любимия отбор и революциите на поколенията* също трябва да бъде анализирана. Оригиналните фланелки са част от новата „фенска култура“ на стадионите. Те не са само израз на принадлежност към каузата на отбора. Те са бизнес. Феновете признават, че шаловете, флагетата, тениските, възглавниците за седане по трибуните са начин да се самоиздържа агитката – да се набавят средства за хореография, пиротехника, пътувания с отбора. Интервюираните фенове обаче считат, че тези артикули са и начин новото поколение на стадиона да покаже, че винаги може да се измислят нови форми да се поддържа отбора. Предходното поколение е нямало откъде да закупи тениска с цвета на отбора, за бащите на сегашните млади по стадиона е било лукс да носят фланелка на чужд отбор. Но те са си позволявали лукса да имат оригинална тениска на испански или английски отбор, който е със същите цветове като ЦСКА или „Левски“. Това е била „революцията“ на бащите на новите млади, с която са показвали привързаността си.

Само десетилетие по-късно следващото поколение гледа на тази „*луксозна революция*“ с неодобрение. Феновете са истински фенове, ако купуват оригинални артикули от фенклуба. Дори всяка „*групировка*“² в агитката се стреми да продава свои артикули с отличителни знаци. Тарторите – въпреки че обикновено са по-зрели фенове – също не одобряват „*чуждопоклонството*“, което се проявява при закупуване на фланелка на „Милан“, „Тотнъм“ или който и да е чужд гранд.

През последните години за определен период агитката на ЦСКА забранява на феновете да се появяват на трибуните с тениски на чуждестранни отбори, въпреки че са в червен цвят. Този акт обаче няма националистически, а комерсиални подбуди. Ръководството на фенклуба набира средства чрез продажбата на тениски на ЦСКА, произведени у нас. И въпреки че не са налагали забрана на феновете си, в другите агитки също се гледа негативно на фенове с тениски, незакупени от фенклуба. Тартор на агитката на „Локомотив“ (София) твърди, че да си част от ултрасите на даден отбор е „бизнес“, „фирма“. Той самият е начело на собствена частна компания и счита, че ръководенето на агитката се основава на същите бизнес принципи. „Зарибяването“ в Интернет на нови попълнения в агитката или пък съобщаването на всяка новина, която трябва да остане скрита за противниковата агитка, се осъществява на принципа на пирамидата, който според него е важен търговски принцип – един фен води други трима, те, от своя страна, имат за задача да доведат други трима и т. н.

2 Агитките се състоят от отделни групи от фенове, които се самоназовават „групировки“. Това е характерно не само за големите агитки, които наброяват хиляди фенове, но и за тези, които трудно надвишават повече от 200 души.

Сору – paste на стадиона. Новите млади казват „delete“ на привнасянето на чужди модели по трибуните

Телевизионните предавания и интернет информацията променят не само футболната игра, но и феновете. *Тези медии показват примери, които бързо се усвояват от българските агитки.*

В два конкретни случая запаянковците отчитат като негативно „копирането“ на чуждестранни модели в българските агитки. Единият е свързан с т.нар. „кежуъл поколение“ на стадиона. Това са 16-18-годишни младежи (има ги във всяка агитка на по-голям отбор), които носят карирана шапка, светли панталони и пуловери, както и скъпи маратонки. Правилото е да са облечени в маркови дрехи. Според интервюираните фенове, сред които няма такива под 18 години, най-младите на стадиона са носители на криворазбрана чужда култура. Всички интервюирани отчитат като негативно неправилното разбиране на смисъла на явлението *кежуъл*.

В Англия борбата между фенове и полиция поражда нов начин на обличане и прикриване на футболните хулигани. Най-агресивните фенове веднага са забелязвани и им е забраняван достъп до трибуната, тъй като са се отличавали със специфични прически, кожени облекла, тениски с определени надписи и т.н. В една от футболните агитки се заражда идеята ултрасите да имат тотално нов стил, *кежуъл*. Започват да се обличат с обикновени, всекидневни дрехи. За да не бъдат спирани от полицията, те захвърлят пънккарските дрехи, изоставят „странните“ прически, рокаджийските якета и ръкавици и обличат само фланелката на отбора.

У нас обаче поколението между 18-30 години се отнася към това явление като към имитаторска, небългарска мода в агитката, която е лишена от смисъл. Нито един от интервюираните не възприема тази мода. *Така поколението на 18-30-годишните фенове не одобрява предходното, което не прави нищо на трибуната, но не харесва и част от по-новите фенове, които копират чужди модели с лекота. Все пак отделните поколения фенове съжителстват мирно в сектора, чрез строго разпределение на местата.*

„Старите“ медии и новите млади

За мнозина Интернет е следващата стъпка в медиите след телевизионната инвазия, която пък според някои „измести“ радиото и най-вече киното. За новите фенове времето на медийните революции протича по съвсем различен начин. За много кратък период в живота им се сливат радиото, телевизията и Интернет. Преди петнайсет години радиото например е единствената ме-

дия, която предава резултати от английското първенство почти веднага след края на мача. Фенове на „Челси“ разказват как са стоели до радиоапаратите и са правили записи на отрязъци от предаването „Спорт и музика“ по БНР, в които се споменава името на любимия им отбор, на футболиста-голмайстор и резултатът. Ценни радиоминути, които след това се пускат на запис пред приятели-фенове на отбора. Само няколко години след това същата ситуация се повтаря с видеото и единствения телевизионен канал, който купува права за излъчване на чужди мачове. Но това е и времето, в което интернет достъпът вече е възможен. Така във всекидневие на запалнянковците у нас почти по едно и също време нахлуват две мощни медии – спортни телевизионни канали и Интернет. Те обаче се употребяват по различен начин от феновете.

Традиционните медии днес натоварват с изключително значение интернет комуникацията като важна за най-младите на стадиона. В български документални филми, телевизионни репортажи и радиопредавания се повтаря твърдението, че чрез *Skype*, с определени знаци и кодирани съобщения във форумите, се организират боеве между агитките на противниковите отбори. По време на проведеното изследване са направени интервюта с тартори в три от агитките (на ЦСКА, „Левски“ и „Локомотив“ (София)). Те твърдят, че организацията на сблъсъците става най-често по телефона чрез предварителна уговорка между тарторите на агитките (по-скоро договорка – за това колко души ще се бият, къде и кога). По-малка част от интервюираните фенове твърдят, че футболните форуми в Интернет са следени от полицията. Някои от сайтовете на „групировки“ имат забранен достъп до определени рубрики в сайта си за „външни лица“. Но създателите на тези сайтове твърдят, че подобна предпазна мярка е взета не от страх от полицейско наблюдение, а за да не бъдат виджани уговорките вътре в самата агитка от противниковите фенове.

И все пак за новите запалнянковци Интернет действително е средство за организация. Изследването няма за цел да докаже дали физическите сблъсъци между феновете стават чрез *Skype*, *ICQ* или имейли. Респондентите твърдят, че те се уреждат от тарторите и начинът на комуникация няма особено значение. Но инцидентните сблъсъци са свързани с промените, които настъпват в териториалното разделение на градовете между агитките, което напълно се променя през последното десетилетие. На тази тема е отделено място по-долу в текста.

„Стандарт“ е официалният *вестник* на левскарите. Изданието принадлежи на собствениците на ПФК „Левски“. Обективността на спортните коментатори обаче е основен проблем за феновете. Някои от тях инвестират в създаването на самостоятелни издания, които да отговарят на желанието им за информация. „Групировка“ от агитката на „Локомотив“ (София) издават собствено списание с илюстрации и „журналистически материали“. Феновете заявяват, че обективността на журналистите в дадено издание или електронна медия като цяло се измерва през обективността на футболните коментари.

Изследването обаче показва, че Интернет става място за съревнования и за групиране на „нови отбори“ във форумите, които се противопоставят по нови, различни принципи. Там се зараждат отбори, които са част от даден форум и които се включват в състезания, организирани на живо. Отбор от форума на фенклуба на „Манчестър Юнайтед“ у нас например открива свои съперници в отбор от форума на „Рено“ за футболни мачове. Провеждат се на столичен стадион (на спортна база „Бонсист“), като част от „шампионска лига“ между играчи на различни форуми. Наемът за ползването на терена се заплаща от всички участници, определени са дати за състезанията и се набират спонсори. Всъщност футболът у нас е възникнал точно след организирането на хора, занимаващи се със спорт в свободното си време. По-късно тези непрофесионалисти стават основата на професионалния футбол. Разбира се, едва ли скоро ще има организирани в Интернет отбори от играещи фенове, които да са навлезли в професионалния футбол. Правилата на играта са напълно различни от зората на футбола у нас.

Друга част от сформираните в интернет форумите отбори се срещат „онлайн“ – във футболни онлайн игри като например hattrick.org³.

*Основният принцип обаче, който обединява новите фенове в Интернет, е същият като по стадионите – надпреварата, съперничеството, доказването при противопоставяне на тимове. Доказването на идентичността и търсенето на признание става чрез съревноваването – отборът на „Манчестър Юнайтед“ може и да губи на стадиона, но отборът, представящ форума на „Манчестър Юнайтед“, води своя битка в първенство, което се организира през *Скуре* или чрез имейли, но се играе на живо, на стадион.*

Основният извод, който може да бъде направен от обобщението на проведените интервюта със запаянковци, е, че телевизията и Интернет не успяват да променят напълно новото поколение заради една много голяма особеност на стадиона – там всеки се чувства важен за победата на отбора си. Трибуната дава съзнанието на запаянковците, че точно техните усилия водят до успеха на тима. Емоцията е невъзможна в Интернет или пред телевизионния екран. Посредничеството на медиите отнема възможността да се почувстваш важен.

Интернет следва да бъде разгледан и като средство за доказване на автентичността на фенството. Съвпадането на телевизионния бум на клубни първенства от Германия, Италия, Франция и Англия и достъпът до Интернет в България превръща онлайн комуникацията в място, в което може да се привеждат доказателства, да се складира история, да се съхраняват примери за надмощието на даден отбор. Феновете свалят стари записи на

3 Рекламата на играта гласи: „Hattrick е най-великият и популярен онлайн футболен мениджър в света. И е абсолютно безплатен! В Hattrick ръководите свой собствен футболен отбор и се състезавате с 966 736 потребители от целия свят. Нуждаете се само от браузър.“

футболни победи на своя фаворит от торентите (характерно е предимно за почитателите на чуждестранни тимове). Привържениците на български отбори качват в различни сайтове доказателства, снимани с мобилни апарати, за надмощието си при сблъсъка на агитките. Или пък доказателства за по-добрата хореография на отминалия мач. Интернет става трибуна, подобна на тази на стадиона. *Телевизионното време променя част от организацията на играта. Интернет – компенсира това сбито в рамките на правилника време.* Това, което се случва по трибуните за три минути преди излизането на любимия отбор, по време на т.нар. хореография, когато агитката показва всичките си възможности, се тиражира в Мрежата. Но неповторимостта на случващото се на стадиона е най-важното за хората на трибуните. Този миг може да бъде разказван и превръщан в спомени от различни коментатори с псевдоними в Интернет, но за да стане част от тази мрежа от спомени и разкази, фенът трябва да е бил на стадиона. Новите млади на стадиона *искат да бъдат участници* в сблъсъка на противници, а *не наблюдатели* като предходното поколение фенове, което най-често е изолирано в крайните места на сектора.

Независимо от пол, образование, интереси и професия, всички интервюирани заявяват, че не се чувстват достатъчно силни, за да участват в промяната на обществото. Те твърдят, че нямат нищо против да декларират свои позиции, но не считат, че могат да бъдат участници в събития, които да водят до промяна. Част от тях заявяват, че единствено любовта към отбора е причината да не емигрират в търсене на по-добре платена работа. Това рефлектира и върху решението им, дали да участват, или да не участват в избори. Важно е, че с изключение на тарторите, интервюираните „редови“ фенове не вярват, че могат по някакъв начин да доведат до промени в управлението не само на професионалните клубове, но и в организацията на самите агитки. В това отношение агитката на ЦСКА е най-добрият пример, тъй като моделът на организация е описван от голяма част от феновете в интернет форумите директно като „тоталитарен“. Запалянковците обаче по-скоро твърдят, че в това отношение предпочитат да наблюдават, а не да участват в събития, които биха довели до промени в обществения, икономическия или политическия живот на страната.

Национализмът на футболните фенове е черно-бял

„Стадионът те прави расист. Извън стадиона не съм и не бих произнасял псувни срещу чернокожите играчи“. Това казва един от феновете на „Левски“ – студент, специализирал в Германия, който твърди, че футболният „расизъм“ е само докато трае мачът. Според интервюираните фенове на възраст между 18 и 30 години обаче, по-възрастните от агитките на стадиона се отнасят мно-

го по-негативно към чернокожите играчи в собствения им отбор, отколкото новите млади. Така че те възприемат себе си дори като твърде „толерантни“. Всички интервюирани фенове изричат репликите: „нашите черни са най-бели“ и „докато вкарва голове за нас, футболистът няма цвят“.

Расизмът на футболните фенове се поражда от слабата игра на чуждестранните играчи. Необходимо е обаче да се внесе едно пояснение. Ситуацията в българските клубни отбори е такава, че през последните години техните президенти или агенти купуват чуждестранни футболисти предимно от следните държави: от Сърбия (в периода, в който треньор на ЦСКА е сръбски гражданин), а в момента на изследването от Португалия (ЦСКА), Бразилия и африкански държави. Така най-често чуждестранните играчи в отбора са чернокожи. Обикновено те нямат достатъчно време, за да се приспособят към играта у нас, да бъдат част от отбора, а при първа възможност биват продадени. Трансферът им към чуждестранен отбор е основната цел на тяхното пребиваване в български отбор.

Изследването не може да даде точна представа, но, според интервюираните, феновете от която и да е агитка не правят вътрешна разлика между чуждите играчи по критерии за цвят или националност – за тях „чужденците“ са „вредни“ за отбора, колкото и добри футболисти да са. Независимо дали са верни на каузата на отбора, те всеки момент могат да бъдат продадени. Това е функцията на чуждестранния играч. За агитките той е единствено машина за голове и когато не изпълнява тази функция, бива обиждан от трибуните.

Случаят с един от най-популярните чужденци в български клуб – французинът Седрик Бардон, е много показателен. Бардон е от малкото футболисти в българското първенство, който е от западна държава, при това от изключително силна футболна страна (Франция) и същевременно в разцвета на спортната си възраст. В първите месеци в агитката на „Левски“ се отнасят по-скоро с примирение към това, че той е поредният играч, който търси трамплин за по-добра оферта и чака продажбата си. По време на престоя си в България обаче той учи местния език, в телевизионните си интервюта се обръща на български към феновете си, но най-вече – на него се дължи голяма част от успеха на „Левски“ на международните стадиони през последните четири години. Той става любимец на феновете. Продажбата му обаче за чужд отбор предизвиква агресивни коментари във форумите, но не защото е напуснал България. Бардон е един от малкото чужди футболисти, изпълнил максимално функциите си на добър играч в първенството ни, той не може да бъде обиждан. Обидата „чифути“ е отправена към новите му собственици. Словесната агресия е насочена към съпругата на Бардон. Според фенове заради нея „добрият френски левскар“ напуска отбора, напуска София и избира да играе в Израел. За част от запалянковците това расистко и сексистко обвинение е много по-логично, отколкото да си обяснят продажбата на звездата с принципите на отворения пазар на футболисти днес.

И все пак от направените интервюта може да се каже, че поколението между 18 и 30 години по трибуните има много по-голям проблем с възприемането на „пребоядисването“ на клубни треньори и играчи, отколкото с чернокожите на стадиона. Не е никак странно, че двата чуждестранни отбора с най-многобройните фенклубове у нас са тези на „Манчестър Юнайтед“ и „Арсенал“.

Треньорът на „Манчестър Юнайтед“ Алекс Фъргюсън не е изоставял отбора си повече от двайсет и две години, а този на „Арсенал“ – Арсен Венгер – от дванайсет години категорично отказва по-високите оферти от който и да е друг тим. Така във форумите успехът на тези отбори в първенството се обяснява и чрез верността на треньорите им. Интервюираните запаянковци на български тимове пък твърдят, че техните родители не желаят да възприемат „неродни“ футболисти – като „неродни“ означава неизраснали в младежките школи на отбора. Поколението фенове между 18 и 30 години няма нищо против закупуването на чужди играчи, но възприема като негативно привличането на български играчи от противников български отбор.

И все пак може да се твърди, че има расизъм към играчите дори в собствения отбор – причината е, че обикновено чужденецът е чернокож. За феновете те хем не са „наши“ (не са „отгледани“ в клубната школа за младежи на отбора), хем не са „наши“ (в смисъла на „родни, българи“), а в същото време са купени единствено заради трансферните интереси на собствениците на отбора. Ако вкарват голове обаче, феновете са готови да ги аплодират. Техните имена често не се запомнят, но не са и освирквани – когато изпълняват функцията си на голмайстори или добри защитници.

Същевременно запаянковците у нас отчитат още един факт – по българските трибуни е невъзможно противопоставяне на верска или етническа основа. За разлика от отбори в Шотландия (където противопоставянето между католици и протестанти е факт) или в бивша Югославия, няма български отбори, които да се идентифицират чрез различно вероизповедание.

Във форумите обаче ситуацията не е точно такава. Обиди, свързани с религиозните предпочитания на фенове, не се спестяват.

Феноменът „агитката на „Локомотив“ (Пловдив)“ и футболната макдонализация

Всички интервюирани фенове (без запаянкото от клуба на „Ботев“) изказват признание към феномена сред българските агитки „Локомотив“ (Пловдив). Според тях битката между фенклуба и собствениците на клуба е обречена кауза. Фенклубът на „Левски“ излиза с декларации, оформени чрез адвокатите в агитката, с които протестира срещу решения на клуба. Бившият

собственик на ЦСКА Васил Божков не допуска на стадиона агитката на отбора си, заради сблъсък на интереси с тартора ѝ – Димитър Ангелов, известен с прозвището Дучето. Собственикът на „Нафтекс“ не зачита желанието на ултрасите в агитката да носят старото име на отбора „Нефтохимик“ и да имат собствен терен. Нещо повече – облича футболистите в розово, което служи за многобройни подигравки от страна на другите агитки. *Подменената идентичност и лишаването на агитките от възможността да доказват и защитават своята автентичност е най-честата причина за сблъсък между ултрасите и собствениците на клубове. Новите млади искат да имат история като агитка.*

Младите фенове отчитат, че този нов тип отношения е една от основните разлики между тях и предходните поколения запалняковци. И това е напълно разбираемо – до 90-та година клубовете не са били частна собственост, а държавна.

Агитката на „Локомотив“ (Пловдив) обаче има напълно различно поведение спрямо другите агитки. Основната причина за сблъсък между ръководство и агитка е националността на новия собственик. След убийството на бившия притежател на клуба Георги Илиев (брат на Васил Илиев, известен предимно с престъпната си дейност като част от създателите на една от двете най-мощни застрахователна компании в началото на прехода), собственик на пловдивския отбор става турски бизнесмен. При продажбата на „Локомотив“ (Пловдив) във футболните форуми започват да се повтарят, макар и в различни варианти, две основни искания: отборът не трябва да бъде продаван на турчин, защото така следващите поколения локомотивци на стадиона биват обричани; ако защитят отбора си от „турчина“, феновете ще бъдат уважавани от чуждите агитки.

Във форумите въпросът за собствеността е въпрос и за „свещената земя“ в квартал „Лаута“ – където е стадионът на локомотивци в Пловдив. Нито един фен от интервюираните не допуска възможността ултрасите на „Локо“ (Пловдив) да са били манипулирани от някой от заинтересованите от продажбата на отбора и тяхната мощна съпротива да е използвана за сваляне на цената на клуба. Феновете на другите отбори твърдят, че това е пример как трябва да се „воюва“ за честта на тима. В крайна сметка агитката успява да извоюва собственикът на отбора да е с българско име – Галя Топалова – жена на турския бизнесмен Зеки Байрам. Съмненията, че протестите на агитката са послужили за обслужването на нечии търговски интереси при тази сделка, се появяват месеци след продажбата на отбора.

Агитката на „Локомотив“ (Ботев) е сочена за пример на това, как могат феновете да влияят върху ръководството и да бъдат признати от самите собственици на тима. Но проведените интервюта показват, че това не е възможно в почти никоя друга агитка. Изводът е, че *новите млади на трибуните у нас съзнават силата си да променят футболния свят. Но не го променят.*

Интервюираните футболни запалянковци и феновете в интернет форумите цитират многобройни примери за бойкот, съпротива, извоюване на определени искания към собствениците на отбори. Те прилагат примера с тима на Залцбург, който е емблематичен за агитките – австрийският отбор е създаден от фенове и е изведен на сравнително водеща позиция в първа дивизия, тръгвайки от аматьорски нива, именно благодарение на ултрасите в агитката. Отборът обаче е продаден на „Ред Бул“ и новите собственици сменят името на „Red Bull Salzburg“, както и цветовете на екипите на отбора.

Феновете на „Ливърпул“ събират пари, за да откупят тима си от американските собственици, които пазаруват отбори като сандвичи в „Макдоналдс“. Всъщност тази *футболна макдонализация у нас заварва българските фенове неподготвени*.

По нашите трибуни войната се води със стари средства – *опазване на чистотата на символите – знамето, собствената земя – терена, герба (знака на отбора), цветовете на тима, историята (не само футболните трофеи, но и спомените за поведението на отбора по време на комунизма)*. Агитките воюват за признаване на своята автентичност чрез опазване на тези символи. В същото време, докато на трибуните се води „духовна война“, на терена се провежда „телесна продажба“. Глобализацията позволява на различни собственици да купуват и продават акциите на отборите, да сменят треньори, да купуват играчи, да обучават футболисти в „родните“ школи, за да бъдат осъществени доходоносни трансфери, чиито истински стойности не можеха да бъдат проследявани преди влизането на България в ЕС.

Но в България ситуацията е по-особена. Все още не са раздържавени спортните бази на основните отбори. Главният мотив за вливането на пари в даден отбор често е стремежът на собственика да получи владение върху спортните бази, понякога дори върху терена на стадиона, които все още са държавна собственост. Така *земята се оказва пресечна точка между агитката и собственика*. И докато на феновете тя осигурява възможността да бъдат господари при домакински мачове, за собственика е възможност за инвестиции и по-добра продажба. Така и символният свят, и пазарните механизми по отношение на земята се оказват зависими от миналото – от наследството на комунизма, а отбори като „Левски“ и ЦСКА – с онази част от историята им, свързана с МВР и Българската армия.

Новите млади и институциите. Държавата и футболът

Държавата се оказва много важна за запазване на „самоличността“ на футболните агитки. От една страна, тя пречи на клубните собственици да развиват отбора и да инвестират в базите му, но, от друга страна, гарантира на феновете, че теренът (земята) „ще остане“ българска, ще остане „наша“ (особено важно е това за агитките на отбори, в които промяната е тотална – за тези от бившия „Нефтохимик“ или за ултрасите от „Локомотив“ (Пловдив).

Непотвърдена хипотеза остава твърдението, че силното вмешателство във футбола от страна на държавата (или по-скоро силната зависимост) кара феновете да възприемат клубните собственици като институция, с която трябва да се съобразяват, въпреки че често изразяват несъгласие и дори неуважение. Интервюираните запалянковци са единодушни, че в „тази държава нищо не може да се промени“ и затова „няма нужда да се правят революции“, „да се бориш“. Сходни са разсъжденията им за възможността агитката да променя политиката на отбора. Според тях „наказателните“ акции спрямо собствениците трябва да се провеждат, но същевременно промени са невъзможни – тяхната дума е по-скоро показна за пред чуждите агитки, отколкото с някакво реално значение. Затова феновете у нас са по-скоро склонни да правят протестите си по установени правила, спазвайки регламентирани отношения със собствениците на клуба. Държавата и притежателите на професионални футболни клубове са определяни със сходни дефиниции – има съмнения за „конспирация“, за машинации, за недоизказани отношения, които движат живота в държавата и съответно във футбола.

Агитките не вярват, че могат да променят футболния си клуб. Но вярват, че са длъжни да бъдат различни на трибуната. Точно тук се проявява една от основните разлики, чрез които новите млади на стадиона се самоописват спрямо предходните поколения – те искат да променят самата агитка, поведението ѝ, хореографията. Не е важна единствено играта на стадиона, не са важни само красивите положения, а головете, резултатът. И те зависят от агитката. Другата битка е признанието сред противниковите агитки. Футболистите се противопоставят на терена, но другото съревнование е на трибуните.

Тази желана, но недействаща „революция“, която самите фенове отчитат, е основната причина всички те да изричат една и съща фраза: „У нас няма фенска култура. Всички тук копираме“. При това те изказват възхищението си от поведението по стадионите на агитките на отбори в Сърбия, Турция, Гърция, Полша, а не на отбори в Англия, Франция, Германия. Единствената агитка, която всички други фенове сочат като положително изключение у нас, е тази на „Локомотив“ (Пловдив).

Нито един от интервюираните фенове не е член на политическа партия или организация. Нито един от тях не е част от неправителствена организация. Но всеки от тях заявява политически пристрастия, които не споделя с другите от агитката или във фенклуба.

По отношение на представители на етнически малцинства агитките имитират поведението на политически партии у нас. Едната стратегия, която избират предимно малките, но твърди агитки на не толкова силните отбори, е – *никакви цигани и турци сред нас.* Извън стадиона някои от интервюираните нямат нищо против да общуват с малцинствата, определят себе си като толерантни, но на стадиона предпочитат образът на агитката им да се изгражда, без да демонстрират това. Така на шумните трибуни се осъществява *„тиха дискриминация“* – за твърдото ядро на агитката няма проблем *„другите“* да са на трибуната, но да не са в центъра ѝ. Причината за това мълчаливо споразумение за разделение на сектора е съзнанието, че това е признак на слабост. *„Агитката е уязвима“* – казват ултраси. Новото поколение във всички сектори на стадионите вече е приело, че борбата на терена може да бъде загубена от футболистите, но борбата по трибуните – да бъде спечелена с добра хореография, оригинални идеи и организация. Чрез тази стратегия фенове от подобни агитки по-скоро се сравняват с поведението на партии като ГЕРБ, които не желаят коалиране с ДПС в политиката, но не изразяват расистки послания като АТАКА спрямо роми и турци.

Другата стратегия по отношение на малцинствата в агитката е възприетата от групировките на „Левски“ – *„всяка агитка се стреми да победи противниковата по многочисленост, затова ромите са добре дошли“.* Това твърдение обаче не се споделя от другите интервюирани фенове на този отбор. В поведението си големите агитки имитират по-скоро реакциите на значимите политически сили у нас.

Новите млади правят „национална“ политика

Новите млади по стадионите не са аполитични. Трима от интервюираните заявяват своите пристрастия към националистически партии – АТАКА и ВМРО. С изключение на един от респондентите, всички останали заявяват, че не е възможно чрез тарторите или лидери в групировките в агитката да се въздейства по време на избори върху феновете. Без двама от интервюираните, които просто нямат информация, всички други твърдят, че на местно ниво по време на местни избори върху агитките се оказва влияние – чрез обещания за подобряване на базата или чрез пари за гласуване за даден кандидат. Връзката между местните лидери на политически партии на квартално или общинско ниво и тарторите на агитки е признавана от феновете. Тартор от

агитката на „Ломотив“ (София) заяви, че никаква сума не е в състояние да накара феновете да гласуват организирано против волята си и все пак някои са подкрепили общински представител в СОС заради дадени обещания за доброто бъдеще на техния стадион в квартал „Надежда“. Друга част от феновете заявяват, че гласуват винаги на избори, но партийните предпочитания не са тема на разговор в агитката.

Няма запалянковци, които да говорят за предпочитанията си към парламентарно представените партийни лидери. Само един от феновете, включени в изследването, заявява, че симпатизира на АТАКА. Никой не се самоопределя като привърженик на „десни“ или „леви“ политически убеждения. Изводи за партийната ориентация на новите млади биха могли да се правят по-скоро според заявеното от тях отношение към пазара на играчи, собствеността на терените и т.н. Нито един от интервюираните фенове например не одобрява национализацията на стадионите, но всеки от тях счита, че трябва да има контрол от страна на държавата върху бизнеса с български футболисти, така че да се получи добро клубно първенство. Няма точни данни, които да потвърдят или опровергават широко разпространеното схващане, че „сините“ фенове на „Левски“ са привърженици на дясноцентристки партии, а „червените“ от ЦСКА са с леви убеждения.

Стадионът е безпартиен, но не аполитичен. Новите млади на трибуните обаче считат, че правят „национална“ политика, а не участват в партийна политика. Почти всяка агитка избира кауза, която да защитава на стадиона. Досега няма такава, която да се ангажира в екокаузи или в защита на правата на децата в неравностойно положение (предложения за акции след филма на ВВС за „Могилино“ са възприемани като важни за организации с други цели: „Това е работа на държавата и на неправителствени организации“ – казва интервюиран запалянко).

Три са каузите, зад които по-голяма част от твърдите агитки са се обединявали в различните сектори на стадионите. И трите са политически, определяни като „голямата“ политика, „национална“ политическа кауза и „свещени“ каузи. Феновете са се изправяли с транспаранти, плакати и татуировки срещу „изборния туризъм“ по време на гласуването в Парламента на промените, свързани с т.нар. уседналост на българските граждани; в защита на българските медици по време на процеса в Либия (в неговия последен стадий) и в случая с казуса „Батак“.

Обявяването на независимостта на Косово и българската позиция по този международен въпрос е един от случаите, които събира агитки на няколко отбора, с цел вземането на решение, дали да се излезе с транспаранти и плакати, като се обяви несъгласието с решението на международната общност. В част от агитките изборът да не се взема позиция е направен с мотива, че феновете не бива да се намесват в събития, „които не засягат пряко българската действителност“. В друга се отказват от протест по трибуните, защото

считат, че сръбските фенове са част от едни от най-мощните агитки по света и могат да се защитават сами. Всички интервюирани в периода преди и след това събитие изразяват възхищението си пред агитките на „Партизан“ и „Цървена звезда“, които се обединяват в защита на националистическата си кауза.

И докато трибуните, кафенетата, ирландските барове, в които се събират феновете на английските тимове, и сборните пунктове на агитките остават „чисти“ откъм политика, *интернет форумите за футбол приемат спорове, в които се изразяват партийни пристрастия*. До момента, в който модераторите не „ампутират“, „изрязват“ или „оперират“ мнения, в които има „лош тон“ към опонента и нарушаване на правилата. В някои от форумите дори е възможна пропаганда за партийни интереси. Важен е добрият тон и спазването на правилата, а не темата. Това не важи за форумите, в които има изрично правило да се говори само за футбол. Но в тях обикновено има раздел „други“, в който могат да се водят спорове и за политика.

Градът, Интернет и новите млади

Феновете на двата най-големи столични съперника „Левски“ и ЦСКА описват траектории, по които се движат агитките, така че да не се пресичат пътищата им. Определени са автобусите, на които се качват цесекарите, и тези, които ползват левскарите, така че да няма инциденти. Началните спирки около стадионите са разпределени. Местоживеенето е било важен признак за предходното поколение запаянковци. Квартал „Младост“ предимно е квартал на цесекари, тъй като през 70-те години в тази част на София са настанени многобройни семейства на военни. Промените в армията, бързите темпове на миграция от страната към столицата обаче напълно променят облика на квартала. Това е най-бързо разрасналата се част от столицата за последното десетилетие. Процес, който вече е „преживян“ в противоположната част на София – „Люлин“. Точно в този квартал обаче преди приблизително десет години се заражда най-силната „групировка“ в агитката на „Левски“.

Двете агитки имат напълно противоположна структура и поведение. Тази на ЦСКА е ръководена от председателя на Централния фенклуб на ЦСКА Димитър Ангелов – Дучето. Основното достойнство, което феновете на отбора признават на шефа на агитката си, е, че успява да мобилизира провинциални фенклубове и да изгражда национална мрежа. Всички интервюирани запаянковци на ЦСКА се разграничават от Дучето, не одобряват поведението му и са преустановили членството си в клуба заради негово. Но признават, че именно той е спомогнал за силната мобилизация на клубовете в страната. Определят неговото председателство като „диктатура“.

И за двете агитки обаче многочислеността е от първостепенно значение. За целта тази на ЦСКА е готова да „понесе“ разстройването на хореографията от „самодейците“ от провинцията, които не спазват измислената в централата постановка, а на „Левски“ – да приеме „пришълци“ от Перник и Радомир.

В големите градове враждуващите отбори се отличават и по още един признак – дербитата са между тимове, чиито терени са в центъра и в крайния квартал. Така се оформят двубоите между „Левски“ (на „Герена“) и ЦСКА (в центъра), между отборите на „Локомотив“ (Пловдив) и „Ботев“, „Нафтекс“ и „Черноморец“ (Бургас).

Самоопределенията чрез принадлежността към „елитарни“ и „периферни“ отбори обаче се разпада в интернет пространството. Там кварталът губи своята важност като качество, което може да служи за оразличаване.

Най-многобройната и изпълняваща функция на лидер групировка, която е една от четирите в агитката на „Левски“ – „София-Запад“, включва членове, които не живеят в западната част на града, но споделят идеологията ѝ. Въпреки това създателите ѝ решават да запазят името, тъй като то е важна част за историята на агитката. Разпределението на сектора на „Левски“ през последните десет години се диктува от най-многочислената групировка „София-Запад“. Организацията на хореографията се случва в кафенета и барове, които се държат от тартори на тази групировка, и се „спуска“ до другите в агитката.

И така, след толкова промени, които описват феновете, възникват въпросите: могат ли новите млади по трибуните да променят събитията? Могат ли да предизвикат „революции“, да обръщат внимание към проблеми, свързани с отношенията в спорта като бизнес, със социални събития или политически кризи? Или по-скоро въпросът трябва да бъде зададен така: искат ли да го правят?

Изследването показва, че почти всички агитки (с изключение на „Локомотив“ (София)) заявяват, че отказват да бъдат използвани в предизборни кампании, в партийни схеми за организирането им като група, за намеса в политическите събития. Изборът, коя политическа или социална кауза да подкрепят, зависи само от агитката.

Новите млади по трибуните осъзнават своята сила да влияят върху решения, които се взимат в професионалните клубове. Но предпочитат установения ред и вярват, че могат да предизвикат промени без екстремни действия, предпочитат да подават декларации, да протестират законно, да се противопоставят на собствениците на футболни клубове чрез думи, а не силово, дори когато осъзнават, че не могат да променят бизнес намеренията им.

Но новите млади считат, че са длъжни да бъдат различни на трибуната. Това е основната разлика, чрез която те се самоописват спрямо предходните поколения – искат да променят самата агитка, поведението ѝ, хореографията и по този начин да дадат сила на отбора. Футболистите се противопоставят на



Металисти.

терена, но другата битка е на трибуните. Това е тяхната „тиха“ революция – те изпълняват своите задачи на стадиона, независимо дали тимът им губи, или побеждава.

Поколението на 18-30-годишните фенове не одобрява предходното, което не прави нищо на трибуната, но не харесва и част от по-новите фенове, които копират чужди модели с лекота. Най-активните млади на стадиона искат оригиналност.

Още една революция обаче се случва – този път в Интернет. Младите имат възможност да бъдат фенове, без да са членове на фенклуб. Това е „онлайн революция“ срещу клубните ръководства, които са обвинявани в превръщането на фенството в бизнес. Чрез Интернет част от феновете се противопоставят на „консуматорското“ отношение на малцина към „масата от запаянковци“. Онова, което не може да се изкаже на стадиона в собствения сектор, се изказва в интернет форумите.

Но въпреки силно заявеното си желание да бъдат участници, а не зрители на случващото се във футболния свят, новите млади на трибуните засега не се намесват в правилата на футболния бизнес.

Библиография

Московичи, С. (2007): Ерата на тълпите, София: изд. „Дамян Яков“.

Лаш, С. (2004): Критика на информацията, София: ИК „Кота/ДБ Мр“.

МЛАДАТА ХУДОЖЕСТВЕНО-ТВОРЧЕСКА ИНТЕЛИГЕНЦИЯ НА СОЦИАЛИСТИЧЕСКА БЪЛГАРИЯ: АСПЕКТИ НА ИДЕОЛОГИЧЕСКОТО ѝ СЪЗДАВАНЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЕН КОНТРОЛ

Иван Еленков

Основания да бъде мислена една „млада художествено-творческа интелигенция“ най-напред се откриват във връзка с измененията в структурата на българското общество през 60-те години на миналото столетие. Тогава активната урбанизация стига до решително надделяване на градското население в общата демографска картина на страната. Оформят се множество нови, относително образовани и професионализирани социални групи с общо взето гарантирани постоянни доходи и чувствително нарастващо свободно време, чието ядро са преди всичко младите хора – ония, които са расли, родени и градили се като личности изключително в общия политически и културен контекст на социализма. Макар и неизменно третирани от идеологията в съвкупния образ на „младото поколение“, макар произходът на тази „социалистическа младеж“ да се извежда изцяло из социалното равенство на всички труженици в новото общество, това са хора с различно образователно равнище, различна професионална подготовка, интелектуален и творчески потенциал, различен обществен и партийно-организационен опит и позиции, и в действителност от началото на същото десетилетие излиза наяве, че няма още изнамерени подобаващи подходи за диференциран контрол на тяхното открояващо се обществено и културно държание. Дискурсът за младежта, винаги наличен при стария режим през всичкото време на съществуването му, след решенията на пленума на ЦК на БКП от 20 и 21 април 1959 за преустройството на образователната система и после, след изцяло свързания с тия решения „Закон за по-тясна връзка на училището с живота“, в началото на 1960-те добива изключителна актуалност¹.

1 Основни положения за преустройството на образователната система, за по-тясно свързване на обучението на младежта с производителния труд, в: БКП в резолюции и решения на конгресите, на пленуми и на Политбюро на ЦК на БКП., т. V., 1956–1962, С., 1965, 323 и сл.

Пиететът към младежта в тоталитарните идеологии може да се изведе от контекста на времето след Първата световна война и да се разбира като последица на т. нар. „ювенализация на културата“, свързана с духа на това време. Призивите да бъдат отключени същинските извори на живота, които в своя буен изблик да обновят гаснещите сили на старото общество и култура², възходът на чистите и скрити досега народни синове, новите хора, с нов девиз – труд и честност³ и пр., произвеждат дълго удържали се в публичността образи на младостта, интегрирани с лекота в политестетиката на следдевето-септемврийския режим наред с нови – на „съветската младеж“, на „народната младеж“ из консенсусните реторики на отечественофронтовския популизъм, още наред с образи из пропагандното излагане на младежката комунистическа организираност и антифашистка съпротива и т.н.

В началото на 60-те години в идеологическия език се улавят нюансирани описания на различни форми младежка груповост и се множат различни изобразения на младежкото, каквито през изминалите години от новото летоброене не се намират. Една тревожна конкретика пробива в политпросветната и агитационно-пропагандната книжнина и с безпокойството за възможен поколенчески разрыв се откриват дълбоки патерналистки вълнения в сърцето на българския комунизъм: незаспали антимеритни чувства, неприязън към културните навици на градските слоеве, старческа потиснатост пред кризата в „човешката порядъчност“ и т. н. Под напора на такива настроения най-често се реагира крайно агресивно, и както е добре известно, агресията никак не се ограничава единствено с думите⁴. Успоредно с това обаче, говоренето за младежта се разгръща и обновява във връзка с новите езикови форми, тематизации и промени във вътрешнодискурсивните ударения у марксизма-ленинизма, по които върви властовото конструиране и усвояване на публич-

2 Казанджиев, С. (1923): Пред извора на живота, Златорог, № 2, 98 и сл.

3 Милев, Г. (1921): Българският народ днес, Везни, № 3, 58-59.

4 „Може да се каже, – говори Тодор Живков през април 1963 на среща с „представители на „културния фронт“, – че за една, макар и неголяма част от младежите идеал са станали джазът, модата, парите, леките развлечения, еротиката. Това е смисълът на живота им. Това е целта им. Такива младежи с часове се захласват пред колите със западни марки, тълпят се пред кината, които прожектират упадъчни западни филми, посещават естрадните представления и аплодират западната упадъчна музика, изкълчените западни танци. Такива младежи ще видите сега да посещават новооткритите модерни сладкарници и ресторанти в София и другите големи градове, ще ги видите по шумните булеварди да парадират с голямо самочувствие, като някаква духовна аристокрация в нашето съвремие. А всъщност те не демонстрират нищо друго освен простачина, ограниченост и пошли вкусове. Някои от тези младежи са доведени до идейно и духовно опустошение. Нещо повече – и до физическа и морална деградация. Те пиянстват в кръчмите, ресторантите, в сладкарниците, по домовете. Намират се даже и такива, които блудстват най-вулгарно. От такива младежи се формират вулгарните хулигани, крадците и изменниците на Родината...“ В: Живков, Т.: Комунистическата идейност – висш принцип на нашата литература и изкуство, Реч на срещата на ПБ на ЦК на БКП с дейци на културния фронт, произнесена на 15 април 1963, София, 17-18.

ната сфера след Априлския пленум. Преследвайки погасяване и контрол на огнищата на тревоги, новото говорене за младежта очертава пространство на контролирано въвеждане възможности за нееднопланово обсъждане на съвременни процеси в социалистическото общество и култура. В един последователно проясняващ се наратив за невъзможния генерационен разрыв с предходните „революционни поколения“ прозират все по-ярко пропагандните черти на новото „априлско поколение“. Кухата фраза „младеж“ започва да се изпълва със социална конкретика. Освен обичайните наследени „неизживени недостатъци“, непозната дотогава „социологична публицистика“ започва да описва „отклонения“, съсредоточени в нови социални зони, непокривани от официалното деление на социалистическото общество. Извън „работническата“ и „кооперативната младеж“, извън младежта из средите на „народната интелигенция“, се провиждат „настъпателната посредственост“, „златната среда“, „магнетофонната младеж“, „снобът в изкуството“ и т. н.⁵ Стават възможни усложнени психологически профили на „нашия съвременник“, иронични към „консервативните умове“, за които положителният герой „...винаги е безпощаден към лъжата, неуморен в работата, твърд в страданието, суров в битката, предан и неочаквано нежен в любовта“⁶. Излагат се като общоприети разбирания, че „човешкото съществуване не е безкрайно, че всеки ден е последен за себе си“⁷, че съвременният младеж „е премного натурален и земен, за да понесе всяко робуване на смешните условности“, че „той дава прекалено висока цена на своите вълнения, за да си позволи тяхното безцелно и разточително пилеене“, поради което и „неговите душевни трепети са овладени, тясно свързани с близките цели“ и пр.⁸ Допусканото постепенно освобождаване на идеологическото въображение премества и разширява границите на официалните вкусове (никак не без конфликти и жертви) и в пряка връзка с това стоят новите промени в техниките за обхват и контрол, прилагани в управлението на социалистическото общество от началото на 60-те години насетне.

Трафаретът „млада художествено-творческа интелигенция“ се явява тясно свързан със скицираните най-общо дотук процеси, най-малко поради обстоятелството, че зачестилата му употреба се улавя именно в средата на 60-те. В събраната за това изследване документация негово първо приложение се намира в материали на Националната конференция на младите литературни творци от 11 до 14 май 1965. В дадената от Комисията по идейно-възпитателната работа при ЦК на ДКМС преценка на резултатите от нея се говори за „критични бележки за недостатъците в работата ни с младата творческа

5 В: Юлиан Вучков (1965): Живот с голяма и с малка буква, Есета и публицистични очерци, София: Издателство на ЦК на ДКМС «Народна младеж».

6 Вучков, Ю. (1965): Силата на идващите поколения. В: Юлиан Вучков: Живот с голяма и с малка буква..., 13.

7 Пак там, 26.

8 Пак там, 27.

Зряло социалистическо общество – зряла социалистическа култура!



AUGUST-FÖRSTER

Зряло социалистическо общество – зряла социалистическа култура!



интелигенция“⁹. Тази употреба не изглежда основана на съзнателно промислена концепция, защото в същия документ сходно приложение имат и други свободни фигури като „млади литературни творци“, „младата литература“, „младата поезия“ или особено пък вече доволно архаичното „младата творческа смяна“¹⁰. Вероятно в такъв произволен смисъл е възможно да се намери и по ранна негова употреба¹¹.

Определено систематизирано, понятието „млада художествена интелигенция“ стои в небезизвестната реч на Тодор Живков пред XVI отчетно-изборна конференция на столичната комсомолска организация от 14 март 1969.¹² В нея то е звено от верига други понятия, с които се описват социалните преобразувания в българското общество, отраженията им върху младежта и изгледите пред нейното развитие нататък. Живков говори за усложненията във вътрешната структура на работничеството, за повишеното образователно равнище и професионализация на работническия труд¹³, за значително намалелата численост на селската младеж и установяването на многоизмерната фигура на механизатора като ново явление в полето на селскостопанското производство, за множеството на учащите се и новите далнини пред тях, чертани с реформата в образованието, и т. н. Всичко изнесено по тази материя обаче ораторът тълкува по логиката на идеологическия абсурдизъм, като ясен знак за преодоляването на различията между класи и класови прослойки и потвърждение на основната тенденция в развитието на социалистическото общество в пътя му към комунизма – засилване на неговата класова еднородност и социално единство¹⁴.

9 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 7, а. е. 74, л. 20-24. Преценка за резултатите от Националната конференция на младите литературни творци, изготвена от Комисията по идейно-възпитателната работа в ЦК на ДКМС и обсъдена в Секретариата на ЦК на ДКМС с участието на представители на СБП и ККИ.

10 Пак там, 21 и сл.

11 Като довод за това, че тогава идеологическите фразеологични отживелици все по-трудно влизат в работа и че нововъведенията в официалната езикова практика издават промени в основни идеологически постановки съобразно някои нови социални явления, нека мимоходом се приведе само едно извънредно интересно решение на Бюрото на Министерския съвет на НРБ от 6 октомври 1968. С него се приема предложението на Министерството на външната търговия, подкрепено от Комитета за изкуство и култура, в документите на пътуващите за пребиваване в чужбина вместо дотогавашното стандартно „творчески работници“ да се вписва „артисти“ или „хора на изкуството“, поради иначе непреодолимите затруднения по определяне статута им при договори с чуждестранни институции. В: ЦДА на РБ, ф. 136, оп. 46, а. е. 464, л. 4, също л. 15, Разпореждане на МС на НРБ № 421 от 12 ноември 1968. „За условията, при които дейци на изкуството могат да работят в чужбина“.

12 Живков, Т. (1972): Носете и издигайте още по-високо нашето чисто, свято и победоносно знаме! В: Тодор Живков: Младежта е нашето бъдеще. София, 175-216.

13 Пак там, 178.

14 Пак там, 176, 182-183, 186.

В тази реч понятието „млада художествена интелигенция“¹⁵ е в пряка връзка и е производно от по-обширното „художествено-творческа интелигенция“¹⁶. Очевидно с него се разграничават социални и политически позиции в групата „дейци на литературата и изкуството“¹⁷. Цялостната картина на „българската интелигенция“ се допълва още и с профили на представители на обществените науки и на младежта в тях – „философи, социолози, икономисти, журналисти“¹⁸, които редом с първите са „всички работници на идеологическия фронт“¹⁹. Завършена пълната картината достига с отрядите на „научно-техническата интелигенция“²⁰ и „младата научно-техническа интелигенция“²¹.

Такова детайлно разпластяване на вътрешни групи при високите художествени и образовани елити е новост; третирането им обаче като „идеологически работници“ е политически атавизъм. Атавистично е и свръхмерното значение, отдавано в тази реч на „художествената критика“, като изключителен регулатор на съвременния „художествено-творчески процес“²². Оттук, разбираемо, ретроградни ще са и мерките, набелязани в специалното решение на Политбюро на ЦК на БКП от 15 октомври 1969. „За нов подем в литературата и изкуството, на целия културен и идеологически фронт във връзка с речта на др. Т. Живков пред XVI конференция на софийската организация на Комсомола“²³. В него не само възкръсват най-грубите интонации на политическия език от края на 40-те и началото на 50-те години²⁴. Пряко набелязаните мероприятия „за нов подем в литературата и изкуството“ повтарят точно всичко правено досега в рамките на съществуващата още от тия вре-

15 Пак там, 192.

16 Пак там, 211.

17 Пак там, 192.

18 Пак там, 191.

19 Пак там, 192.

20 Пак там, 188.

21 Пак там, 190.

22 „Нашата партийна художествена критика е призвана не само да констатира фактите, но и активно да се намесва в художествено-творческия процес, да съдейства за неговото насочване в нужната на нашето общество посока...“ Пак там, 201 и мн. др.

23 ЦДА РБ, ф. 16, оп. 35, а. е. 904, л. 1-17. Решение на ПБ на ЦК на БКП № 428 от 15 октомври 1969. За нов подем в литературата и изкуството, на целия културен и идеологически фронт във връзка с речта на Т. Живков пред XVI конференция на софийската организация на Комсомола. Решението е публикувано във вид на брошура за служебно ползване с гриф „Поверително II степен“.

24 Пак там, 3-4 и сл. „Да обърне внимание главно върху партийната постановка: класово-партийният характер на литературата и изкуството и необходимостта от безкомпромисен класово-партиен подход при оценката на художествените факти, явления и тенденции, както и в цялата наша работа за насочването на творческия процес...“; „да се създава здрава, действително творческа обстановка сред художествената интелигенция...“; „...ГК на БКП в София заедно с отдел „Пропаганда и агитация“ на ЦК да извършат проверка на ППО при творческите съюзи и централните културни институти и след обсъждане на проверките в Бюрото на Градския комитет да се вземат незабавни мерки за повишение на ролята им...“ и т. н.

мена организирана институционална система за въвеждане на идеологията дълбоко в съдържанието на културата – засилване на и без това пълния контрол върху съществуващите издателски и репертоарни практики²⁵, партийно-политически контрол над хонорарната система, контракциите, договорянията и откупките²⁶, системата на конкурсите и журиране на художествени произведения, фондовете към творческите съюзи и държавните фондове за развитие на културата, отличията, званията, облагането с данъци, пенсиите на „художествените творци“ и т. н.²⁷ Макар че в речта на Живков „младата художествена интелигенция“ представлява особено ударение, в решението на Политбюро за нея изобщо не става дума. Вероятно и поради убеждението, че организационните форми на досегашния институционален контрол са си добри; над тях в решението на Политбюро не ляга дори и сянка на съмнение, че се нуждаят от промяна.

Да се създават специализирани звена, които да обгръщат „младата творческа смяна“ става наложително още в средата на 50-те години, когато поради

-
- 25 „Главните редактори, редколегиите и ръководствата на издателства: а) да укрепят кадрово своите културни отдели с хора на ясни класово-партийни позиции, способни да сплотяват творците на принципна основа; б) да привлекат според възможностите си на щатна работа писатели, за да възродят художествения очерк като особено действена форма за бързо отразяване на измененията в живота на народа; в) да привлекат художествени критици с изработен марксистко-ленински мироглед и млади хора, за чието израстване да се грижат...“. И още: „Опитът показва, че както естетическите възгледи и предпочитания на най-широки кръгове от читатели и зрители, така и тенденциите в самите творчески среди в най-решаваща степен се определя от господстващите в печата статии, рецензии, отзиви. Именно поради това важен партийен дълг на главните редактори и редакционните колегии е да оформят такова обществено мнение по отношение на творците и художествените произведения, което да представлява обществената атмосфера за укрепването на гражданската, класово-партийната линия в литературата и изкуството. Особено тия творци, които не само са в нужното тематично русло, а имат определени идейно-художествени завоевания – трябва да се пропагандират широко техните имена – като творци, с които партията и народът се гордеят“. Пак там, 11-12.
- 26 „Като се има предвид, че в разработката на въпросите на теорията не може и не бива да се разчита на самодейност, ПБ на ЦК на БКП възлага на печатните органи и издания на партията, а също така на Комитета за изкуство и култура и на творческите съюзи и техните издания да разработят подробни планове и да сключат контракции за написване на съответните статии и трудове...“. Пак там, л. 13.
- 27 „Абсолютно недопустимо е да се изразходват държавни и обществени средства за създаване, откупуване или награждаване на произведения, които влизат в противоречие с класово-партийния критерий. Системата от морални и материални стимули следва преди всичко да подпомага създаването на високоидейни художествени произведения за нашето героично съвремие, творби с ярки образи на съвременния работник, на кооператора, на героя комунист. Тази система трябва да служи и за преодоляване на уравновилката, която до голяма степен характеризира досегашната практика, особено в творческите съюзи, и да създава нормални условия за работа на талантливите дейци на нашата социалистическа култура...“. Пак там, 9-10. Също: Еленков: И. Културният фронт. Българската култура през епохата на комунизма – политическо управление, идеологически основания, институционални режими, София, 2008.

разширеното образование и пространства за изява творческите професионални колегии нарастват неколкостранно и при съвършеното отсъствие на пазар за произведения на изкуството, политическата йерархизация на „творците“ излиза напред като много важна както за регулиране на вътрешно-гилдийните отношения, така и, разбира се, за общия им политически и социален контрол. В началото на март 1956 в отдел „Наука, образование и изкуство“ на ЦК постъпва предложение за промяна в устава на Съюза на българските художници, тъй че завършилите с отличие и похвала Висшия институт за изобразителни изкуства да бъдат приемани направо за съюзни членове. На това тогавашното Министерство на културата гледало благосклонно, но отделът не; той много държи на съществуващото уставно условие за членове на СБХ да бъдат приемани само художници, получили признание на три последователни Общи художествени изложби. Отдел „Наука, образование и изкуство“ държи изключително също и на съществуващия уставен кандидат-членски статут на несъюзните членове – единственото условие пък те на свой ред да бъдат допускани до участие в Общи художествени изложби. В новия вариант на устава се преутвърждава дотогавашното положение – „Приемането на кандидат-членове на СХБ става един месец преди откриването на Обща художествена изложба. На принципа на творческите постижения по преценка на секциите (респ. групите на СХБ в провинцията), последните правят предложения за тяхното приемане, които се утвърждават или не от Президиума“²⁸. А че предложенията за промени в устава са подбудени от още неустановеното положение на младите художници личи от коментарите по предложенията на заместник-заведущия отдела в ЦК Ганчо Ганев, който изрично подчертава, че за да не се стига до безконтролно отваряне вратите на Съюза и всички ужасни последици от подобно опущение, на отличниците от ВИИИ „Николай Павлович“ да бъде признат само кандидат-членски статут, а всички останали завършили да влязат в „Кабинета на младия художник“. „Чрез Кабинета на художника – коментира отговорният партиен работник – Съюзът ще оказва всестранна помощ на бъдещите свои членове“²⁹. С малко прекъсване това общо взето се удържа и през следващото десетилетие. В средата на 60-те „Кабинетът“ се трансформира в „Ателие на младия художник“, но функциите му на помощна структура за работа на Съюза с „младите“ си остават същите.

28 ЦДА на РБ, ф. 1 Б, оп. 16, а. е. 91, 3. Предложения за промени в проектоустава на организацията на СБХ, 9 март 1956. Тогавашното ръководство на съюза се именува „Президиум“, б. м., И. Е.

29 Ето цялата фраза: „Необходимо е да се поеме курс не на широко отваряне на вратите за приемане в Съюза, а на освобождаване на Съюза от мъртвите души и на допускане в него на хора, действително занимаващи се с творчество в областта на изобразителните изкуства. Условие за това дава създаваният „Кабинет на художника“, в който ще членуват неприетите в Съюза. Чрез „Кабинета на художника“ Съюзът ще оказва всестранна помощ на бъдещите свои членове“ и пр., пак там, 18-19.

Подобно е положението и при „младата литературна смяна“. „Кабинет на младия писател“ съществува от средата на 50-те³⁰. В „Преценка за резултатите от Националната конференция на младите литературни творци“ от май 1965 Комисията по идейно-възпитателната работа при ЦК на ДКМС констатира, че липсата на грижи за идейното и професионалното израстване на младите литературни сили се е усетило особено остро след разпускането на Кабинета в началото на 60-те³¹. Основният извод от тази конференция е да се предприемат незабавно действия за изграждане на ново творческо обединение, като за в бъдеще „Съюзът на българските писатели се заеме изцяло с професионално-методическите въпроси от работата с младите творци и тяхното обединение, Комсомолът да съсредоточи усилията за идейната подготовка и развитие на обществената им активност, а Комитетът за култура и изкуство, като висш орган на културната дейност у нас, наред с тези въпроси да обръща по-голямо внимание на създаването на повече възможности за изява и творческо-битово подпомагане на младите писатели“³². Специално общо решение на ръководството на Комитета за култура и изкуство, Бюрото на СБП и Бюрото на ЦК на ДКМС за работата с младите литературни творци, подписано съответно от Димитър Райков, Младен Исаев и Николай Дюлгерев, разпорежда създаването на новото творческо обединение да стане на базата на досегашния национален опит и внимателно проучване на направеното в тази насока от социалистическите страни. Предвижда се през октомври същата година да се изпратят делегации, съставени от по един представител на трите инстанции, в СССР, ГДР и Полша, които след завръщането си до края на ноември да внесат съответните предложения³³. Решението съдържа и постановки, които ще се превърнат в неизменни пунктове в много почини при работата с „младите литературни творци“ през следващите години – СБП и ЦК на ДКМС да провеждат редовни обсъждания с тях по състоянието на всички жанрове, „за повишение на идейно-естетическата подготовка“ всяка година по творческите им бази „горните организации да организират курс с талантиви представители на най-младата литературна смяна“, да се преустрои съществуващата на бул. „Ал. Стамболийски“ № 11 книжарница в специализиран магазин за младежка и юношеско-детска литература с нарочно място за срещи и обсъждания с млади писатели и обща пропагандна работа, да се организира четири пъти годишно излизането на младежкия литературен сборник „Смяна“, при изпра-

30 Мигев, В. (2001): Българските писатели и политическият живот в България (1944-1970), София: ИК „Кота“, с. 116.

31 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 7, а. е. 74, л. 23. Преценка за резултатите от Националната конференция на младите литературни творци, изготвена от Комисията по идейно-възпитателната работа в ЦК на ДКМС и обсъдена в Секретариата на ЦК на ДКМС с участието на представители на СБП и ККИ.

32 Пак там, 23-24.

33 Решение на ръководството на Комитета за култура и изкуство, Бюрото на СБП и Бюрото на ЦК на ДКМС за работата с младите литературни творци. Пак там, 25.

щане на делегации на трите структури в чужбина, както и на международни лагери и бригади, винаги да бъде предвиждано място и за представител на младите творци и мн. др.³⁴ Изглежда, принципно поне, през 1966 новият „Кабинет на младия писател“ вече е започнал своята дейност.

Онова, което отличава описаните в последните една-две страници виждания и организационни почини спрямо „младите творци“ и тия спрямо „младата художествено-творческа интелигенция“, подети от началото на 70-те, е третирането на всяка група „млади“ през предишните години като сама за себе си, преди всичко гилдийно, при липсата на съвкупен образ именно на „млада художествено-творческа интелигенция“; отличава ги липсата на неин единен образ, при разбиране за всичкото многообразие на групите ѝ подвидове. Както ги отличава и тяхното открито, идещото от Комсомола, съответните творчески съюзи и Комитета за изкуство и култура, политическо, професионално и административно опекунство.

През 1971 се създава „Национален клуб на младата художествено-творческа интелигенция“. Такова обединение до този момент не е имало. Неговата организационна структура вече позволява „младата художествено-творческа интелигенция (...) да се диференцира по видове изкуства (ателиета, кабинети, студия на младите творци към съответните творчески съюзи) и обединява в Клуба, изграден като Национален център с регионални звена. Тази система стимулира творческо-професионалното ориентиране и осъществяване на художествените дарования; спомага за правилното им идейно, естетическо и житейско социално възпитание. Тясната им връзка с творческите съюзи налага в дейността им проверени и стабилни критерии за тяхното творчество, а обединението им в клубове подпомага преодоляването на затвореното, цеховото социално и художествено мислене и е предпоставка към съзнанието за единство на художествения процес“³⁵. Очевидно само „критиката“ вече не може да бъде онзи „регулатор“, за каквато се мисли тя по-напред.

Преди обаче да се премине към излагане структурата и дейността на гореказания Национален клуб, необходимо е да се кажат няколко думи по някои изменения в принципите на управлението на социалистическото общество през 60-те и за свързаните с тях промени в културната политика от началото на 70-те.

Първото, което трябва да бъде изтъкнато в тази връзка, засяга „задвижването“ на т.нар. „обществено-държавно начало“ от началото на 60-те. Това е нов

34 Пак там, 26-27.

35 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 10, а. е. 56, 58. Работата с младата художествено-творческа интелигенция и нейната роля в изграждане на културата на Зрялото социалистическо общество. Доклад на з. д. к. Милчо Германов, първи зам. председател на Комитета за култура, пред VII пленум на Комитета, посветен на работата с младата художествено-творческа интелигенция и ролята ѝ в изграждането на Развитото социалистическо общество. 12 ноември 1980. Курсивът в приведения цитат е направен от мен, И. Е.

общ „принцип на управлението“, но специално в „системата на културата“ означава допускане на много специфично, макар и формално, но все пак, каквото и да се каже, допускане на експертно управление. Несъмнено се отстъпва от положението то да се осъществява от чист партийен функционер, каквито са общо взето всички първи фигури в нейното „ръководство“ и огромната част от тях на по-ниските оперативни равнища след 1948 г. „Обществено-държавното начало“ би могло да се определи като усилие за административно-ръководна специализация и професионализация на управлението на културата, разбира се, пак под политически и идеологически контрол, но вече опосредствано, чрез „представители на обществените и културните организации и видни дейци на културата и изкуството“, а не както дотогава – пряко партийно командване на „културния фронт“. В този смисъл създаването на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция е институционален ефект на споменатото вече властово конструиране и идеологическо усвояване на променената и променяща се през 60-те публична сфера.

Вторият момент, на който следва да се обърне внимание, е въвеждането от началото на 70-те години на т. нар. „единни дългосрочни програми за развитие на културата“³⁶. Те са несъмнена форма на промяна на политическите практики за управление на производството и разпространението на култура и могат да бъдат мислени като най-важната вътрешна граница в историята на културната политика на комунистическия режим у нас. Подемането им тогава е знак за усилията да се постигне ефективен обхват на množащите се нови обществени среди и културни аудитории в контекста на промените в социалната структура на социалистическото общество; чрез тях управлението на културата вече се концептуализира не като провеждане на политико-просветни пропагандно-идеологически мероприятия, а като управление на диференцирани социални процеси. При обновлението на идеологическите наративи и поделото се контролирано разширяване границите на официалния вкус програмните проекти са насочени да отместват социалните граници на обновената с нови мотиви идеология в културата. Това обяснява тяхната многопосочна ориентация.

Те правят възможно съвместяване на онова, което през 1967 председателят Матев определя като изключително присъщо на съвременната социалистическа култура – „многостранно богатство на търсения, стилове, индивидуалности, почерци“³⁷; правят възможно съвместяването на идеологията с нови явления в културата от различен порядък. В програмните проекти

36 Разработката на първия дългосрочен проект „Всенародната програма за естетическо възпитание на младежта и трудещите се“ се оповестява от трибуната на X конгрес на партията през април 1971. Първият вариант на програмата се обсъжда в КИК през април 1974.

37 За постиженията и перспективите на социалистическата култура и изкуство в НРБ. Доклад на председателя на Комитета по културата и изкуството Павел Матев, изнесен пред Първия конгрес на българската култура, София, 1967, 20.



се разгръщат теми асоциирани с високата, дори с елитарната култура, което предполага включване в тях на всички „творци“ при административно обезпечен отвсякъде достъп до обновените публични места за творческа изява. Така с тях се доказва наличието на своеобразен „духовен елит“, неразривно свързан с тоталната „културна общественост“ и се поддържа увереността у режима, че има не само политическо, но и интелектуално лидерство над „творците“, поради което и тяхната „безрезервна“ подкрепа.

Още, дългосрочните програмни проекти приобщават по нов начин „културния човек“ от 70-те и 80-те години към идеологическите тематизации в официалната култура. Предназначени са за нови, „активни потребители на култура“; тяхната перманентност и пригодеността им към новите медии (телевизия, радио) разширява времето на траенето им и числото на участниците в тях; множествеността на формите, еkleктичното им съдържание и смесени жанрове дават по-достъпна, осъвременена форма на идеологическата езотерика. Проектираните социални функции на програмите са насочени да постигнат своеобразна спойка между всички; насочени са да произведат новата идеологическа хомогенност и културната идентичност на т.нар. „развито социалистическо общество“.

Това е, най-общо казано, управленският и идеологическият контекст, в който през 1971 се появява Националният клуб на младата художествено-творческа интелигенция.

Под ръководството на вездесъщия Иван Славков в първите години на съществуването си Клубът приема неясната форма на „движение“³⁸. Вероятно така се означава все още липсващата негова структурна определеност и ангажименти на съюзите-основоположници – СБП, СБХ и ЦК на ДКМС. Затова и най-често тази неяснота се компенсира с ентузиастки позовавания на обстоятелството, че още с изграждането му в него активно се включват „най-талантливите представители на младите“ – Светлин Русев, Любомир Левчев, Георги Костов, Димитър Манолов, Станислав Стратиев, Маргарит Николов и др. Националният клуб се представя като „организационно обединение на цялата млада творческа смяна от всички области на изкуствата за нейното идейно-политическо и професионално израстване, както и за координацията на дейността ѝ (...), отворена система без задължителен професионален и образователен ценз и с това – особено демократична.“³⁹ До средата на това десетилетие той „катализира“ новото изграждане на Кабинета на младия писател и за създаването на Клуб на младия журналист⁴⁰.

38 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 10, а. е. 56, л. 100. Творци на днешния и утрешния ден, съдоклад на з. д. к. Иван Славков за работата на Националният клуб на МХТИ, пред VII пленум на Комитета за култура, посветен на работата с младата художествено-творческа интелигенция и ролята ѝ в изграждането на Развитото социалистическо общество, 12 ноември 1980.

39 Пак там, 99.

40 Пак там.

На 2 декември 1977 се провежда среща на Секретариата на ЦК на БКП с участниците в поредната Трета национална конференция с младите литературни творци. Пропагандата представя словото на Тодор Живков на тази среща за отправна точка на едно ново отношение към „младата художествено-творческа интелигенция“⁴¹. По-големи основания да бъде видяна такава точка обаче има възшествието на Людмила Живкова начело на управлението на Комитета за култура и формирания нов идеологически контекст с обещанията ѝ за ново колективно спасение, основано на култура, и нов, прероден в нея за красотата човек.

Въз основа на словото на първия партиен и държавен ръководител, както и на многоговореното тогава негово писмо до ЦК на Комсомола от 18 юли 1978 „Учение и труд – жизнерадост и дръзновение“, на 28 ноември 1978 Политбюро на ЦК на БКП излиза с решение, озаглавено „Израстването и изявата на младите таланти в литературата и изкуството – общопартийно и общонародно дело“⁴². В него се констатира липса на научнообоснована система за ранно откриване на талантите, чувствителни пречки за развитието на творческите заложби у децата и младежите поради слабости в съществуващата общообразователна система и висшите учебни заведения, включително и в тия по изкуствата, „откъснатост на младите творци от живота и съпътстващата тази откъснатост „детска смъртност“ на таланта“, сериозни пропуски в идейно-политическата подготовка на младите критици при овладяването на теорията и метода на социалистическия реализъм, опита на най-изтъкнатите творци, и като връх на всичко, „липса на постоянна активност, пълна координираност и еднопосочност в усилията на партийните и държавни органи, на творческите съюзи, младежките обединения, Комсомола и другите обществени организации в работата им с младите таланти“⁴³. Последното обстоятелство има пряко отношение към активизирането на дейността на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция, а не ще и дума, че всички тези събития подбуждат трудно установимо число казионни мероприятия, до едно в отклик на партийната повеля – от по-значимите през 1979 и 1980 нека

41 Живков, Т.: Борбата на народа за свобода, прогрес и социализъм – костната система на българската художествена литература. Слово на срещата на ЦК на БКП с участниците в Третата национална конференция на младите литературни творци, състояла се в резиденция „Бояна“. Стенографски запис, 2 декември 1977 година. В: Живков, Т. (1979): Избрани съчинения. т. 26, София, 602-641. На тази среща Живков постига едно от най-обскурантните си проникновения (с. 634): „...Костната система на българската литература е борбата на българския народ за свобода, прогрес и социализъм, гръбнакът на българската литература е политически. (Много продължителни ръкопляскания). Политиката и литературата, политиката и изкуството са неделими. Пазете от болести и изкривявания тази костна система, укрепвайте я, дръжте винаги изправен гръбнака на нашата художествена литература...“ и пр.

42 Работническо дело, № 357, 27 декември 1978.

43 Пак там, също: ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 10, а. е. 56, 11. Материали по подготовката на VII пленум на Комитета за култура, посветен на работата с младата художествено-творческа интелигенция и ролята ѝ в изграждането на Развитото социалистическо общество, ноември 1980.

се споменат само научно-практическата конференция „Социална динамика и млада литература“, Първа национална конференция на младия театрален творец, Първа национална среща на младите журналисти, Първи национален преглед на младите преводачи, Първи национален преглед на творчеството на младите кинематографисти, провели се за първи път Димитровски празници на младата художествено-творческа интелигенция в гр. Перник и т. н.⁴⁴ Връхна и най-важна проява във веригата събития обаче е VII пленум на Комитета за култура, състоял се на 20 и 21 ноември 1980 в зала „Георги Кирков“ на Партийния дом, назначен да бъде обобщение на произтеклото и призован да приеме разработената под негово ръководство „Дългосрочна комплексна програма за работата с младата художествено-творческа интелигенция и за повишаване на нейната роля в изграждането на културата на Зрялото социалистическо общество“⁴⁵.

Пленумът констатира изградената в последните години завършена структура на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция, обхващаща в своята цялост Кабинет на младия писател със 120 члена, Ателие на младите художници с 1112 члена, Кабинет на младия композитор с 90 члена, Кабинет на младите филмови дейци, заедно с експерименталната младежка филмова студия общо с 210 члена, Студио на младия музикант с 450 члена, Секция на младите театрални дейци с 395 члена, Кабинет на младия преводач със 180 члена, Кабинет на младия журналист с 1354 члена и Секция на младите архитекти с 452 члена. „Тези цифри – анализира първият заместник председател на Комитета за култура Милчо Германов – говорят за внушителния ръст на тази система, за нейното органично място в цялостния културен процес, независимо от нееднаквите критерии, по които става приемането в различните кабинети, ателиета и секции“⁴⁶. Разгръщан се процесът по изграждане на окръжни и общински клубове на младата художествено-творческа интелигенция с целогодишна дейност; вече били създадени първите в по-големите градове, но от продължаващата работа в тази посока още имало много какво да се желае.

Споменатата по-горе дългосрочна комплексна програма, обсъдена и приета на пленума, е изнурителен обемист документ, който с оглед конкретната тема на това изследване ще бъде споменат, доколкото допълва представите за идеологическия и управленския контекст, основа на описваните събития. Осъществяването ѝ е разчетено за времето до 2000 година и структурата ѝ включва три подпрограми „с единна цел и взаимобусловени от етапите на

44 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 10, а. е. 56, 55. Работата с младата художествено-творческа интелигенция и нейната роля... Доклад на з. д. к. Милчо Германов..., 12 ноември 1980.

45 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 9, а. е. 267, 76. Протокол от заседанието на Председателството на КК от 11 март 1980.

46 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 10, а. е. 56, 58. Работата с младата художествено-творческа интелигенция и нейната роля... Доклад на з. д. к. Милчо Германов..., 12 ноември 1980.

социализация на таланта – откриване, подготовка, реализация..., – от момента на проява на художествените заложби и способности у младата творческа личност до нейната професионализация и пълноценна творческа реализация⁴⁷. Четвъртият раздел от програмата е озаглавен „Превръщането на работата с младите художествени таланти в планомерен, организиран и управляем процес, поставен на научна основа и дълбоко свързан с потребностите на Развитото социалистическо общество“; той има най-пряко отношение към кръга на заниманията в това проучване. В него се разработва координацията в действията на творческите съюзи, Комсомола и Министерството на народната просвета, като се посочват мерки по усъвършенстване на дейността на редица институти, занимаващи се в една или друга степен с дарованията – Центъра за художествена самодейност, Дома за литература и изкуства за деца и юноши, Централния пионерски дворец и Центъра за квалификация на художествено-творческите кадри при Комитета за култура. Позовавайки се на „международния опит“, документът подбужда създаването на научно-информационна система за „картотекиране и творчески учет“ на художествените таланти като „...действен механизъм за контрол и отчет в цялостния единен процес на тяхната социализация“, както и създаването на нормативни документи, регламентиращи цялостната дейност по работата с младата художествено-творческа интелигенция⁴⁸.

След всичко казано дотук, никак не е чудно, че началото на новото десетилетие се отличава с небивал разцвет на инициативи, предоставящи широки пространства за творческа изява на „младата художествено-творческа интелигенция“. Всички творчески съюзи, отделно Комитетът за култура, ЦК на ДКМС, т. нар. „Творческо-производствени обединения“ и културните институти, на свой ред приемат собствени програми за работа в тази насока⁴⁹. За мащабите на изследването тук би било невъзможно да бъдат изброени дори най-характерните в това отношение прояви за всяка от споменатите инстан-

47 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 10, а. е. 56, 13. Дългосрочна комплексна програма за работата с младата художествено-творческа интелигенция и за повишаване на нейната роля в изграждането на културата на зрялото социалистическо общество.

48 Пак там, 39-40. Интересно е да се отбележи обстоятелството, че на заседанието на Председателството на Комитета за култура на 22 юли 1980, приело тезисите за основния доклад пред пленума, се изнася, че работата по научно-информационната система вече била поела своя ход – били картотекирани 70 000 (седемдесет хиляди!!!, б. м., И. Е.) деца, проявили се през 1978-1979 на различните етапи от прегледите за подбор на участници в Първата международна детска асамблея. Вж. ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 9, а. е. 284, 36. Заседание на Председателството на Комитета за култура от 22 юли 1980, приело тезиси за основния доклад пред VII пленум на КК – „Основни насоки за работа с младата художествено-творческа интелигенция и за повишаване нейната роля за изграждане на Зрялото социалистическо общество“.

49 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 11, а. е. 234, 21. Обзорна информация и справка за постиженията на българската социалистическа култура през периода между XII–XIII конгрес на БКП, 24 април 1986.

ции, затова ще се кажат само по-крупните общи изяви на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция, подели се от негово име от края на 70-те и началото на 80-те години и утвърдили се като ритмично повтарящи се през няколко години официални културни събития: Национален конкурс за всички изкуства – „Земя бащина – земя кърмилница“ и дни на младото изкуство в Разградски окръг⁵⁰; Национални празници на младата художествено-творческа интелигенция „Южна пролет“ в Хасково с награди за най-добри дебютни изяви в областта на литературата, киното, пластичните изкуства и преводаческото дело; Национален пленер-семинар на младите архитекти (с международно участие) в Русе и Смолян; Обща художествена изложба на Ателието на младия художник; Национален конкурс на Ателието на младия фотограф; Национална среща на Клуба на младия журналист; Национален преглед на Кабинета на младия български композитор „Млада българска музика“; „Пеньопеневи дни“ в Димитровград (за всички изкуства); Празници на политически ангажираното младо изкуство в Благоевград; Национална конференция по проблемите на младата литературна и художествена критика; Национални празници на младата художествено-творческа интелигенция в Странджа-Сакар; Национални празници на Младежките театрални сцени; Национален преглед „Младо българско кино“ в Смолян (с международно участие); Национални дни на младата патриотична поезия в Мелник (с международно участие); Национален преглед на продукцията на младия преводач и още много други.⁵¹

В началото на 80-те се подема и работа в съгласие с указанието на VII пленум на Комитета за култура по разработката на нормативни документи, регламентиращи изцяло работата с младата художествено-творческа интелигенция. В справка на отдел „Култура“ при ЦК на БКП от юни 1983 се излага съществуващото положение. Документът представя Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция като „...доброволно самоуправляващо се обединение на младите български творци, съчетаващо в себе си както характерните особености на спонтанно младежко движение, така и на самодейна организация. В своята работа клубът се подпомага от ДКМС (Централния и

50 Темата на конкурса и дните са посветени на младите труженици от селското стопанство. Резултатите се обявяват на „Събор на плодородието“ във Варна, (б. м., И. Е.). В този ред на мисли има и почини за свързването на „младата художествено-творческа интелигенция“ с „работническата класа“. Нека само се посочи правеното от СБХ в това отношение – уредената национална изложба „Младежта и трудът“ в Габрово и откритата там „Младежка работническа галерия“; дадените дългосрочни контрактиции на „млади творци“ за работа в МК „Л. Ил. Брежнев“ (Кремиковци), представящи се с изложби след изтичане на контрактиционния договор, и мн. др. Вж. цитираната в бел. №49 „Обзорна информация и справка за...“, 22.

51 ЦДА на РБ, ф. 1 Б, оп. 78, а. е. 864, 4-б. Справка от отдел „Култура“ при ЦК на БКП за дейността на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция, с приложена схема за структурата на ръководството на НК на МХТИ, 7 юни 1983.

Окръжните комитети на Комсомола), Творческите съюзи и Комисиите за духовно развитие при Общинските народни съвети...⁵². Организационната му структура принципно повтаря тази от началото на 70-те години. В началото на новото десетилетие тя вече практически е осъществена в пълната широта и дълбочина на първоначалния замисъл и има строен казионен изглед: „На национално равнище съставни звена на Клуба са младежките секции (кабинети, ателиета, сцени) при различните творчески съюзи, които имат свои самостоятелни ръководства, своя организационна структура и се ръководят съвместно от съответния творчески съюз и ЦК на ДКМС. На окръжно равнище поделения на Националния клуб са Окръжните клубове. Тяхната вътрешна структура е подобна на Националния клуб – има секции по видове изкуства, но те вече нямат организационна самостоятелност, както тези на национално равнище. Окръжните клубове се ръководят от Окръжните комитети на ДКМС заедно с Окръжните съвети за култура и от Председателството на Националния клуб“. Ново в сравнение с положението от дните на пленума Комитета за култура през 1980 е създаденото Ателие на младия фотограф и напълно изградените 26 окръжни клуба с численост, варираща в отделните градове, от 150 до 300 души.⁵³

Най-висш орган на Националния клуб е неговата Отчетно-изборна конференция, провеждана на 3 години. Тогава делегати от всички поделения избират Съвет и Председателство. Съветът на Националния клуб е „висш изпълнителен орган“, изграден от членовете на Председателството, председателите на окръжните клубове, от всички председатели на кабинетите, секциите, ателиетата, отделни изтъкнати млади творци и президента, или вице-президента на Българо-съветския клуб на младата художествено-творческа интелигенция⁵⁴. Пряк „оперативен ръководен орган“ е Председателството на Националния клуб, съставено от председател, петима заместник-председатели, отговорен секретар, (който е едновременно и щатен заместник-заведущ отдел „Култура“ при ЦК на ДКМС), и членове (27 души)⁵⁵. Към датата на документа председател на Клуба е изпълнителят на главната роля във филма „Хан Аспарух“, лауреатът на Димитровска награда, член на Бюрото на ЦК на ДКМС и актьор в Театъра на народната армия Стойко Пеев; заместник-председателите са Пламен Джуров, композитор и диригент, член на ЦК на ДКМС, з. а. Минчо Минчев, цигулар, лауреат на Димитровска награда, Николай Петев, литературен критик, председател на Кабинета на младия писател, Андрей Алтъпармаков, кинорежисьор, председател на Кабинета на младите филмови

52 Пак там, 24.

53 Пак там, 2.

54 Такъв клуб съществува от 1967. Заседава веднъж на 2 години у нас и в СССР. Съществуването му между заседанията се изразява в съвместни изяви – изложби, премиери и обсъждания, творчески командировки. Негово издание е алманахът „Дружба“, прераснал после в списание на български и руски език.

55 Пак там, 2-3.

дейци, Недко Солаков, художник, председател на Ателието на младия художник и Константин Миленов, председател на Ателието на младия архитект. Отговорен секретар на клуба е Марин Балтов, поет и заместник-заведущ отдел „Култура“ на ЦК на ДКМС⁵⁶. Към структурата на ръководството са и комисиите към Съвета на Националния клуб, оглавявани от заместник-председателите – Комисия по организационни и социално-битови въпроси, Комисия по идейно-политическо възпитание, Комисия по патриотично и интернационално възпитание на младите творци и международната дейност на клуба, Комисия по художествено-творческото израстване и изяви, Комисия по работата на българо-съветския клуб на младата художествено-творческа интелигенция, Комисия по участието на Националния клуб в движенията „Знаме на мира“, „Ален мак“ и „Българска музикална младеж“ и накрая Комисия по участието на Националния клуб в изпълнението на Всенародната програма за естетическо възпитание на трудещите се и младежта⁵⁷.

Основната форма на възпитателната работа с членовете са семинарите на Националния клуб и на секциите – обикновено тридневни из „творческите бази“ на съюзите и Комсомола, навсякъде по приблизително един и същ сценарий – с работно гостуване на изявени творци и изтъкнати партийни ръководители за обсъждания общото състояние и перспективите на българската култура, съответно, отделните изкуства, произведения на „младите“, текущи проблеми на самите младежки творчески групи и т. н.⁵⁸

От архивните материали на отдел „Култура“ към ЦК на БКП би могло да се изведе, че въпреки припознаването с думи на Националния клуб като общо ръководство на „идейното и творческото израстване на младата художествено-творческа интелигенция“, творческите съюзи продължават да са тия, които имат най-ясно засвидетелствано отношение поне към „творческото израстване“. В „Справка по някои въпроси от дейността на художествено-творческите съюзи в България“ на същия отдел от ноември 1983 за поделението на младите писатели е казано недвусмислено „Кабинетът е един от източниците за приемане на членове на Съюза на българските писатели“⁵⁹ и с повече или по-малко уговорки тази констатация важи и за останалите творчески съюзи. По тази причина писателският съюз поддържал изразена линия за стимулиране на младежкото творчество, като присъждал „Награда за най-хубава първа книга“ на ежегодните тържества „Южна пролет“ в Хасково, наградата „Изгреви над Тунджа“, връчвана в Ямбол на всеки 3 години на млад автор пак за първа книга, а освен тези за дебют, само за младите с различна периодичност били

56 Пак там, 8-9.

57 Пак там, 3.

58 Пак там, 4.

59 ЦДА на РБ, ф. 1 Б, оп. 78, а. е. 134, б. Справка по някои въпроси от дейността на художествено-творческите съюзи в България. 3 ноември 1983. Би могло да се добави, че това „един от източниците“ е стилистична фигура на административния език – Кабинетът е основният източник.

учредени 18 национални награди за литература, 73 на окръзи и ведомства, а отделно СБП ежегодно раздавал и награди за високи младежки постижения⁶⁰. За отношението на СБХ към членовете на Ателието на младия художник се казва, че „стимулирането на творчеството на младите се осъществява чрез контрактиции, творчески командировки, откупуване на произведения от изложби, осигуряване на ателиета за творческа дейност и др.“⁶¹, като изрично се упоменава, че приемането им в Съюза продължава да следва старото уставно положение, това да става „след участие в няколко общи и национални художествени изложби“⁶². По всяка вероятност точно това е и причината за отчитаната голяма активност на „младите художници“, чиито работи стигали 60-70% от представяните произведения за участие в някои общи и национални изложби⁶³. По същия начин се говори за „Кабинета на младите кинематографисти“ и за специалната съвместна програма, подписана от секретаря на ЦК на ДКМС, председателя на Съюза на българските филмови дейци, генералния директор на „Българска кинематография“ и председателя на Кабинета на младите кинематографисти, подsigуряваща екранните изяви изключително на „младите кадри“⁶⁴. Не отстъпва и правеното от Съюза на българските композитори и Съюза на музикалните дейци в България, предоставящи щедро „...стимулиране творчеството на младите композитори и музиковеци – контрактиции, откупуване и поставяне на музикално-сценични произведения, награди както на прегледите, така и за високи художествено-творчески постижения, изпращане в творчески командировки, специализации и т. н.“⁶⁵ Такова е положението и в Съюза на артистите в България, по чиято инициатива към всички театри в страната били учредени младежки сцени, кафе-театри, експериментални студия и други разни форми за изява на „младите дарования“⁶⁶. Освен дейността на изброените дотук творчески съюзи под наблюдение на отдел „Култура“ на ЦК, не по-слаба била работата с тях и в Съюза на българските журналисти, наблюдаван от отдел „Средства за масова информация“, Съюза на научните работници, наблюдаван от отдел „Наука и образование“, Съюза на архитектите в България, наблюдаван от отдел „Строителство и архитектура“, и Съюза на преводачите в България, наблюдаван от отдел „Външна политика и международни връзки“ при Централния комитет⁶⁷.

На заседание на Председателството на Комитета за култура през януари 1985 се приема „Статут на Националния клуб на младата художествено-твор-

60 Пак там, 6-7.

61 Пак там, 11-12.

62 Пак там, 10.

63 Пак там, 11.

64 Пак там, 14.

65 Пак там, 16, 19.

66 Пак там, 22.

67 Пак там.

ческа интелигенция“, нормативен документ, регламентиращ за първи път „изцяло работата с младата художествено-творческа интелигенция“⁶⁸. В него няма нищо, което да е принципно съвсем различно от известното вече, изложено дотук. Необходимо е да се отбележи сега твърдото положение, че „членове на Националния клуб могат да са млади професионални творци на възраст до 35 години, притежаващи необходимия творчески атестат, чието съдържание се определя от съответния Творчески съюз“, както и ясно изразената съподчинена връзка на младежките творчески поделения спрямо деветте творчески съюза (Ателие на младите архитекти, Ателие на младия художник, Ателие на младия фотограф, Кабинет на младия композитор, Кабинет на младия писател, Кабинет на младите преводачи, Кабинет на младите филмови дейци, Клуб на младия журналист, Секция на младите театрални дейци и Студио на младия музикант)⁶⁹. На повърхността на думите статутът отразява възврат към една по-ранна пропагандна образност, към по-явен, открит идеологически наратив, характерен за началото и средата на 80те⁷⁰, и затова ще бъдат спестени словесните фигури, удостоверяващи промените за пореден път в идеологическия контекст, и ще се кажат само няколко думи за две от действително новите неща, които дотогава не са имали изрична нормативна регламентация.

Първото се отнася до обособяването на Младежки творчески обединения, съставени от млади членове на творческите съюзи в рамките на самите тях. И те са поделения на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция, ръководят се и се отчитат нему, пред отдел „Култура“ при ЦК на ДКМС и пред ръководствата на собствените си съюзи. Имат си собствено Изпълнително бюро от 7 до 11 души, съставено от председател, заместник, секретар и членове. Бюрото се избира на отчетно годишно събрание в съгласуваност с отдел „Култура“ на ЦК на ДКМС и съюзното ръководство. Председателят по право е член на Управителния съвет на своя творчески съюз. Към

68 ЦДА на РБ, ф. 405, оп. 10, а. е. 334, 2. Протокол с приложения от заседание на Председателството на КК от 14 януари 1985 за утвърждаване на „Статут на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция“ и др.

69 Пак там, 14.

70 Пак там, 10-11. „Националният клуб на младата художествено-творческа интелигенция е обединение на младата творческа смяна от всички области на изкуството за нейното по-нататъшно идейно-политическо и професионално-творческо израстване, за претворяване в живота на Генералната априлска линия и политика на БКП в областта на художествената култура. НК на МХТИ още е и творческа лаборатория за откриване и развитие на младите таланти. Основните задачи на НК на МХТИ са: 1. Да работи за комунистическото възпитание на младите творци, за верен класово-партиен критерий към обществените и художествените факти; 2. Да създава условия за професионалното израстване и утвърждаване на младите творци, да стимулира търсенията им в съвременната тема, за създаване на значими произведения от позициите на социалистическия реализъм, в които живее пълнокръвно нашето съвремие“ и пр.

обединението се изгражда комсомолско дружество и секретарят му по право пък е член на Изпълнителното бюро на обединението⁷¹.

Второто, с което „Статутът“ е различен от вече познатото, е във връзка с изричната регламентация на материалната база и финансирането на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция. Той ползва като собствени бази на столичните и окръжните свои подразделения, НДК „Л. Живкова“, младежките клубове и домове, читалищата, както и всички бази на Комитета за култура, на Окръжните съвети за култура и тия на творческите съюзи. Цялостната му дейност се финансира от ЦК на ДКМС (съответно Окръжните комитети на ДКМС), Комитета за култура (Окръжните съвети за култура) и творческите съюзи. Водеща роля тук, а както излиза, водеща и по отношение на инициативността на Клуба, има Комсомолът, защото Секретариатът на ЦК на ДКМС утвърждава финансов план за работата на НК на МХТИ за всяка предстоящата година, като средствата се планират по бюджета на отдел „Култура“ при ЦК на ДКМС. Съгласно този план председателят на Комитета за култура от своя страна планира средства за мероприятията имащи отношение към естеството на неговата дейност, и ги превежда на бюджета на ЦК на ДКМС, а тези средства се ползват с изрично решение на Секретариата, след съгласуване с Комитета за култура. Младежките творчески обединения се финансират само от съответния творчески съюз, като се допуска за някои „крупни работи“ финансирането „целево“ да може да дойде от ЦК на ДКМС и Комитета за култура, с превод по нарочно перо „Млади творци“ към отделния съюз.

Окръжните клубове се финансират от Окръжните комитети на ДКМС и Окръжните съвети за култура дялово, в зависимост от града и инициативността на младежкото творческо поделение, но не по-малко от 2000 лв. годишно. Международната дейност на Националния клуб се подсигурава по конкретен за всяко начинание, отделен финансов план⁷².

В такъв организационен формат и общи принципи Националният клуб на младата художествено-творческа интелигенция встъпва в „перестроечния“ контекст на последните години от социализма в България. Идеите за промяна на положението, идещи както от „преустройващата“ се Комунистическа

71 Пак там, 17-18.

72 Пак там, 22-23.

партия⁷³, така и из средите на самите „млади творци“⁷⁴, на практика водят към разпад на съществуващата система, означавана с неговото име.

* * *

И така, от изложеното по-горе би могло да се разбере, че най-напред идеологическите доводи за съществуването и изявиите на една „млада художествено-творческа интелигенция“ идат от притеснението за възможен генерационен разрыв, който същевременно би бил политически, социален и културен разрыв. Постепенно иначе несводимите един към друг, алогични пропагандни тезиси – „младежта е нашето бъдеще“ и „сплотяване на всички поколения“ – намират безпротиворечивото си разрешение в откритата йерархизация на генерационните неравенства посредством структури на институционално съподчинение. Това е линията на изграждане на системата, означена през 1971 с името на Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция, чиято накратко дадена тук история може да се чете като история на едно организирано и направлявано докрай мирно съвместно остаряване – история на трудния път на усвояване на непреходните ценности на „революционните поколения“, инициация и постепенен преход в света на пълноправните при стария режим люде.

73 ЦДА на РБ, ф. 1 Б, оп. 78, а. е. 164, 5. Предложение на отдел „Идеологическа политика“ на ЦК на БКП за преустройство на Творческите съюзи в Творческо-професионални съюзи“, 9 януари 1989. В документа се предлага „...завършилите висши учебни заведения по специалността стават по право членове на творческо-професионалните съюзи, но за пет години; за да останат и след това членове, то те трябва да са получили обществено признание“ и пр.

74 ЦДА на РБ, ф. 1 Б, оп. 78, а. е. 849, 13. Писмо от отдел „Идеологическа политика“ на ЦК на БКП до Председателя на Съюза на българските филмови дейци във връзка с изложение на млади кинодейци по повод основните насоки и задачи за развитието на художествената култура, 12 февруари 1989. Специално във връзка с Националния клуб на младата художествено-творческа интелигенция в изложението се казва: „...а) Ръководството на младата художествено-творческа интелигенция трябва да бъде свободно избирано, а не предварително съгласувано по протокол и определяно от различни висшестоящи инстанции; б) Младежко-творческите обединения трябва да бъдат самостоятелни юридически личности, а не формален придатък към творческите съюзи“ и пр.

МЛАДЕЖКИТЕ ПОЛИТИЧЕСКИ ОРГАНИЗАЦИИ В БЪЛГАРИЯ – НАЧИНИ НА УПОТРЕБА

Ружа Смилова

Основна задача на младежките организации на политическите партии традиционно е популяризирането на идеологията и подпомагането на дейността на съответните политически партии сред младежите. По-конкретно главни техни функции са: (1) политическата социализация на младежта – набиране и подбор на нови членове и симпатизанти; (2) кариерната подготовка и израстване на активисти и бъдещи ръководители на партиите и политическия елит изобщо; (3) привличане на общественото внимание върху специфично младежки проблеми; (4) формулиране на политики за разрешаването им. Тези функции на младежките организации са реплика на „младежко“ ниво на традиционните функции на самите политически партии в системата на представителното демократично управление. Разбира се, има и съществени разлики между партиите-майки и техните отрочета и най-очевидната е, че младежите не носят политическа отговорност за печеленето/загубата на избори, макар понякога да изнасят на гърба си предизборните кампании с най-трудоемките и неблагодарни дела. Това непоемане на отговорност ги прави особени политически животни, на които грешките често са простени в „играта“ на политика на големите. Разбира се, партиите-майки са готови да платят тази цена, стига това да гарантира и подпомага израстването на подготвен, борбен, но и лоялен на тях партийен елит.

Голяма част от споменатите по-горе функции, особено „представителните“ – представителството на групи и интересите им, артикулирането на проблеми, поставянето им пред общественото внимание и формулирането на публични политики за решаването им – са затихващи и отчасти поети и по-добре изпълнявани от други агенти и организации (НПО, медии, международни фондации и организации, лобистки групи и групи за натиск и т.н.). Това е едно от предлаганите в политологическата литература напоследък обяснения за наблюдаваното западане на традиционните масови партии (Mair 2004, 6). Разбира се, има функции, които загрижените за дълголетие си в добро организационно здраве партии няма как да пренебрегнат и делегират другиму – и една очевидна такава „процедурна“ функция е подборът и подготовката на лоялни партийни кадри. Често защитавана напоследък теза е именно тази, че процедурните функции на партиите стават все по-важни и демокрацията

Бетонът на Странджа
Вреди на природата
Бетонът на Странджа
Вреди на туризма
СПРЕТЕ БЕТОНА!

не е заплашена, докато успяват да ги изпълняват достатъчно добре. Представителството може наистина да е в криза, но не и представителната демокрацията като цяло.

Рекрутирането на лидери – една от важните процедурни функции – обикновено се прави в „парникови“ условия – на завет и топло, т.е. в младежките структури на партиите. Не случайно едно от първите действия на всяка ново-създадена партия е, наред с изграждането на първични партийни структури, да започне и създаването на младежки организации. Тези „кадрови“ функции, разбира се, не могат да компенсират кризата в „представителните“ функции на партиите и често биват затруднявани, дори подкопани от тази криза. За съжаление на пръв поглед „успешното“ решаване на кадровия въпрос не рядко може да доведе, както ще покажа в този текст, до задълбочаване на кризата в представителността.

Последната е очевидна в срива на популярността на всички партии, както и в ниските нива на политическо участие на гражданите. Отдръпването и дистанцирането им от политиката е различима и трайно наблюдавана тенденция (както в установените, така и в новите консолидирани демокрации на ЦИЕ), която се изразява в нисък и намаляващ процент на популярно участие в парламентарни избори, както и във висок процент на волатилност (неустойчивост) на електоралните предпочитания, отслабваща партийна идентификация и лоялност и намаляващи нива на членство в партии. В България всички тези тенденции са ярко проявени, като към тях се добавя и най-ниското за страните от ЕС доверие в основните институции на представителната демокрация – партии и парламент.¹

На този фон на упадък на масовите политически партии и гражданска дистанцираност *ниското ниво на политическо участие на младите* в България не е изненадващо, както не е изненадващо и ниското доверие на младите в политиките и органите на представителната демокрация. Тази картина кара мнозина изследователи да търсят една разширителна дефиниция за „политическо участие“, с което да демонстрират, че подобни данни не говорят за спад на политическото участие на младите изобщо. Според тези автори по-скоро става дума единствено за спад на „партийно“ канализираната ангажираност на младите с политика и за преориентиране от всеобхватна идеологически мотивирана политическа ангажираност към политическа активност по единични въпроси, които не са идеологически мотивирани, например опазване на природата.

Очевидно подобно преориентиране на политическата дейност на младите (ако действително такова се наблюдава, разбира се, и ако то е достатъчно значимо като социално влияние и „видимост“) към директно постигане на

1 По данни на изследването „Състояние на обществото III“ от декември 2007, Институт „Отворено общество“.

целите, през „главите“ на партиите, не може да радва или задоволява партиите. Те не само трудно биха преглътнали факта, че младите ги заобикалят и се опитват да постигат целите си без тяхната медиация и услуги – това води до очевидна загуба на легитимност за партиите. Не по-малко очевидният проблем обаче е в това, че тази тенденция на нарастваща непопулярност на партиите и партийната дейност заплашва да подрони една от малкото все още „запазени“ техни марки – рекрутирането на управленския елит. Не случайно повечето партии в България напоследък признават, че изпитват сериозен недостиг на кадрови ресурс (това е особено вярно у нас, където популярни нововъзникнали партии често успяват да привлекат кадри от губещи популярност конкуренти²). Всичките тези съображения ни карат да очакваме особена загриженост на политическите партии за „младежкия въпрос“, както и сериозна ангажираност и инвестиции в техните младежки крила.

Затова е логично анализът на младежката политическа активност да се насочи към младежките партийни организации и движения. Това е задачата на настоящия текст – да даде типологизация на различните младежки партийни организации, да опише успешните и недотам успешни модели на политическа социализация и мобилизация на младежите. Най-общата методологическа рамка, използвана тук, е тезата на Мансър Олсън за „селективните стимули“ (Olson 1965), които мотивират членовете на една организация да я изграждат и поддържат и така да преодоляват вътрешноприсъщите за нея „проблеми на колективното действие.“ Тези проблеми се пораждат от съществуването на възможност да се ползват „gratis“ благата от дейността на организацията – добри публични политики например, без да се допринася за тяхното произвеждане. Във фокуса на анализа ми ще е „вътрешната“ гледна точка на младите партийни активисти, които интервюирах в рамките на проекта *Новите млади и новите медии, Институт „Отворено общество“, 2008*. Изводът ми е, че успешни са тези модели на функциониране на младежките партийни организации, при които се осигуряват достатъчно атрактивни селективни стимули не само за младежките лидери и функционери, а и за по-широки кръгове от активната членска маса. Ключово важно за успеха е „употребата“ на такива младежки политически организации да е от взаимна изгода за всички преки участници – както стимулираните, така и стимулиращите. Последните получават лоялен (поне докато осигуряват навременен и достатъчно обилен приток на нужните стимули), мотивиран да работи лидерски екип и мобилизирана масова електорална подкрепа.

Губещи, разбира се, има и това са не само политическите им конкуренти – политиката все пак е игра с нулев резултат. По-важното е, че губещи са и останалите граждани, ако осигуряването на селективни стимули се подхранва

2 Всеизвестно е преливането на кадри от НДСВ и СДС в ГЕРБ. В доклад на бургаския БСМ например има данни дори за отлив на леви млади кадри към ГЕРБ.

от клиентелистки практики и патронажни зависимости. Клиентелизмът често е основата за създаване на работеща масова партия в идеологически немобилизирана, политически апатична среда. Но той е висока цена за успеха, която се плаща от всички, най-вече загубилите.

Неуспешни, от друга страна, са моделите, в които селективни стимули или изобщо липсват, или „консумирането“ им е отложено в по-далечно бъдеще.

Интересно е сравнението на успешните или не толкова успешните модели на „мейнстрийм“ партиите, характеризиращи се с развити организационни структури и традиция в работата с младежите, с тези на нововъзникващите, често откровено популистки³ движения и партии. Очертаването на някои ключови разлики тук съставлява заключителната част на това изследване.

Един задълбочен анализ на политическата активност на младите изисква и очертаването на по-обща картина на ангажираността на новите млади и с неспецифично партийна „политическа“ дейност. Тоест би трябвало да се потърси отговор на въпроса, дали е оправдана хипотезата, лансирана от мнозина изследователи на младежите и младежките движения, че макар младежката ангажираност в политическа дейност, канализирана през партийните центрове, очевидно да намалява, възникват нови, жизнени и обещаващи форми на политическа ангажираност в неформални групи, често организирани около една-единствена кауза. Този анализ ще оставя за продължението на това изследване, където ще се опитам да потърся отговор на базата предимно на резултатите от количественото проучване „Състояние на обществото III“, проведено от „Алфа Рисърч“ по поръчка на институт „Отворено общество“. Подкрепа на изводите ще търся и от проведените в рамките на настоящия проект дълбочинни интервюта и фокус групи с активисти и членове на неформални младежки еко и други движения. Но това е задача за един следващ текст.

Младите и политическите партии в България

За отправна точка на изследването на младежките политически движения послужиха както данни от количественото проучване „Състояние на обществото III“, така и разговори с млади хора за отношението им към политиката и за тяхното политическо участие.

Очерталата се картина е свързана с по-ниска от средната за страната и критично ниска ангажираност на младите с политиката – 43,4% от тях зая-

3 За дефиниция на популизма използвам една редуционистка формулировка, която обхваща максимален кръг проявления – „политическа мобилизация на масовите гласоподаватели от личности-лидери, които се противопоставят на и предизвикват установените елити“, вж. Roberts, K.: Populism, Political Conflict, and Grass-Roots Organization in Latin America.

взват, че не гласуват на избори (сравнено със средното за страната 27,2%), 70,3%, че не са гласували на предните парламентарни избори (сравнено със средното за страната 41,5%), и 57,7% не биха гласували, ако следващата неделя имаше избори (средно за страната 44,9%). Доверието към политиките сред младите също е най-ниското – 78,6% по-скоро нямат доверие на политиките и 49% нямат никакво доверие към партиите като цяло. Недоверието към партиите и политиките сред младите и нежеланието да гласуват не са изолирани явления, ограничаващи се само до „партийната“ политика и оставящи поле за изява на не-тяснопартийна политическа активност. Запитани дали са предприемали, или биха предприели нещо, за да повлияят на някакво решение на управляващите, близо 38% от младите (сравнено със средното за страната 26,6%) отговарят, че не се интересуват от решенията на управляващите.

Същата картина се потвърждава и в дискусиите във фокус групите и интервютата както с обикновени младежи, така и с активисти и членове на неформални, граждански активни групи.⁴ За мнозина политиката е „мръсна работа, разделяща и противопоставяща един на друг хората и страната“, политиките са „кариеристи“, „обслужващ частните си интереси корумпиран елит, незаинтересовани за проблемите на хората и страната“ и т.н. Данните от изследването „Състоянието на обществото III“ сочат, че за над 55% от младите именно политиките са спечелилите от прехода, следвани от представители на сенчестия бизнес и престъпния свят (като че ли в общественото съзнание образите на тези групи се преливат един в друг). Рефренът може да се обобща така: „Политиката е мръсна работа, политиките лъжат и ние не искаме да имаме нищо общо и с двете“.

На фона на тази картина естествено е да се обърнем към активистите на младежките политически движения и да изследваме как те успяват да работят с младите, как се опитват да ги мобилизират политически, особено в ситуацията на подобно негативно отношение към политиката и политиките. От данните на количественото изследване на Алфа Рисърч стана ясно, че партиите, за които са гласували най-много млади хора на последните парламентарни избори през 2005, са БСП с 6,7%, АТАКА с 5,1%, НДСВ с 4,6%, ДПС с 3,6%, (за ВМРО, ДСБ и ОДС са гласували едва по 1,5%). Вече бе споменато, че над 70% изобщо не са гласували. Запитани за кого биха дали своя вот, ако имаше парламентарни избори следващата неделя, 20% отговарят – ГЕРБ, следвани от БСП – 6,6%, ДПС – 5,1%, АТАКА – 4,6% и НДСВ – 2%. За ДСБ – 1,5%, и за ВМРО

4 Фокус групи в рамките на изследването бяха проведени с активисти и членове на форума „БГ мама“, с екоактивисти, с футболни фенове, алтернативни млади музиканти, националисти. Интересно е, че подобно отношение към политиката не просто се долавяше в разговора ни с млади националисти, активисти на Българския национален съюз на Боян Расате, а и беше експлицитно заявено. По думите им, въпреки отвращението им към политическата система у нас, те се били „принудили“ да се регистрират като партия, за да могат да осъществяват по-ефективно „каузата си“.

– 0,5%, а за СДС – никой от респондентите, като отново голяма част от младите не биха гласували – 57,7%. Тези данни потвърдиха избора ни кои младежки политически движения да изследваме.

БСП, като най-стабилна партия (с най-постоянен резултат), с най-дълъг опит в работа с младежи и единствена в лявото пространство, бе естествен избор. Успехът на ДПС сред младите (с 1,5% повече млади биха гласували за тях в сравнение с предходните парламентарни избори) също я определи като важен обект за изследване. Очакването, че младите не биха гласували вече за НДСВ след очевидния срив на доверието към тази партия сред гласоподавателите като цяло, не се потвърждава и макар с едва 2%, НДСВ стои пред ДСБ, ВМРО и СДС. Все пак няма да изследвам „Алианс на младите либерали“ – младежката организация на жълтата партия, не само защото, както по думите на млади активисти, там не е останал друг, освен лидерът им, който правел чудеса от храброст да поддържа организацията,⁵ но и заради сериозния отлив на членове и „невидимостта“ ѝ. Стабилността на АТАКА (спад едва с 0.5%) определено оправдава интереса ни към тази партия, въпреки че е най-малкото неясно до каква степен почти липсващата ѝ, постоянно въвличана в скандали младежка структура има отношение към тези успехи. Младежката организация на ВМРО, за сметка на относително по-ниската си популярност сред младите избиратели, е изключително активна и „видна“ с множеството си дейности – не на последно място по интернет форуми и с добре поддържаната си уеб страница. ГЕРБ и новосъздадената към него младежка организация (учредена в София на 24 февруари 2008 от около 1000 младежи) също трябваше да се изследва, макар да е трудно за момента да се каже нещо повече от това, откъде са събрани членовете ѝ и какви намерения за дейности имат. ДСБ изобщо няма младежки структури по „принципни“, по думите на респондентите ни, съображения – младите имат възможността да се научат на политика в рамките на всекидневния партиен живот на големите, да се докажат в партийната борба и ако могат – да извоюват челни позиции в партийните редици, без да са подложени на специални грижи и парниково отглеждане. СДС имат младежка структура, но тя изглежда напълно източена – активистите ѝ, които не виждат перспективи за развитие в рамките на дясната партия, тъй като в тях нито се инвестира, нито им се дават възможности за кариерно израстване,⁶

5 По думите на млад активист на ВМРО: „Те се събраха на някакъв материален принцип и точно така се разделят. Остана един-единствен човек, който познавам, и той се опитва да ходи по водата. Умирайки в парламента, те умират по места. Което е странно – ние имаме повече гласове на местните, отколкото те, а те са във властта“.

6 „На синята младежка организация винаги се е гледало като на апаратен инструмент на лидера за влияние в партията и никога като структура, откъдето младежите да започват политическа кариера“- признава член на ръководството на СДС. И добавя: „СДС никога не е инвестирал в младите, затова и МСДС никога не е бил съюз, който прави младежка политика“. Това четем в статията „Как резервите загряват“, публикувана в бр. 9 на в. Капитал от 2 март 2007, <http://www.capital.bg/show.php?storyid=315937>.

търсят успех в структурите на ГЕРБ. Сред десните млади политически лидери, с които разговаряхме, нямаше представители на СДС, а и никой от интервюираните от нас активисти на неформални групи не заяви да е гласувал за тях.

Интересен обект на изследване е и „Българският национален съюз“ на Боян Расате, който би могъл да се разглежда като младежка политическа организация – въпреки че те си нямат възрастна „партия-патрон“ и така не се вписват напълно в профила на изследването ми. Все пак в заключителната част на текста ще го разгледам накратко.

Мобилизиране на младите леви: младежките структури на БСП

В анализа на младежката организация на БСП изниква сериозен проблем още с решението, коя от най-малко четирите по-големи младежки социалистически организации и по-флуидни формирания да опишем? Формално за официална младежка организация на БСП се води Българската социалистическа младеж (БСМ), основана с решение на 41-ия конгрес на БСП през 1994. В нейните редици почти веднага след основаването ѝ се влива Българската демократична младеж (БДМ), правопреемник на ДКМС (Димитровски комунистически младежки съюз – младежката организация на БКП от времето на социализма) след закриването ѝ през 1990. Макар и официално БСМ да е младежката организация на БСП, тя е относително независима и „външна“ по отношение на нея – обединява младежи (включително такива под 18 години) с леви убеждения, които не са членове на БСП. Регистрирана е по Закона за организациите с нестопанска цел, т.е. тя е НПО. Член е на Младежкия социалистически интернационал, на Европейската социалдемократическа младеж и представлява младите социалисти в България на редица форуми и в различни международни леви организации.

БСМ не е единственият играч в полето на младите леви. През 1998 се учредява Социалистически младежки съюз (СМС), който е самостоятелна политическа организация, регистрирана като партия, която се явява и на избори. Има спечелени места за общински съветници на последните два местни вота.

През 2001 се учредява Федерация на младите социалисти (ФМС) – трети играч, вече в рамките на БСП, като нейно младежко крило – хоризонтална партийна структура, членове на която са младежите на БСП до 35 години.

И накрая, от 2006 и особено активно през 2007, по препоръка на Изпълнителното бюро на БСП, започват да се създават т.нар. *дискуссионни клубове за младежка политика* (ДКМП), в които могат да членуват всички членове на БСП, които са на възраст до 35 години, без формално да се регистрират в тях. Популярността на тези клубове нараства – такива са формирани в повечето

областни и общински градове, много от тях имат добре поддържани уеб страници, блогове и активни форуми.⁷ Всички те обаче са единствено за членове на БСП и по този начин имат известни ограничения за работа със симпатизанти и по-млади от 18 години младежи с леви убеждения. Очевидно нито те, нито ФМС могат да изпълняват една от основните функции на младежките политически организации, които са първоначалното рекрутиране на млади активисти, както и политическата мобилизация на млади леви, които не са членове и може би не биха искали да бъдат членове на БСП или друга партия. Работата им с гражданския сектор и непартийно ангажирани НПО-та също би срещала известни трудности.

БСМ все пак е най-интересният обект за изследване, тъй като в момента е формално призната за „младежката“ организация на БСП, легитимно представлява младите леви в различни международни младежки организации, има зад гърба си най-дълга история и успешното кариерно развитие в БСП на немалко свои активисти и лидери. Освен това, доколкото не е „вътрешна“ част на БСП, а нейни членове могат да бъдат по-млади от 18 години и нечленуващи в БСП, тя по принцип има възможност да изпълнява някои от основните функции на младежка организация, изброени по-горе. Като НПО тя естествено е и в по-добра позиция да работи с гражданския сектор и други НПО-та, което би трябвало да допринася за изпълнението на една от основните функции на всяка младежка политическа организация – политическата мобилизация и на неполитически активните млади хора.

Въпреки всичко това БСМ в момента се намира в сериозна криза. Тя датира най-малкото от злополучния⁸ конгрес през 2006, въпреки че както активистите, така и критиците на БСМ от редиците на БСП датират началото на проблемите ѝ от десет години, когато ръководството на БСМ е поело курс към все по-голяма независимост от ръководството на БСП и е започнало често да го критикува и да се конфронтира с него. Външна проява на тази криза е значителното намаляване на членската ѝ маса – от 6 500 до не повече от 2 000 члена. Често откровено се заявява, че БСП няма младежка организация. В същото време ръководството на организацията се занимава с вътрешни спорове и почти не развива дейност или тя остава невидима. Бегъл поглед на уеб страницата на БСМ е достатъчен да ни запознае с всякакви програмни документи, като няма почти никаква информация за конкретни инициативи, програми,

7 <http://mladejkapolitika.blogspot.com/>.

8 Конгресът е наречен „злополучен“ от Антон Кутев в неговата програмна статия „БСП се нуждае от силна единна младежка организация, която да върши работа“, публикувана на 26 март 2008, в Дума. Конгресът е наистина централна тема на обсъждане в много от младежките леви сайтове – и досега продължават споровете в редиците на БСМ около легитимността на делегатите и съответно – на взетите там решения. В резултат на разразилите се спорове след конгреса членската маса на БСМ намалява от около шест хиляди на едва две хиляди члена, от които, по думи на Антон Кутев, са активни не повече от петстотин.



ЕВРОПА

НЕ БИВА ДА ПОДРАЖАВА НА

РЕЖИМА В КИТАЙ!

КОНТРОЛЪТ В ИНТЕРНЕТ ПРЕДВЕЩАВА

РЕПРЕСИИ!

www.kaluzhniko.net

www.kaluzhniko.net

НЕ ИСКАМЕ
ДСЗД

проекти. Няма и отчети за дейности, нито планове за действие. Повечето документи са пожелателни разсъждения за ролята на лявото по света и у нас, занимаващи се предимно с международното положение – има препоръки към МВФ, Световна банка, Съвета на Европа, Европейския съюз... Могат да бъдат видени редица предложения за реформа на ключови за функционирането на демокрацията в страната закони и институции – любима тема са промяната на изборителната система към повече мажоритарност и регулиране финансирането на партиите у нас (чрез забрана на частните дарения).

Трудно е да се открие документ, занимаващ се експлицитно с проблемите на младите в България, нито такъв, който да очертава предложения за решенията им. Допълнително нагнетяват атмосферата и идващите сигнали от ръководството на БСП, че бъдещето на БСМ като официалната младежка организация на столетницата е под въпрос, ако не е и вече решено. В проекта за нов устав на БСП, който ще бъде приет тази година, е заложена промяна в статута на младежката организация. Най-важната трансформация е по посока на обединяването на всички младежи с леви убеждения. Това е радикална промяна на визията на БСП отпреди десет години, когато обхващането на по-широк кръг млади хора се привиджа като възможно чрез създаването на „ветрило“ от разнообразни организационни структури. Новият курс към обединение на младите леви естествено води до спор между БСП и лидерите на БСМ по въпроса, дали БСМ да стане основата на търсеното обединение. Членовете на ИБ на БСП Антон Кутев и Кирил Добрев са главните участници, а млади активисти-членове на БСП водят медийна кампания за популяризиране на идеята за нова младежка вътрешнопартийна организация на базата на вече успешно функциониращите по места ДКМП-та. Основният аргумент на „старите“⁹ от БСП е, че единната организация трябва да бъде „вътрешно“ крило на партията и да работи за нея, да бъде част от партийната организация – иначе защо ще я финансират? Това очевидно противоречи на основополагащите принципи на БСМ като НПО, организационно независимо от БСП. Според хората от БСМ именно независимостта им е това, което ги е направило особено неудобни за „големите“, защото не им се подчиняват и имат самостоятелен живот като организация. На интернет форума на БСМ проблемът между младежката организация и партията-майка се представя именно в термините на послушание, подчинение. Така член на бившето ръководство на БСМ пише във форума на организацията, че проблемите им с БСП са започнали именно когато младите са проявили независимост и са се опитали да отстояват позициите си. И според настоящите лидери на БСМ партийното ръководство „не иска истинска младежка лява социалистическа организация, а послушна, ползваща я като корпус за бързо реагиране, особено по време на избори“. Подобен бе и раз-

9 „Стари“ е в кавички, защото Кирил Добрев е едва на 36 г, Антон Кутев – на 40, а цитираните млади БСП активисти Фиков и Германов – под 35 г.

казът за проблемите на БСМ с ръководството на БСП по повод на учителската стачка. Думите са на наш респондент, в момента на ръководен пост в БСМ: „Заедно с колегите от БСМ излязохме с една декларация в подкрепа на учителите,“ което бе последвано от: „Ние обикновено стоим малко встрани от разните там борби за надмощие, фракции в партията, вземането на решения... И без това младите хора не се занимават с политика, а когато видят какво става в партиите, съвсем се отчайват и губят интерес.“

Това напрежение между БСП и БСМ и неясното бъдеще на младежката организация определят и кръга от дейности на младите леви активисти в нея. Най-обсъжданият напоследък документ е „Позиция на Националния съвет на БСМ *относно: Необходимостта от промени в Устава на БСП*“ от 16 февруари 2008. Както вече отбелязах, във форумите и новините на уеб страницата, в групата на БСМ в *MySpace* основните въпроси и теми, които се обсъждат, са за отношенията с „големите“ от БСП, връзката между старо и ново ръководство на БСМ, разправиите между различните групи вътре в БСМ и т.н.¹⁰

Трябва да се отбележи, че тези процеси и съпътстващите ги спорове се следят с жив интерес от младите членове на БСП и в страната. Един от респондентите ни, млад ляв активист от малък град в Западна България, запитан на каква младежка организация е член, бе затруднен да даде еднозначен отговор и се позова на споровете около БСМ и неясното бъдеще на тази организация. Левите младежки организации по места следят внимателно случващото се, качват на уеб страниците на организациите си новини от централата, обсъждат писма на членове на ИБ на БСП, касаещи разрешаването на „младежкия въпрос“, и т.н.

Важно е да се обърне внимание на факта, че по места дейността на тези активни млади леви не се ограничава само до писане на нищо неозначаващи програмни документи и до обсъждане на вътрешнопартийни кадрови въпроси. Според наш респондент, член на младежкото ДПС, младите леви в страната са добре организирани и изключително активни. Като пример той даде факта, че три четвърти от всички младежки информационно-консултативни центрове, съществуващи в областните градове на страната в рамките на държавно финансираната едноименна програма на ДАМС, са създадени и се контролират от млади леви, които регистрират НПО-та с такава цел. Ще се върна на този въпрос, когато обсъждам успеха на моделите за привличане на лоялни партийни кадри. Също така един от интервюираните от нас леви активисти от малък град в страната ни разказа за акцията по спасяване на местната болница, която той е иницирал и която е била подкрепена от млади симпатизанти на БСП в града. И в по-големи градове младите членове на

10 Показателни са постинги на уеб страницата на БСМ като тази от главния секретар на НС на БСМ (2004-2006) Николай Тотев „Новият Устав на БСП за пореден път ще разсича „Гордиевия възел“ на „младежкия въпрос“ – да си припомним предишните опити“, в които се разказва за дългите борби с променлив успех между БСП и БСМ.

БСП са активни и участват в различни инициативи със социална, гражданска и политическа насоченост.¹¹ (Трябва да се обърне внимание, че изглежда участието в тези дейности е ограничено само до млади членове на БСП – или поне това е впечатлението, което строгият „устав“ с изисквания за членство в БСП, както и други ограничения на тези местни организации, оставят у външния наблюдател). Контрастът със случващото се (или по-скоро неслучващото се) в централата на БСМ е показателен – в този момент основната дейност изглежда е водене на спорове за бъдещето на организацията.

Едновременно с тези спорове тече и друг интересен процес. Като инициатива на ИБ на БСП и под ръководство на Кирил Добрев (отговарящ за младежките въпроси в соцпартията), от средата на 2007, едновременно със засиленото изграждане на вътрешнопартийни ДКМП-та, стартира и проектът R.E.D. Той изглежда насочен по-скоро „навън“ – към млади симпатизанти на БСП, които не са активни партийни членове. Така текат едновременно два процеса: на заместване на БСМ с вътрешнопартийни структури като ФСМ и ДКМП-та (които да се занимават с рекрутирането и кариерното израстване на младите соцактивисти, както и с формулирането на партийните политики по въпросите на младежта), докато популяризаторските функции и работата с младите непартийни членове се поема от този проект.

Дейностите на проекта са многообразни и включват (1) стартиране на интернет радио *RED-Y*¹², (2) предизборно *REDLINE* турне¹³ на спонсорираната от БСП и продуцирана от Кирил Добрев група *DEEP ZONE Project* преди местния вот през есента на 2007. (Същата група е подкрепена в кандидатурата ѝ за българската номинация на Евровизия с писмо на продуцента ѝ Кирил Добрев¹⁴, публикувано на уеб страницата на БСП, където той призовава левите да гласуват за групата, а след успешната ѝ номинация, пак там им изказва своята благодарност¹⁵). Проектът *R.E.D.* се разраства и от средата на април 2008, след масирана *PR акция*¹⁶, стартира и (3) уеб страницата *R.E.D.*, като отно-

11 ФСМ Варна, наброяваща 350 души (и отворена само за членове на БСП до 35 години), има уеб страница www.pukami.com, от която научаваме за богатата им дейност – благотворителни абитуриентски балове за младежи в неравностойно положение, акциите „Баба Марта носи добрина на хората“, акции по възстановяване на спортни и детски площадки, дискусии на политически теми и т.н.

12 <http://red-y.info/>.

13 <http://www.bsp.bg/cgi-bin/e-cms/vis/vis.pl?s=001&p=0328&n=000011&g>.

14 <http://www.bsp.bg/cgi-bin/e-cms/vis/vis.pl?s=001&p=0328&n=000012&g>. Ето част от публикуваното там писмо: „Призоваваме ви да гласуваме активно и като отбор за парчето „DJ, Take me away“, на 23 февруари 2008 г. от 20.30 часа в рамките на живото предаване на Канал 1 на БНТ. С вашите гласове ние казваме ДА на български музиканти, които достойно могат да ни представят на „Евровизия“. DEEP ZONE подкрепи българската левица на изборите. Нека им върнем жеста! Препратете това на ваши приятели, колеги, симпатизанти, на фенове на техно и хаус музиката!“

15 <http://www.bsp.bg/cgi-bin/e-cms/vis/vis.pl?s=001&p=0002&n=000300&g>.

16 Билбордовете с реклами на RED.net. в центъра на София алармират „будни“ ултра-нацио-

во в писмо до младите леви активисти на БСП Кирил Добрев ги призовава да не превръщат нея и форумите в арена за вътрешнопартийни спорове, а да ги оставят максимално отворени за участие на млади хора с всякакви позиции и убеждения.¹⁷ Очевидно проектът *R.E.D.* има за цел да заеме нишата, отворена от неуспешната работа на БСМ с политически неактивните младежи с леви възгледи.

Тези процеси и растящата несигурност на лидерите на БСМ относно легитимността им като представители на младежката организация на БСП до голяма степен могат да обяснят неуспеха, който претърпяхме в опитите си да привлечем повече членове на БСМ за участие в срещи и разговори с други партийни активисти. Въпреки многократните ни опити да проведем индивидуални интервюта и да ги поканим за участие във фокус групи, независимо от даденото съгласие и заявено желание за участие, в последния момент то се осуетяваше, като често дори не бяхме своевременно информирани.

Засега е твърде рано да се прецени до каква степен алтернативният подход на БСП: от една страна, „затягане на дисциплината“ на младите партийни членове в единна младежка партийна организация, а едновременно – максимално отваряне и изпращане на популярни послания към най-широк кръг млади с леви убеждения, ще е по-успешен от проекта на БСМ, който може да бъде оценен най-малкото като вече изчерпан.

Младежката организация на ДПС – МДПС

ДПС е с най-дълго задържал се на ръководната позиция лидер от всички партии в ЦИЕ. Ахмед Доган изпреварва по лидерско дълголетие останалите ветерани – Мечиар в Словакия, Йелинчич в Словения и Драшкович в Сърбия. Безспорният му управленчески талант се проявява не само в успехите на ДПС, но и в търсенето му като коалиционен партньор от редица правителства, както и в завидното здраве, на което се радва партийната му организация. Не по-маловажни са успешните му инвестиции в бъдещето на тази организация – изграждането на добре работеща, активна и лоялна младежка партийна структура, гарантираща континуитета, трасираща плавния преход към нови партийни лидери, които са добре подготвени и мотивирани. Забележителен е консенсусът сред политическите анализатори, които дори и когато критикуват ДПС за клиентелизъм, преяждане с власт, корупционни практики, манипулации на вота и т.н., все пак признават на Доган едно – че е създал най-добре работещата младежка партийна структура в страната – МДПС, от която

налисти, които бързат да предупредят във форумите членовете си за „червената“ зараза в Мрежата.

17 <http://mladejkapolitika.blogspot.com/2008/04/blog-post.html>.

другите партии могат само да се поучат. При последните парламентарни избори през 2005 седем от избраните в НС депутати на ДПС са под 35 години, а в предния парламент влизат двама депутати, както и заместник-министър на екоминистерството от ДПС в правителството на Сакскобургготски, които са дори под 30 години.

Какви са измеренията на този успех? На първо място количествени – със своите над 20 000 члена това определено е най-масовата младежка партийна организация не само в момента, но и от началото на прехода, след закриването на задължителния ДКМС. Противно на очакванията, активни младежки организации МДПС има в над 160 общини – не само в смесените райони, където присъства турското етническо малцинство, но и в „нетипични“ зони. Членският състав също не е подбиран по изключително етнически признак – както в централното ръководство, така и по места вече има и не малко етнически българи. По отношение на кариерно развитие, известно е, че ДПС изпраща много от активистите си на обучения в чужбина, често със стипендии за цялостно следване, като стипендиантите поемат задължение след завръщането си в страната да продължат да работят за ДПС. На конгреса на МДПС през февруари 2007 Доган заявява, че 80% от активистите на младежката организация са включени в управлението на страната – на централно или местно ниво, което, дори и да става дума за преувеличение, надхвърля многократно ангажиментите, които всяка друга партия в страната е поемала за кариерното израстване на младите си членове. За сравнение често цитираната като първенец в това отношение Унгарска социалистическа партия отделя за младите си членове квота от 20% от избираемите места в листите за парламентарни и местни избори. Нещо повече, на уеб страницата на МДПС под рубриката „Кратка историческа справка“ четем, че към 2003 90% от представителите на ДПС в управлението на страната са на младежка възраст – т.е. до 35-години.

Качествено погледнато, дейността на младежките структури е разнообразна и доста практически ориентирана към проблемите на младите хора. Освен множество обучителни семинари, в които членове и симпатизанти на ДПС се запознават с либерални ценности и идеи, набляга се и на запознаването им с функционирането на държавните и общинските институции в страната. По думите на наш респондент, работещ активно за подготовката и провеждането на подобни инициативи, целта често е да запълнят съществени пропуски в „гражданското образование“ на членовете и симпатизантите си. Скромно добавя, че не може да се говори за натиск и сериозен принос на младежкото ДПС към реформата на образованието – това е работа на „ДПС, на голямата партия“. Една от най-активните дейности на младите ¹⁸ е и осно-

18 Под точка б в програмата на МДПС е записано като задача „Обединяване на академичната младеж за пълноправното ѝ участие в усъвършенстването, актуализирането и провеждането на академичното и административно управление на висшите учебни заведения, в съответствие със стандартите на Европейския съюз“.

ването и подпомагането на функционирането на „академични дружества“¹⁹, които имат традиции в ДПС и са едни от първите младежки структури в него. Не на последно място те се занимават и със създаване на обучители за управление на НПО-та и проекти, кандидатстване с проекти за усвояване на пари по фондове на ЕС, както и по програми на ДАМС.

Действително огромните усилия, които организацията полага, за да даде достъп до информация за младежки европрограми и за процедурите по усвояване на пари по тях за колкото се може по-широк кръг свои членове и симпатизанти, е тема, по която и двамата ни респонденти говореха с удоволствие. Би могло да се каже, че и в тази си дейност МДПС не „чака“ държавата да си свърши работата, а предпочита да „изпреварва“ събитията (като политолог не мога да пропусна да отбележа, че това е очевидно печеливша стратегия, доколкото с това изпреварващо действие на ДПС членовете и симпатизантите му придобиват едно сравнително предимство пред другите граждани на страната). В тази и други дейности МДПС активно си сътрудничи с редица НПО-та като „Училище за политика“, фондация „Фридрих Науман“, „Франкофонското дружество“ и т.н. МДПС дори се опитва, по думите на респондента ни, „да подпомагаме и доразвиваме неправителствения сектор, което понякога се оказва нож с две остриета, тъй като веднага биваме обвинявани, че се опитваме да се намесим в сектор, който би трябвало да ни допълва.“

Като обобщение, нека се опитам да дам рецептата на успеха на МДПС. Най-кратко казано, тя се състои в *предлагането и навременното осигуряване на селективни стимули както на младите лидери на партията, така и на редовите членове и симпатизанти*. За младите лидери се осигуряват възможности за получаване на качествено образование, често в престижни Западни университети, и всякакви обучения и възможности за пътувания. Най-важното, гарантира се относително бързото кариерно израстване в наши и международни структури. Вече бе споменато, че 80% от активистите на МДПС са на ръководни позиции на централно и местно ниво. Важно е да се отбележи, че не винаги бързината на израстване е факторът, който е критично определящ за лоялността и мотивацията за усилена работа на младите активисти, а по-скоро гаранцията за успех, постиган с постоянен усърден труд и не заради протекции. Поне това бе внушението, което получих от единия от респондентите ни.²⁰

19 Ето какво ни разказа единият от респондентите ни за тях: „Академични дружества, които опитват да привлекат младите още в университета. В момента са тринайсет на брой. Искаме да ги привлечем със социални дейности, образователни... Да не се занимават с политика... В София имаме в СУ, а сега подготвяме и в НБУ. Сега точно си говорех с нашия председател на сдружението в Софийския, който ми каза, че сме вкарали наш представител в социалния комитет на университета и той ще може да защитава там интересите на тези младежи, които членуват в него.“

20 Като недостатък на младите, пречещ им да се възползват от огромната свобода, с която разполагат, той посочи следното: „Липсва търпение, за да се научи нещо, липса на по-



Светлинно шествие

Също така е интересно да се спомене, че въпреки опитите ни да провокираме респондентите ни да говорят по-свободно и откровенно за отношенията си с „голямото“ ДПС и партийните лидери – относно това, дали имат разногласия по някакви въпроси, отговорът бе обтекаем. В духа на: „Да, вслушват се в мнението ни, насърчават дебата, либералните ценности са на почит тук“. (Обяснението може да е просто в това, че интервютата се провеждаха в централата на ДПС, където респондентите ни са на щатна работа, но изборът на мястото беше техен). Единият от интервюираните дори пряко заяви: „Имаме огромната подкрепа на големите, особено в лицето на председателя Ахмед Доган. Участваме като ръководство във всички висши партийни органи. Оперативното бюро на партията, което взема решенията за партията, в него има 18 човека, но ръководството на младежите има право на представител. А там дори не всички депутати членуват. Ако мога да дам малък пример за подкрепата, която получаваме.

Единствено на въпроса ни за екологията (зададен по време на организираната в рамките на проекта среща-дискусия на младите партийни активисти със студенти) и това, дали одобряват действията на техните представители по забавянето и оръязването на НАТУРА 2000, младите от МДПС признаха с много увъртане, че са имали известни търкания с по-старите. Те били от „друго поколение, дете не разбират, просто не е част от живота им, разделното събиране на боклука например!“ Тоест спорът между младите и старите в ДПС по екопроблематиката, ако изобщо е имало такъв, бе омаловажен и сведен до всекидневните навици на по-старото поколение. Като цяло по нищо не пролича да има каквито и да е сериозни разногласия между голямото ДПС и МДПС, въпреки че темата определено не беше особено приятна и очевидно създаваше дискомфорт у респондентите ни. Ако мога да обобща, младежката структура се разкриваше пред нас като добре смазана, ефективно работеща машина.

Но да се върнем на селективните стимули – очевидно те са поне част от обяснението за добрата работа на тази машина. Интересното е, че такива стимули се предоставят и на редовите членове на МДПС, което отдалечава заплахата от отчуждаване на младия елит от обикновената членска маса и симпатизанти. Такива селективни стимули се предоставят преди всичко от регулярно организираните в цялата страна обучителни семинари със съвсем практическа насоченост. Те дават *стратегическо предимство* на преминали-

стоянство, на последователност дори. Но мисля, че това си е един такъв проблем на ценностите, които все още в тази турболентност на прехода не са уседнали в някаква среда, където младите хора могат да видят модел, който работи. Чисто и просто имаме нужда от примери, от хора, които показват как с последователността си, с работата си могат да постигнат нещо. Нетърпението, не случайно го споменавам, като доста важен компонент“. Внушението беше, че една от причините сам той да избере МДПС е точно това – че там се оценява високо постоянният, упорит, последователен труд, което той смята за особена ценност. Постоянството и упоритостта са и основа за кариерен напредък, за успех изобщо.

те през тях членове и симпатизанти на МДПС пред техните съграждани при кандидатстването по проекти за средства от еврофондовете и по други програми. Способността на ДПС да гарантира спазването на обещанията си по осигуряването на тези селективни блага и преимущества ѝ дава възможност да се радва на голяма популярност сред членовете и симпатизантите си, често под завистливия поглед както на партиите-конкуренти, така и на обикновените граждани.

Тук сравнението с БСП и нейната младежка организация БСМ е показателно. Едно от възможните обяснения както за неуспехите на БСМ, така и за разочарованието на БСП от младите активисти, е именно, че селективните стимули, осигурявани от столетницата, или са били недостатъчни, или са осигурявани с прекалено забавяне и отлагане в далечното бъдеще. Дори и да е вярно, че платените от БСП щатни позиции на младите лидери на БСМ би трябвало да са достатъчен стимул за лоялност и послушание (твърдението на някои среди в БСП, че те „изхранват“ БСМ, без да получават нищо в замяна, и че едва ли не младите лидери били на щат при тях, бе оспорено от респондента ни, който гордо заявяваше, че не получава заплата си от партията), дългото „чакане на опашка“²¹ за включване в изборните листи на избираемо място или пък за избор на ръководен пост в партията могат да действат обезкуражително на младите активисти, често търсещи бърза реализация и позиции. А когато морковчето е малко или е прекалено далеч, може да се очакват и прояви на непослушание, нелоялност и цял ред други подобни от типа на „провиненията“, в които БСП обвиняват БСМ и лидерите му. Това „чакане на опашка“ за кариерно израстване е един от основните източници на конфликт между „старите“ или дори относително по-младите ръководители на БСП и левите млади лидери, които не съзират перспективата пред себе си или пък цената, която се очаква да платят за нея, им се вижда твърде висока.

Още по-очевидни са пропуските в работата на БСП и БСМ с левите редови членове и симпатизанти, на които под формата на семинари се предлагат сказки за международното положение и левите ценности, които трудно могат да им дадат „сравнителни преимущества“ пред останалите граждани: макар и важно само по себе си, по-доброто и задълбочено разбиране на левите ценности не обещава усвояването на особени практически полезни умения. Разбира се, стимулите не бива да се разбират тясно, в чисто монетарни термини или само като достъп до властови позиции и ресурси. Те могат да се мислят и много по-широко – като „храна“ за душата, като възможност за качествено, удовлетворяващо по-високи стандарти, забавление. Именно в тази насока

21 Чисто и просто ДПС има глад за кадри, който може да се задоволи само с млади, докато на опашката в БСП са се наредили много и значително по-възрастни, с повече опит и заслуги към партията активисти, дълго чакали да дойде и техен ред.

спонсорираният от БСП проект R.E.D. се опитва да направи пробив. Във всеки случай е твърде рано да се даде оценка за успеха на тази стратегия.

Цената на успеха: клиентелизъм и антиелитизъм

Всички тези благотворни моменти могат да бъдат видени и в недотам положителна светлина, когато забележим, че практиките на МДПС, както и на „голямото“ ДПС, се покриват с модела на „клиентелистката“ масова партия, характерна за САЩ от края на деветнадесети и началото на двадесети век, а в по-ново време – в Латинска Америка и страните на Средиземноморието, най-вече Италия, до началото на 90-те години на миналия век. Такъв тип партии са характерни за страни с недоразвита, но безконтролно нарастваща държавна бюрокрация, податлива на „партийна инфилтрация“ (Norkin 2004). България като че ли пасва на това описание с непрекъснато растящата, политически зависима, неефективна и корумпирана администрация. Ако е вярно, че моделът, който очертах, дължи успеха си на клиентелизъм и патронажни практики, към които има все по-малко търпимост, то това показва, че той не е устойчив и най-вероятно ще доведе до контрареакция. Тя всъщност е вече налице, както от страна на младите, така и изобщо на средния гражданин. Нека да видим един от механизмите на пораждането ѝ.

Възможността за предоставяне на селективни стимули под формата на обещания за бързо кариерно израстване в партията, но най-вече като по-лесен достъп до привлекателни постове в управлението на страната, очевидно дава преимущество на *управляващите* партии при работата им с младите, поради тяхното срастване с държавния апарат. Това срастване дава храна на подозренията, че държавата по-скоро служи на политическия елит, а не на гражданите си. По този начин иначе полезният за спечелване на лоялността на младите лидери клиентелизъм е контрапродуктивен, когато трябва да се спечелят сърцата и умовете на обикновените млади. Закономерно следва и задълбочаване на негативното отношение към политическия елит на страната. То се прехвърля и върху политиката и политическата дейност като цяло. Така отношението към младите политически лидери, възприемани като „надути кариеристи с елитарно поведение“, е просто реплика на отношението към „големите“ политици. То обаче е допълнено и с това, че младите са припознавани като директно спечелили бенефициенти от осъжданите и все по-малко толерирани в обществото практики на клиентелизъм. Така сред политически активни младежи, които не желаят или не могат да се почувстват част от клиентелисткия елит, съвсем естествено се пораждат не само антиполитически – срещу политиката, политиците, политическата активност, но и *анти-елитарни* настроения.

Именно клиентелизмът изглежда е причината (или една от главните причини) за отчуждението от партийноканализираната политическа дейност на онази част от младите, за които ценностите, а не успехът на всяка цена, са най-важни. Забележителен консенсус наблюдавахме сред представителите на младия политически елит, бил той десен²², центристски или ляв. За мейнстрийм младите политически лидери причината за неангажираността на новото поколение с политическа дейност се намира изцяло в ценностната ориентация на младите – според тях те са прекалено прагматични, ориентирани към бързия успех, нетърпеливи. Но политическият елит трябва да си даде сметка, че дори и в един свят на младежи-идеалисти популярността на политическата дейност не би била много по-голяма, защото те в още по-малка степен биха толерирали клиентелните практики и патронажните зависимости, които се използват за мотивиране на лоялността на младите лидери към техните партии. Пасивността на младите може и да се дължи на незаинтересованост от политиката или на неразбиране за това, как артикулирането и успешното преследване на интереси изисква организирано политическо действие и партийна подкрепа. Но тя в не по-малка степен може да се дължи и на нежеланието от страна на потенциално политически активни млади хора да приемат правилата на играта, припознавани като корумпирани. Част от проблема може наистина да е незнание относно това, как да „канализират интересите“, как политически да ги преследват. Но не по-малко успешно обяснение е и нежеланието да се преследват интересите „по този начин“, с участие в партии, където клиентелизмът е нормата на поведение.

Затова логичен е въпросът: има ли алтернативен успешен модел на рекрутиране на млади лидери, който не зависи от клиентелни практики? Само такъв може да гарантира „здраво“ развитие на младежките партийни организации, което да не отчуждава младите от политиката. Впечатленията ни от разговорите ни с активисти на националистически и/или популистки партии бяха, че те не се изживяват като част от политическия елит на страната и особено държат това да е очевидно както за симпатизантите и членовете им, така и за външни наблюдатели. Непрекъснато бе подчертавано, че в дейността си те са мотивирани от ценности, от принципи и убеждения-каузи, а не от перспективи за кариерно израстване и постове и че за разлика от надутите елитарни кариеристи от мейнстрийм партиите, те не се стремят да са част от

22 Според млад активист на ДСБ: „Може би живеем в прекалено материален свят. Хората не се интересуват от ценности, не се интересуват от принципи, не ги интересуват по-задълбочени анализи, изследвания. Опитват се да минат по повърхността на проблематиката... Ако може други да извършат целия този процес, а те лично да не се ангажират с това (...) Голяма част от хората (...) се опитват да минат по повърхността, информацията, която те приемат, тя е по най-лесния начин. Книгите, пресата, съдържанието, което те поемат като информация, тя е по-най-лесния начин генерирана, тя не създава трудности, по никакъв начин не стимулира процеса на мислене, на изграждане на собствено мнение. (...) Мисля, че по-голямата част от младите в България имат този проблем“.

елита на страната, а си остават от „народа“ и изразяват неговите настроения и болки. За наблюдателите на срещата-дискусия между млади партийни лидери и студенти, проведена в рамките на проекта, бе очевидна разделителната линия между младите активисти от ВМРО и АТАКА и представителите на останалите партии – МДПС, БСМ, ДСБ, ГЕРБ и Алианса на младите либерали АМЛ (младежката организация на НДСВ). Последните се държаха като членове на един клуб – утрешния политически елит на страната. Те говореха на един език и често бе трудно да се долови някаква разлика в позициите им. Като особено интересна може да се определи реакцията им към темата на дискусията – политическата апатия на младите. От една страна, всички те заявяваха, че действително има такъв проблем. Но когато адресираха отделни негови проявления и се правеха опити да се потърсят причините му, като че явлениято „апатия на младите“ изчезваше като проблем. Разговорът се насочваше към необходимостта в страната да има професионален политически елит, а за младите не било задължително да са особено политически активни – достатъчно било те да са активни в гражданската сфера. Изобщо трябвало да има „разделение на труда“ между елит и граждани и сферите на политическото и гражданското да не се смесвали. Затова и спадането на политическата активност на младите не било чак толкова сериозен проблем – достатъчно било да са активни като граждани (?!).²³ Парадоксално, но изглежда част от лидерите оценяваха този процес на отдръпване и нежелание на младите да се ангажират с политическа дейност дори като един вид позитивно развитие на нещата, защото той по този начин като че спомагал за развитие на гражданското общество, страдащо от хронична недоразвитост у нас.

Реакцията на подобни аргументации от страна на младите активисти, които не са от мейнстрийм партиите, бе остра и категорична – проблемът с апатията е сериозен. Според тях тя се дължи именно на арогантността и на елитисткото поведение на мейнстрийм партиите, които са скъсали връзката си с „народа“ и не защитават неговите, а единствено собствените си интереси. И действително – и от поведението, и от езика на тези млади лидери бе видно нежеланието им да бъдат припознавани като част от бъдещия политически елит на страната. Макар очевидно да се познават помежду си – по думи на наш респондент от ВМРО, организират се общи срещи на представители на всички младежки партийни структури по пет-шест пъти годишно, – националистките и популистките лидери не желаеха да се представят като част от елита пред очите на младите. Езикът, използваният от тях политически жаргон и клишетата, цялостното им поведение бе демонстрация за това, че не са посещавали „Училището за политика“ или подобна школа за „подковаване“ на политическия елит на страната. Интересно бе, че и в описанието на младежките дейности,

23 Напълно очаквано, реакцията от страна на студентите бе остра и изразяваше откровеното отвращение от подобни елитистки настроения.

които развиват, не се споменаваха никакви обучителни семинари и школи, а преди всичко социални дейности и националистически акции.

Затова е естествено да се запитаме дали нормативната рамка на анализа – тезата за ролята на селективните стимули, може да обясни успеха им сред младите. Струва ми се, че и тук тя работи, макар да е необходимо да се отчете особената нюансираност в ролята на стимулите в мотивирането на лоялността на популистки и националистични млади лидери. От наблюденията и разговорите ни с представители на АТАКА например изглеждаше, че в младите кадри там не се инвестира и развитието им изобщо не се планира. Такова поведение е характерно за реактивни, опортюнистични политически играчи, които не се грижат за отглеждане на свои кадри, а разчитат на привличане на отгледан от други, но разочарован от дългото стоене на „резервната скамейка“ кадрови ресурс. Възможностите за бърза кариера (поради внезапната и значителна популярност на популистките партии), съчетана с късия времеви хоризонт пред тях (популистките партии в страната до момента са по-скоро „еднодневки“, относително бързо „прегарят“ и биват заменени от нови), правят инвестирането в отглеждането на лоялни кадри едно безсмислено занимание. За такива партии младежките им структури често са просто една удобна възможност за PR, както и опит да заявят: „Ние правим сериозна заявка за политическо дълголетие“. Фактът, че младежките структури на АТАКА са относително невидими (в медиите трудно се намира информация за техни дейности, а изобилстват гей скандали; в най-добрия случай се откриват твърдения, че такива структури изобщо не съществуват), сочи липсата на сериозен ангажимент и грижа за развиване на собствен политически кадър. Това е характерно за партии без сериозна заявка за постоянно присъствие в политическия живот на страната.

ГЕРБ, от своя страна, въпреки че често е характеризирана от анализатори като популистка формация, изглежда се опитва да развива младежки структури и да инвестира в млади кадри и по този начин се проявява като по-различна от опортюнистичните популистки политически формации, описани по-горе. За съжаление все още е много рано да се прецени дали медийно широко отразеното създаване на мощна младежка партийна структура (1000 делегата на учредителната конференция, обещания, че 40% от местата на листите са за членове на младежката структура, и т.н.) ще се превърне в нещо повече от поредната PR акция на неформалния лидер на тази партия.

Друг интересен казус са младежките националистични партии и движения: имат ли нужда от селективни стимули лидерите им и използват ли се такива за привличането и задържането им? Тук трябва да направим разграничение, националпопулисти и идеологически мотивирани националисти. За националпопулистите (АТАКА е добър пример тук) важи казаното по-горе – селективните стимули са необходими, но те трябва да бъдат предоставяни бързо. Поради късата продължителност на очаквания живот на съответните

партии, а и заради вероятния профил на лидерите им – опортюнисти, целящи бърза кариера, обучения и дългосрочни инвестиции не се правят. Внимателно изгражданият антиелитистки образ на лидерите там също не допуска „рафинирането“ на младите лидери в школи и семинари, където се изковават здравите връзки и своеобразна солидарност на политическия елит на страната – между младите представители на различните партии се формират приятелства, говори се на един език, обсъждат се общи проблеми. Една промяна в политиката на АТАКА по отношение на младежките ѝ движения и повече ангажираност с дългосрочното им развитие и укрепване би могла да се разчете и като заявка за промяна в характера на тази партия. Според мен една действителна промяна от такъв характер би могла да е относително по-надежден индикатор за дълбочината и сериозността на процесите на „опитомяване“ на АТАКА, които изглежда текат от известно време. „Обирането“ на радикално националистичната и расистка реторика, както и заявеното намерение за кандидатстване за членства в ЕНП, ще станат повече от просто поредния нервен жест на лидера си само ако бъдат съчетани и със сериозна ангажираност с младите кадри и партийното им развитие.

Съвсем различна изглежда картината при идеологически мотивираните млади националисти. Като че ли за лидерите на ВМРО селективните стимули не са необходими за „купуване“ на лоялността им. Поне това излиза от разговори с тях – по-горе в текста бяха цитирани думите на млада активистка: „Във ВМРО не се влагат пари – то може би е добре, щото не привличаш хората с ефектни мероприятия“²⁴. Дори и това твърдение да не е напълно вярно, от разговори с младите активисти не останахме с впечатление, че подобни стимули се осигуряват, още по-малко, че такива са необходими. Като че ли националистичната идеология все още е достатъчна, за да мотивира младите националисти. Дали тя е способна да задържи лоялността им по-дълго, след като младежкият националистичен огън в очите им е поугаснал, трудно е да се прецени.

Ролята на идеологията като успешен заместител на нуждата от селективни стимули е особено видна в Българския национален съюз на Боян Расате, също изследван в рамките на проекта ни. Няма да давам подробен анализ на ролята на националистичната идеология за мобилизирането на младите.²⁵ Ще споделя само едно наблюдение: от всички каузи, преследвани от младите в България, като че националистичната най-силно ги мотивира и мобилизира за доброволческо, безкористно гражданско действие. Ролята на харизматичния лидер, макар и нееднозначна, тук е от ключова важност – той допълнително подсилва и подхранва националистичния пламък у младите си последовате-

24 Въпросът с ВМРО и парите е сложен – най-малкото заради огромните реституирани от тях имоти на историческото ВМРО. Някои анализатори описват партията по-скоро като рентниер, отколкото като организация със собствено лице и позиции.

25 Друг колега изследва този аспект от политическата активност на младите.



ли (макар силният лидерски синдром у националистите да пречи на обединението им и на по-успешната им политическа дейност). За така мотивирани и вдъхновени млади хора допълнителни селективни стимули като че ли не са необходими – те са най-лесният за манипулиране и евтин за „употреба“ от опитни лидери материал. Единствената пречка пред успешната мобилизация на голям кръг млади националисти е невъзможността да се обединят в единна организация. По думи на наш респондент, проблемът е именно със силните лидери – твърде много са и всичките искат те да са начело.

Очертава се една безрадостна картина. От едната страна са младежки мейнстрийм политически движения и лидери, които имат нужда от селективни стимули, а това пък е съпътствано от клиентелизъм и съчетано с апатична, демотивирана младеж. От другата страна са националистичните млади лидери, безкористно отдадени на националистична кауза, способни да мобилизират силно мотивирани млади хора. И в двете алтернативи доминират негативите. За романа на младите и политиката като че е имало и по-щастливи времена.

Библиография

- Hopkin, J. (2004): The Problem with Party Finance. Theoretical Perspectives on the Funding of Party Politics, Party Politics, Vol. 10, No. 6.
- Mair, Peter (2004): Political Parties and Democracy: What Sort of Future?, in: Central European Political Science Review, Vol. 4, No. 13, 6-2.
- Olson, M. (1965): The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups, Cambridge: Harvard University Press.

СМЕЛИ НОВИ ХОРА¹

Мила Григорова

Какви са младите хора у нас? Притесненията на обществото не обхващат само най-малките и тийнейджърите (свързвани предимно с наркотици, компютри, престъпност и липса на духовност), а и поколението на двадесетгодишните, т.нар. „деца на прехода“. Привържениците на социалистическата система постоянно алармират, че прекалената свобода, която днес се осигурява на младите, свободата да имат мнение и да са независими, е особено вредна за тяхното възпитание и за обществото ни като цяло. Според голяма част от хората на средна и над средната възраст у нас младите българи са аморални, мързеливи и апатични, но в същото време нахални и алчни. Изследването на нагласите на младите хора има голямо значение за общества в преход, които са в период на трудно приспособяване към определен нов свят – капиталистическите общества и в конкретния случай Европейския съюз.

Има ли наистина проблем с младите хора у нас, или проблемът е в гледните точки, в невъзможността на „другото“ поколение да вникне и да разбере новите отговорности и интереси?

Апатични ли са младите?

Проведените в хода на изследването *Новите млади и новите медии*, *Институт „Отворено общество“*, 2008 дълбочинни интервюта с млади хора показват коренно различна картина от тази, която по-възрастните хора у нас често обрисуват. Макар и изкривени от факта, че са провеждани само с млади хора, които живеят в София, данните показват, че те се вълнуват от изключително много неща, а най-вече от това как, да построят собствения си живот сами и по най-добрия начин. Обвиненията в апатия и липса на интерес към каквото и да е било остават безпочвени. Ако се опитаме да направим типология на интересите на днешните млади, няма да ни стигне мястото, защото с изключително силното влияние и навлизане на Интернет в ежедневието на младите интересите естествено се разширяват до безкрай – от типично младежки неща като спорт (включително нови видове спорт: брейк, скейт,

1 По „Смел нов свят“ на Олдъс Хъксли.



паркур и т.н.), музика, телевизия, компютърни игри, мода, социални мрежи като *Facebook* и *MySpace* и т.н. преминаваме към политическа и гражданска ангажираност (НПО-та, фондации, благотворителни и доброволчески организации), като стигаме и до технологии, контакти и опознаване на чужди култури, интереси в областта на науките и естествено към професионалната реализация. Изследването установи изключително разнородни групи от младежки интереси. Младежките субкултури бележат истински бум в последните години, като всеки от младите днес преминава през няколко фази на принадлежност към различни микрообединения. За това свидетелстват откъси от дълбочинно интервю със *17-годишна ученичка и продавачка в магазин за чай*: „(Ние сме...) свободно мислещи хора. Обединяваме се около природата, естествените неща, музиката, ако ще е музика, да е истинска, нали електронното, електронното не може да се сравни с тарамбуки на живо и някое момиче да пее прекрасно около огъня, звездите и т.н.“

Когато е било на 15 години, същото момиче е принадлежало към групата на емотата, имала е черен бретон и черни звездички. „Бързо открих, че е най-безсмисленото нещо и те не знаят какво правят.“

По-нататък в интервюто се разкрива поредна трансформация на идентичност: „Когато аз карах сериозно (скейтборд), имаше си хора от старата школа, както всички ги наричаха, защото са се занимавали сериозно и наистина са искали да го правят, и са постигнали нещо, и от по-старите поколения някои са отворили скейт шопове и т.н, но по едно време взе и това да става модерно и всяко момиче можеше да се види със скейт“.

Тези откъси илюстрират, че момичето е било част от поне три различни младежки субкултури, като едва на 17 години вече се е разочаровала от една от тях, факт, който сам по себе си показва критически поглед върху живота и интересите ѝ. Индивидуализацията позволява на младия човек да „излиза“ извън социалните групи и субкултури, в които пребивава, и да ги разглежда отвън, критически. Това е много по-трудно в колективистичните общества. Факт е, че младите българи имат своите интереси, макар и донякъде неразбрани и непризнати от по-възрастните хора.

Политическа ангажираност на младите

Едно от доказателствата, прилагани от онези, които обвиняват младите в апатия, е изключително ниската избирателна активност сред тях. Гласуването е един от основните инструменти на демократичното управление и ако някой не гласува, значи е незаинтересован за бъдещето на страната си. Факт е, че според ЦИК избирателната активност на парламентарните избори 2005 е 55,7%, т.е. около 44% от имащите право на глас не са го упражнили. Спо-

ред изследването на ББСС Галъп Интернешънъл *България: Отвъд фактите. Младите хора и икономическата конкурентоспособност*² от септември-октомври 2007 около 58% от хората между 18 и 30 години, които през 2005 вече са имали право на глас, не са го упражнили. Това е значима разлика с общото ниво на активност на изборите. Нещо повече, около една трета от младите, участвали в изследването, заявяват, че не виждат смисъл в това да се гласува, а други 46% биха гласували само в някои случаи. Ако днес имаше парламентарни избори, отново около 60% от младите не биха отишли до урните.

Най-лесният извод от тези данни би бил, че младите наистина не се интересуват от това какво се случва в страната ни и какво ще се случва с тяхното бъдеще. Един по-задълбочен анализ обаче следва да се спре на причините за това поведение (или по-точно липса на поведение). Доколко младите хора имат доверие в институциите? Много малко от тях все още носят повече позитивни, отколкото негативни характеристики. В конкретния случай това са Европейският съюз (ЕС) и Президентът. При положение, че ЕС няма (все още) влияние върху политиката, а пълномощията на президента в България са сведени до минимум (представителни функции), следва да предположим, че младите просто нямат доверие на управлението – парламентът има най-високата стойност на недоверие сред 15-30-годишните – 73%. Правителството е второ с близо 67% недоверие. При такива числа ниската избирателна активност е разбираема и обяснима.

Младите нямат доверие, нито желание да участват в политиката на представителството. Това обаче не означава, че те не се чувстват свързани с обществото или с проблемите на страната. Една от основните характеристики на обществата в преход от социализъм към капитализъм е преобръщането на значимостта на колектива и индивида – от колективизъм се преминава към индивидуализъм, от разширена роля на държавата – към разширена роля на личността и частния сектор. Ако социалистическият тип хора смятат, че няма нужда да се тревожат за политиката, образованието и т.н., защото „за това си има хора“, то капиталистическият тип хора (в конкретния случай младите българи) подлагат на критика политическата прослойка и вярват, че самите те са по-способни да участват в решението на проблемите. В капиталистически общества човек разчита повече на себе си за решаването на проблемите си и на проблемите на обществото. Нека проверим тази хипотеза. Какви са младите хора у нас в това отношение? Типично капиталистически граждани се оказват младежите – 56% от тях смятат, че решаването на проблемите е задължение не само на политиците, но и на всеки от нас. Как обаче се комбинира това с показаното вече нежелание за участие в избори, заявено от мла-

2 Национално представително за младите хора изследване сред 1000 респондента на възраст 15-30 години, проведено от BBSS Gallup International по проекта „България: Отвъд фактите“, ПРООН, септември-октомври 2007.

дите? Ако даже не си правят труда да гласуват, как тогава смятат, че участват в решаването на проблемите на страната ни? Според младите българи не е толкова важно дали ще гласуваш за партия, на която не вярваш, по-належащо е да извършиш реално действие в посока на решаване на обществените проблеми, дори например само с дребен акт като изпращане на благотворително текстово съобщение.

Обяснението за това е, че ние сме свидетели на зараждане на нов за България тип политическа активност – частно, лично, а не делегирано в представителната власт участие в управлението. Младите хора предпочитат да се включват лично в доброволчески организации, НПО-та, в акции, протести, благотворителни дружества или дори с дребни дарения като детски дрешки и играчки за деца в социални домове. Всеки четвърти от младите хора е участвал в подписка или благотворителна акция, а около 10% от 15-30-годишните са се включвали в доброволчески инициативи или митинги. Готовността за участие в подобни прояви е изключително висока – следователно ние сме свидетели на преобръщане на нагласите към политиката – човекът лично се свързва с обществото и неговите проблеми, а не разчита единствено на държавата и на управляващите.

Независимост

Индивидуализацията на обществото ни може да бъде доказана не само чрез политическата активност, а и чрез икономическите нагласи на младите. Голяма част от дълбочинните интервюта в изследването показаха изключително силно желание на младите за независимост в професионален план – най-вече развиване на частен бизнес (дори не само желание, а и вече реализирани самостоятелни фирми и дейности):

„От 7 години работех в такова бюро (*архитектурно*) и от самото начало идеята ми беше един ден да работя за себе си. И този момент дойде.“ (Мъж, 28 г., *архитект в собствена фирма*);

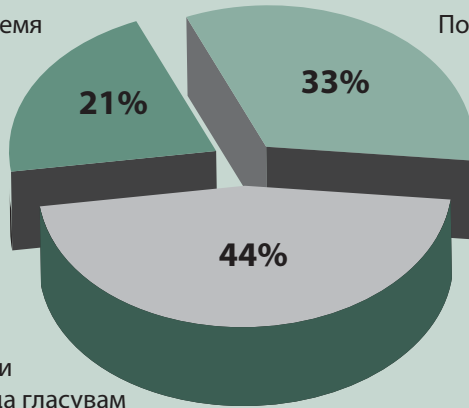
„Смятам, че в йерархията тепърва ще се издигам и един ден да не работя за никой, а сам да съм си шеф. Може да основа фирма...“ (Мъж, 30 г., *работи в софтуерна фирма*).

Често несигурността и неизвестността не са причина за страх, а се възприемат като нови, разширени възможности, като нещо интересно, необичайно и привлекателно. Това засилва не само желанието за развиване на собствен бизнес, но и готовността за трудова мобилност:

(*Как реши да приемеш работата в чужбина?*) „...Имах си колебания, както всеки при взимането на такова важно решение, но не беше толкова трудно да се съглася. Искях да видя как се живее в чужбина, да науча нови неща в моята

Графика 1. Гласувате ли?

Винаги се стремя да гласувам



По принцип не гласувам / не виждам смисъл

В някои случаи съм склонен да гласувам

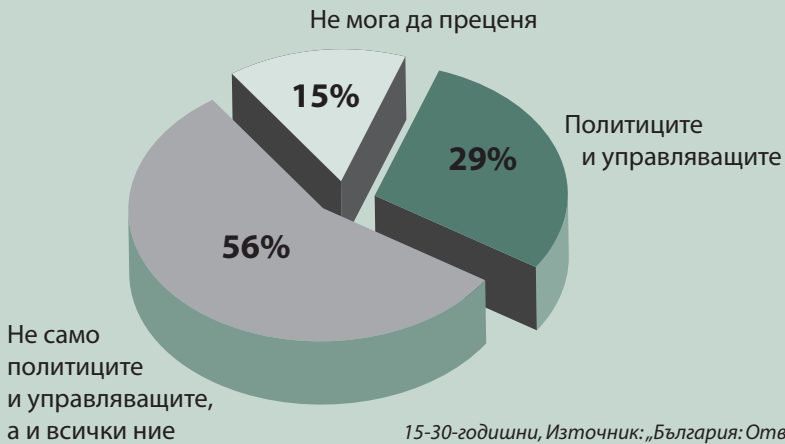
15-30-годишни, Източник: „България: Отвѣд фактите“, „Младите хора и икономическата конкурентоспособност“, октомври 2007; BBSS Gallup International

Графика 2. Доверие в институциите



15-30-годишни, Източник: „България: Отвѣд фактите“, „Младите хора и икономическата конкурентоспособност“, октомври 2007; BBSS Gallup International

Графика 3. Кой трябва да е отговорен за решаването на основните проблеми в България?

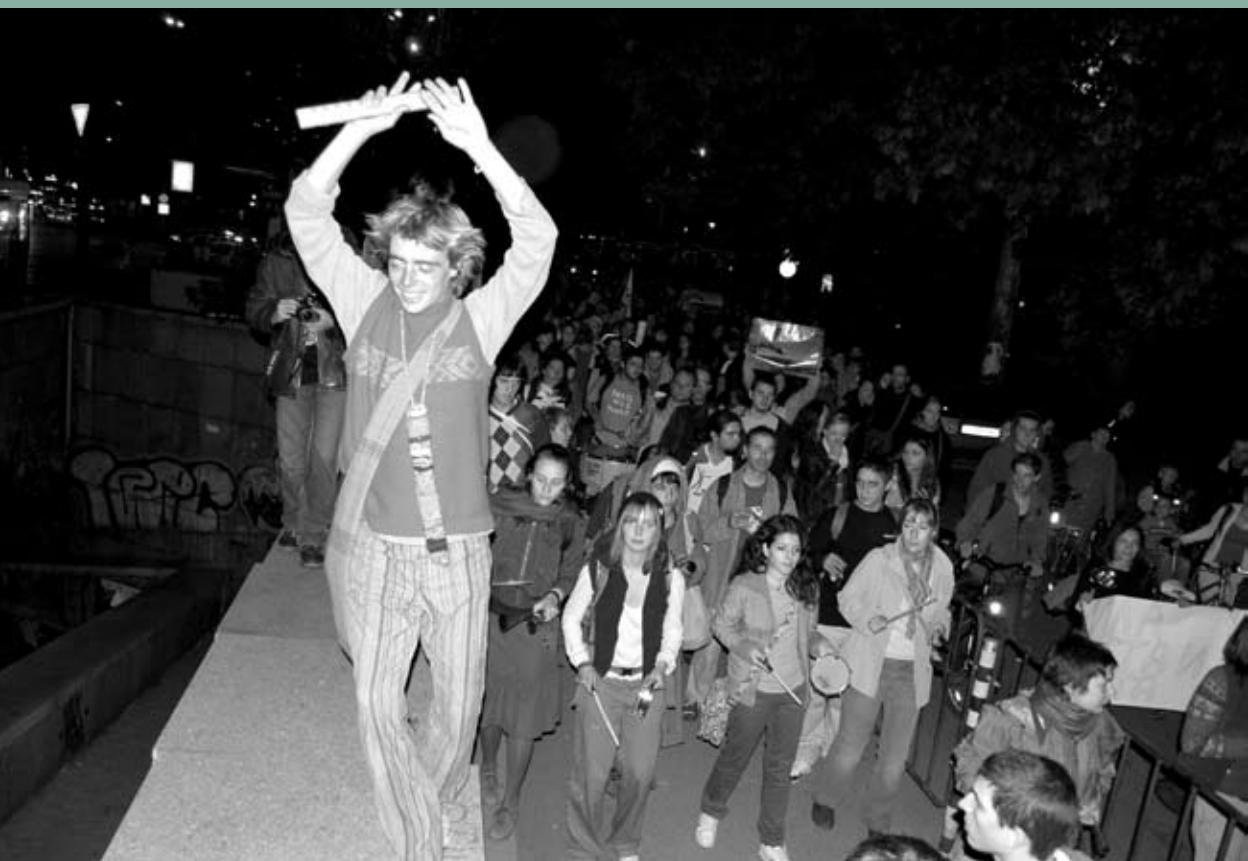


15-30-годишни, Източник: „България: Отвѣд фактите“, „Младите хора и икономическата конкурентоспособност“, октомври 2007; BBSS Gallup International

Графика 4. Участие в политически и обществени прояви



15-30-годишни, Източник: „България: Отвѣд фактите“, „Младите хора и икономическата конкурентоспособност“, октомври 2007; BBSS Gallup International



Протестът като купон.

област, а то наистина има какво да се научи.“ (*Мъж, 26 г., работи в строителна фирма в Лондон*).

Желанието за икономическа независимост и реализация се заявява още от съвсем ранна възраст – по данни от изследването на Галъп Интернешънъл почасовата работа сред непълнолетни младежи (дори не студенти) става все по-популярна практика и постепенно се доразвива в желание и умения за поемане на пълната отговорност за осигуряване на издръжката на младежите. Те искат да са независими и от родителите си, и от държавата, да не търпят покровителство.

Младите хора у нас могат да бъдат характеризирани като амбициозни, индивидуалисти, търсещи и критически настроени – не само към обкръжаващия ги свят, но и към самите себе си. Осъждана или не, разбрана или не, индивидуализацията в българското общество е факт и доказателство за изминатия вече дълъг път на прехода. Дали ще наречем младите индивидуалисти или егоисти, смели или безразсъдни, амбициозни или безскрупулни, оптимисти или наивници, е въпрос на гледна точка. Едно е ясно – „новите млади“ наистина са нови и са живото доказателство, че преходът вече се е случил и, че сме поели по дългия и бавен път към Обединена Европа.

Библиография

Изследване *Новите млади и новите медии*, Институт „Отворено общество“, 2008, дълбочинни интервюта, проведени през месеците март–май, 2008.

Национално представително изследване на младите хора (15-30 години) *България: отвъд фактите*, ББСС Галъп Интернешънъл, ПРООН, септември–октомври 2007.

ЦИК *Парламентарни избори 2005*, <http://www.2005izbori.org/results/1-29.html>.

ФОРМАЛНИ ИЛИ НЕФОРМАЛНИ ОРГАНИЗАЦИИ – ПРЕДСТАВАТА НА МЛАДИТЕ ПОЛИТИЧЕСКИ ЛИДЕРИ ЗА НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИЯ СЕКТОР

Георги Мандичев

Формите на работа на неправителствените организации представляват интерес за изследователите на процесите, развиващи се в България и Източна Европа след края на Студената война. Това е пряко обвързано с новите условия, в които се развива политическото действие в актуалната ситуация. В центъра на събитията е поставен отделният гражданин, политиката се връща при него и той е този, който взема решения за своето политическо представителство. Ето защо участието в една или друга организирана форма на сътрудничество между отделните индивиди се превръща все повече в нещо съвсем естествено. Обвързването към определени каузи и сдружаването им в организации, различни от политическите, се оказва все по-характерен елемент от тяхната биография. Разрастването на гражданския сектор и участието на гражданите в различни по своята цел и средства формални и неформални организации е факт, който не може да бъде отминат от анализатори и изследователи.

От друга страна, напоследък все повече се говори за политическа и гражданска апатия сред младите хора на възраст между 18 и 30 години. Липсата на адекватна политическа кауза, която да увлича икономически най-свежите елементи на обществото, почти винаги се мисли като проблем пред анализаторите в България. В този смисъл ми се струва важно да бъдат поставени под въпрос определени форми на функциониране на различните граждански организации, както и начинът, по който те се мислят от младите политически лидери.

Нека първо обаче очертаем полето на действие на НПО-тата в България. *„Неправителствена организация (НПО) е всяка частна, независима от държавното управление институция, която развива някакъв вид обществена дейност без стопанска цел и се финансира от източници, несвързани с правителството.* По света има над 40 000 международни НПО, а в национален мащаб броят им е огромен. Дейностите на неправителствените организации са обширни: опазване на околната среда, защита на общностни или браншови интереси, взаимопомощ, помощ за уязвими групи, лобизъм и много други.“ Източникът на тази дефиниция е онлайн енциклопедията „Уикипедия“, която се появява при първо кликване на *Google*. Възприемам я единствено от позицията на масово разбиране, без да се влагат претенции за представителност.

Не би трябвало да отминаваме юридическата рамка на НПО-тата. В България регламентирането на дейността им се осъществява посредством Закона за юридическите лица с нестопанска цел, който формулира предмета си по следния начин:

Чл. 2. (1) Юридическите лица с нестопанска цел свободно определят целите си и могат да се самоопределят като организации за осъществяване на дейност в обществена или в частна полза.

Според последното изследване относно цялостната дейност на неправителствения сектор, проведено през 2005 от Българския център за нестопанско право, в България съществуват около 22 000 организации, регистрирани според закона в БУЛСТАТ, а реално работещите са значително по-малко. От тези 22 366 НПО, 18 305 са сдруженията и 4 010 са фондациите. Най-често НПО-тата се ориентират в областта на социалните услуги – 21%, следват работещите в сферата на образованието и изследванията – 14%, а после на бизнес организациите, околната среда и развитието на общности.

Вследствие на изследователското си търсене мога да подчертая няколко основни извода. Неправителствените организации участват в процеса на взимане на глобални, регионални и локални решения, осъществяват мониторинг и граждански контрол върху държавните и местните актьори. Тук следва да се отбележат и резултатите от проведеното изследване *Проучване на практиките на управление на българските НПО*, което се занимава с финансовите средства и персонала на организациите. Резултатите показват неравномерност между двете – екипът на повечето НПО е до пет човека, а една трета нямат изобщо нает персонал – 84% използват доброволци. Повече от 77% от организациите имат бюджет до 100 000 лева годишно, а 32% до 5 000. Вероятно заради това и самият сектор е силно зависим от държавата, местната власт и международните донори. Според различни източници между 50% и 80% разчитат на външно финансиране.

Интересно е да се отбележи мнението за силната обвързаност на НПО с държавата в сравнение с партньорството ѝ с гражданите. В този смисъл участието в различни кампании, форуми, областни съвети за регионално развитие се оказва формално и на практика те остават недостатъчно включени в процеса на формиране на политики. Това довежда до разбирането за прекалената обвързаност на този сектор именно с изключващия го правителствен сектор.

Според проведените изследвания в неправителствения сектор в България може да се каже, че НПО нарастват количествено. Увеличава се и тяхната роля в процесите на взимането на решения. Те могат да бъдат определени като ресурс, който да получи широка подкрепа относно постигането на своята мисия – да се премине от неустойчиво към устойчиво развитие на обществото.

От друга страна, съществува разбиране, че НПО-тата са организации, които се регистрират единствено, за да бъдат източвани пари. В този смисъл ми се струва важно да се потърсят отговори на редица въпроси, които изникнаха по време на интервюта с млади политически активисти.

В проведените от мен разговори ясно се очертава особена корелация между възприятието за дейността на политически ангажираните млади хора и участието им в неправителствени организации. Необходимо е да се опитам да намеря конкретен отговор на въпроса, какво е за днешния млад български политик НПО-то и как той го инкорпорира в политическата си биография.

Съществува особеното разбиране, че частните институции, работещи независимо от държавата и осъществяващи дейността си в рамките на гражданския сектор, не могат да бъдат отделени ясно от политическите партии. В хода на изследването изхождах от конкретните примери за дейности на неправителствени организации, които ми бяха давани от интервюираните респонденти. Постепенно се очертаха като три основни посоки, в които се мислят НПО-тата.

Първата е *активната роля на младежките лидери в осъществяването на различни проекти*. Ето какво казва 29-годишен мъж от БСМ: „Най-много обръщаме внимание на различни НПО-та, които се опитват да спечелят проекти на ДАМС“, или пък 30-годишна жена от МДПС: „Имаме една организация на кметовете от ДПС, на която помагаме за различни проекти. Консултирам нашите членове как да кандидатстват по проекти за НПО-та към ДАМС“.

В посочените цитати може да се види ясно връзката между двата типа организации. От една страна, младежките сдружения на партиите формално са част от властова структура, която не се занимава с кандидатстване в неправителствения сектор. В същото време се оказва, че те се включват в подготовка на проекти, предназначени за неправителствена гражданска дейност.

Втората посока на мислене за неправителствените организации е като *помощник на акциите, организирани от партийната структура*. Това проличава и от приведените цитати от интервю с респондент от МДПС:

Въпрос: Целта на тези дружества е академична, не обществена? Разделяне на школи на съответната академична област или...?

Отговор: Това е една от дейностите им. Другото нещо, което развиваме активно, заедно с нашите партньори – фондация „Фридрих Науман“, е да ги превърнем в либералните им танкове, които малко или повече популяризират либералните ценности и успяват да обучат голяма част от членовете ни.

Въпрос: Казахте за вашето сътрудничество с тази Фондация. С други неформални организации осъществявате ли общи инициативи, изобщо как работите с организации, които нямат формални връзки с ДПС или с ваши партньори?

Отговор: По всякакъв начин се опитваме да подпомагаме и да развиваме неправителствения сектор, което, разбира се, понякога се оказва нож с две остриета, тъй като веднага биваме обвинявани, че ние се опитваме да се намесим в сектор, който би трябвало да ни допълва.

Подобно мнение би могло да бъде допълнено и с изказване на симпатизант на ДСБ :

Въпрос: Може ли НПО-тата да бъдат организации, периферни на партиите?

Отговор: Ами могат. И би трябвало да бъде така. Поне някои НПО-та да го правят – както в Германия, всяка партия си има фондация, която не се занимава толкова с партийна работа, а по-скоро с ценности, събиране на експертен персонал.

В този смисъл се вижда, че съществува разбиране за необходимост от изграждане на определени организации, които да осъществяват поддръжка на дейността на партиите. Това предполага проблематизиране на въпроса за връзката между гражданското и политическото. Гражданското, или критическото мнение, изказвано по отношение на политическото, се оказва някак размито и далеч от класическите си дефиниции.

Третият тип представа за НПО-тата е като за *структури, които се занимават единствено с незаконна дейност и източване на пари*. Като илюстрация по-долу ще бъдат цитирани извадки от интервютата съответно на 19-годишно момиче от ВМРО и на 27-годишен мъж от ДСБ :

Въпрос: Само за пари ли се правят тези организации?

Отговор: Горедолу. С едни приятели искахме да кандидатстваме за *youth education* – това е програма на ЕС. Някаква колосална сума. И няколко човека, които се бяха опитали да прокарат такъв проект в ДАМС, на тях им бяха казали, къде в прав, къде не толкова в прав текст, че трябва да платят, за да им се одобри. Той просто трябва да го прати в Брюксел. А печелят такива, дето са във властта. Как става това нещо? И ако можеш да се вредиш, щото гаджето ти е някакъв...

В България НПО-тата са станали машини за оправдаване на средства. Те не вършат никаква дейност, те просто фактурират суми. След проектите им в повечето случаи не остава нищо.

Като отделен случай може да се приложи мнението на 30-годишна жена от ДПС, която защити идеята, че заниманията с партийна дейност са по-добра от тези с неформални организации като НПО-та, „защото така се ангажираш директно с бъдещето на държавата ти. Те са по-тясно дефинирани“. Тоест *заниманието с политика ти дава възможност да погледнеш по-отгоре. Така се включваш отговорно и директно в определени дейности*.

Може да се обобща, че все още профилът на българския НПО-сектор е прекалено дифузен. Той се мисли като партньор на държавата, а не толкова на гражданите. Изводът, който може да се направи за различните аспекти на дейността на българските неправителствени организации, е, че колкото и незначителна и противоречива да е тяхната роля, те оказват влияние върху социалния живот. Бих казал, че според мнението на политическите лидери ролята на НПО-тата в момента е да изградят условия за гражданска среда в управлението, а не толкова да я прилагат на практика.

Една скорошна публикация във вестник „Политика“ предлага интересен акцент върху темата за гражданското и правителственото участие в неправ-

вителиствените организации. В нея икономистът от Центъра за изследване на демокрацията Тодор Ялъмов¹ предлага гледна точка, която третира именно тематиката за конфликта на интереси с публичния неправителствен сектор:

Въпрос: Къде по-често се среща конфликтът на интереси – в частния или в публичния сектор?

Отговор: Има го и в двете сфери. По-интересното е, че при изследването на този проблем у нас се натъкнах на най-новото му проявление. То е в отношенията между публичния сектор и неправителствените организации (НПО).

Въпрос: Какъв конфликт на интереси може да има в неправителствения сектор?

Отговор: Тогава, когато, от една страна, си във властта, а от друга, се правиш на неправителствена организация, взимаш пари през нея за работа, която трябва да свършиш като чиновник, или си създаваш история на гърба на ведомството, в което си. Три четвърти от кабинета участват в средно по три НПО-та. Освен това някои НПО дори са регистрирани на адреса на съответното държавно ведомство – обикновено кметства, но има и държавни агенции. Някои от тях, след като вземат пари по някой проект, се изнасят на друг адрес. Нещо повече, редица местни организации със сериозно участие в тях на кметове, служители на общинската и областната администрация получават финансираня от общините, като работят по техни проекти.

Въпрос: Какво е положението с депутатите?

Отговор: Изследванията към момента сочат, че над 50% от народните представители участват в НПО-та.

Това мнение е потвърждение на налагащия се извод за плътното доближаване на държавата до гражданските неправителствени организации, които, за да могат да бъдат включени в конкретните проявления на властта, трябва да се дистанцират от позициите си в гражданското общество. Ако твърдо ги отстояват, те лесно се маргинализират и не могат да постигнат целите, които са си поставили. Тодор Ялъмов очертава изключително добре условията, в които се развиват българските НПО-та. Нерегулираното от правна гледна точка представителство на овластени актьори в неправителствената сфера, както и разбиранията за това, как точно трябва да действа една неправителствена организация, са израз на различаващите се от класическите дефиниции роли, които осъществяват у нас тези организации. Би могло да се помисли как да бъдат отстранени причините за тези феномени, какви биха били последствията от подобна политика на развитие и как ще изглежда гражданското участие в конкретната политика сега, когато са налични ресурсите от Европейския съюз. В настоящия момент става ясно, че държавата е все още твърде обсебващ партньор на неправителствените организации и самото гражданско „организиране“ не е достатъчно автономно.

1 Вестник „Политика“ от 04. 07. 2008.

МЛАДИТЕ БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛИСТИ: КАКВО ЗНАЕМ ЗА ТЯХ?

Деница Шаранкова

Ако започнем с първия въпрос – има ли млади български националисти, – сигурно ще останем изненадани, че те въобще не са толкова много. Причината за това обаче е, че само една малка част от тези, които външните за групата лица биха нарекли „националисти“, се самоопределят като такива, а още по-малко го обявяват публично. За да може да бъде обяснен подобен феномен, тук веднага трябва да се премине към един следващ проблем, а именно, че за национализма и националистите е изграден „погрешен образ“, „лоша слава“. В нашите разговори всеки от респондентите предлагаше своя версия по въпроса, кой и защо е създал тази представа, но всички бяха единодушни, че съществува негативно натоварен стереотип: националистът общо взето се приравнява с нацист като убеждения и с горила като външен вид и поведение. По тази причина немалка част от младежите, които иначе формираха единна общност, избягваха да наричат себе си така. Те предпочитаха „патриот“, „родолюбец“ и т.н., което да обозначи положителна нагласа – любов към България, а не омраза към някого/нещо. Така или иначе това е по-скоро формално разграничение, отколкото същностно, и ако го имаме предвид, доста лесно ще различим многобройните по-малки и по-големи националистически сдружения, които съществуват днес. Те са както политически и предполитически (млади членове на съществуващите националистически партии или младежки организации към тях), неполитически обединения (организации на приятелски начала, на които ще се спра по-подробно), така и абсолютно неформални общности на пишещите в националистическите форуми.

В процеса на изследването разделението, което по-горе направих, се оказва основополагащо. Имам предвид разделението между членове на партии и организации към партиите, от една страна, и непартийни обединения, от друга. А що се отнася до изказването на мнения по форуми, тук да направим някакво разделение би било трудно, тъй като на практика всички пишат в тях – без значение дали участват в някакво сдружение и какво е то по характера си. Има общи форуми за хора със съответните интереси и убеждения от цялата страна, а има и по-частни (на отделна партия, организация), така че един човек може да има няколко профила на различни места. Но и тук все пак възниква едно разграничение: между хората, които само пишат и чийто наци-



Активисти от БНС с преработено национално знаме.

На сайта на БНС знакът върху знамето е обяснен по следния начин:

„Един от най-разпространените свещени символи на древните Българи е другият семиотичен знак на **Слънце-бога - IYI (ИУИ)**. Някога Българите са смятали, че изобразяването му носи щастие, успех и физическо здраве на живите същества, а на неживите обекти – якост и здравина. В езотеризма на едфуистиката **IYI** символизира още и идеята за единство на крайностите в битието, което го прави сравним с други сакрални знаци – Кадуцей, Ин-Ян, Зервани и т.н. **IYI** можем да видим на каменните блокове от крепостната стена на старата столица Плиска, както и на бронзовата розета, открита през 1961 г. пак там. Знакът присъства и в Ситовския надпис, открит през 1928 г. от руския археолог д-р А. Пеев край вр. „Шутград“, недалеч от малкото родопско селце Ситово. В този случай можем да преведем **IYI** буквално като „СЛЪНЦЕ“. Думата има подчертан шумеро-еламски произход, като днес се е запазила единствено в говора на кавказките народи, наследници на Стара Велика България. Като знак на кановете от рода Дуло, създатели на Стара Велика, Волжко-Камска и Дунавска България, **IYI** безспорно се превръща и в символ на Българската държавност въобще. След близо 12 века забравата знакът на прадедите ни отново изгрява. Днес **IYI** е използван като емблема от търговски фирми, исторически дружества и други **неправителствени** организации“.

http://www.bgns.net/bns/index.php?option=com_content&task=view&id=85&Itemid=63

анализъм се явява възможност да поговорят или поспорят с някого, и тези, които предприемат конкретни действия. Първите са на практика наследниците на стария „кръчмарски национализъм“ в буквалния му смисъл на събирание (днес интернет пространството заменя топоса на кръчмата) и говорене, обсъждане, критикуване, изказване на недоволство и похвали и т.н., без от това да следва нещо повече.

Другото основно разделение, което се самоналожи в проведените разговори, е това между по-крайни и агресивни и по-умерени, „мирни“ националисти. Но това не би могло да е изненада за никого, тъй като за всяка една сфера можем да кажем, че има крайни и умерени представители. По-нататък ще се върна отново на този въпрос, за да разгледам по-подробно какво отличава „крайните“ от „некрайните“ националисти, кои какви са и в какво вярват, с какво се занимават. Сега ми се иска да обърна внимание на двата лагера, между които минават – образно казано – политическото и политиката. При първите си срещи няхах представа, че това ще се окаже толкова решаващо, но четейки протоколите от проведените интервюта, нямаше как да не забележа повтарящите се (и съответно разминаващи се) мотиви. Максимално опростени, нещата изглеждат по следния начин: от една страна са *представителите на младежките организации на АТАКА, ВМРО и БНС*. Това са млади хора с бъдещи амбиции в политиката. При всички интервюта беше заявено желание за развитие в тази насока – за момента са активни членове на младежките организации, но създават връзки, трупат опит, с цел един ден да станат членове на партията; ако учат, то е нещо, свързано с политиката, политическите науки (Международни отношения, Право, Политология...). Те демонстрираха добро познаване на платформата и програмата на своята партия, зад която плътно седяха, и отговаряха спрямо официалните ѝ позиции. Усещаше се систематичност в изказаните мнения, която впрочем нерядко липсваше при националистите „на свободна практика“.¹ Членовете на ВМРО говореха за „задължителна литература“, с която всеки желаещ да се присъедини към тях трябва да се запознае, за да разбере навреме дали споделя възгледите им, дали тази истина е неговата истина.

Дейността им обикновено се изразява в „[създаване и разпространяване на] образователни къси филмчета в популярните видеопортали, намиране на спонсори за народополезна дейност – издигане на паметници, закупуване на книги и учебници за български общности зад граница, писане на статии за печатни и електронни издания, (...) организиране на чествания и празници, дизайн на плакати, лепенки, стикери, патриотични фланелки (...), поддържане на интернет страница, на един-два блога, организиране на лекции и беседи в Софийския университет“². Понякога споменават за „вътрешнопартийни дела“,

1 Терминът е техен.

2 Това е точен цитат.

но не желаят да ги обсъждат – бих могла да предположа, че те не се различават много от изброеното дотук.

Интересуват се живо от политика и мислят, че именно тя е единственият възможен път за промяна. Не считат обаче, че на България са ѝ нужни много активни националисти – разбира се, всеки трябва да е патриот, но в степента, в която ще спазва законите в ежедневието си и ще гласува правилно на изборите, така че властта да попадне у подходящите хора. Тоест промяната идва отгоре надолу. Наблягам на този елемент, тъй като при втория тип организации се говори точно за обратното.

Последните са един много интересен феномен: в едно все по-индивидуалистично общество и при все по-масовото разочарование от политиката и централната власт „на мода“ излизат т.нар. от самите респонденти „НПО-та и в сферата на национализма“ – множество малки организации с твърде подобни убеждения и дейност, но обособени една от друга. Имах възможност да се запозная с представители на няколко такива сдружения и според разказаното от тях успях да нахвърля в няколко точки отличителните им белези.

Група приятели решават, че „искат да направят нещо за България“³ да споделят възгледите си и „да повлияят на повече хора“ и основават организация. Правят си сайт. Евентуално печатат и разпространяват брошури, плакати или вестници; правят клипчета и ги качват на сайтовете си и в *Youtube*, *Vbox7*. Понякога се събират и почистват публични места, поставят цветя пред паметници. Привличат ограничен брой „външни“ хора, предимно „приятели на приятели“, така обикновено наброяват не повече от 15–20 човека.

Събират се неформално или, по-рядко, на специално организирани общи събрания, които обаче пак са вид приятелски срещи, при които „никой не е главатар“ – това е важна характеристика, която те самите изтъкват, макар че не е трудно да се усети кой е неформалният лидер. Общуват с други такива националистически организации във връзка с по-големите инициативи като чествания на празници или протестни шествия, през останалото време пишат в общи форуми, но като цяло почти всички се познават помежду си.

На практика нямат никакви политически амбиции, не желаят да влизат във властта. Гласуват за АТАКА, БНС (Гвардия), ВМРО или ДСБ и ГЕРБ. Даже повечето от тях определят политиката като „гнусна работа“ или просто казват, че не се интересуват. Считат, че промените трябва да стават отдолу нагоре (обратно на първия принцип).

Ако сравним по-горните описания на дейността на – нека ги наречем за по-лесно – политическите и неполитическите организации⁴, ще видим, че всъщност особени разлики няма, въпреки лексикалното оформление. Основ-

3 По техни думи.

4 Правя известни уговорки, тъй като младежките организации на съответните партии не са в буквалния смисъл на думата политически – те са по-скоро предполитически, „политически“ са самите партии.

на дистанция съществува във визията им за развитието на българското общество – дали една бъдеща промяна трябва да бъде иницирана от малка група добре обучени и информирани политици (натрупали опит чрез младежките организации), или следва да е масово явление, „отдолу нагоре“, „българите да работят за България“. В първия случай става дума за по-пасивен национализъм: хората просто трябва да са готови да направят необходимото, когато това се поиска от тях, но инициативата е в ръцете на ограничен кръг активни националисти, които, предполага се, ще са способни да преценят кое е добро за страната и да ръководят съответните действия. *De facto* това е моделът, който имаме и сега, без значение кой точно е на власт. Във втория случай съществуват две версии по въпроса, какво точно трябва да прави „масата“. Мирният вариант включва обикновено гражданско самосъзнание – да си плащаме данъците, да не хвърляме боклуци по улиците, да не вършим хулиганства и други престъпления, да се интересуваме от българската история, литература, да предпочитаме българските стоки и т.н. – съвсем естествени неща, които не национализъмът, а доброто възпитание изисква. Беше изказано и едно мнение, което предвещава налагането на „нов ред“ със сила – но не само част от обществото да потиска другите, а напротив, всички българи – тъй като на практика няма българин, който да е доволен от ситуацията днес – да се обединят и да се борят за по-доброто си бъдеще.

Тук стигаме до един важен елемент, който също отличава политическите и неполитическите организации: релевантността на убежденията, плановете. Нормално е всеки, който не се занимава с политика и не познава истински това поле, да има много по-смели очаквания и „нестандартен“ подход към проблемите и решаването им. Отстрани едно действие може да изглежда много лесно и логично, но то да носи след себе си куп бъдещи проблеми, които средностатистическият гражданин не е в състояние да предвиди. Така в сферата на политиката понякога съществува заблудата, че само добрите намерения са достатъчни. Забелязах подобна нагласа и сред хората, с които разговарях по време на изследването. Колкото по-далеч от политическото бяха те, толкова по-смело изказваха предложения за управлението на страната; за разлика от това представителите на младежките „политически“ организации се стремяха да бъдат максимално внимателни, пестеливи на обещания⁵, коректни към позициите на собствената си партия. Общо взето в това си пролича разликата между идеи и прилагането им на практика – когато става дума за по-мощни такива; иначе в ежедневните „родолюбиви“ дейности, както видяхме, ако отчитаме ресурсите, с които разполагат едните и другите, няма голямо разминаване.

Каквито и да са тънките разлики в мисленето и поведението на тези млади хора обаче, приликите все пак са повече. И най-голяма обща черта, раз-

5 Големите обещания са предизборен специалитет, но в ежедневието няма нужда от тях.

бира се, е „любовта към България“. Съвсем естествено тя се появи във всяко интервю и винаги включва сходни елементи: познаване и любов към българската история,⁶ литература, традиции, обичаи, музика, живопис, кино, спорт; предпочитане на „българското“ пред всичко друго – без значение дали става дума за стоки, хора или услуги; гордост от факта, че сме българи, и затвърждаването ѝ сред цялата нация (в което именно помагат тези организации), както и прославянето на българските достижения в чужбина; будна гражданска съвест (едно от основните обвинения срещу циганите например би било по тази точка); оставането в България – също много важен елемент, имайки предвид непрекъснатото нарастващата емиграция сред младите хора.

След всичко казано дотук, ако оставим настрана това, което „по принцип“ знаем за националистите, може би ще видим, че феноменът национализъм сред младите хора не е чак толкова лошо нещо. Не случайно всичките ми респонденти неизменно започваха с „Ние не ядем хора!": истина е, че има изграден негативен образ на националиста. Самата дума вече е негативно натоварена. Прадядо ми, съзрял като личност преди Втората световна война, твърдеше упорито, че е националист, а аз трудно успявах да си го представя редом с „остриганите беззъби рецидивисти“, които крещят „Циганите на сапун!“⁷ Разбира се, агресията също я има, омразата към цигани, турци, американци, руснаци и т.н., но не това прави от младите хора „националисти“ и не това е отличителната черта на нашия национализъм. Може би тя се е наложила като такава, тъй като хора, гръмко обявяващи се за националисти, създават скандали. А около скандалите най-много се шуми и те най-лесно се запомнят.

6 Винаги излизаше на първо място и веднага след това беше добавяно: „Но не само... Не можем да живеем в миналото“.

7 От картичката на младежкото ВМРО „Какъв не е българският националист“.

РОДНИЯТ СКИНХЕД

Карина Симеонова и Антония Рангелова

В хода на настоящото изследване се оказва, че има над 200 вида скинхедс. Всяка една група защитава свои собствени идеи и ценности. В България това движение възниква около 1992, а най-разпространени са т.нар. шарп, футболни хулигани и скинхедс, подкрепящи идеите на Хитлер и националсоциализма. Обект на настоящото изследване са именно последните. Условно те се разделят на две групи, в зависимост от възрастта си. По-малките са момчета между 15 и 24 години, а повечето от по-големите – около 25-30. Броят им не може да бъде уточнен, тъй като представителите на групата често са подозрителни, не признават какви са и съзнателно прикриват убежденията си. Липсват и изследвания по този въпрос в България.

Двете групи не се движат заедно. Това се дължи на факта, че много от по-големите имат вече зад гърба си сериозни провинения и проблеми с полицията, което ги принуждава да спазват определени норми и да избягват противообществените прояви. В същото време по-малките скинхедс тепърва трупат опит в непозволени и социално неприемливи действия и по този начин принуждават по-големите да странят от тях.

„За нов член трябва сърце, няма излишни; дори и физически слабите могат да помогнат, като пропагандират идеите“ – споделя в интервю представител на столичните скинари. Обикновено става дума за влияние от обкръжаващата среда – сред скинхедс се попада благодарение на познати, приятели, съученици и т.н. Тъй като това се случва в тийнейджърска възраст, момчетата са много по-податливи на влияния и затова лесно се увличат. В хода на изследването се натъкнахме на случай, в който идеологията се наследява от по-малък брат.

За представителите на тази група дрехите са основният отличителен белег; трябва да са удобни, да са подходящи за бой, т.е. да осигуряват подвижност, да са облекло на „уличен войник“. Кубинки, бомбер, тиранти – най-често с цветовете на германското или българското знаме, ризи или тениски на определени марки – *Fred Perry*, *Polo*, *Lonsdale*, *Boss*, *Pit Bull Germany* и др. Кубинките са предпочитани обувки, главно заради металните бомбета, използвани като оръжие. Носят се дънки, панталони със странични джобове и камуфлажи (отново военна тематика). Разпространени са белите дънки – белият цвят отвежда към чистотата на бялата раса. Бомберът е удобно яке с много джобове,

няма яка, „така че при бой не могат да те хванат за яката“. Тирантите, както се оказва, не са много удобни, но са модерни. При бой обикновено пречат и зато ва се махат. Понякога могат да се видят бели връзки на кубинките – слагането им е символичен жест, трябва да си ги заслужил, да си извършил определени действия (например убийство). Иначе сами по себе си означават гордост. Тук отново белият цвят изразява надмощието на бялата раса над останалите. Понякога се слагат и червени връзки, които, от своя страна, са знак, че носителът им е тръгнал на „акция за кръв“. Марката *Fred Perry* е предпочитана, защото логото ѝ представлява римски лавров венец, символ на победата и емблематичен за Хитлеровата пропагандна дейност и идеология. Освен това Фред Пери е тенисист, станал известен в скинхед средите с факта, че стига до финалите на Уимбълдън, но жребият определя да играе с чернокож противник. Пери хвърля тенис ракетата по него и отказва да участва. *Lonsdale* се носи, „защото когато бомберът е разкопчан, от надписа се виждат само буквите „nsda“, на-помнящи на абривиатурата на националсоциалистическата партия на Хитлер „NSDAP“. Марката *Boss* е предпочитана заради двете „s“ (ес) – алюзия със СС дивизиите през Втората световна война. Носят се колани, на чиито катарамии са изобразени символи, свързани със скинарска тематика. Задължителен елемент от външния вид е бръснатата глава или много късата коса. От една страна, това е протест, а от друга страна, прави се, „за да не могат да те хванат за косата по време на бой“. Този вид прическа се обуславя и исторически, като се търси легитимация с древните владетели и „Именник на българските ханове“. Скинарите избягват да носят обици и пиърсинг, защото те също пречат на боя, могат да бъдат откъснати и да причинят допълнителни травми. Неизменна част от ежедневното облекло са и оръжията – най-често това са бомбетата на кубинките, боксове, шило, къси тръби, наричани още „хулиганки“, вериги, карабинери, ножове и отверки. Според интервюиран от нас скинар напоследък се наблюдава нова тенденция – скинхедс започват да се обличат цивилно, стараят се да се сливат с тълпата. „Важното е да можеш бързо да изчезнеш от местопрестъплението“. Не се събират на големи групи и носят шапки и тъмни очила на места, където има камери.

Момичета в това движение са много малко, обикновено не са уважавани и признавани наравно с мъжете. Най-често онези, които дружат със скинарите, са там главно заради компанията и не е задължително да подкрепят същата идеология. Имат интимни отношения с голяма част от групата, обличат се в розово, поддържат елегантна фигура, носят шапки от розово каре – това е отличителен знак, и ги наричат скинбейбис. Девоjkите се възприемат повече като обект за забавление, често търпят грубо отношение и обиди; носи им се слава на глупави и леки момичета. Обикновено социалният статус на семействата им е доста нисък, случва се и да са жертви на домашно насилие. Друга категория са т.нар. скинарки – те поддържат идеологията и имат определен стил на обличане и прическа. Поведението им често е агресивно и арогант-



Скинари

но, с което целят спечелване на уважението на мъжете. Това обаче рядко се случва, тъй като тази група по принцип е нетолерантна към момичетата сред редиците си. Последната категория са онези, от които скинарите имат деца – те най-често са пънкarki, което е трудно обяснимо, като се има предвид кръвната вражда между двете групи. Обикновено не са омъжени за бащите на децата си, макар да се срещат и такива случаи. В подобни ситуации момичето не е притеснявано от останалите членове на групата и много рядко е обект на подигравки, следователно говорим за известна солидарност и уважение.

Българските скинари слушат различни стилове музика – рок, пънк, ска, Oi (идва от hey you), дори чалга, но предимно RAC – Rock Against Communism. Най-популярните сред тях RAC групи са „Skullhead“ и „Skrewdriver“, чийто бивш вокал е Ян Стюарт – английски националист и нацист, за когото се говори, че бил убит заради убежденията си. Той се е превърнал в нещо като нов фюрер, основава във Великобритания движението *Blood and Honor* с расистки и националсоциалистически идеи за „бяла Европа“, което има нещо като „клон“ и в България. Самото название „Кръв и чест“ според интервюиран от нас скинар е било изписано върху кинжалите на войници от СС. Слушат се още руската група „Коловрат“ и българската „Бранникъ“, чиито песни са свързани предимно с футболното насилие, групите „Срам и позор“, „Гордост“, по-известните на публиката „Хиподил“, както и „Епизод“, които използват текстове на Иван Вазов. От интервю разбрахме, че има и наци-техно и наци-кънтри. Любими филми са „Американска история Х“, като краят е силно критикуван, тъй като главният герой се отказва от убежденията си, „Romper Stomper“ – история за група английски скинхедс, които тормозят китайското малцинство в града, „Made in Britain“, както и филмите за смели мъже – безстрашни герои като „Гладиатор“, „Смело сърце“, „Патриотът“.

Членовете на движението отдават важно значение и на различните начини на забавление. Най-често това зависи от възрастта им: по-малките, които все още нямат сериозни криминални прояви, избират някое затънтено заведение, задължително да не е изискано – кафене или ресторант, където вулгарното им поведение не е проблем. Често се превръщат в практически единствените му клиенти. През лятото се събират в парковете и по квартални градинки с пейки. Остават там, докато някой от близките жилищни кооперации не повика полиция заради шум, вандализъм или други противообществени прояви. Често след употреба на солидни количества алкохол чупят пейки, автобусни спирки, драскат по стените със спрейове или търсят случайни минувачи с цел предизвикване на бой. Случва се да издевателстват над роми, араби или турци; извършват вандализъм над заведения за бързо хранене, притежавани от хора с друга етническа принадлежност. Понякога се събират на големи групи и търсят пънкари, скейтъри, хипари и др. с цел масов бой. По-големите – над 25 и 30 години, имат други начини на забавление. Както вече беше споменато, обикновено те са с много дълги досиета, което налага

да избягват противообществените прояви, за да нямат проблеми с органите на реда. Като цяло са по-спокойни, рядко се бият и не проявяват вандализъм. Поддържат същите разбирания, но не го показват, защото в голямата си част имат сериозна работа и трудови договори. Не толерират неконтролируемата агресия на по-малките и не ги приемат в групата си. Обикновено такива момчета също избират определено заведение и го посещават често, но също така предпочитат да се събират в домашна обстановка, където си осигуряват алкохол, храна и музика.

Едно от интервюираните от нас момчета сподели, че хобито му е да чете. Той показва завидни исторически познания, а от думите му стана ясно, че четенето и историята наистина са негова страст.

Много от българските скинхедс спортуват и се поддържат в добро физическо здраве. Предпочитани са боксът и бойните изкуства – „за да ти помага на улицата“. В интервю ни беше споделян много интересен факт. Един от изследваните от нас скинари обясни, че е нещо като предводител на група на по-малките. Заедно групата спортува, изучава бойни изкуства, ходи на походи в планината и се учи да оцелява в екстремни условия. „Аз като им запълвам времето с тия неща и като ги карам да се уморяват, не им остава време да мислят за глупости. Освен че ги държа в добра форма, ги карам и да ходят редовно на училище. Те са си свикнали, какъвто и проблем да имат, вместо да правят глупости, първо да дойдат при мен за съвет“.

Скинарите в България празнуват 20-ти април. Това е рождената дата на Хитлер, но също така съвпада и с датата на избухване на Априлското въстание, което заедно с обесването на Васил Левски е от най-емблематичните за нашенските скинари празници, тъй като се свързани с националистическата тематика. Почти всички от младежката култура се обявяват за родолюбци. На тези две дати най-често се организират шествия до връх „Шипка“ и връх „Ботев“ или до паметника на Васил Левски в София.

Едно от най-разпространените забавления е слушането на музика. В тази връзка в интернет пространството са създадени много сайтове за запознанства, чрез които скинари от цяла Европа се срещат, разменят музика и идеи, както и се информират за предстоящи концерти и шествия. В по-голямата част на Европа шествията са забранени, но в Унгария това все още не е така, което я прави предпочитана дестинация. Когато посрещат идейните си събратя на родна почва, нашите скинхедс обикновено показват красивите ни природни забележителности, най-вече в планините, както и рекламират талантивите ни татуисти. Оказва се, че в България татуировките са много поевтини, отколкото в останалата част на Европа, така че може да се каже, че скинхедс предпочитат да дойдат тук, а пък и хигиената в нашите студия е на ниво. От интервю разбрахме, че съществува и скинхед списание. То, разбира се, се издава неофициално и не може да се намери по обикновените репове.

Почти всички скинхедс се интересуват от футбол и посещават мачовете на любимите си отбори – главно „Левски“ и ЦСКА, както и пловдивския Ботев, (от патриотични съображения). Много от тях посещават и мачове извън страната. Преди футболни срещи се употребяват големи количества алкохол, а след това се организират масови боеве с фенове на противниковия отбор. Някои от скинарите имат забрана да посещават футболни мачове заради хулиганство. Повечето от по-възрастните членуват във фенклубовете на любимите си отбори. Често присъстват на дербитата и като охрана, а не просто като запалянковци. В хода на изследването срещнахме и скинар, който не се интересува от футбол. Той се обоснова така: „Бият се за глупости, докато негрите и евреите правят пари“, т.е. футболното насилие и боевете между феновете са безсмислени, тъй като „не може да подкрепяш футболен отбор при положение, че собственик му е индиец, арабин или евреин от Тел Авив“.

Може да се каже, че повечето от скинарите са от проблемни семейства с нисък социален статус, обикновено родителите са разведени. Обратното обаче също не е изключено. В интервю разбрахме, че напоследък се забелязва нова тенденция: „Скинове започват да стават мамини момченца, а преди бяха само от бедни работнически семейства“. Повечето нямат амбиции за висше образование или високо положение в обществото, а тези, които все пак поискат това, постепенно сами излизат от групата поради разбираеми причини – започват да контактуват с различни от досегашните хора, налага им се да спазват определени норми на поведение и възпитание, отделят повече време на новите си занимания и голяма част от тях, връщайки се в старата компания, осъзнават, че не това е начинът на живот, който ги устройва. Не след дълго прекъсват почти изцяло връзките с групата и дори много често се случва да променят убежденията си. Останалите работят главно като хамали, охрана, продавачи в магазини за алкохол и цигари и друг вид труд, който не изисква особена квалификация. Обикновено става дума за хора с добри физически данни, които често могат да поемат тежка физическа работа. Възнагражденията за трудовата им дейност варират от вида на заниманията – от минимална заплата до много високи доходи. Имат изисквания работодателите да не са от друг етнос. Част от по-малките все още разчитат на издръжката на родителите си. В тази връзка се забелязва един особен феномен: по-големите, които вече имат самостоятелен живот, работят и живеят сами, демонстрират много по-добро отношение към родителите си – уважават мнението на бащите си, помагат на майките си и се стараят да не ги тревожат. За тях семейството има голяма стойност и е въпрос на чест то да бъде защитавано. В същото време, по-малките открито демонстрират неуважение и грубо отношение към родителите. Срещат се дори фрапиращи случаи, в които, при липсата на баща, синът тормози майка си физически, когато са му отказани пари или нещо друго. Изследването ни се натъкна на случай, в който осемнайсетгодишен скинар заплашва майка си в дома им с нож. Негов приятел се опитва да го спре, но в

това време майката, уплашена от случващото се, вика полицията и свидетелства, че и двете момчета са я тормозили. Едно от респондентите ни сподели, че двамата му по-малки братя също са пожелали да станат скинари, но той им е забранил: „Омразата не е нещо хубаво“.

Когато става дума за опозицията идеология-ежедневие, родните скинари твърдят, че трябва да има пълно отдаване на „каузата“. Едно от момчетата се определи като „расист, който обича родината си“, друго – като „патриот и националсоциалист“. Идеята за скинхедс в българския си вариант предполага определено поведение и жестове, предопределящи целия живот на индивида. Обикновено става дума за отрицание и бунт срещу обществото и зададените от него норми. Израз е агресивното им поведение и демонстрацията на определени актове, предполагащи принадлежност към групата. Оказва се все пак, че има места, на които дори скинарите трябва да се съобразяват и да бъдат съвсем обикновени хора – най-често работните им места.

Расизмът и омразата идват от идеите на Хитлер за бяла раса, в противовес на останалите, които не са достатъчно развити. Омразата към евреите беше обяснена от едно от интервюираните от нас момчета с наличието на кръвни ритуали в религиозната им практика. Скинарът ни разказа как на еврейския празник Пасха безквасният хляб малц се замесва от брашно и животинска кръв. Евреите се възприемат като хитри, изнудвачи, лихвари и дори крадци. Обвинявани са в това, че са затворена общност и след толкова много години отказват да се асимилират, да се приобщят към общността, в която пребивават. Смята се, че убийството на шест милиона евреи през Втората световна война е мит, измислен от самите тях. Използват се и доводи за анатомични аномалии. За самите евреи и ритуалите им ни беше разказано още много, но няма да го споменаваме тук, тъй като то, както и всичко казано дотук за тях, е непроверена информация и би могло да бъде просто обикновена пропаганда, което не е цел на настоящото изследване. Един от скинарите, с които се срещнахме, каза: „К'во ми дреме за евреите, все едно на тия от Израел им дреме за нас“.

Омразата към негрите се обяснява с това, че те са недоразвити, „маймуни“, че не са достигнали в еволюционно ниво бялата раса. Едно от момчетата сподели: „Аз нямам нищо против тях, стига да си живеят в Африка“.

Арабите са обект на омраза, защото нашенските скинари ги идентифицират с цигани, а циганите са мързеливи, крадат, не работят и живеят паразитно на гърба на белите. В интервю разбрахме, че в циганския квартал в Ботевград на някои стени пише: „Смърт за българите“. Хората от ромски произход са възприемани като престъпници.

Настоящото изследване не би могло да претендира за абсолютна изчерпателност, но е обхванало поне основните символи, на които се крепи скинарската идеология. Сама по себе си тя не е обвързана единствено с пропагандата на Хитлер по време на Втората световна война. Българските скинари

откриват голяма част от знаците, на които се основават идеите им, в историята на страната ни. Свастиката е символ на Третия райх, но е и древен източен знак. Обърнатата надясно означава слънцето, доброто, новото начало и най-често се среща именно в този си вид. Обърнатата наляво (суастика) е символ на злото, смъртта, нощта. Един от респондентите ни сподели, че такива символи били намерени по плащеницата на хан Тервел и по предмети, принадлежали на хан Кубрат. Тоест търси се връзка с българската история, която да легитимира свастиката като използван от древните ни предци символ, което, от своя страна, да препрати към идеята за родолюбеца и патриота в лицето на скинара. Свързан със северните народи и тяхната митология, келтският кръст (Окото на Один), използван и преработен за нуждите на Хитлеровата пропаганда, достига до днешните български скинхедс, като корените на символа отново се търсят в нашата историята – в интервю разбрахме, че келтски кръстове са намерени в църквата „Св. Неделя“. Други подобни символи са орел със свастика, отличителен елемент на СС дивизиите, както и триквестер или три преплетени седмици, който символизира горния и долния свят и се използва от организацията „Blood and Honour“. Важен символ и отличителна черта на движението е цифрологията – определени послания, които обществото отхвърля като неприемливи, се кодират чрез цифри. Най-важните от тях са 14, 88, 18, 5. Числото 5 не е много разпространено в българските скинхед среди, но все пак се среща и означава „код на мълчанието“. 18 е цифровия израз на първите букви от името на Адолф Хитлер (както е номерацията на буквите в немската азбука). 88 е „Хайл, Хитлер!“, понякога за да не бъде разпознато посланието, то се кодира като 44 + 44. 14 представлява 14-те думи, казани от Дейвид Лейн, който също е ключова фигура за тази култура и в момента е в затвора заради пропаганда на расизъм и националсоциализъм. Той прави следното изказване: „Най-важното е да осигурим по-добро бъдеще на белите хора и белите деца“.

Като всяка група, претендираща за цялостност и стройна структура, скинхедс имат определен начин на поздравяване: вдигната нагоре дясна ръка – дясна е, защото идва от сърцето. Означава благословия. Смята се, че е използвано като поздрав от хан Кубрат, но иначе по-разпространена е версията, че идва от римските гладиатори, отдаващи почит на императора. Това е още един от символите на хитлеровите СС девизии. Другият поздрав, който обаче почти не се среща, е вдигнати два пръста – Виктория или победа, като с този жест са се заклевали СС войниците.

Много голяма част от скинарите имат татуировки. Обикновено те са свързани с идеологията. Срещат се портрети на емблематични личности (може да е Хитлер, Ян Стюарт, а наред с тях и Левски или изображение на някой от хановите ни), характерни символи (най-често свастики, келтски кръстове, две светкавици, обозначаващи СС и т.н.), викинги и елементи от митологията на северните народи, рисунки на скинхедс, държащи знамена или убиващи ев-

реи, както и картини, свързани с любим футболен отбор. Само едно от интервюираните от нас момчета нямаше татуировки и се обоснова по следния начин: „Аз съм бял, не искам да съм черен“. Иначе най-често срещаните са лястовица, която е символ на ново начало, промяна, пролет и т.н.; паяжина – тя означава, че си лежал в затвора; три седмици или конски глави; орел със или без свастика и т.н. Често се среща и абривиатурата А.С.А.В., която означава „All cops are bastards“, или казано на български жаргон: „Всички ченгета са копелета“.

Като цяло движението се характеризира със затвореност и нетолерантност към другите групи. Отношението към метълите и мотористите в общи линии е добро, защото се смята, че те милеят за родината и до известна степен споделят идеята. Пънкарите се смятат за изключителен враг. Те са анархисти, комунисти и наркомани. В интервю разбрахме, че враждата в България най-вероятно е започнала преди години, когато пънкар от еврейски произход убива скинар. Скейтърите по принцип не пречат на скинарите, като се изключи това, че са антирасисти. Те обаче, както разбрахме в интервю, „сами се врат между шамарите“, т.е. поведението им спрямо скинарите е провокативно (като например плакат, на който Хитлер е лапнал пистолет и пише: „Той го направи, последвайте го и вие!“).

Повечето скинхедс са категорично против наркотичните вещества, но има и такива, които употребяват. По принцип е разпространено мнението, че основните вносители и дилъри са от друг етнос, което засилва омразата и към наркотиците, и към другите етнически групи.

Повечето скинхедс са атеисти, но се срещат православни, католици, протестанти и дори пагани.

Екипът ни реши да проучи влиянието на скинхед движението и извън пределите на София. Избрахме регион, известен със смесеното си население, а именно град Кърджали, където по последни данни турското население е малко повече от 54%. Интересно беше да проучим до каква степен са разпространени радикалните националистични идеи на скинарите именно в такава обстановка. За голяма изненада такива почти липсват. Нещо повече, не срещнахме особена заинтересованост и информираност по въпроса. В търсене на местни скинари проведохме разговори с гимназисти и на въпроса: „Познавате ли скинари?“, най-честият отговор беше: „Тези кои бяха – с голите глави или с много дългите коси?“ В крайна сметка установихме контакт с две момчета, които „се изявявали“ като скинари. Белезите, които ги обозначаваха като такива, бяха късите прически и кубинките. Само един от тях се съгласи да говори за схващанията и идеите си.

Въпросното момче (Митко) произхожда от нормално семейство с твърди доходи. Започва да се вълнува от скинхед движението покрай футболното хулиганство. Трезво преценява, че схващаният им са твърде радикални, и отсява идеите, които да възприеме и следва. Това е причината, поради която

никога не е участвал в „акции“. Неприемането на крайните идеи на движението му позволява да бъде с чисто съдебно минало и успешно да завърши най-елитната гимназия в региона. Към момента той е студент в София. Отношението му към други субкултури е индиферентно. На въпроса, защо смята, че разпространението на движението в Кърджали не е добило популярност, отговаря, че това се дължи на безпроблемното съвместно съжителство на двата етноса. Засега няма намерение да участва в столични скинхед групи, тъй като за него образованието е на първо място.



Дани, инструктор по алпинизъм в шопинг мола София ленд.

ЗА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Ивайло Дичев
Орлин Спасов

Представеното в тази книга изследване продължи шест месеца и бе проведено през 2008 г. с финансовата подкрепа на Институт „Отворено общество“ (ИОО). Основната цел на проекта бе идентифициране на ключови развития в поколението на 18-30 годишните. Фокусът, около който анализът бе центриран, бе ролята на новите медии. Нарекохме изследваните от нас млади „нови“ не само заради новостта на генерацията им, но преди всичко заради факта, че имахме работа практически с първото поколение, социализирало се в свят, дълбоко променен от новите форми на комуникация и преди всичко Интернет. Целта на екипа бе да отиде отвъд чистите социологически факти. Бяха проведени над 100 интервюта и 10 фокус-групи. Изследваните млади бяха подбрани на принципа, от една страна, на тяхната включеност в практиките на новата виртуална среда, от друга – на принципа на определена тяхна гражданска, политическа или просто комуникативна активност.

Екипът се съсредоточи върху няколко основни групи. Ружа Смилова посвети усилията си на младите активисти в политическите партии. Жана Попова се зае с младите сред футболните фенове. Вяра Ангелова анализира виртуалната среда на сайта БГ мама. Вероника Димова се специализира в разследване на младежките градски музикални микрокултури. Орлин Спасов разследва информационно-технологичните млади (софтуеристи, системни администратори, модератори и др.), а Ивайло Дичев насочи вниманието си по-конкретно към младежките културни практики, свързани с екологията.

Постепенно кръгът се разшири и към основната група се присъединиха още колеги, докторанти и студенти. Включените в тази книга текстове в голямата си част бяха представени по време на организирана в рамките на проекта двудневна конференция в Сандански през юни 2008 г. С анализа си за младата художествено-творческа интелигенция във времето на социализма Иван Еленков въведе важна историческа перспектива към еволюцията на младежките културни практики, Венцислав Димов предложи поглед към чалгата и ролята ѝ на маркер и вододел на съвременния младежки културен избор, Николета Даскалова насочи поглед към информационните навици на младите хора в България, Ния Нейкова изследва градските пространства, обитавани от микрокултурите. Участието на студенти, най-добрите текстове на които се

представени в сборника, имаше за цел да ни приближи към предмета, да направи един естествен мост между изследователи и изследвани.

Направеното няма претенции за изчерпателност. В крайна сметка то се ограничи до една повече или по-малко елитарна (и столична) част от младите. Извън обхвата останаха младите в провинцията, както и по-маргиналните столични млади, онези, което не „членуват“ в субкултури и по-принцип остават невидими в много от изследванията: бедните, необразованите, изключените социално, живеещите извън света на Интернет и новите медии. Тази важна перспектива остава предмет на бъдещи разследвания.

Поглед към политиката

Основните изводи, свързани с политическите практики на младите, показват ясното оформяне на два полюса. В единия са съсредоточени младите партийни елити на мейнстрийма. Те се отличават с подчертана активност и имат ранна и бърза реализация. Същевременно на това ниво се наблюдава силен клиентелизъм и картелизация за политическия живот. Действа се прагматично в ролята на политически бизнесмени. Активистите се самоопределят като експерти и често създават неправителствени организации, на които гледат инструментално в плана на кариерата.

В другия полюс са базирани младите елити на националистическите формации. За тях са характерни безкористното действие и идеализма. Те действат отдолу, на нивото на обикновените хора. В същото време тук се развива силен лидерски синдром.

И двата политически полюса разочароват поколението на днешните млади. Елитите на мейнстрийма – с клиентелизма си; националистическите елити – с расизма и агресията си. Като цяло днешните млади категорично се отдръпват от политиката. Те не са добре представени и възприемат политиката като нещо далечно и лошо формулирано. На този фон липсват индикации за евентуално политическо радикализиране на младите. Обратно, желанието им за политическо включване намалява и те стават все по-пасивни.

Субкултурният терен

Съвсем друга е картината на младежките култури, в които младите (по-близо до долната възрастова граница) участват. Тук също се оформят два полюса.

В първия са групирани представители на по-флуидни микрокултури. За тях са характерни лесни преходи между различни идентичности. Формират

се подвижни сцени на изява, непрестанно се търсят нови места и нови форми за действие. Тези групи са силно повлияни от лайфстайла и потреблението, макар често символно да им се противопоставят. Границите между микрокултурите са все по-несигурни, откъдето претенцията, че си „автентичен“ – това е пряко свързано с отварянето на хоризонта към света посредством новите медии: субкултурата се превръща в сцена.

На другия полюс са съсредоточени представители на групи, които са с твърди идентичности, солидни във времето, свързани с определено пространство (например квартал). Типични представители са футболните фенове. Те често превръщат стадиона в арена за защита на каузи: борят се срещу изборния туризъм, защитават медиците в Либия (вкл. с антиислямски лозунги). Макар често да използват расистка реторика, те обикновено са склонни бързо да забравят за радикализма си извън стадиона.

Като обща тенденция, наблюдава се замяната на политическото действие с микрокултурните практики. Екологичните идеи (здравословно хранене, начин на живот и др.) все по-отчетливо се превръщат в част от лайфстайла и дори „национализъмът“ е до голяма степен контракултура, трансгресираща установената политическа коректност.

Младите, технологиите и нови медии

Информационните технологии и новите медии играят ключова роля за поколението.

От една страна, формират се млади ИТ-елити (програмисти, системни администратори и др.). За разлика от политическите елити, те бързо се превръщат в привлекателен модел заради високия си материален и професионален статус. ИТ-елитите са преобладаващо аполитични. Като цяло те приемат, че фирмите решават по-успешно проблемите на хората, отколкото държавата: фирменият модел за уреждане на социалните отношения се възприема като по-ефикасен. Липсата на напрежение на пазара на труда в тяхната област ги прави по-неактивни като социална група.

От друга страна, възникват значими виртуални общности, формирани от масовите потребители. В големи платформи като БГ мама постепенно се формира силно чувство за принадлежност към група. Количеството на потребителите, обединени в сайтовете, дава усещане за сила. Споделянето на полезна информация вътре в платформите прераства до идеята, че информацията може да бъде от полза и за повече хора. Така в сайтовете се разгръщат многобройни социални активности. В отделни случаи те прерастват и до политически по характера си действия (предложения за промени в закони и др.). Прекаленото разрастване на общностите обаче ги тласка в посока на

комерсиализиране, на опити да бъдат използвани за партийни цели (докато самите те се дефинират като неангажирани политически).

Традиционните медии не са популярни сред младите хора. Все по-малко от тях гледат телевизия, слушат радио или четат вестници. Повечето се информират за актуалните събития от разговори с други хора или в Интернет. Нараства популярността на блоговете – медия със силно проникване сред младите.

Няколко основни тенденции

Разбира се, обобщаването на интересните, но разнопосочни наблюдения на авторите в книгата не би могло да стане в няколко реда или параграфа. Оставяме читателя сам да открие онези аспекти, които са важни в контекста на собствените му интереси. И все пак се изкушаваме да очертаем поне няколко от важните тенденции, установени от екипа.

Може би най-значимият фактор, от който следват множество развития, е, че постепенно центърът на тежестта при младите се е изместил от професионалната сфера към свободното време; потреблението често е по-важен идентификатор от кариерата или статуса. Границата между работа и свободно време по принцип е станала проблематична. По същия начин публичното е изместено от неформалното, от частното; моралът – от експертизата; общностите – от мрежите.

На този фон от десетина години насам тече дълбок поколенчески конфликт. Пропастта между поколенията има пряка връзка с бодрото колонизиране на виртуалния свят, който непрестанно расте и създава усещането за безкрайни възможности. В битката между поколенията за място под слънцето младите виждат като свое предимство адаптивността, подвижността, липсата на биографии, знания или твърди ценности. Това ги превръща в съюзник на неолиберализма, докато старите се вкопчват в държавата, сигурността, солидарността.

Наместо със сблъсък, конфликтите се решават с бягство: смяна на работа, заминаване за чужбина, виртуална емиграция. Тази промяна в начина на борба създава у много изследователи усещането за конформизъм на младите, за ниска степен на гражданска активност или идеализъм. Де факто обаче аполичността на младежите е форма на борба между поколенията. Налице е тежка криза на репрезентацията: младите хора не са склонни да делегират своите граждански действия на партии или формални медиатори и предпочитат да действат индивидуално, неопосредено. Сред младежките елити социалният протест, недоволствата, колективното действие са клеймо на неуспешните, маргиналните, тези, които не могат сами да се справят с проблемите си.

Днешната генерация на 18-30-годишните е много по-силно вътрешно фрагментирана от очакваното. Макар на фона на по-възрастните поколения само да се възприема като виртуален елит (заради широкото използване на новите информационни технологии), вътрешната разслоеност на младите е източник на потенциални конфликти. Засега те са изразени по-скоро на културно ниво (в практиките на субкултурите), но имат потенциал за генериране на социални напрежения.

Поколениято се самоопределя като поколение на прехода. Цялото тийнейджърство на групата е минало в този период. Мнозина (по-скоро към горната възрастова граница) се усещат като жертви на прехода. В същото време елитните групи в поколениято са спечелили от промяната. Социализмът окончателно е престанал да бъде работещ код за интерпретиране на настоящето. Самият преход постепенно започва да се възприема като „архаичен“ период. Налице е отчетлива индикация за усещане за начало на пост-преходен период.

Благодарности

Изследването беше извършено от Центъра за антропология на местата и комуникациите при Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Благодарим на Институт „Отворено общество“ за подкрепата, както и за идеите и изследователския архив, който ни осигуриха. Задължени сме и на всички колеги, докторанти и студенти, които се включиха с ентузиазъм към работата на основната група. За нас като ръководители на проекта беше изключително важно в реализацията да участват и млади хора – представители на самото изследвано поколение.



Снимките в изданието са дело на:

Васил Върбанов,
Ивайло Дичев,
Климент Дичев,
Лора Стоилова,
Мария Стойчева,
Невена Германова,
Ния Касабова,
Ния Нейкова,
Sir Go.

НОВИТЕ МЛАДИ И НОВИТЕ МЕДИИ

Институт „Отворено общество“ София
София 1000, ул. „Солунска“ 56
тел.: (02) 930 66 19, факс (02) 951 63 48
<http://www.osi.bg>

Предпечатна подготовка: Сонм
Тираж 500, формат 70x100/16
печатни коли 15

ISBN 978-954-9828-