

**ВЕСТНИК „ТЕЛЕГРАФ“, ГОЛИТЕ СНИМКИ НА СТРАНИЦА 3
И КОНСЕРВАТИВНИЯТ МЕДИЕН ОБРАТ В БЪЛГАРИЯ**

ОРЛИН СПАСОВ

**‘TELEGRAPH DAILY’, THE TOPLESS PICTURES ON PAGE 3,
AND THE CONSERVATIVE MEDIA TURN IN BULGARIA**

Orlin Spassov

Резюме: През последните няколко години в българските медии се разгръща консервативна вълна. Тя засяга много аспекти на съдържанието и атакува преди всичко либерални и леви гледни точки. Текстът анализира голите снимки на страница 3 на най-големия български всекидневник „Телеграф“ като част от този консервативен обрат. Снимките претендират да са форма на невинна еротика, но анализът разкрива, че те са част от широко разгърнат сексизъм на изданието. Проследени са идеологическите ефекти от подобна форма на репрезентация на жената. Консервативният подход се опитва да спечели съгласието на жените за предварително отредените им роли в обществото.

Ключови думи: Страница 3, сексизъм, вестник „Телеграф“, консерватизъм, репрезентации на жените в медиите

Abstract: Over the last few years a conservative wave has been unfolding in Bulgarian media. It affects many aspects of content and attacks primarily liberal and left-wing point of views. The text analyses the topless pictures on Page 3 of the largest Bulgarian daily *Telegraph* as part of this conservative turnover. The pictures claim to be innocent erotica, but the analysis reveals that they are part of a widely spread sexism of the newspaper. The ideological effects of such form of representation of women are traced. The conservative approach seeks to win the women's consent to their pre-assigned roles in society.

Key words: Page 3, sexism, *Telegraph* daily, conservatism, women's representation in the media

През миналата 2018 година бе закрит в. „Култура“. Мнозина справедливо обвиниха за спирането му Светослав Божилов, собственик на вестника. Божилов е политически консерватор, но и консервативен християнин. Съдържанието на поддържания от него „Портал Култура“ ясно подкрепя тази консервативна ориентация. Струва ми се обаче, че трябва да поставим решението на Божилов да ликвидира в. „Култура“ в по-широк контекст. Други издания, които също приемаме за либерални, а някои от тях в известна степен и за леви, на свой ред бяха спрени. Ето защо в тези случаи не става дума за изолирани решения или просто за приумица на отделен милионер, влязъл в ролята на меценат. Да си припомним списание „Тема“ и вестник „Преса“. За закриването им официално бяха посочени финансови трудности, като издателят на двете медии бе взел заеми от КТБ, със всички произлизащи от това зависимости, които в крайна сметка доведоха до непатетичния финал (Границка, 2015). През 2017 година спря да излиза „Капитал Дейли“, който бе единственият специализиран икономически всекидневник у нас. Издателите му свързаха спирането му с политически натиск върху „Икономедия“. През последните три-четири години бяха затворени още печатни издания: в. „Заман

- България“, в. „Новинар“ и др. В началото на 2018 година бе продадена, в резултат на което практически прекрати излъчването си, телевизия ViT, която беше критична към властовото статукво и която даде повече видимост от всеки друг телевизионен канал на либерални и леви гледни точки, включително на такива извън традиционния либерален и ляв мейнстрийм.

Зад тази поредица от закривания на важни медии стоят не просто някакви отделни събития или персонални решения. Става дума за мощна консервативна вълна, която постепенно завладя българския политически живот и съответно медиите в страната. Тази вълна рязко сви пространството за по-критични медии и за по-свободни журналистически позиции. Тя обхваща дори БНТ, която задълго оставаше остров на относителна независимост и на по-балансиран новини и публицистика. Днес новините на БНТ много често са доминирани от военни теми и религия, а консервативните прочити на историята и езотериката безпрепятствено превземат други части от програмата.

Важно е да се отбележи, че тази консервативна вълна не съвпада буквално с формите на политическия консерватизъм, макар да е свързана с него. Става дума за по-широк феномен, който би могъл да бъде описан по-прецизно като културен консерватизъм. В България той е представен и защитаван както от десни, така и от леви партии – от националистическите формации, през ГЕРБ и някои други десни партии, до БСП. Какъв е тогава, както би попитала Снежана Попова, медийният разказ (Попова, 2017), свързан с този обединяващ културен консерватизъм, прегърнат практически в почти всички части на политическия спектър? Наративът се разгръща в детайлите на медийното отношение към бежанците, към политиките на Виктор Орбан, към хората с различна сексуална ориентация, към институциите на гражданското общество. Повечето медии в България, така както и почти всички партии в страната, са обединени в позициите си по тези въпроси – налице е

консервативен консенсус, носителите на който са от всички страни на политическия спектър.

На този фон стигаме и до основната тема на настоящия текст. Най-важната медия, притежавана от най-важния медиен човек в България, Делян Пеевски, е в. „Телеграф“ – най-тиражният и съответно най-четеният български всекидневник. Как това ключово издание се вписва в очертаната консервативна вълна, до каква степен я формира? Заедно с останалите средства за информация на Пеевски, в. „Телеграф“ активно участва в многократно коментираните български „медийни войни“. Те се водят между отделни медийни групи и несъмнено имат и икономически характер като битки за ограничаване на присъствието на конкуренцията на пазара. Но в крайна сметка медийните войни притежават и едно друго важно, идеологическо измерение: разгръщат се като културни войни. Именно тук, по тази линия на сблъсък, културният консерватизъм се сплотява около основните си ценности, консолидира се, за да се противопостави на либералните и на по-автентичните леви културни и политически гледни точки.

Вестник „Телеграф“ е издание, което изключително активно допринася за утвърждаване на културния консерватизъм в страната. Без съмнение това прави вестника и толкова четен – очевидно той обединява разнородни читатели, които гласуват за различни партии. Наскоро, със скрита изследователска цел, попитах жената, продаваща вестници в една будка в нашия квартал, кой, според нея, е най-важният всекидневник. Тя категорично и без да се замисля отсече: „Основата е „Телеграф!“ За подобни читатели, този вестник функционира като вид обща спойка, в ролята на която днес влиза културният консерватизъм. Нямам възможност сага да разгърна по-обстойна аргументация, но този консерватизъм може да се види в отношението на вестника практически към всички теми: от политиката, през църквата, суеверията, криминалната хроника, до, примерно, отношението му към

Истанбулската конвенция. Булевардните медии по правило са консервативни (с някои редки изключения).

Ще обърна внимание на един аспект на „Телеграф“, който на пръв поглед като че ли не се вписва в този характерен за вестника културен консерватизъм. Става дума за разголените, направени без горнище (topless) снимки на млади жени, за които са запазени страница 3 и страница 30 на изданието. Как изглежда жената в изданието на най-важния медиен човек в България – Делян Пеевски? Или вече трябва да бъдем по-прецизни и да казваме: на най-важния медиен мъж в България?

Първото спонтанно впечатление е, че снимките на разголени, без горнище, красиви, млади и бели жени на страниците на вестника говорят за освободеност, за игривост. Те могат да бъдат приети като знак за сексуално разкрепостяване, вид закачка, намигане към угрижените читатели и от двата пола, покана да се излезе от делника с намек за море, палави приключения и т.н. Никой не задължава тези млади жени да позират полуголи, това е техен собствен избор. Не става ли дума за невинна еротика, разиграна, примерно, в духа на нудизма? Кой би се противопоставил на всички тези хубави неща? И не рискува ли всеки опит за евентуално противопоставяне сам да бъде консервативен? Тоест морализаторски, старомоден, тесногръд, ограничаващ и т.н.

И все пак нека не избързваме. Нека поставим фотографиите в контекста на по-широкото отношение на в. „Телеграф“ към жените. Да започнем с анонса към снимките на момичетата от Страница 3: „С Телеграф към звездите. Ти си красива, секси и искаш цяла България да научи това? Изпрати ни снимка и телефон за контакт на електронната ни поща [...] или на адрес [...]. Ти си фотограф, който търси и открива бъдещи звезди? Покажи ги на всички нас! „С Телеграф към звездите“ е рубриката, която ще ви направи по-известни и по-богати. Влезте и вие в голямата игра! За повече информация се обадете на телефон [...]“. Накратко, формулата е: богатство и известност – това е, което

може да се получи, срещу условието да си млада, красива и секси – и да изложиш голотата си на показ. Това е „голямата игра“, както вестникът сам казва, до която е допусната жената. Очевидно е, че става дума за свеждането на жената до обикновен комерсиален продукт, налаган от изданието. В по-широк план, подобни стратегии на репрезентация на жените са част от сексуализацията на популярната култура (Holland, 1998).

За да разберем по-добре непосредствения контекст, в който функционират тези изображения, нека видим някои от заглавията в „Телеграф“. Ето произволна селекция от различни броеве:

„Циците на Мамун подлудиха феновете“ (в текста се уточнява: „Олимпийската и седемкратна световна шампионка по художествена гимнастика Маргарита Мамун (Рус) пъчи цици на Малдивите...“).

„Тенис талант яхна гумена патка. Фани Щолар обича гумени играчки“ (текстът е придружен от снимка на унгарската тенисистка, плуваща върху голямо надуваемо пате).

„Отварачката пее по дупе“.

„Цици № 1 във волейбола скачат за световното“ (в текста се допълва: „Волейболистката с най-голяма гръдна обиколка в света Таиса Дахер обеща да подкрепя Бразилия на световното за мъже, на което България е домакин заедно с Италия от 9 до 30 септември“).

„Гери-Никол със звезда на цицата“ (текстът уточнява: „Известната предимно със задните си части певица Гери-Никол си сложи звезда на едната цица, навличайки атрактивен бански. [...] Едната ѝ гърда е почти изпаднала от горницето, което наподобява лента от чаршаф“).

„Никол заголи сочни бедра“ (става дума за „Любимата на Григор Димитров – Никол Шерцингер“, която пуснала снимка във социалните мрежи).

В други примери ясно се вижда мъжкото превъзходство, презрението към женски роли и откритата хомофобия:

„Пламен Константинов: Готов съм да тегля майната на всеки. Ние сме мъжки отбор, а не Националната опера и балет“ (Константинов е селекционер на националния отбор по волейбол; очевидно е противопоставянето „мъжки отбор“ срещу операта и балета, принизени като женски институции или като недостатъчно „мъжки“).

„Туцо от Килърите стана санитарка в затвора“ („Янко Попов – Туцо от групата на Килърите работвал в затвора като санитарка в стационара“) – женски маркирана професия е представена като унижителна за един „истински“ мъж.

„Внасят днес подписка срещу травеститите“, „Фейсбук урежда срещи с пет различни пола“ – (изрази на неприкрита хомофобия).

„Меси ощастливи Мис Дупе“ (мъжът „ощастливява“ жената, нейното щастие е функция на мъжа).

Ако още малко разширим контекста, ще открием безброй сексистки вицове, публикувани в „Телеграф“. Ето само три примера, представящи жената съответно като имаща качества на проститутка, като сведена до вещь и като функция на мъжки стереотипи за полагащата ѝ се роля:

Наемателка описва ядосано квартирата на хазяина си:

- Ама там е тясно, влажно и цената е висока.

*- Но вие, скъпа, описвате най-желаното място за един мъж! –
отговорил хазяинът.*

В съда:

*- Защо хвърлихте жена си през прозореца? Не помислихте ли за това
какво може да се случи, за това, че може да ударите някой минувач.*

Купил един мъж крава. След време я води при ветеринар.

*- Млеконадоят е добре, храни се добре, послушна е – в общи линии
всичко е нормално, но когато я заведа при бика, сяда си на задницата и не
мърда.*

- Да не сте я купили от Перник?

- Да, от Перник, а как се досетихте?

- Жена ми е от там.

Нека обобщим. Разгледани в този цялостен обкръжаващ контекст на отношение към жената, ясно се вижда, че снимките от Страница 3 и Страница 30 не са и няма как да бъдат просто невинна и забавна еротика. Те само претендират да са такава. В действителност те са част от подчертан дискурс на откровен и всеобхватен сексизъм, налаган от вестника. Той засяга най-интензивно спортната секция на изданието, но далеч не е ограничен до нея. А сексизмът е вид власт, която установява неравновесни отношения между половете (и джендър идентичностите). Затова сексизмът е консервативен, той утвърждава вече съществуващо неравно отношение между жената и мъжа и го представя като непроменимо. В крайна сметка в „Телеграф“ неслучайно няма снимки на разгопени млади мъже. Само си представете как би звучал същият анонс от Страница 3: „С Телеграф към звездите. Ти си красив, секси и искаш цяла България да научи това? Изпрати ни снимка и телефон за контакт...“ и т.н.

Съществен е и въпросът може ли момичето от Страница 3 да се мисли в политически план. По правило единствено вестници с консервативна политическа ориентация поддържат такава „рубрика“. Началото е поставено през 1970 г. в консервативния таблоид „Сън“ на Рупърт Мърдок, издаван във Великобритания. Младите жени от Страница 3 са репрезентирани в подобни издания като метонимия на жената изобщо, с наложен ѝ „звезден“ модел за успех, известност и богатство, представян като път към еманципацията ѝ. В крайна сметка резултатът от дългогодишното повторение на този идеологически модел води до това, че много жени, по аналогия с тези от снимките, започват да го възприемат не като наложен, а като форма на техен собствен свободен избор. Именно това е класическият идеологически ефект. Прилаган по сходни начини и в други сфери, консервативният модел за контрол над жените има за цел в крайна сметка да спечели тяхното собствено одобрение – или поне на огромна част от тях – за подобни политики.

Забележителните успехи в преследването на тези цели само подчертават пасивността на българските жени, включително отчасти и на българските феминистки, и липсата на съпротиви срещу Страница 3, както и по-широко срещу драстичните форми на сексизъм в българските медии. Във Великобритания през 2015 г. Рупърт Мърдок е принуден да затвори Страница 3 на таблоида „Сън“. Това се случва след кампанията „No More Page 3“, започнала през 2012 г. Още по-рано срещу практиката да се публикуват снимки на разгопени жени в национални всекидневници във Великобритания се мобилизират членове на Лейбъристката партия, на Либерал-демократите, на партията на Зелените и др. Но преди всичко това са мобилизации на жени – политици, членове на парламента, феминистки. „Сън“ отвръща с контра-кампания, в която използва обидни квалификации срещу някои от активистките, наричайки ги „дебела и грозна“ (Вугне, 2004), „фанатична феминистка“, „бойна брадва“ (Newton Dunn, 2010) и др. В изследване на отношението към Страница 3, проведено през 2012 г. във Великобритания,

ясно се откроява значително по-силната подкрепа от страна на хора, гласували за консервативната партия на изборите през 2010 г.: 40% от тях са за запазване на страницата, срещу 28% от гласувалите за лейбъристите и 21% от гласувалите за либерал-демократите. Още по-значителна е разликата в отношението сред читателите на различни вестници във Великобритания. Докато 61% от читателите на „Сън“ подкрепят страницата, на същото мнение са едва 4% от читателите на в. „Гардиън“ (съответно 24% и 84% от читателите на „Сън“ и на „Гардиън“ се обявяват за прекратяване на практиката на публикуване на полуголи снимки на Страница 3). Отчетливо изпъква консервативната подкрепа за страницата и либерално-лявата критика към нея. Разликите са видими и в голямото разминаване на мненията между анкетираните мъже и жени: докато 48% от мъжете са против Страница 3, а 36% я подкрепят, едва 17% от жените са за оставане на страницата и 61% са за спирането ѝ (YouGov, 2012). Подобни резултати показват, че е важно и извън Великобритания тъкмо жените да осъзнаят нуждата от действие срещу таблоидния сексизъм, от леви и ляво-либерални политики на съпротива срещу него. Но у нас дори табела с надпис „Алея за майки с деца“ обикновено изисква сериозно напъгане, за да се долови дискриминационният момент. Когато обаче става дума за визуални репрезентации, които всекидневно са пред очите на стотици хиляди хора, четящи най-тиражния вестник в България, извиненията стават по-трудни.

Разбира се, за организиране на съпротива срещу Страница 3 би било твърде лесно, но и недостатъчно да се каже, че този начин на представяне превръща жената в сексуален обект, че става дума за фалоцентричен дискурс, че всичко това е продукт в крайна сметка на мъжкият поглед към жената, „the male gaze“, по израза на Лора Мълвей (Mulvey 1975), че е форма на скопофилия и т.н. Има и нещо не толкова очевидно в подобни медийни репрезентации на жените, което трябва да бъде анализирано и критически атакувано. Страница 3 не е директна форма на мизогиния. Мизогинията в известен смисъл е по-

„откровеното“ отношение. В случаите, свързани с нея, негативно отношение към жените се заявява повече или по-малко открито. Картите са свалени. Докато в консервативния културен дискурс жената обикновено не е мразена, не е отхвърлена. Обратно, тя е харесвана и затова е поставена на Страница 3 в едър мащаб. Дори тя сама, както видяхме, застава там по собствено желание. Капиталистически функциониращата преса експлоатира образите на жените с помощта на тяхното конструирано съгласие. Страница 3 е най-интересна именно с демонстрирането на това съгласие. Не отделните разгопени момичета с техните конкретни физически данни, имена и биографии, а именно генералното съгласие за участие е най-важното послание, отправено от вестника. Проблемът е, че в крайна сметка жените отново са поставени на полагащото им се място, определено предварително от доминиращите културни кодове на консерватизма.

Консервативните симпатии към жената са строго ограничени в рамките на твърдо фиксираното ѝ място в социалния ред, представен в частния случай на Страница 3 като съблазнително участие в „голямата игра“. В много отношения този подход има допирни точки с чалга естетиката. В нея сексизмът и фалоцентризмът съжителстват с мачизма като аспект на мъжкото начало, а „певиците демонстрират себе си като сексуален обект“, за да влязат в очаквания от аудиторията образ на успешна звезда: сексбомба, блондинка и т.н. (Димов, 2001:146-147). Сексуализирането на дискурса на „Телеграф“ превръща разголените модели в съучастнички на патриархалния ред в контекста на силно пазарно ориентирана консервативна журналистика. В това развитие се реализират аспекти на „меката власт“ на популярната култура (Димов, 2018).

Резултатът от всичко това е символното „смаляване“ на жените. Това смаляване напомня на случилото се в новелата „Дърворезачка“ на Йордан Радичков. След като съпругата на теляка (един от персонажите) му прави забележка по дребен битов въпрос, телякът страшно се ядосва и „тъй я

погледна“, пише Радичков, „че тя се смали и стана колкото буболечица“. Струва ми се, че въпреки големината на снимките на Страница 3, в крайна сметка те консервативно смаяват жените не само в мъжкия поглед, но редуцират и последната им възможност да постигнат равнопоставеност в медийните репрезентации. И не само в тях.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

ДИМОВ, Венцислав (2001). *Етнопопбумът*. София: Българско музикознание. Изследвания.

ДИМОВ, Венцислав (2018). „Нашият труд е песента“ (народната музика в българските радиопрограми от първите години на социализма и нейната „мека власт“). *Медialog*, бр. 3. Достъпно на: <<https://www.medialog-bg.com/?p=1905>>.

ПОПОВА, Снежана (2017). *Медиен разказ*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.

HOLLAND, Patricia (1998). The Politics of the Smile: “Soft New” and the Sexualization of the Popular Press. In Carter, C., G. Branston, and S. Allen (eds) *News, Gender and Power*. London: Routledge.

MULVEY, Laura (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*, 16 (3): 6–18.

ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

ГРАНИЦКА, Лили (2015). Вестник „Преса“ и списание „Тема“ спират поради липса на пари. *Mediapool.bg*. Достъпно на:

<<https://www.mediapool.bg/vestnik-pres-a-i-spis-anie-tema-spirat-na-1-avgust-poradi-lipsa-na-pari-news237303.html>> (последно посещение 20 юли 2019).

BYRNE, Ciar (2004). Sun turns on 'killjoy' Short in Page 3 row. *The Guardian*. Достъпно на:

<<https://www.theguardian.com/media/2004/jan/14/pressandpublishing.politicsandthemedia>> (последно посещение 20 юли 2019).

NEWTON DUNN, Tom (2010). Lib Dems 'to Ban Page 3' Beauties. *The Sun*. Достъпно на:

<<http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/news/election2010/2974248/Liberal-Democrats-to-ban-Page-3.html>> (последно посещение 20 юли 2019).

YouGov (2012). *The Sun Survey Results*. Достъпно на:

<http://d25d2506sfb94s.cloudfront.net/cumulus_uploads/document/6jyst3v95o/Y-G-Archive-Pol-Sun-results-021012-Page-3-girls.pdf> (последно посещение 20 юли 2019).