

**ОТВЪД КОЛЕКТИВНИТЕ ВЪОБРАЖАЕМИ: РАЗКАЗИ БЕЗ
РАЗКАЗВАЧИ
СНЕЖАНА ПОПОВА**

**BEYOND THE COLLECTIVE IMAGINARIES: STORIES
WITHOUT STORYTELLERS
SNEZHANA POPOVA**

Резюме: Разбирането, че социалното въображаемо не е „обратното“ на реалното, а своеобразна реалност, е сред най-важните социални прозрения на миналия век. За днешния век остава тревогата от настъплението на въображаемите. В статията се проследява развитието им – от колективните репрезентации, пораждани в структурираните общности и референтните групи, през виртуално формализираните субекти, конституиращи се в медиите, до различните форми на разказване при практическа колективна безсубектност. Център на внимание стават именно „безсубектните разкази“ (конспирации, социални тенденции, социална желателност), лансираните чрез тях въображаеми и участието на съвременната медия в легализирането на произволните връзки.

Ключови думи: социално въображаемо, колективна репрезентация, разказ

Summary: The understanding that the social imaginary is not the “opposite” of the real, but a peculiar reality, is among the most important social insights

of the last century. For today century, the anxiety of the advance of the imaginaries remains. The article traces their evolution – from collective representations generated in structured communities and reference groups, through virtually formalized subjects, constituted in media, to various forms of narration in virtually collective non-entity. The focus of attention are precisely the “subjectless stories” (conspiracies, social tendencies, social desirability), the imaginary ones launched through them, and the participation of contemporary media in the legalization of arbitrary relationships.

Key words: social imaginary, collective representation, narrative/story

Със събирането на всички медии в интернет и развитието на социалните мрежи въображаемият свят се преуголемява пред очите ни. Ресурси са трансмедийността, размитите граници между реалност и фикция, политическите митологии, повсеместният натиск на рекламата, многообразните смесвания на жанрове. Усещането е за налагане на образите над нещата, за все по-отчетливо извеждане на видимостите над качествата и същностите, като въпросната подмяна постепенно обхваща не само медии, но и институции, професионални практики и цели социални сектори. Пребиваването във все по-измислен свят е вид натиск, който не може да няма последици върху начина, по който възприемаме „реалността“, макар тя да остава в кавички.

В настоящия текст се проследяват процеси в съвременния медиен разказ, свързани с разрастването на въображаемия свят, което все повече се съзнава като проблем. Понятието *социално въображаемо*, назоваващо разнообразни комплекси от образи, идеи и представи, се намесва някак си естествено. Понятието е въведено от Корнелиус Касториадис през 1975 година, за да обясни социалното самоорганизиране „чрез сътворяване на значения и на образи или фигури като техни опорни елементи“ (Касториадис, 2003: 130). То извървява свой път в текстовете на множество изследователи, сред които Бенедикт

Андерсън, Чарлс Тейлър и Пол Рикъор, които му отреждат много важни приложения. За свой център го вземат и съвременни научни форуми (Монреал, 2017), които търсят актуалните му форми и акцентират неговата историчност.

„Социално въображаемо“ не е докрай чисто понятие и това се изтъква от въвеждането му до днес. Съществуват парафразирания, които изглеждат уместни – напр. „въображаемо измерение на обществото“ (Leblanc, 1994). Изследователите, които работят с понятието, се съединяват в два пункта: че, доколкото „не е обратното на реалното“, социалното въображаемо не съществува самостоятелно, а е опосредено от обекти, които му дават форма, и че е неделимо от понятията „разказ“ и „колективна репрезентация“. Напоследък към споразумението се прибавя и това, че в силно медиатизирания свят колективните репрезентации са трансформирани от медиите.

Схващането на *колективните репрезентации* като компоненти на социалното въображаемо, които могат да се пресичат, да спорят и да се съгласуват, а също така да образуват междинни форми, им отрежда ролята на двигатели на процесите в социалното въображаемо. Какви колективни идеи и представи с позияснени социални контури се заявяват в съвременната публичност? Ще използваме тук възгледа на Чарлс Тейлър за основните форми на социалното въображаемо, които са *хоризонтални* – при тях „хората имат съзнание, че съществуват и действат в синхрон и във взаимодействие с множество други хора“ (Taylor, 2014: 71) т.е. зад колективните репрезентации стоят определени социални субекти.

Традиционни групи и общности

Колективни субекти, каквито са традиционните групи и общности, произвеждат въображаеми, които като че ли са в най-висока степен изучени.

„Едри“ *въображаеми*. Такива са колективните репрезентации, с предимство за *официалната колективна памет*, която – в българския случай – свързва

поколенията в преклонение към Ботев и Левски, като прилепя към това ценности на православието. Този тип въображаеми са силно лансирани в политиката и образованието. За тях се състезават както партии във властта, така и в опозиция. Като въображение, насочено към миналото, колективната памет подчертава репрезентациите, а не събитията, участвайки същевременно „в произвеждането на визии за бъдещето, в това число в проектирането на фиксации и призраци, на надежди и колективни мечти“ (Waczo, 1999: 9).

Тук може би трябва да се каже, че доколкото колективната памет ситуира по определен начин ролята на Русия в българската история, в тази памет е на път да се вреже основният разлом, състоял се върху времето на социализма и взел под знака си периода преди 9 септември 1944¹. Разноречието по участието на Русия в българската съдба с руско-турската война и освобождението на България задълбочава разлома и смалвява общата памет.

„Критически“ въображаеми. Пораждат ги *социални обединения, които действат предимно реактивно и ситуативно*. В България за такива традиционно се приемат екологичните организации, експлоатиращи генеалогията на собственото си колективно въображаемо (Русенски комитет и начало на българското дисидентство). От 2006 година насам („Да спасим Иракли“) екологичните протести се представят като широки граждански движения със забележимо младежко участие и висока активност в социалните мрежи. Както обаче отбелязват изследователи, тези движения не могат да бъдат автономни от политиката и остават „част от общо политическо пространство, което делят с партиите, включително в интернет“ (Спасов, 2011: 306). По подобен начин стои въпросът с общностите, занимавани от възможната перспектива на живота „след капитализма“ (около Барикада, дверсия, Документални и пр.), които също пораждат критически въображаеми, но не начертават нови утопични хоризонти.

¹ Разломът на паметта е продукт на двуполусния политически модел, утвърдил се в България при старта на промените от 1989. Вж. ПОПОВА, Снежана (2001). Социално време и медиен разказ. София: ЛИК.

Въображаеми на обобщения интерес. Градят ги професионални, синдикални, работодателски и други общности, обличащи дейността си в правила и предписания, отразяващи същината на обединението и добрите негови практики. Териториалните общности навярно следва също така да се споменат тук, тъй като обобщен интерес съществува и при тях, само че е важно неговото формулиране и субектите, ангажирани с това формулиране.

Въобразени светове, производни на колективности на заниманието и вкуса. Разнообразните референтни групи – страсти, хобита, склонности, практики, основани на сходство и желание за принадлежност, осигуряват „бягства“ от по-могъщите въображаеми. Медийни пространства за култура, наука, технологии, компютри, сайтове и блогове за гимнастика, шиене и плетене, грим и прическа, украси и аксесоари, пътешествия, музика, изкуства, майсторене, готварство... Става дума за многобройни и разнообразни самостоятелни въобразени светове, които пресичат съществуващи социални очертания и често „разобщават“ териториалните, съсловните, гилдийните, груповите обединения и ги прехвърлят в друго измерение.

„Виртуално формализирани“ колективни субекти

С технологичните възможности на новия век идва нов момент във „въображаемата самоорганизация на обществото“ (по Касториадис) – групиране в мрежата, при което отново е налице „съзнание за съществуване и действие във взаимодействие с други хора“ (по Тейлър).

В спомените 2013 остава „бурна година“, „година на протести“. Съществената трудност в легитимирането на социалните протести (#ДАНСwithme) и в контактите на хората от улицата с медиите беше именно отсъствието на социална/групова конструкция, а съответно и на лидерство. При „виртуално формализираните“ колективни субекти социалното качество е заместено със своите публични изражения и би могло да бъде търсено и изявявано само при

достатъчно активна и граждански мотивирана журналистика (Ангелова, 2013). Получава се така: хората са налице, но няма социална тъкан; има струпвания, чиито единици са в равна степен действащи лица и наблюдатели.

Ако трябва да заключим, тенденцията към виртуализиране на субекта води към затулване на връзките между лансираните в публичността комплекси от идеи и представи и онези равнища на реалност, чрез които те могат да бъдат разбрани.

Колективна „безсубектност“

Съществуват още един тип действия във взаимодействие с други хора – серия от индивидуални действия, които „се навързват“ чрез определени знаци и значения (Taylor, 2014: 72). Тук Тейлър базира размислите си върху модните тенденции, при които социалната връзка се осигурява чрез „общия език на стила“.

Разнообразието на разказите, произхождащи от такъв тип връзка, е голямо. Предвид практиките на съвременните медии, някои от силно звучащите в тях разкази заслужават специално внимание.

Първият е *конспиративният разказ*. Обвързването на този древен разказ с „общия език на стила“ не бива да изглежда изненадващо. Всъщност именно стилът на медийно потребление и мисловният афинитет към конспиративното обяснение са разграничаващ фактор за формирането на този разказ, за чиято жизненост рецепцията е решително важна. Иначе казано, всички четат конспиративните обяснения за социални феномени, но не всички пребивават в съответните им конспиративни светове.

По правило в конспиративното говорене трансисторически въображаеми (като евреи и масони) се съединяват с всякакви съвременни сюжети. Обикновено конспиративните теории формират свои места – сайтове, блогове, традиционни медии или позиции в тях, където обособяват или пък събират в едно конспирация, хипотези, уфология, езотерика, мистика.

Конспиративният разказ обаче не е еквивалент на конспиративна теория. Той пази родствената връзка, само че е лишен от цялостен облик и е *непоследователен, фрагментарен, „съставен“* разказ – медийна форма на конспирацията. Преминава през медиите като разказен пласт, в който се сплитат злодеи (чуждестранни агенти, Държавна сигурност, стратегии на „контролираната мизерия“ и пр.) със страхове и социални омрази (комунисти, новобогаташи, бандити, мафия, мултинационални предприятия и пр.). Не произтича от определена група или общност, а има връзка главно със социални нагласи. Той е „нискокомпетентен разказ“, което не значи, че не присъства в текстове с претенции за експертност.

Разбира се, разказът за „таен център на властта“ не е ново явление в медиите. Имало го е и устойчивостта му е свързана с неговата съдържателна гъвкавост. Не може обаче да се премълчи уголемяването му заради постоянното преповтаряне на едни и същи съдържания в интернет. Няма да е излишно да се изтъкне и една негова родна особеност от последните няколко години – всепроникващото присъствие на конструкцията „Кой“ (от гражданските протести 2013 и 2014) в медийните текстове, внушаваща постоянен ход на заговора срещу българското човечество. „Кой“ може да е конкретен човек, но в медиите не е, дори ако въпросът получава конкретен отговор².

В медиите конспиративният разказ стъпва върху комбинации от словесни и граматически форми, чието изучаване би изявило по-детайлно „конспиративните изкази“ и би очертавало по-добре конспиративните сюжети: „прави се умишлено“, „не е случайно“, „да се попитаме кой стои зад...“, „всичко се връзва“, „казва го..., значи трябва да се съмняваме“; „Новата миграционна вълна е *инспирирана* умишлено заради изборите“; „*Прави се* опит Дунарит да бъде ликвидиран умишлено“; „Манипулират ни“.

² „КОЙ е властовата система на една олигархична диктатура, която ще управлява вечно“. ПАУНОВА, Павлина. Пеевски и истината за Кой. DW, 27.08. 2015.

Вторият силно звучащ в медиите „безсубектен“ разказ изговаря **социални тенденции**, които също свързват хора чрез „общия език на стила“. В специално посветени на тях текстове (Erner, 2008) тенденциите са определени като вид самопринуда – индивидуални уподобявания на вкусове и мнения, които прерастват в несъгласувани колективни решения, един вид „колективни капризи“. Доколкото никой не ги управлява, изясняването им се състои в това да се покажат връзките им с духа на времето/епохата (Erner, 2008: 28).

Социалните тенденции най-често са свързани с трансгранични въображаеми. Както вече казахме, социалният контур на много идеи, включително такива, които прекосяват обществата, остава неясен. При лансирането им обаче медиите се нуждаят от „източник“, за да могат да формулират послание. Ролята на източници много пъти се вменява на науката, толерантността, добрите нрави, добрия вкус..., посланията са опазване на природата и общественото здраве, зачитане на човешките права и т.н. Появява се *цивилизационният разказ*, насочен към „добруването“ на хората и обществата. Той е социално-желателен и характеризира основно контролираната публичност. В нея не е само вредно, но и не е красиво да се пуши (по данни пуши всеки трети българин), нормалният алкохол е до чаша (отново по данни българите изпиват десетки литри концентрат годишно), всеки е свободен включително да си изобрети самоличност (при фактически пълен контрол, както чрез смартфоните, така и в мрежата). В контролираната публичност също така е не само неприемливо, но е и осъдително да се изричат слова, които оскърбяват и обезценяват етноси, сексуални малцинства и други видове различности (при всекидневно отклоняване от идеите на политическата коректност на всякакви равнища), както и да се демонстрира апатия към опазването на природата и към бъдещето на планетата (при широко споделяна склонност към представяне на природозащитната кауза на Грета Тунберг като резултат на „деликатното“ ѝ здравословно състояние).

Във всички свои разновидности цивилизационният разказ остава социално-желателен, т.е. малко или много *лицемерен* – обстоятелство, мобилизиращо

основните му критици. Но по-важната негова характеристика е друга – той прокарва линии, които ситуират хората, като представя определени нагласи и практики като изискани, а други – като появи на лош вкус: става дума за *репутационен* разказ, който придава стойност на определени категории хора на базата на техните потребителски практики и идейни и други ориентации.

Цивилизационният разказ често работи с предписания, заклинания и магически формули, които много добре се сходат с определени практики на медията. В интернет-версиите си всички медии се надпреварват да лансират класации и подредби и да демонстрират склонности към нумерология по всякакъв повод (десет съвета, пет причини, 15 начина...). Как се съчетава това с пропагандирането на здравословен начин на живот, например? Само за един ден медиите, представени в интернет, са публикували твърденията, че захарта е токсична, че е в една категория с цигарите и алкохола, дори е наркотик, че захарта убива, както и списъците: 15 неща, които не знаете за захарта; седем факта, които ще ви замислят; девет стряскащи факта и т.н. Да не говорим колко далече от културното хранене е употребата на „кренвирши, колбаси, пушени меса и риба, безалкохолни и разтворими напитки, маргарин, сладкиши, чипс, бързи закуски“³.

В аспекта си на класиращ, цивилизационният разказ не се ограничава до потреблението. Политическите нагласи и виждания също се ползват с репутация, което означава, че в медиите текат борби между въображаеми – както във вътрешнополитически („градската“ десница срещу „столетницата“ и пр.), така и в по-широк географски контекст (отношение към САЩ и към Русия). Медиите също вземат участие в класирането, когато повишават стойността на определени принадлежности и ориентации да сметка на други; в това отношение понякога имат включително собствени политики.

³ Черен списък с най-вредните храни в България. *actualno.com*, 21. 02. 2019.

Същевременно медиите разполагат с ред интерактивни практики, които им позволяват да „прибавят“ субекти зад определени мнения, нагласи и настроения. Организираните в интернет пространството обсъждания, гласувания, обобщения на позиции от допитвания до потребители дават шанс на многообразни имитативни форми на субектност, родени от медията. Например, анкета с читатели на конкретен сайт за предпочитаното от тях часово време става повод за обобщението, че за зимното се обявяват възрастни хора, живеещи в провинцията, с консумативни нагласи, а за лятното – хора в активна възраст, столичани, с висше образование. В този и други подобни случаи съвсем не става дума за колективни субекти – става дума за *медийни мимикрии* на безсубектното говорене.

Ако сумираме, с *разцвета на разказите без разказвачи* в съвременната медия все повече се затулват чертите на човешките обединения, пораждащи колективни репрезентации. Репрезентациите се освобождават, въображаемите се „захващат“ за други въображаеми. Въображаемите започват да се опосредяват едни други и загубват връзка с онази част на света, която им дава форма.

Без контрола на социалното тяло идеите и представите попадат във връзки, които съвременната медия насърчава към безразборни и произволни. Както приемането, така и отричането на тези връзки изглежда несигурно. Нараства предразположеността на публиките към мислене във въображаема връзка.

Изглежда, че в този все по-измислен свят ще се обсъждат все повече човешки и комуникационни въпроси.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

АНГЕЛОВА, Вяра (2013). Убий журналист – спаси човек!. В: *Граждани и медии*. Съст. Вяра Ангелова. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Angelova, Vyara (2013). *Ubiy zhurnalist – spasi chovek!* V: *Grazhdani i medii*. (Vyara Angelova, sast.). Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‘St. Kl. Ohridski’]

КАСТОРИАДИС, Корнелиус (2003) (1975). *Воображаемое установление общества*. Москва: Гнозис, Логос. Превод на Г. Волкова от: Cornélius Castoriadis, *L’institution imaginaire de la société*. Paris: Seuil, 1975. [Kastoriadis, Kornelius (2003). *Vaobrazhaemoe*

ustanovlenie obshtestva. Moskva: Gnozis, Logos. Prevod na G. Volkova ot Cornélius Castoriadis, *L'institution imaginaire de la société*. Paris: Seuil, 1975]

МОРЕН, Едгар (1995) (1962). *Духът на времето*. София: Христо Ботев. [Moren, Edgar (1995). *Duhat na vremeto*. Sofia: 'Hristo Botev']

СПАСОВ, Орлин (2011). Мобилизиране сега: партии, граждански организации, нови медии. В: *Нови медии – нови мобилизации*. (Дичев, Ивайло и Орлин Спасов, съст.). София: Институт „Отворено общество“. [Spassov, Orlin (2011). Mobilizirane sega; partii, grazhdanski organizatsii, novi medii. V: *Novi medii – novi mobilizatsii*. (Ditchev, Ivaylo, Orlin Spassov). Sofia: Institut 'Otvoreno obshtestvo']

BACZCO, Bronislav (1999). *Los imaginarios sociales. Memorias y Esperanzas Colectivas*. Buenos Aires: Nueva Visión SAIC. Traducción de Pablo Betesh por: Bronislav Bachko, *Les imaginaires sociaux. Mémoires et espoirs collectifs*, Paris : Payot, 1984.

ERNER, Guillaume (2008). *Sociologie des tendances*. Paris: Presses universitaires de France.

LE CONCEPT d'« imaginaire social » (2017). Nouvelles avenues et nouveaux défis. Montréal, 14-16 septembre 2017. Présentation du colloque.

<<http://oic.uqam.ca/fr/evenements/le-concept-dimaginaire-social-nouvelles-avenues-et-nouveaux-defis>>

LEBLANC, Patrice (1994). L'imaginaire social. Note sur un concept flou. *Cahiers internationaux de Sociologie*, n 97, pp. 415-434.

TAYLOR, Charles (2014). La consommation et la radicalisation de la culture moderne de l'authenticité et de l'expressivité. *Revue du Mauss*, n° 44, pp. 68-74.

<<https://www.cairn.info/revue-du-mauss-2014-2-page-68.htm#re6no45>>