СПИСАНИЕ МЕДИАЛОГ

БРОЙ 11/2022

ТЕМА НА БРОЯ

ИЗКУСТВО. ЖУРНАЛИСТИКА. КРИТИКА

ВОДЕЩИ РЕДАКТОРИ НА БРОЯ

Проф. дн Венцислав Димов

Проф. дн Петя Александрова

MEDIALOG

ISSUE 11/2022

TOPIC OF THE VOLUME

ART. JOURNALISM. CRITIQUE

This Issue Editors

Prof. DSc Ventsislav Dimov

Prof. DSC Petya Alexandrova

СЪДЪРЖАНИЕ

ИЗКУСТВО. ЖУРНАЛИСТИКА. КРИТИКА

Уводни думи
Венцислав Димов 8

Потребяване на култура онлайн
Ивайло Дичев 12

Рекламата за „Чудото на XIX век”. Свидетелства в българския периодичен печат (1896–1914)
Петър Кърджилов 21

Към някои възможни интерпретации на грамофонната плоча като медиа
Венцислав Димов 45

Медийният клипинг – баланс между права или недобросъвестна търговска практика
Диляна Кирковска 76

Бразилското *Синема ново* и критическата рефлексия (Приносът на Пауло Емилио Салес Гомес и Алекс Виани)
Боряна Матеева 101

Творчеството на Ларс фон Триер и Томас Витенберг – български медиен онлайн спектър на представяне на „Догма 95“
Елица Матеева 117

Попкултура и жени: контексти в сп. „Жената днес“ през 60-те и 70-те години
Юлия Владимирова 139

Меметата в новините и меметата като новини
Мария Иванова 153

Към нова тактилност в текстилния и интериорния дизайн
Евелина Гебрева 185

Българското списание „Роден глас” – комуникационно изкуство зад граница
Анжела Георгиева 194

ОСОБЕН ПОГЛЕД
Театралността, мислена като медийност, проблематизираща собствената си (а)реалия
Валерий Пърликов 225

VARIA
Обръщението на религиозните водачи като жанр: специфика и структурни компоненти (изследване на публикациите в интернет портала на БНР)
Еленица Маринова 246

РЕЦЕНЗИИ НА КНИГИ
Човешката мярка като академичен етос. Отзив за юбилейния сборник за 65-годишнината на Петя Кабакчиева „Социологията като граждански ангажимент“
Снежана Попова 261

Рецензия за сборника „Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България”
Мария Нейкова 267

Рецензия за книгата „Между миграция и уседналост: екзотичният друг и новото българско кино (към културологичните полета на идентичността, различието и дискурса Свой/Чужд)”
Петър Айолов 273

Рецензия на „Унгарски следи в развитието на модерния дизайн”
Биляна Калоянова 279

Рецензия за „Жени отвъд архива. Невидимите истории на жените в България” на Нурие Муратова
Жоржета Назърска 284

Рецензия на „Срещу човешкото: антиутопичният жанр в литературата на XX век”
Александър Попов 289

Съвременни научни изследвания в областта на интериорния дизайн
Борис Сергинов 296

РЕЦЕНЗИИ НА СПЕКТАКЛИ И ИЗЛОЖБИ
„Една българка“: театърът – кауза. Изкуството в полза на образованието
Елица Матеева 300

Медузата като муза (за „Живописта като непрекъснат сценарий”. Изложба на Богдан Александров в НХГ)
Венцислав Димов 307

Скритите послания в акварелните писма на Биляна Калоянова
Руслан Лозев 316

CONTENT

ART. JOURNALISM. CRITIQUE

Editorial
Ventsislav Dimov 8

Consuming Culture Online
Ivaylo Ditchev 12

The Advertisement for the 'Miracle of the XIX Century'.
Testimonies in the Bulgarian Periodical Press (1896–1914)
Peter Kardjilov 21

To some possible Interpretations of the Gramophone Record as a Media
Ventsislav Dimov 45

Media Clipping – Between the Balance of Rights and Unfair Commercial Practice
Diliana Kirkovska 76

The Brazilian Cinema Novo and the Film Critics' Reflexion. (The Contribution of Paulo Emilio Salles Gomes and Alex Viany)
Boryana Mateeva 101

The Work of Lars Von Trier and Thomas Wittenberg –
Bulgarian Media Online Spectrum
on the Presentation of 'Dogma 95'
Elitsa Mateeva 117

Popular Culture and Women:
Contexts in 'The Woman Today' Magazine in the 60s and 70s
Julia Vladimirova 139

Memes in the News Media and Memes as the News Media
Maria Ivanova 153

Towards a new Tactility in the Textile and Interior Design
Evelina Gebreva 185

The Bulgarian Magazine 'Roden Glas' – Communication Art Abroad
Anzhela Georgieva 194

A SPECIAL LOOK
Theatricality Thought as a Way-Of-Medium Problematizing its own A/Reality
Valeriy Parlikov 225

VARIA
The Address of the Religious Leaders as a Genre: Specifics and Structural Components (a Study of the Publications on the Internet Portal of the Bulgarian National Radio)
Elenitsa Marinova 246

BOOK REVIEWS
The Human Measure as an Academic Ethos
Review of the Collection of Works dedicated to 65th anniversary of Petya Kabakchieva 'Sociology as a Civic Commitment'
Snezhana Popova 261

Review of the Edited Volume
'The Question of Justice. The Prosecuted Journalists in Bulgaria'
Maria Neikova 267

Review of The Book 'Between Migration and Settledness: The Exotic Other and The New Bulgarian Cinema (Towards the Culturological Fields of Identity, Difference and the Self/Other Discourse)'
Peter Aylov 273

Review of 'Hungarian Traces in the Development of Modern Design'
Bilyana Kaloyanova 279

A Review on 'Women Beyond the Archive. Invisible Histories of Women in Bulgaria' By Nurie Muratova
Georgeta Nazarska 284

Review of 'Against the Human Essence: The Anti-Utopian Genre in Twentieth Century Literature'
Alexander Popov 289

Contemporary Theoretical Research on Interior Design Theory and Practice
Boris Serginov 296

PERFORMANCE AND EXHIBITION REVIEWS
'One Bulgarian Woman': The Theater – Cause Art for Education
Elitsa Mateeva 300

Jellyfish as a Muse (About The 'Painting as a Continuous Script'. Art Exhibition of Bogdan Aleksandrov in National Gallery)
Ventsislav Dimov 307

Hidden Messages in Bilyana Kaloyanova's Aquarelle Letters
Rosslan Lozev 316

Списание „Медиалог“ е електронно научно списание за изследване на медии, медийна култура и комуникации.
Списанието е дело на академичната общност на **Катедра „Радио и телевизия“ на Факултета по журналистика и масова комуникация“, СУ „Св. Климент Охридски“**.
Списание „Медиалог“ е с **ISSN 2535-0846**
Основател на списанието е **доц. дн Венцислав Димов**. Главен редактор на списанието се излъчва от членовете на редакционната колегия на ротационен принцип на всеки две години.
Международен борд:
проф. д-р Анна Кръстева – Нов български университет. Доктор хонорис кауза на Университета Лил 3, Франция
доц. Георги Лозанов – СУ „Св. Кл. Охридски“
проф. д-р Лиляна Деянова – СУ „Св. Кл. Охридски“
проф. д-р Марина Лякова – Institut für Transdisziplinäre Sozialwissenschaft, Pädagogische Hochschule Karlsruhe
проф. д-р Мартин Маринос – The Donald P. Bellisario College of Communications, Pennsylvania State University
проф. дсн Снежана Попова – СУ „Св. Кл. Охридски“
проф. дпн Нели Огнянова – СУ „Св. Кл. Охридски“

Редакционна колегия:

доц. д-р Орлин Спасов (гл. редактор)

проф. д.н. Венцислав Димов
доц. д.н. Вяра Ангелова
доц. д-р Жана Попова
гл.ас. д-р Петър Айолов
гл. ас. д-р Николай Колев
ас. д-р Десислава Сотирова
ас. Диляна Кирковска

Medialog is an electronic research journal on media research, media culture and communication. The journal is a platform for wider academic activities: a research area for academic dialogue and a learning field for media and communication education. Publications by PhD students and young researchers, to which special issues are dedicated, are encouraged. It is a platform for peer-reviewed books in Bulgarian and English.
The journal is **an open-access publication** featuring texts published after **two positive anonymous reviews**.
It was launched in 2016 by the **Radio and Television Department at the Faculty of Journalism and Mass Communication of ‘St. Kliment Ohridski’ University of Sofia**, with funding from a research project under the university’s Scientific Research Fund (N 132/2016), and its sustainability was ensured under two other projects.
The first issue of the journal was published in early 2017.
International Editorial Board:
Prof., PhD Anna Krasteva – New Bulgarien University, doctor honoris causa of University Lille 3, France
assoc. prof. Georgi Lozanov – Sofia University

prof., PhD Lilyana Deyanova – Sofia University
PD Dr. habil. Marina Liakova – Institut für Transdisziplinäre Sozialwissenschaft, Pädagogische Hochschule Karlsruhe
Dr. Martin Marinos – The Donald P. Bellisario College of Communications, Pennsylvania State University
Prof. Dr. Habil Snezhana Popova –Sofia University
prof. Dr. Habil. Nelly Ognynova – Sofia University

Editorial board:

Orlin Spassov – Assoc. prof. at the FJMC, Sofia University

Ventsislav Dimov – Prof. at the FJMC, Sofia University
Vyara Angelova –Assoc. prof. at the FJMC, Sofia University
Zhana Popova – Assoc. prof. at the FJMC, Sofia University
Peter Ayolov – Assist. prof. at the FJMC, Sofia University
Nikolay Kolev - Assist. prof. at the FJMC, Sofia University
Dessislava Sotirova - Assist. prof. at the FJMC, Sofia University
Diliana Kirkovska - Assist. prof. at the FJMC, Sofia University

Адрес:
София 1000
Ул. „Московска“, №49, каб. 26

Address:
1000 Sofia
49 Moskovska St., study 26
ospasov@uni-sofia.bg
ztpopova@uni-sofia.bg

УВОДНИ ДУМИ
Венцислав Димов

EDITORIAL
Ventsislav Dimov

Към богатата гама изследвания на актуални тенденции в медии и журналистика, този тематичен брой на списанието предлага интердисциплинарна (медиазнание, журналистика, изкуствознание, културология, кинознание, театрознание) среща в съдържателното поле на релацията ***изкуство-журналистика-критика***. Отправена бе покана към изследователи с научни интереси към медии и журналистика, свързана с изкуство и култура, но и към тези, за които медийната комуникация и журналистиката са изкуство и занаят. Интерес проявиха неочаквано широк кръг от академични преподаватели и учени, докторанти, медийни практици и експерти, журналисти и критици. Това разширяване на кръга автори и обогатяване се дължи безспорно и на ползотворното междууниверситетско сътрудничество както в съставителството, така и сред авторите.

Научните студии и статии, есетата и рецензиите в това издание гравитират около няколко проблемни полета. Най-широкото следва отношенията медии и изкуство (литература, музика, кино, театър, изобразително изкуство, дизайн в медиите, журналистиката и рекламата) в две посоки: с акцент върху исторически прочити на традиционни медии и с фокус върху нови медийни изкуства (хибридни медийни форми, визуални, непредметни, дигитални изкуства).

Историкът на киното Петър Ив. Кърджилов се връща при първите български срещи с киното, преди то да стане изкуство, преди да има свои науки, филмова критика и киножурналистика. Статията „Рекламата за „Чудото на XIX век” събира и подрежда свидетелства в

българския периодичен печат през периода 1896–1914 г., за да пресее от огромния масив вестникарски страници информация и критика, реклама и изображения, информация за първите стъпки на киното в България. Към първите десетилетия на XX век поглежда и студията „Към интерпретациите на грамофонната плоча като медия“ на Венцислав Димов, който също използва печатните медии и рекламите като извор за изследване на ранната история на комерсиалните записи в България.

Тематичният брой на „Медиалог“ предлага и други исторически прочити на печатни медии. Юлия Владимирова анализира „Жената днес“, водещо женско списание по време на държавния социализъм в България. Към исторически интерпретации на списание се насочва и Анжела Георгиева, която проследява процесите в развитието на издаваното в Чехия българско списание „Роден глас”, анализира факторите, довели до потребността на една мигрантска общност да издава своя медия. Пак към историята и пак извън България, но този път във връзка с киното отвежда статията на Боряна Матеева „Бразилското Синема ново и критическата рефлексия: приносът на Пауло Емилио Салес Гомес и Алекс Виани“, посветена на ключовата роля за световното признание на двама критици и историци на бразилското кино.

Друг тематичен масив в списанието обединява текстове, изследващи новите медии и медийни констелации, креативните индустрии, дигиталните платформи и изкуството, приложните употреби и активизми. Посоката се задава със знаков текст Ивайло Дичев: в „Култура онлайн“ се констатира как дигиталният свят е погълнал всички досегашни форми на комуникация: днес онлайн четем, слушаме музика, посещаваме виртуални музеи... Но дали потреблението на култура през новите медии остава същото? Елица Матеева показва как в българските онлайн медии се интерпретира творчеството на датските кинорежисьори Ларс фон Триер и Томас Винтерберг. Мария Иванова изследва антропологически „мемета“ като дигитална форма на

вицове, колажи с текст, които стават все по-влиятелни носители на информация. Евелина Гебрева споделя опита си в интериорния дизайн и обрата към емоционалната му същност, за да покаже как социалните мрежи се оказват спасителен пояс за връзката на творци с клиенти и ценители във време на социална изолация. Диляна Кирковска осветява в „Медийният клипинг“ права на журналисти и издатели в новата медийна цифрова среда.

Отдадохме дължимо внимание към критиката на изкуства и творци в съвременните медии – на някои проблеми, присъствия и отсъствия са посветени научни и критични рефлексии в тематичното съдържание и особено много – в разширената зона на рецензиите. В рубриката *Особен поглед* е поместено есе на Валерий Пърликов – театрален режисьор и преподавател по актьорство, който споделя своя метод на спонтанна креативност за експликация на актьорския акт. Специално разширената в този тематичен брой зона за ревюта предлага рецензии на книги: медийни и журналистически изследвания (Мария Нейкова за сборника на Снежана Попова и Жана Попова „Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България”); изследвания на кино (Петър Айолов за книгата на Андроника Мартонова „Между миграция и уседналост: Екзотичният друг и новото българско кино“); джендър-история (Жоржета Назърска за книгата на Нурие Муратова „Жени отвъд архива. Невидимите истории на жените в България“); дизайн (Биляна Калоянова за монографията на Ралица Стефанова „Унгарски следи в развитието на модерния дизайн“ и Борис Сергинов за книгата на Биляна Калоянова „Структурен подход в интериорния дизайн през 20 век“). За пръв път списанието дава трибуна на арт-критика в раздела с рецензии на изложби (Венцислав Димов за изложбата с живопис на Богдан Александров в НХГ; Руслан Лозев за акварелната изложба на Биляна Калоянова) и спектакли (Елица Матеева за театралния спектакъл „Една българка“). Извън тематиката на броя (рубрика *Varia*), но във връзка с актуална проблематика (ролята на БНР за преодоляването на кризата,

причинена от COVID-19), е статията на докторанта Еленица Маринова „Обръщението на религиозните водачи като жанр“.

С този тематичен броя на Медиалог „Изкуство. Журналистика. Критика“ ние като редактори-съставители, редакционна колегия и автори споделяме визията, че академичното издание е толкова по-ефективно, колкото по-широк кръг от идеи дискутира. И усмихнато се надяваме: академична общност да стане по-артистична.

ПОТРЕБЯВАНЕ НА КУЛТУРА ОНЛАЙН

Ивайло Дичев

CONSUMING CULTURE ONLINE

Ivaylo Ditchev

Резюме: Дигиталният свят погълна всички досегашни форми на комуникация: днес четем онлайн, слушаме музика, посещаваме виртуални музеи и тъй нататък. Но дали потреблението на култура през новата мета-медия остава същото? Наблюденията, изложени по-долу, са плод на семинар със студенти по културология. Тук обсъждам основно промените в преживяването на високата „култура на душата“ по Цицерон, не всекидневните дигитални практики.
Ключови думи: Културно потребление – интернет платформи – дигитален обрат – киберпсихология – културни изследвания

Abstract: The digital world has incorporated all previous forms of communication: today we read online, listen to music, visit virtual museums and so on. But does cultural consumption via the new meta-media remain the same? The following observations are the result of a seminar with students of cultural studies. I am discussing the changes in the experiencing of the high “culture of the soul” (Cicero), not everyday digital practices.
Keywords: Cultural consumption – internet platforms – digital turn – cyberpsychology – cultural studies

Дигиталният свят погълна всички досегашни форми на комуникация: днес четем онлайн, слушаме музика, посещаваме виртуални музеи и тъй нататък. Но дали потреблението на култура през новата мета-медия остава същото? Наблюденията, изложени по-долу, са плод на семинар със студенти по културология и работата ми по проекта „Поп-култура, поп-политика: дигиталният обрат.“[1] Тук обсъждам основно промените в потребяването на високата „култура на душата“ по Цицерон, не всекидневните дигитални практики.

Четене

Различни апликации правят така, че екранът да прилича на хартия, имитират разлистване на страници, подреждат томове върху виртуални

[1] Текстът е разработен в рамките на научноизследователския проект „Поп-култура, поп-политика: дигиталният обрат. Интердисциплинарни анализи на пресечността между медии, култури и политики“, с финансовата подкрепа на ФНИ–МОН, договор № Н55/2, от 15.12.2021 г.

рафтове, позволяват да подчертаваме и да си правим бележки. Но четенето неусетно се променя. Дигиталният обрат прави възможна мигновената връзка на всичко с всичко. В случая това значи, че всяка точка от текста, който четете, може мигновено да ви отпрати към точка в някакъв друг текст.

Самият екран е предвидил тези скокове чрез думи и пасажи, белязани като хайпертекст. Щраквате върху тях и сте на друга страница. Там скоро попадате на дума, която също е обозначена така, щраквате върху нея, прескачате в съвсем трета страница и тъй нататък. „Откривам, че никога не мога да прочета едно нещо от начало до край“ оплакват се често студенти. „Единственото спасение е да разпечатам статията и да чета на хартия.“

Там където няма хайпърткестови връзки, в работа влиза търсачката: с едно просто движение можем да потърсим в мрежата обяснение за израза, тезата, името, което не разбираме. Само че в обяснението ще има неща, които пак не са ни ясни, и в обяснението на обяснението. Ние сякаш не четем конкретната статия или книга - четем всички написани някога неща. Е, може би последното не е още факт, но тенденцията е такава: цялото човешко знание да се качи онлайн и насити с взаимни връзки, така че ние всеки път да се изправяме пред непосилната задача да го обемем в цялост.

Наистина по-различно е положението при четене на художествена литература, там обаче влиза в ход, забързването на времето в интернет света. Трудно е да си представим, че някой днес ще изчете 2000-те страници на „Война и мир“ онлайн. Промяната е свързана по-общо със съвременния начин на живот, но интернет я усилва неимоверно заради лавината от културни продукти, с която сме заливани и феномена FOMO, която тя поражда („fear of missing out“, страха, че нещо изпускаш). Тенденцията е да четем бързо – миниатюри, фрагменти, афоризми, а фейсбук видя ренесанс на поезията, лирична и сатирична.

Показателен за тази тенденция е жанрът на туитър фикцията (twiction), където повествованието трябва да се компресира в 140, след 2017 г. - 280 знака. Ето пример за подобно микроповествование от Бен Уайт:

„Разпръснаха праха му. Вятърът се обърна и го вкара в очите им. „Той винаги искаше да има последната дума“ измърмори жена му.“

Нека - обратно на Маклуън - приемем, че дигиталният обрат прави света не глобално село, а глобален град, т.е. място, където непрекъснато се сблъскваш с нови неща и хора. В такъв случай валидни стават интуициите на Георг Зимел. Според него обитателят на модерния голям град е заливан от различни дразнения: за да му въздействат, те трябва да са все по-нови и неочаквани. Оттук тенденцията удовлетворение да носи не завършека, а началото на новото усещане – и вниманието все по-бързо прескача от едно начало към друго (Зимел 2014).

Музика

Шеметно се е увеличило предлагането в музикалната сфера. Днес потребителят няма нужда да чака в града му да дойде съответния изпълнител, за да го чуе, нито да бъде издадена плоча с музиката му – просто написва името в съответната платформа и го има. Резултатът е фрагментирането на музикалните вкусове. Наместо фенове на Бийтълс срещу фенове на Ролингстоунс, днес младежите се идентифицират с множество банди в един или друг стил, приехме да ги наричаме музикални „клъстъри“. Нов момент е съчетаването на музика с видеоклип, което прави възможна мултимедията и все по-мощният интернет. Тенденцията е това да измества акцента от чисто музикалното възприятие към хибридни визуално-музикални феномени като Лейди Гага или нашия Азис.

Промените в звукозаписната техника се ускоряват. Вземете смятана на музикални носители, което видя едно единствено поколение, това на бейбибумърите – грамофонната плоча беше заменена от ролката на магнетофона, тя от касетата, тя пък от компютърни дискове, чийто

стандарт се сменяше през няколко години, докато просто изчезнаха за сметка на облака. „Омръзна ми да изхвърлям дискове, за какво давах пари, за какво записвах?“ чувате от меломани. Тенденцията сякаш е музиката да от притежаван предмет е да минава в режим на абонамент. В българския случай все още тези абонаменти често подплатени с пиратство, но това не променя ситуацията: за да бъдеш в час с все по-бързо обновяващата се музикална сцена трябва да си включен в някакъв канал.

И не просто да си включен, а и сам да станеш канал като споделяш музикални файлове с приятели. Съвестното преживяване е най-старата същност на музиката – с нея извършват ритуали, маршируват, влюбват се. Появата на звукозаписа е опредметила музиката и направила възможно тя да се купува, да се подарява, да се колекционира. Основна форма на общуване на младежите в социалистическа България е правенето на презаписи. На един донесли плоча от чужбина, приятелите пристигат с касетофоните, заклеват бабата да не вдига шум и почват да записват.

Да отбележим и революцията, която идва с представлява „Уокмена“ на Сони, пуснат през 1979: той позволява самотно потребяване на музика, каквото до тогава никой не си е представял: околните само по загадъчната ти усмивка се досещат, че преживяваш нещо. Тази практика продължава и до днес с МП тройките, после мобилните телефони.

Не е изчезнала и формата на споделяне от времето на „записите“: днес тя е се е превърнала в препращане на музикални файлове. Да пратиш любимо парче на някого е съществен елемент от комуникацията в социалните мрежи, по мнението на студентите особено когато търсим приятели, защото ако харесвате една и съща музика сигурно ще се разбирате. Самите платформи, които днес предлагат абонаменти за музика (от типа на Спотифай, СаундКлауд, Идажио…), опитват да ви

„сприятелят“ по подобен начин – разбират какво харесвате и ви предлагат нови и нови парчета от този тип.

Въпреки изчезването на физическите носители, продължава да функционира и музикалната колекция – днес нейно превъплъщение е плейлистата, която съответни апликации му позволяват да подрежда. Както знаем една колекция не се прави, за да можем да слушаме отново и отново тези парчета – тя е начин да изграждаме нашата идентичност, да заявим що за човек сме. Но дигиталните апове отнемат на колекцията онзи повествователен момент, който фасцинира Бенямин – историята на това, как сме търсили, какви трудности сме преодолели, за да се сдобием с един или друг обект (Benjamin 1969: 60). Твърде лесно е да колекционираш чрез платформи, оттук и идентичността е малко полуфабрикат.

Образ

Голяма революция на 19ти век е масовото репродуциране на образи: всеки да може да окачи в кухнята си копие на „Тайната вечеря“. Валтер Бенямин ще види в това изчезването на аурата – онази „неповторима отдалеченост“, която прави произведението на изкуството уникално. Най-демократично е и най-репродуцируемото изкуство, фотографията, която заличава принципната разлика между автор и зрител. Докато левият мислител приветства този културен аналог на социалната революция, консервативният Ортега-и-Гасет вижда тук нахлуване на необразованите маси в културата и съответно - опошляване и упадък.

Още по-радикален е обратът, дошъл с дигиталното възпроизводство на образа. Ако при аналоговото копие (литография, цинкография, прерисуване…) задължително има загуба на качество, при дигиталната технология копието може да бъде еквивалентно на оригинала – двата компютъра ще комуникират докато прехвърлят

цялата информация без грешки. Това поставя новите дигитални артисти в трудно положение, защото не е съвсем ясно какво могат да продават; някои залагат в работите си код за самоунищожение след определен брой сваляния, но това не отменя проблема: няма оригинал.

Говорим за технологии, които все по-съвършено възпроизвеждат великите творби. Нещо такова е станало вече в звуковъзпроизводството, което позволява записаната музика да чувате по-добре отколкото в концертната зала; това започваме да наблюдаваме и в сферата на образа – както казва Жан Бодрийяр, имитацията става по-реална от реалността. Ако все пак някой ходи в Лувъра и опитва да се проврe между японските туристи, за да види „истинската“ Мона Лиза, това е повече ритуално действие, един вид преклонение в храма на културата - не стремеж за по-добро възприемане на картината.

Другата революционна промяна е лекотата на боравене с образи. Векове наред това е било високо специализирана дейност; например ренесансовите художници не просто имат талант, а притежават тайната за това как се правят боите и ревниво я крият от конкуренцията. В 19ти век вече всяка домакиня може да си купи боички и платно в магазина, съответно да се отдаде на живописно хоби. Днес безплатни апликации позволяват на милиарди хора да съучастват в произвеждането на образи, да ги произвеждат, обработват, пародират. Или поне - да ги препращат, да лайкват, да коментират. Тази интерактивност се превръща в задължителен компонент на художественото възприятие и успешни съвременни артисти са онези, които умеят да играят с нея – да провокират удивления, възмущения.

И тук, както в плейлистата, е индустриализиран споменатият принцип на колекцията. Наместо да притежава творбите като богатите, наместо да ги излага в салони като модерните куратори, съвременният потребител ги реди в свои виртуални галерии, предложени от интернет-

платформите. Ако се запитаме какво притежава собственика на подобна уочлиста, трябва отново да кажем – себе си.

Посещение

Ако художниците днес могат да изграждат свои виртуални галерии например в Инстаграм, на потребителя се предлага да ги посещава без да става от дивана в хола си. Визитата се виртуализира посредством 3D технологии, симулация на движение и 360 градусови панорами, „умни“ очила, които произвеждат ефекта на увеличената реалност и т.н.

На хоризонта е техноутопията на Марк Зукърбърг за мета-света: една цялостна паралелна реалност, в която общувате, играете, работите, ходите на лекции, а също - можете да посещавате концерти и музеи или просто се разхождате по улиците на някой интересен град. Говорим за все още нереализирана тенденция, при която някой ден техниката ще ни позволи пълно потапяне в мета-преживяването (Zuckerberg 2021).

„Не е същото“ реагират повечето запитани и най-често посочват физически компоненти, които отсъстват при виртуалното преживяване - кафето, което изпиваш, вятъра, който развява косите ти, умората от ходенето. Но подобно бъдещо потребяване на култура ще донесе и други промени. Например предложените от платформата маршрути из историческия квартал на „посетения“ град поемат в себе си функцията на стария чичероне – показват ни важните неща, които непременно трябва да видим, прескачат онова, което машината е разбрала, че няма да ни заинтересува.

Разбира се всичко се записва, за да стане част от колекцията под формата, този път на уоклиста, която подреждаме на нашия хард диск и забравяме като многобройните натрупани там плей- и уочлистати. Увеличената реалност, както го показва самата дума, добавя нещо към реалността – може би успоредно с надписите над експонатите в музея

ще чуем други обяснения, които изкуственият интелект е разбрал, че са необходими лично на нас (като по-образовани? като чужденци? като разсеяни?). Може би там ще се вклиняват виртуални обекти, пратени ни от приятел-шегобиец през социалните мрежи – до египетската мумия ще видим заспалия министър-председател, в каляската на Фердинанд ще се е покатерило детето на комшиите.

Тъй както е станало по-рано, когато е било изобретено дистанционното на телевизора, ще можем да превъртаме, да прескачаме онова, което ни е скучно и по този начин да разрушаваме замисъла на куратора. За образования потребител това ще е прекрасна възможност да влезе в диалог с културния феномен, да стане негов съавтор. За неподготвеният обаче мета-вселената ще е възможност да избягва грижливо всяко усилие, всяко замисляне – алгоритъмът на дигиталната платформа охотно ще му помага да се предпазва от културата.

С това ще се осъществи и основната опасност, която крие този нов, виртуален свят: да нараснат интелектуалните неравенства. Човекът, който умее да чете онлайн без да се оставя да бъде разсейван от хайпъртекстовите прескоци, има огромни предимства пред онзи преди сто години в библиотеката; почитателят на музика или изобразително изкуство има пред себе си невероятни възможности за естетическо преживяване, ако само умее да не се губи в културния океан. Проблемът се създава от начина, по който днес функционира изкуствения интелект: извлича данни от миналите ни поведения и върху въз основа на тях ни предлага какво да правим в бъдеще. Наместо да възпитава, задълбочава статуквото. Така онлайн умните стават по-умни, глупавите – по глупави.

Използвана литература:

ДИМОВ, Венцислав (2018). *Медийна музика. Звукозаписна и (ре)продуцирана музика в България, Докторска дисертация*, Софийски университет. [Dimov, Ventsislav (2018). Mediina muzika. Zwukozapisna i (re)producirana muzika w Balgaria, Doktorska disertacia, Sofiiski Universitet.]

ЗИМЕЛ, Георг (2014). Големият град и духовния живот. В: Теодора Карамелска (съставител), *Фрагментарният характер на живота*. София: Критика и хуманизъм, 36-57. [Zimel, Georg (2014).Golemiat grad i duhovniqt zhivot. V.Teodora Karamelska, с.

Fragmentarniat harakter na zhivota, Sofia: Kritika i humanizam] **MARK ZUCKERBERG'S VISION FOR THE SOCIALIZING OF THE METAVERSE**, Youtube, 28.10.2021, <https://www.youtube.com/watch?v=b9vWShsmE20> (посетен на 21 юни 2022). **BENJAMIN**, Walter (1969). Unpacking my library. *Illuminations, Shocken books*. New York, pp. 59-67.

Ивайло Дичев е професор по културна антропология в СУ „Св. Климент Охридски", работи в сферата на политическите култури, медиите, града. Най-новата му книга е *Културни сцени на политическото* (2019). Главен редактор на списание Семинар_BG. Есеист, участник в публичния дебат.

Ivaylo Ditchev is professor of cultural anthropology at Sofia University 'St. Kliment Ohridski'. He is focusing on political culture, urban anthropology and media. His new book is Cultural scenes on the political (2019). Ditchev is the editor of the electronic issue Seminar_BG.

РЕКЛАМАТА ЗА „ЧУДОТО НА XIX ВЕК“. СВИДЕТЕЛСТВА В БЪЛГАРСКИЯ ПЕРИОДИЧЕН ПЕЧАТ (1896–1914)

Петър Кърджилов

THE ADVERTISEMENT FOR THE „MIRACLE OF THE XIX CENTURY”. TESTIMONIES IN THE BULGARIAN PERIODICAL PRESS (1896–1914)

Peter Kardjilov

Резюме: Днес киното е изкуство, съпътствано от свои науки, своя филмова критика и своя киножурналистика. Но какво е имало в годините непосредствено след неговото рождество. Имало е Слово – описващо нещо ново и непознато; възторгващо се от техническо изобретение, в чието бъдеще не вярват дори неговите бащи; пресъздаващо атмосферата, царяла по време на първите сеанси и реакциите на изненадана аудитория… Тъкмо от това Слово, съхранено до наши дни в рекламите, отпечатани в тогавашния български периодичен печат, се ражда съвременната филмова критика. Настоящата статия проследява с помощта на конкретни примери този процес на превръщане на „хвалебственото викане” в интелектуална дейност.
Ключови думи: филмова критика, история на ранното кино в България, периодичен печат, филмова реклама, специализирани филмови издания, начало на българското филмопроизводство

Abstract: Today, cinema is an art, accompanied by its own sciences, its own film criticism and its own film journalism. But what happened in the years immediately after its birth. There was a Word – describing something new and unknown; admiring a technical invention that even his fathers did not believe in; recreating the atmosphere that prevailed during the first sessions and the reactions of the surprised audience… It is from this Word, preserved to this day in the advertisements printed in the then Bulgarian periodicals, that modern film criticism is born. This article with the help of concrete examples, traces this process of turning the „reclamo” („cry of praise”) into an intellectual activity.

Keywords: film criticism, history of early cinema in Bulgaria, periodicals, film advertising, specialized film editions, beginning of Bulgarian film production

* * *

И този път в началото е Словото – описанието на нещо ново, непознато, невидяно до този момент. Описание на техническо изобретение, в чието бъдеще не вярват дори неговите създатели. Описание на атмосферата, царяла по време на първите сеанси, описание на реакциите на изненадената аудитория… Така се ражда кинематографът – като панаирджийско зрелище, евтино развлечение, забава за простолюдието… Никой сериозен интелектуалец не му обръща сериозно внимание. Но се намират и такива, които виждат потенциал в киното. Като педагогическо средство за разпространение на познание, на образование, на професионални умения… Като източник на информация, като средство за масово осведомяване, като комуникационна медия… Екранизирането на световната класическа драматургия и литература, появата на актьори, някои от които се превръщат в знаменитости, принуждава журналистите да се вгледат в естетическите аспекти на киното, да го разграничат от останалите изкуства и да го обявят за специфично художествено изразно средство…

Появата на кинематографа

На 16/28.XII.1895[1] в „Индийския салон” на „Гран кафе”, разположено на парижкия „Булевард на капуцините” № 14, операторски

[1] Датите в публикацията са посочени според валидния през разглеждания период (1896–1914) в България календар – Юлианския (т.нар. стар стил), заменен впоследствие от Григорианския календар (т.нар. нов стил). Разликата между тях през XIX век е 12 дни, а през XX и XXI век – 13.

екип на братя Люмиер[2] реализира „първия публичен платен сеанс с кинематограф” (Садуль, 1958: 133). Броени дни след тази дата, приемана от мнозина за рождения ден на седмото изкуство, новото техническо изобретение поема своя път през Стария континент. Триумфалното шествие започва в началото на 1896 г. – от Запад на Изток. Ето защо първите кинопрожекции в различните европейски градове и държави се провеждат по различно време. Но по един и същ начин – абсолютно еднакъв, идентичен, аналогичен! Редом с филмите тръгва и тяхната сестра – филмовата реклама. Примитивна, първична, елементарна, тя прилича на братята си. В нея трудно би могло да се открие някакъв оценъчен елемент, няма и помен от анализ. Но тези основни компоненти на модерната филмова критика биват заложени в тогавашното „хвалебствено викане” (reclamo) – макар да са все още в своя ембрионален стадий, в зачатък, скрити, латентни, потенциални… Затова ранната филмова реклама се приеме (с право или не) за праобраза, за прабабата на съвременната кинокритика.

Под хипнозата на техниката

Първата фаза на целулоидната инвазия се осъществява от притежатели на леснопреносими, ала различни по произход прожекционни апарати: Люмиеровия кинематограф, Едисоновия витаскоп, Диксоновия биограф, Ърбановия биоскоп… Ето защо във вестникарските обявления на повечето от амбулантните продавачи на екранно зрелище се акцентира върху предимствата на техните машини

[2] Братя Огюст Мари Луи Никола Люмиер (Auguste Marie Louis Nicolas Lumière) (1862–1954) и Луи Жан Люмиер (Louis Jean Lumière) (1864–1948) – французи, индустриалци, производители на фотографски плаки и материали (фабриката им е била в град Лион), изобретатели на кинематографа – „cinématographe” (1895). В превод фамилното им име означава „светлина”.

пред останалите марки. Но освен това първоапостолите се опитват да обяснят (макар и накратко) основните характеристики (а и принципи) на новото творение, да подчертаят разликата между него и laterna magica – произтичаща от движението, от бързината, с която се прожектират образите: „Известно е, че фигурите на магическия фенер стоят неподвижни. Едисон е направил да се движат и меняват фигурите” (Б.а., 1896а). Информация не само полезна, но и абсолютно необходима (дори задължителна) при представянето на непознати до този момент технически „чудеса”.

Точно такова е съобщението във в. „Народни права”, засвидетелствало на 8.XII.1896 г. осъществяването на първата поредица от кинопрожекции в София (а и в България) с „едно ново изобретение на Едисона”. „Всичко се състои в това – уверява анонимният автор: – магическия фенер е същия; вместо газ или свещ, свети електричество; вместо неподвижна фигура на стъкло, тук минават пред увеличителното стъкло стотици картини с такава бързина, щото човек мисли, че нещо магическо става пред него” (Б.а., 1896а). Затова приемам този текст не само за най-ранната филмова реклама, публикувана в българския периодичен печат, но и за най-ранното (макар и своеобразно) въведение в познанието за киното у нас. Последвалите още две обявления уточняват наименованието на уреда – „киноматограф” (който обаче не е „изобретение на Едисона”), въвеждат в употреба словосъчетанието „жива фотография” (Б.а., 1896б), а и загатват за качеството на прожекцията, най-вероятно осъществена прилично, „въпреки всичките неудобства, които представляваше салонът” (Б.а., 1896в).

Подобен тип информация предлага през февруари 1897 г. и в. „Законност”, излизащ в Русе. Този път апаратът е „цинематограф”, „който изобразява на платно тъй наречената „Жива фотография”.

Демонстрираните от него „картини и сцени” се виждат „в всичката им живост и движения” (Б.а., 1897а). На това се е дивила тогавашната неподготвена и непретенциозна публика – на движението, на оживяването на статичната до този момент фотография, на капещите листа и връхлитащите тренове…

През май 1898 г. в София (незнайно точно къде) гастролира „някой си Кратохвил” – „донесъл да показва на столичната публика едно от най-остроумните изобретения на Едисона – кинематограф”. Но машината му възпроизвеждала „само трептяща мъгла и нищо повече”. Затова репортерът, отразил събитието, гневно заключава, че това не било никакъв кинематограф, „а някакъв друг уред, навярно негово [на Кратохвил] собствено произведение” (Б.а., 1898а). Оскъдна информация, която подсказва, че някои от скитащите кинаджии навярно са ползвали апарати, конструирани от изобретатели, останали извън кръга на споменатите асове, а впоследствие и потънали в забрава.

На следващата година в летния театър на софийския хотел „Люксембург” се е очаквало да „даде голямо представление” някакъв „американски кинематограф, последно усъвършенствуване, който изобразява предметите в естествена големина”. „Тоя нов апарат е имал голям успех в всичките европейски градове” – допълва рекламата (Б.а., 1899а).

Също през 1899 г., но в Русе, се появява професор Мор Бенкьо (Mor Benkö). В салона на местния хотел „Дачия” той инсталира своя „кинематограф”, „който действа с две електрически машини”. Узнава се също, че унгарецът вече се е изявявал в Австрия, Сърбия и Румъния, като „от всякаде има добри свидетелства” (Б.а., 1899б).

През лятото на 1902 г. София за пореден път бива посетена от поредния анонимен мобилен филморазпространител. Показаното от

него очевидно провокира любознателността на „някои граждани”, които се обръщат към редакцията на в. „Пряпорец” с въпроси, отнасящи се за устройството и действието на „живата фотография”. В отговор изданието отпечатва професионално написана обширна статия, представяща детайлно техничките аспекти на кинематографа, подчертавайки разликата между него и предшествениците му (Б.а., 1902а). Предлагаща истински водопад от компетентни обяснения, предадени с популяризаторска вещина, тази подробна „лекция” е най-сериозният материал по темата, публикуван в българския периодичен печат от началото на целулоидната ера в страната.

Условни филмови заглавия и плахи жанрови характеристики

В самото начало филмите биват наричани „картини”, „живи картини”, „сцени”, а кинопрожекциите: „представление” или „представление на живущи изображения”. Въпреки че все още нямат свое собствено наименование, филмите имат съдържание, чието загатване ражда техните заглавия. Посредством такива условни титули още през декември 1896 г. бива огласена част от показваната програма: „пристанището на Варна се вижда цялото; след това пристига един параход и започва да излиза публиката из него…; дохождат любопитни да гледат парахода” (Б.а., 1896а). Така на бял свят се появява информацията за първия (известен засега) филм, заснет в България (а и на Балканите)! „Има още – продължава текстът: – играещи деца, парижкия семеен живот, един англичанин пуши тютюн, дим върви из

лулата, налива бира в чашата си, най после един живописец бързо рисува английската царица, покланя се пред вас и излиза[3]”.

Не липсват „заглавия” и в русенския „Законност”: „един движещ се трен, посрещането на цар Николай в Париж, една от парижките площади… Всичко това [е] толкова живо и естествено, щото се получава пълна илюзия” (Б.а., 1897а). Споменатият Мор Бенкьо показва първата еротична програма в България, предназначена „само за възрастни мъже”: „в банята, най-сетне сами сме, утрешен тоалет и др.” (Б.а., 1899в). През април 1900 г. в софийския хотел „Булевард” бива показан първият голям филм – **„Аферата Драйфус”** („L’Affaire Dreyfus”) на Жорж Мелиес (Б.а., 1900а). Събитието ражда многословен отзив, който, за съжаление, бива пропит от пошъл антисемитизъм – главният герой на инсцениираната хроника, капитан Алфред Драйфус (Alfred Dreyfus, 1859–1935), е французин от еврейски произход, обвинен за германски шпионин. И друго се узнава от текста – прожекциите в „Булевард” са били придружени от „разни газове”, които „едва що ги не издушили” присъстващите (Б.а., 1900б).

Точно след година срещу Народната банка в София отсяда „един пристигнал от Париж кинематограф, който работи безупречно”. Собственикът му предлага „42 много интересни живи картини, разделени на 3 серии” (Б.а., 1901а), а скоро получава и „нова серия картини” (Б.а., 1901б). Предполагам, че в случая става дума за сърбина Стоян Нанич (родом от Зайчар), решил по време на Великденските празници (през 1901 Възкресение Христово е чествано от православната

[3] **„Художникът (Кралица Виктория)”** („Dessinateur (Reine Victoria)”) – 20-метрова лента (прожектирана за около 1 минута), режисирана от французина Жорж Мелиес (Georges Méliès), поставил я под № 61 в списъка от заглавия, произведени през 1896 от неговата фирма „Стар филм”.

църква на 1 април) да отскочи до България – първоначално в Пловдив (Б.а., 1901в), сетне в столицата.

НЕ БИЗАЛО ДО СЕГА.

!АФЕРАТА ДРАЙФУСЪ!

представена чрезъ

КИНЕМАТОГРАФЪ

Драйфусъ, г-жа Драйфусъ, Лаборн, Демажъ, Мерсие, полковникъ Жуастъ всички въ естествена величина.

СЦЕНИ ОТЪ СЪДЕБНИТЕ ЗАСѢДАНИЯ ВЪ РЕНЪ И ДРУГИ КАРТИНИ.

Прѣдставление на 8, 10 и 11 Априлъ въ грандъ хотелъ „БУЛЕВАРДЪ“

Начало въ 9 часа вечерьта.

ПОДРОБНОСТИ ВЪ ОБЯВЛЕНИЯТА.

NOCH NIE DAGEWESEN.

!! DIE AFFAIRE DREYFUS !!

durch den

KINEMATOGRAPHEN

Dreyfus, Frau Lucie Dreyfus, Labori, Demange, Mercier, Gerichtspräsident Jouast, Alle in Lebensgrösse und wie lebend.

Scenen aus der Revisionsverhandlung vor dem Kriegsgerichte in Rennes, und andere Bilder.

Vorstellungen am 8/22., 10/23. und 11/24. d. M. im

Grand Hotel „Boulevard“.

Beginn 9 Uhr Abends.

Фигура 1.

Рекламата за „Аферата „Драйфус” – първия голям филм, показан в България (Български търговски вестник, год. VIII, № 75, 6.IV.1900, с. 6)

Месец по-късно в София се появява словакът Георги Кузмик – мемоарни свидетелства уверяват, че е бил „далматинец” (Хитров, 1944: 6), който публикува първата изчерпателна програма за кинопрожекции в българската преса (Б.а., 1901г.)! Подробна, професионално поднесена, логически подредена... Като по този начин се оказва пионер и в областта на вестникарската реклама.

Която се опитва (макар и плахо) не само да споменава заглавията на филмите, не само да преразказва накратко тяхното съдържание, но и да ги охарактеризира жанрово: „картини из живота” или „картини из живота в естествено състояние” (документални), „пикантни картини” (еротични)… Появяват се и първите качествени оценки – някои от „картините” са „хубави”, други „предадени много добре” (Б.а., 1896в), „живо и естествено”.

Ранните кинематографически покази се осъществяват предимно в просторните фоайета на хотели: софийските „Македония” и „България” (1896), „Люксембург” (1899), „Булевард” (1900), „Ориент” (1904), русенските „Централ” (лятото на 1897) и „Дачия” (1899), пловдивските „Люксембург” и „Търговски” (1904)… Пристигналият в началото на 1897 г. в Русе „цинематограф” се помещава в „новата къща на г. Марин Чолакова” (навярно в обширния й приземен етаж), други скиталци намират подслон в кафенета, пивници, бирарии, бирхалета, гостилници, кръчми, локали, салони, циркове, мюзикхолове, вариетета, шантани, театрални зали, складове…

Повечето от притежателите на мобилните прожекционни апарати остават анонимни, за съжаление. Не се знае много и за колегите им, чиито имена пресата все пак огласява, макар и скъпернически…

Белградска трагедия под огромните шатри

В неизвестност тъне името и на собственика на тайнствения „Електро-Биоскоп”, установил се в началото на септември 1904 г. на столичния площад „Бански” (Б.а., 1904а), наричан така заради близостта си със стара турска минерална баня. Тъй започва втората фаза на филмовата дистрибуция в България – появата на големи пътуващи кинематографи, покрити от огромна брезентова шатра (шапито, палатка,

юрта, павилион), поддържана от сложна дървена конструкция. Неслучайно са ги назовавали „кинематографически театри” – побирали са над 500 зрители; били са солидни, масивни, удобни; интериорът и обзавеждането им, заимствани от театъра, операта и мюзикхола, са предлагали лукс и дори разкош; разполагали са с парен генератор на електрически ток, осветителни тела, рефлектори, механични музикални инструменти… Впоследствие някои от тях отсядат, затова ги охарактеризират още и като „полустационарни”…

Допускам, но само хипотетично (Krdžilov, 2011: 91–114), че притежателят на електробиоскопа е бил един от двамата братя Лифка – Карел или Александър. Със сигурност е бил австро-унгарски поданик, владеещ отлично своя занаят. Доказателство за това са многобройните реклами, публикувани в софийската преса (Б.а., 1904б). Един от предлаганите филми е **„Убийството на крал Александър и кралица Драга”** (1903)[4], възкресяващ трагични мигове от новата история на Сърбия. Бързо превърнала се в хит, инсценировката с успех обикаля (под различни заглавия) Европа: Франция, Австро-Унгария, Великобритания, Румъния, дори Турция (Скопие), но така и не прекрачва границите на Сърбия. Впечатлява и многобройността на заглавията на хрониките от Руско-японската война (1904–1905), която по това време е в разгара си.

Живата реклама Наполеон

Ранните кинопрожекции в България без изключение са дело на чужденци. Скоро по техните стъпки тръгват и неколцина българи.

[4] **„Убийството на кралското семейство на Сърбия”** („Assassinat de la famille royale de Serbie”) на „Пате́ фрер” (Pathé Frères) и режисьора Люсиен Нонге (Lucien Nonguet).

Първият от тях е Владимир Петков (1875–1921), възхваляван като „човека, който въведе кинематографа у нас”. С право – още през 1904 г. бившият цирков артист става собственик, притежател, стопанин, директор, управител на пътуващо кино. След като четири години обикаля из страната, той усяда в София, откривайки последователно две свои полустационарни кина: „Говорящ биограф” (5.VII.1908–26.X.1908) и „Модерен биограф” (23.X.1909–6.I.1910). В тях най-голямата атракция, истинската, живата, говорящата, устната, шумната реклама бил Драган (Драгия) Димитров Енев, който изпълнявал функциите и на „рекомандьор” (лицето, което преди представлението приканвало зрителите и обявявало съдържанието на програмата), и на „репрезентатьор” (коментиращия развитието на действието по време на сеанса) – като заставал „под самия екран, с лице обърнато към публиката” с „дървена пръчка в ръка”, посредством която насочвал вниманието на аудиторията към случващото се във филма, чийто сюжет обяснявал фриволно на висок глас (Гендов, 2016: 22). Енев се радвал на изключителна популярност под прозвището Наполеон – заради голямата си триъгълна шапка, която носел, а и заради позата, която обикновено заемал, наподобяваща стойката на великия корсиканец...

Колкото и атрактивен да е бил Наполеон, колкото и „поразяващ” да е бил ефектът от неговата дейност, Владимир Петков прибягва до услугите и на останалите, известни по това време, форми на кинореклама. „Със специален афиш” той известява откриването на „Говорящ биограф” (Б.а., 1908а). Който бил „снабден с електрическо осветление”, позволяващо му да примамва тълпата с невиждани дотогава „светлинни ефекти”. „Картините” на биографа били „интересни”, „хубави”, „брилянтни”, „големи”, „ясни”, „новоизобретени”, „последна дума на науката”, ала най-вече „певящи”

и „говорящи” – „толкова високо”, че можело да се чуят дори „в салон от 100,000 души” (Б.а., 1908б). Сред тях имало „комични”, „драми”, „от натура фотографирани” или „в колори” (Б.а., 1908в)…

Вестникарската реклама все пак си остава най-хвалебственият рупор на Владимир Петков. Благодарение на него тя става регулярна, редовна, всекидневна – само в рубриката „Вечеринки и забавления” (оформена като рекламно каре) на в. „Вечерна поща” наименованието на „Модерен биограф” се появява със завидна упоритост в продължение на цели 42 дни – от 25.XI.1909 до 6.I.1910 (Б.а., 1909а)! Редом с нея тръгва и пълната програма на киното, оповестяваща заглавията на филмите, чието прожектиране е предстояло през съответния ден (Б.а., 1909б). Част от заглавията продължават да бъдат придружавани от семпли „жанрови характеристики”: „драма” или „цветна драма”, „комична”, „цветна фантазия” или „голяма цветна фантазия” (отнасящи се за игралните филми), докато хроникално-документалните ленти се задоволяват с две квалификации – „натурална” или „от натура” (Александров, 1983: 76).

„Директор-стопанина” на „Модерен биограф” прибягва дори „до едно твърде оригинално средство да рекламира заведението си” – „вместо да печата специални програми за публиката и да плаща за реклами на всичките вестници, г-н Петков ще печата програмата си в един от столичните вестници, който вечерта ще раздава даром на публиката” (Б.а., 1909в). Начинанието се оказва наистина „оригинално средство”, то е новост, принос за развитието на вестникарската реклама, където кинематографът все по-смело прекрачва и където все по-комфортно започва да се чувства. Така за първи път в България две медии си подават (официално) ръка – киното („Модерен биограф”) и печатът („Вечерна поща”). Предстои им да извървят заедно дълъг път

през годините. Но началото е положено. Връзката на седмото изкуство с обществеността е осъществена...

И накрая – тогавашните кинопредставления често биват афишировани като „фамилиарни” – предназначени за цялото семейство (независимо от възрастта и пола на неговите членове). Но едва след „отварянето” на „Говорящ биограф” в периодичния печат се появява (за първи път) известие, адресирано към „Софийските Гражданки” (Б.а. 1908г)! Което говори (макар и косвено) за променената вече роля на жените в обществото, за приобщаването им към новата „религия” и пристъпването им в храма на Десетата муза, за тяхното обособяване в публика със специфични изисквания, в потребител на целулоидни ценности, водещо до превръщането на „нежния пол” в потенциален субект, реципиент, мишена (таргет), целева група на кинорекламата (а впоследствие и на кинокритиката).

Първи опити в областта на „рекламографа”

„За редовен кинематографски живот в София, сиреч за вече непрекъснати ежевечерни кинопредставления, можем да говорим едва след включването на кинематографа в програмата на новопостроения театър „Нова Америка” – уверява киноисторикът Александър Александров (Александров, 1983: 64). В това развлекателно заведение („семейно вариете”, „шантан”, „локал”, „театрален концертен салон”, „единствено място за забавление в София”) седмото изкуство прекрачва на 14 ноември 1907 г. (Б.а., 1907а). За да остане там до началото на Балканската война (октомври 1912). Примерът е заразителен – филмите стават част от вариететната програма на салоните „Нови свят”, „Нови Неапол”, „Аполо театър”…

В началото на 1908 г. „Нова Америка” става „първият и единственият най-голям фамилиарен локал, гдето се излагат рекламите чрез кинематограф всяка вечер пред многобройна и отбрана публика” (Б.а., 1908д). Възможно е сред филмите на „рекламографа” да е имало и такива, заснети в България. Със сигурност първите български кинохроники биват продуцирани през лятото на 1909 г. от съдържателя на „Аполо театър” – унгареца Игнац Гайдушек, който и ги демонстрира в своето кино.

„Модерен театър” провокира интелектуалците

Междинният (преходният) „вариететен период” приключва на 4 декември 1908 г., когато разтваря врати „Модерен театър” – първото стационарно кино в България. Неговата дейност не само променя кинобитието в София (а и в цялата страна), не само активизира и систематизира кинорекламата в периодичния печат, но и провокира абсолютно непознато до този момент интелектуално занимание в една нова област на людското познание, наричана днес „теория на киното” или „кинотеория”.

Общоприето е, че началото на този елитен дял от кинознанието поставя италианецът Ричиото Канудо (Ricciotto Canudo, 1877–1923) – писател, есеист, критик, живял предимно във Франция и творил на френски език, с публикуването през октомври 1911 г. на своето есе-манифест, озаглавено „Раждането на шестото изкуство” – „La Naissance d’un sixième art – Essai sur le cinématographe”. В него Канудо, след като признава, че поради скорошното си появяване на бял свят киното все още не допуска теорията в своя периметър, прави опит да формулира неговата специфика, сравнявайки го с познатите дотогава изкуства, но и разграничавайки го от тях...

Оказва се обаче, че същото прави и българинът Иван Стоянов Андрейчин (1872–1934) – поет, критик, публицист и театрален деец. Завършил литература във Франция (1898), той е дългогодишен преводач от езика на Волтер, почитател на френската култура и теоретик на модернизма (Б.а., 2022). Затова и озаглавява „Синема” (Андрейчин, 1909: 2–3) едно от есетата си, които редовно публикува в рубриката „Подлистник” на в. „Свободно слово”, посветени предимно на театъра. Удивителното е, че „Синема” бива отпечатано на 25.II.1909 – две години и половина преди появата на „Раждането на шестото изкуство” на Ричиото Канудо! През 1910 Иван Андрейчин издава своята „Книга за театъра. Исторически, теоретически и критически бележки”. Деветата от нейните глави (с. 64–69) е наречена „Синема”, най-вероятно защото съдържа абсолютно същия като в „Свободно слово” текст, към чийто край авторът добавя само един нов абзац от 15-ина реда.

През същата година „Модерен театър” подхваща регулярното производство на хроникално-документални филми. На 16.IX.1910 г. в периодичния печат се появява първата обширна „рецензия” за български филм – **„Българската армия”**, произведен в софийския „киноцентър” „Модерен театър”!

Първите киносписания

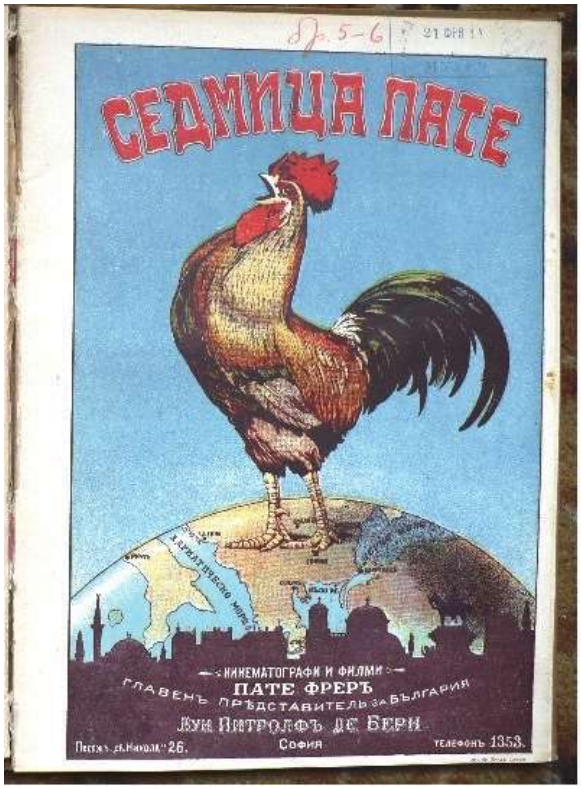
През есента на 1913 г. се появява първият брой на първото българско филмово списание – „Киножурнал” („Орган на кинематографическото изкуство”). Излизащо два пъти седмично!, то има подчертано рекламен характер (Хитров, 1972: 80) – по-голямата част от материалите в него са резюмета на филми, прожектирани предимно в „Одеон” – втория стационарен кинотеатър в София, разтворил врати в края на 1910 (Б.а., 1910а). „Киножурнал” засяга (най-

вече в уводните си материали) някои проблеми на кинематографа, отделя внимание на българското кино – в спорадични съобщения и кратки статии, започва редовно да споменава актьорските имена, а и тези на отделни кинорежисьори. Истинска „революция”, като се има предвид, че според дотогавашния печат киното няма автори!

Фигура 2.

Първото българско филмово списание – „Киножурнал” (1913)

На 16.I.1914 (петък) прохожда „Седмица Пате” – специализирано списание („кинематографическа илюстрация”), издавано от „представителството на ПАТЕ ФРЕР–София”, чийто „главен представител за България” е Луи Питролф де Бери. Този унгарец, роден на 1/13 октомври 1879 като Лайош Золтан Арпад Питролф (Lajoš Zoltan Arpad Pitrolf), оставя ярка целулоидна диря на Балканите, смогвайки през 1911 дори да заснеме като оператор първите два сръбски (а и балкански) игрални филма: **„Живот и дела бесмртног вожда Карађорђа”** и **„Улрих Цељски и Владислав Хуњади”** (Ердељановић, 2006).



Фигура 3.

Традиционната корица на сп. „Седмица Пате” (1914)

По-голямата част от текстовете в 26-те книжки на „Седмица Пате” (просъществувало до 19.VII.1914 г.) предават съдържанието на представяното заглавие. Те са прегледни анотации, описващи по-скоро фабулата на филма (какво се случва), отколкото неговия сюжет (защо се случва). В тях липсва аналитичен или критичен елемент, насочени са не толкова към аудиторията (крайния потребител), колкото към притежателите на киносалони. Имената на актьорите се изписват редовно, но (за разлика от всекидневния печат) редом с тях биват отбелязвани и тези на продуцентите, режисьорите, операторите... Има случаи, когато звездите дори минават на втори план, а понякога даже не биват споменати – при рекламирането например на **„Борба за живот”** („социална студия от г.г. Ш. Пате, Лепренс и Зека”) и **„Звездата на гения”** („F. ZECCA, A. R. LEPRINCE”). Прави впечатление (в кръга на разглежданата тема) своеобразният „творчески портрет” на Шарл Пате́ (Charles Pathé, 1863–1957), поместен в списанието (№ 5–6/30.I.1914) по случай награждаването на продуцента с ордена „Кавалер на Почетния легион” („Chevalier de la legion d’Honneur”).

Пътят към първия български игрален филм

Появата на Де Бери в София се дължи най-вероятно на познанството му с първия сръбски кинопродуцент Светозар Боторич (1857–1916), който още в началото на 1912 бива анонсиран в софийския печат като „Главен представител за БЪЛГАРИЯ и СЪРБИЯ на кинематографически картини и апарати „Пате Фрер” – Париж” (Б.а., 1912а). Дни след това – от 9 март (Б.а., 1912б) до 14 юни (Б.а., 1912в) – френската фирма заявява желанието си „в скоро време” да „филмира” с участието на „български артистки и артисти” драмите на патриарха на

българската литература Иван Вазов „Към Пропаст”, „Борислав” и „Под игото”, „представляващи българския живот и история”.

За съжаление, тази амбициозна програма не бива осъществена поради избухването на Балканските войни (1912–1913). Но идеята за нея продължава да живее – през 1914 г. възкръсва поредното желание за „екранизиране” на „Под игото”, заявено от „Патѐ фрер”, чийто представител в София е вече Луи Питролф де Бери (Б.а., 1912г).

В крайна сметка Де Бери не успява да реализира игрален филм в България, както прави това на два пъти в Сърбия. Неговата дръзновена идея обаче навярно е провокирала, активизирала, мобилизирала желаещите да правят кино в страната ни и е вдъхнала у тях увереност, че мечтата им може да бъде осъществена. Със самото си присъствие у нас, със своите професионални действия, с достойното си гражданско поведение, а не на последно място и посредством оповестените в печата намерения на „Патѐ” да „изкара в филми драмата „Под игото” пришълецът допринася за „култивирането” на почвата, върху която избуява първият български игрален филм „Българан е галант”. Осъществен (едва ли случайно) само няколко месеца по-късно – през лятото на 1914 г.!

Тъкмо тогава се ражда филмовата критика – когато световното кино става художество, изкуство…

Използвана литература

АЛЕКСАНДРОВ, Александър (1983). Кината в София до 9.IX.1944. *Кино и време*, № 21, 1983 [Aleksandrov, Aleksandar. Kinata v Sofia do 9.IX.1944. Kino i vreme, № 21, 1983]

АНДРЕЙЧИН, Иван (1909). Синема. *Свободно слово*, год. V, № 430, 25.II.1909 [Andreychin, Ivan. Sinema. Svobodno slovo, god. V, № 430, 25.II.1909]

ГЕНДОВ, Васил (2016). *Трънливият път на българския филм 1910–1940. Мемоари*. София: Българска национална филмотека, Фабер. [Gendov, Vasil (2016). Tranliviyat pat na balgarskiya film 1910–1940. Memoari. Sofia: Balgarska nazionalna filmoteka, Faber]

ЕРДЕЉАНОВИЋ, Александар Саша (2006). Продуцент Светозар Боторић и његови филмови – II део. *Novi filmograf*, № 2 (leto–jesen 2006). [Erdeljanovich, Aleksandar Sasha. Produzent Svetozar Botorich i negovi filmovi – II deo. Novi filmograf, № 2 (leto–jesen 2006)]

САДУЛЬ, Жорж (1958). *Всеобщая история кино*. Том 1. Москва: Искусство. [Sadoul, Georges (1958). Vseobshtaya istoriya kino. Tom 1. Moskva: Iskusstvo]

ХИТРОВ, Дончо (1972). Филмовият периодичен печат в България в периода на „нямото“ кино – 1913–1930. *Кино и време*, год. I, № 1, 1972. [Hitrov, Doncho. Filmoviyat periodichen pechat v Balgariya v perioda na „nyamoto” kino – 1913–1930. Kino i vreme, god. I, № 1, 1972]

ХИТРОВ, Панайот (1944). Първото кино-представление в България. Към историята на филма. *Филм*, год. III, № 6, 1–15.VIII.1944. [Hitrov, Panayot. Parvoto kino-predstavlenie v Balgariya. Film, god. III, № 6, 1–15.VIII.1944]

KRDŽILOV, Petar (2011). Da li je putujući kinematograf braće Lifka posećivao Bugarsku? *Lifka i Lifke.* Subotica: Otvoreni univerzitet, Jugoslovenska kinoteka.

Използвани източници

Б.А. (1896а). Вътрешни новини. Народни права, год. VI, № 141, 8.XII.1896, с. 4 [B.A. (1896a). Vatreshni novini. Narodni prava, god. VI, № 141, 8.XII.1896, p. 4]

Б.А. (1896б). Вътрешен отдел. Мир, год. III, № 326, 11.XII.1896, с. 3 [B.A. (1896b). Vatreshen otdel. Mir, god. III, № 326, 11.XII.1896, p. 3]

Б.А. (1896в). Вътрешен отдел. Мир, год. III, № 327, 13.XII.1896, с. 2 [B.A. (1896c). Vatreshen otdel. Mir, god. III, № 327, 13.XII.1896, p. 2]

Б.А. (1897а). Вътрешна хроника. Законност (Русе), год. I, № 32, 27.II.1897, с. 4 [B.A. (1897a). Vatreshna hronika. Zakonnost (Ruse), god. I, № 32, 27.II.1897, p. 4]

Б.А. (1898а). Дневни новини. Мир, год. IV, № 532, 12.V.1898, с. 2 [B.A. (1898a). Dnevni novini. Mir, god. IV, № 532, 12.V.1898, p. 2]

Б.А. (1899а). Хроника. Нов век, год. I, № 53, 30.VI.1899, с. 3 [B.A. (1899a). Hronika. Nov vek, god. I, № 53, 30.VI.1899, p. 3]

Б.А. (1899б). Славянин (Русе), год. XIV, № 57, 27.XI.1899, с. 3 [B.A. (1899b). Slavyanin (Ruse), god. XIV, № 57, 27.XI.1899, p. 3]

Б.А. (1902а). Подлистник. Кинематограф. Пряпорец, год. V, № 22, 20.VII.1902, с. 2 [B.A. (1902a). Podlistnik. Kinematograf. Pryaporets, god. V, № 22, 20.VII.1902, p. 2]

Б.А. (1899в). Хроника. Нов век, год. I, № 97, 25.X.1899, с. 3 [B.A. (1899b). Hronika. Nov vek, god. I, № 97, 25.X.1899, p. 3]

Б.А. (1900а). Български търговски вестник, год. VIII, № 74, 5.IV.1900, с. 4; № 75, 6.IV.1900, с. 6 [B.A. (1900a). Balgarski targovski vestnik, god. VIII, № 74, 5.IV.1900, p. 4; № 75, 6.IV.1900, p. 6]

Б.А. (1900б). Смърдящи Драйфус. Поща, год. I, № 32, 13.IV.1900, с. 3 [B.A. (1900b). Smardyashti Drayfus. Poshta, god. I, № 32, 13.IV.1900, p. 3]

Б.А. (1901а). Дневни новини. Кинематограф. Tagesneuigkeiten. Kinematograph. Български търговски вестник, год. IX, № 84, 20.IV.1901, с. 4 [B.A. (1901a). Dnevni novini. Kinematograf. Balgarski targovski vestnik, god. IX, № 84, 20.IV.1901, p. 4]

Б.А. (1901б). Дневни новини. Кинематограф. Tagesneuigkeiten. Kinematograph. Български търговски вестник, год. IX, № 93, 2.V.1901, с. 3 [B.A. (1901b). Dnevni novini. Kinematograf. Balgarski targovski vestnik, god. IX, № 93, 2.V.1901, p. 3]

Б.А. (1901в). Хроника. Пловдив (Пловдив), год. XVI, № 1102, 31.III.1901, с. 2 [B.A. (1901c). Hronika. Plovdiv (Plovdiv), god. XVI, № 1102, 31.III.1901, p. 2]

Б.А. (1901г). Български търговски вестник, год. IX, № 118, 6.VI.1901, с. 4 [B.A. (1901d). Balgarski targovski vestnik, god. IX, № 118, 6.VI.1901, p. 4]

Б.А. (1904а). Дневник, год. III, № 809, 4.IX.1904, с. 4 [B.A. (1904a). Dnevnik, god. III, № 809, 4.IX.1904, p. 4]

Б.А. (1904б). Български търговски вестник, год. XII, № 198, 10.IX.1904, с. 4; № 201, 14.IX.1904, с. 4; № 202, 16.IX.1904, с. 4; № 203, 17.IX.1904, с. 4 [B.A. (1904b). Balgarski targovski vestnik, god. XII, № 198, 10.IX.1904, p. 4; № 201, 14.IX.1904, p. 4; № 202, 16.IX.1904, p. 4; № 203, 17.IX.1904, p. 4]; Вечерна поща, год. V, № 1138, 24.IX.1904, с. 4; № 1140, 26.IX.1904, с. 4; № 1142, 29.IX.1904, с. 4; № 1144, 1.X.1904, с. 4 [B.A. (1904b). Vecherna poshta, god. V, № 1138, 24.IX.1904, p. 4; № 1140, 26.IX.1904, p. 4; № 1142, 29.IX.1904, p. 4; № 1144, 1.X.1904, p. 4]

Б.А. (1908а). Вечерна поща (Шангова), год. IX, № 2458, 1.VII.1908, с. 1; № 2459, 2.VII.1908, с. 2; № 2461, 4.VII.1908, с. 2; № 2463, 6.VII.1908, с. 2; № 2464, 7.VII.1908, с. 2 [B.A. (1908a). Vecherna poshta (Shangova), god. IX, № 2458, 1.VII.1908, p. 1; № 2459, 2.VII.1908, p. 2; № 2461, 4.VII.1908, p. 2; № 2463, 6.VII.1908, p. 2; № 2464, 7.VII.1908, p. 2]

Б.А. (1908б). Дневник, год. VII, № 2126, 26.VI.1908, с. 1; № 2128, 28.VI.1908, с. 2; № 2130, 31.VI.1908, с. 2; № 2132, 4.VII.1908, с. 1; № 2134, 6.VII.1908, с. 2 [B.A. (1908b). Dnevnik, god. VII, № 2126, 26.VI.1908, p. 1; № 2128, 28.VI.1908, p. 2; № 2130, 31.VI.1908, p. 2; № 2132, 4.VII.1908, p. 1; № 2134, 6.VII.1908, p. 2]; Реч, год. II, № 319, 26.VI.1908, с. 1; № 321, 29.VI.1908, с. 1; № 323, 2.VII.1908, с. 1; № 325, 4.VII.1908, с. 1; № 327, 6.VII.1908, с. 2 [B.A. (1908b). Rech, god. II, № 319, 26.VI.1908, p. 1; № 321, 29.VI.1908, p. 1; № 323, 2.VII.1908, p. 1; № 325, 4.VII.1908, p. 1; № 327, 6.VII.1908, p. 2]

Б.А. (1908в). Дневник, год. VII, № 2204, 16.IX.1908, с. 1; № 2207, 19.IX.1908, с. 2; № 2209, 21.IX.1908, с. 2; № 2211, 23.IX.1908, с. 1; № 2215, 27.IX.1908, с. 2; № 2218, 30.IX.1908, с. 1; № 2220, 1.X.1908, с. 2; № 2224, 6.X.1908, с. 2; № 2226, 8.X.1908, с. 1; № 2228, 10.X.1908, с. 2; № 2231, 13.X.1908, с. 2; № 2233, 15.X.1908, с. 2; № 2235, 17.X.1908, с. 2; № 2237, 19.X.1908, с. 2; № 2239, 21.X.1908, с. 2; № 2241, 23.X.1908, с. 2; № 2244, 26.X.1908, с. 2 [B.A. (1908c). Dnevnik, god. VII, № 2204, 16.IX.1908, p. 1; № 2207, 19.IX.1908, p. 2; № 2209, 21.IX.1908, p. 2; № 2211, 23.IX.1908, p. 1; № 2215, 27.IX.1908, p. 2; № 2218, 30.IX.1908, p. 1; № 2220, 1.X.1908, p. 2; № 2224, 6.X.1908, p. 2; № 2226, 8.X.1908, p. 1; № 2228, 10.X.1908, p. 2; № 2231, 13.X.1908, p. 2; № 2233, 15.X.1908, p. 2; № 2235, 17.X.1908, p. 2; № 2237, 19.X.1908, p. 2; № 2239, 21.X.1908, p. 2; № 2241, 23.X.1908, p. 2; № 2244, 26.X.1908, p. 2]

Б.А. (1909а). Забавления и вечеринки. Вечерна поща (Наумова), год. X, № 2950, 25.XI.1909, с. 5; № 2951, 26.XI.1909, с. 5; № 2952, 27.XI.1909, с. 5; № 2953, 28.XI.1909, с. 5; № 2954, 29.XI.1909, с. 5; № 2955, 30.XI.1909, с. 5; № 2956, 1.XII.1909, с. 5; № 2957, 2.XII.1909, с. 5; № 2958, 3.XII.1909, с. 5; № 2970, 15.XII.1909, с. 4; № 2971, 16.XII.1909, с. 4; № 2972, 17.XII.1909, с. 4; № 2973, 18.XII.1909, с. 4; № 2974, 19.XII.1909, с. 4; № 2975, 20.XII.1909, с. 4; № 2976, 21.XII.1909, с. 4; № 2977, 22.XII.1909, с. 4; № 2978, 23.XII.1909, с. 4; № 2980, 25.XII.1909, с. 4; № 2982, 30.XII.1909, с. 2; № 2983, 31.XII.1909, с. 2; № 2985, 3.I.1910, с. 2; № 2987, 5.I.1910, с. 2; № 2988, 6.I.1910, с. 2 [B.A. (1909a). Zabavleniya i vecherinki. Vecherna poshta (Naumova), god. X, № 2950, 25.XI.1909, p. 5; № 2951, 26.XI.1909, p. 5; № 2952, 27.XI.1909, p. 5; № 2953, 28.XI.1909, p. 5; № 2954, 29.XI.1909, p. 5; № 2955, 30.XI.1909, p. 5; № 2956, 1.XII.1909, p. 5; № 2957, 2.XII.1909, p. 5; № 2958, 3.XII.1909, p. 5; № 2970, 15.XII.1909, p. 4; № 2971, 16.XII.1909, p. 4; № 2972, 17.XII.1909, p. 4; № 2973, 18.XII.1909, p. 4; № 2974, 19.XII.1909, p. 4; № 2975, 20.XII.1909, p. 4; № 2976, 21.XII.1909, p. 4; № 2977, 22.XII.1909, p. 4; № 2978, 23.XII.1909, p. 4; № 2980, 25.XII.1909, p. 4; № 2982, 30.XII.1909, p. 2; № 2983, 31.XII.1909, p. 2; № 2985, 3.I.1910, p. 2; № 2987, 5.I.1910, p. 2; № 2988, 6.I.1910, p. 2]

Б.А. (1909б). Програма на Съвременен Биограф. Вечерна поща (Наумова), год. X, № 2965, 10.XII.1909, с. 2; № 2968, 12.XII.1909, с. 2; № 2969, 13.XII.1909, с. 3; № 2970,

15.XII.1909, с. 4; № 2971, 16.XII.1909, с. 4; № 2972, 17.XII.1909, с. 4; № 2973, 18.XII.1909, с. 4; № 2974, 19.XII.1909, с. 4; № 2975, 20.XII.1909, с. 4; № 2976, 21.XII.1909, с. 4; № 2977, 22.XII.1909, с. 4; № 2978, 23.XII.1909, с. 4; № 2979, 24.XII.1909, с. 4; № 2980, 25.XII.1909, с. 4; № 2982, 30.XII.1909, с. 2; № 2983, 31.XII.1909, с. 2 [B.A. (1909b). Programa na Savremenen Biograf. Vecherna poshta (Naumova), god. X, № 2965, 10.XII.1909, p. 2; № 2968, 12.XII.1909, p. 2; № 2969, 13.XII.1909, p. 3; № 2970, 15.XII.1909, p. 4; № 2971, 16.XII.1909, p. 4; № 2972, 17.XII.1909, p. 4; № 2973, 18.XII.1909, p. 4; № 2974, 19.XII.1909, p. 4; № 2975, 20.XII.1909, p. 4; № 2976, 21.XII.1909, p. 4; № 2977, 22.XII.1909, p. 4; № 2978, 23.XII.1909, p. 4; № 2979, 24.XII.1909, p. 4; № 2980, 25.XII.1909, p. 4; № 2982, 30.XII.1909, p. 2; № 2983, 31.XII.1909, p. 2]

Б.А. (1909в). Една оригинална реклама. Вечерна поща (Наумова), год. X, № 2970, 15.XII.1909, с. 2 [B.A. (1909b). Edna originalna reklama. Vecherna poshta (Naumova), god. X, № 2970, 15.XII.1909, p. 2]

Б.А. (1908г). Дневник, год. VII, № 2158, 30.VII.1908, с. 1; № 2160, 1.VIII.1908, с. 2; № 2162, 3.VIII.1908, с. 2; № 2165, 6.VIII.1908, с. 3; № 2168, 9.VIII.1908, с. 2; № 2171, 12.VIII.1908, с. 2; № 2174, 15.VIII.1908, с. 2; № 2176, 18.VIII.1908, с. 2; № 2178, 20.VIII.1908, с. 2; № 2184, 26.VIII.1908, с. 2; № 2187, 29.VIII.1908, с. 2 [B.A. (1908d). Dnevnik, god. VII, № 2158, 30.VII.1908, p. 1; № 2160, 1.VIII.1908, p. 2; № 2162, 3.VIII.1908, p. 2; № 2165, 6.VIII.1908, p. 3; № 2168, 9.VIII.1908, p. 2; № 2171, 12.VIII.1908, p. 2; № 2174, 15.VIII.1908, p. 2; № 2176, 18.VIII.1908, p. 2; № 2178, 20.VIII.1908, p. 2; № 2184, 26.VIII.1908, p. 2; № 2187, 29.VIII.1908, p. 2]

Б.А. (1907а). Балканска трибуна, год. I, № 335, 14.XI.1907, с. 3 [B.A. (1907a). Balkanska tribuna, god. I, № 335, 14.XI.1907, p. 3]

Б.А. (1908д). Балканска трибуна, год. II, № 393, 17.I.1908, с. 3 [B.A. (1908e). Balkanska tribuna, god. II, № 393, 17.I.1908, p. 3]; Вечерна поща (Шангова), год. VIII, № 2307, 30.I.1908, с. 1 [B.A. (1908e). Vecherna poshta (Shangova), god. VIII, № 2307, 30.I.1908, p. 1]

Б.А. (2022) Иван Ст. Андрейчин. Литературен свят. <http://literaturensviat.com/?p=45386> (25 май 2022)

Б.А. (1910а). Кинимотографа „Одеон”. Софийски новини, год. V, № 51, 16.XI.1910, с. 3; Хроника. Кинематографически представления. Нов век, год. XII, № 1672, 17.XI.1910, с. 3–4; Кинимотографа „Одеон”. Софийски новини, год. V, № 52, 21.XI.1910, с. 3 [B.A. (1910a). Kinimotografa „Odeon”. Sofiyski novini, god. V, № 51, 16.XI.1910, p. 3; Hronika. Kinematograficheski predstavleniya. Nov vek, god. XII, № 1672, 17.XI.1910, pp. 3–4; Kinimotografa „Odeon”. Sofiyski novini, god. V, № 52, 21.XI.1910, p. 3]

Б.А. (1912а). Софийска вечерна поща, год. I, № 47, 8.II.1912, с. 2; № 49, 10.II.1912, с. 2; № 51, 12.II.1912, с. 2; № 53, 14.II.1912, с. 2; № 55, 16.II.1912, с. 2; № 56, 17.II.1912, с. 2; № 59, 20.II.1912, с. 2; № 61, 22.II.1912, с. 2; № 64, 24.II.1912, с. 2; № 66, 26.II.1912, с. 2 [B.A. (1912a). Sofiyska vecherna poshta, god. I, № 47, 8.II.1912, p. 2; № 49, 10.II.1912, p. 2; № 51, 12.II.1912, p. 2; № 53, 14.II.1912, p. 2; № 55, 16.II.1912, p. 2; № 56, 17.II.1912, p. 2; № 59, 20.II.1912, p. 2; № 61, 22.II.1912, p. 2; № 64, 24.II.1912, p. 2; № 66, 26.II.1912, p. 2]

Б.А. (1912б). Софийска вечерна поща, год. I, № 78, 9.III.1912, с. 2 [B.A. (1912b). Sofiyska vecherna poshta, god. I, № 78, 9.III.1912, p. 2]

Б.А. (1912в). Софийска вечерна поща, год. I, № 170, 14.VI.1912, с. 3 [B.A. (1912c). Sofiyska vecherna poshta, god. I, № 170, 14.VI.1912, p. 3]

Б.А. (1912г). „Под игото” на кинематографическата сцена. Пряпорец, год. XVII, № 47, 28.II.1914, с. 3 [B.A. (1912d). „Pod igoto” na kinematograficheskata szena. Pryaporez, god.

XVII, № 47, 28.II.1914, p. 3]; „Под Игото” на кинематографическа сцена. Народни права, год. XXIV, № 48, 28.II.1914, с. 3 [„Pod igoto” na kinematograficheska szena. Narodni prava, god. XXIV, № 48, 28.II.1914, p. 3]; „Под игото” в кинематографическа филма. Дневник, год. XIII, № 4134, 1.III.1914, с. 3 [„Pod igoto” na kinematograficheska filma. Dnevnik, god. XIII, № 4134, 1.III.1914, p. 3

Петър Иванов Кърджилов (Стара Загора, 1950) – д-р и д.изк.н., е дългогодишен изследовател на ранното кино в България, киноисторик. Завършил ВИТИЗ/НАТФИЗ „Кръстю Сарафов” (1980), сега той е асоциран член на сектор „Екранни изкуства” към Института за изследване на изкуствата при БАН. Автор на над 3000 журналистически материала, на 140 научни публикации (някои от които са преведени на английски – в САЩ, на китайски, сръбски, румънски и македонски), на 23 книги, 11 от които са посветени на историята на българското кино, сред които: „Озарения в полите на Витоша. Летопис на ранното кино в София (1896–1915)” (2016) и „Загадките и времената на „Българан е галант” (2017) – и двете публикувани от Изд. на БАН „Проф. Марин Дринов”, „Кинохроники, заснети в Македония по време на три войни (1912–1918)” (2018, Македонски научен институт). Най-новата му книга излиза през 2020 във Великобритания (на английски език и в 2 тома). Озаглавена „The Cinematographic Activities of Charles Rider Noble and John Mackenzie in the Balkans”, тя е издание на „Cambridge Scholars Publishing”. През 2020 г. е награден от Министерството на културата с почетния знак „Златен век” (с огърлие) за „постигнати високи творчески резултати и принос в развитието и популяризирането на културата”.

Petar Ivanov Kardzhilov (Stara Zagora, 1950) - PhD (2010) and DSc (2018), is a long-time researcher of early cinema in Bulgaria, film historian. He is the author of more than 3000 journalistic pieces, 140 scientific publications (some of which have been translated into English, Chinese, Serbian, Romanian and Macedonian), 23 books, 11 of which are dedicated to the history of Bulgarian cinema, including: „Illuminations at the foot of Vitosha Mountain. Chronicle of early cinema in Sofia (1896-1915)“ (2016) and „The mysteries and times of „Bulgarian is a gallant“ (2017) - both published by the Bulgarian Academy of Sciences „Marin Drinov“, „Newsreels filmed in Macedonia during three wars (1912-1918)“ (2018, Macedonian Scientific Institute). His latest book was published in 2020 in the UK (in English and in 2

volumes). Entitled “The Cinematographic Activities of Charles Rider Noble and John Mackenzie in the Balkans”, it is published by Cambridge Scholars Publishing. In 2020, he was awarded the Golden Century Medal of Honour (with necklace) by the Ministry of Culture for „excellence in creative achievement and contribution to the development and promotion of culture“.

КЪМ НЯКОИ ВЪЗМОЖНИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ НА ГРАМОФОННАТА ПЛОЧА КАТО МЕДИЯ

Венцислав Димов

TO SOME POSSIBLE INTERPRETATIONS OF THE GRAMOPHONE RECORD AS A MEDIA

Ventsislav Dimov

Резюме: Статията разглежда комерсиалните грамофонни плочи и се фокусира върху функционирането им като медия през първата половина на XX век. През първия етап на развитие на шеллаковата грамофонна плоча (от 1900-та до края на 20-те години) грамофонната плоча става основен медиум на музикалната индустрия, има глобално разпространение и продажби, конкурира водещите медии и форми за репродуциране на музика и изкуство: кино и радио. Статията се фокусира върху няколко акцента. Пита се как да се изследват старите комерсиални грамофонни плочи днес: като исторически предмет, звуков документ или медия? Сочат се някои методологически проблеми и посоки за бъдещи изследвания. Дават се примери с историята на българската музикална индустрия и медийна музика през първата половина на XX век.
Ключови думи: грамофон, исторически комерсиални записи, технологии, медиатизация, културно поле.

Abstract: This article examines commercial gramophone records and focuses on their functioning as a medium in the first half of the twentieth century. During the first stage of the development of the shellac gramophone record (from the 1900s to the late 1920s), the gramophone record became the main medium of the music industry, had global distribution and sales, and competed with the leading media and forms of music and art reproduction: cinema and radio. The article focuses on several highlights. It asks how old commercial gramophone records should be studied today: as historical object, sound document, or media? Some methodological problems and directions for future research are pointed out. Examples are given of the history of the Bulgarian music industry and media music in the first half of the twentieth century.
Keywords: gramophone, historical commercial records, technologies, mediatization, field of cultural production.

Увод

Комерсиалните грамофонни плочи се появяват като резултат от откриване и развитие на технологии за звукозапис, продуктите на които (фонограф, грамофон и съответните им звуконосители – фонографски

цилиндри и грамофонни дискове) се възприемат като техническо чудо в края на XIX в. Само след няколко години техническото чудо се превръща в достъпен продукт за масова употреба, а носителите на звуково съдържание – в масов музикален медиум.

Тази метаморфоза подсказва поне три измерения на ранната музикална индустрия, която се свързва с комерсиалната грамофонна плоча като медиум: технологични открития и индустриално производство на „хардуер“; търговски аспекти на записаната музика като „софтуер“ и звуконосител в системата на културната индустрия; културни измерения на грамофонната плоча и нейното обществено функциониране като медийни съдържания и контексти, като музикално изкуство, правено и потребявано от личности, общности, общества. Посоките, в които ще се опитам да формулирам възможните интерпретации на грамофонната плоча като медия, са: като се опирам, от една страна, на формулирани вече теоретико-методологични концепции и базисни изследвания; да проверя и проектирам идеите и концептуалните прочити върху емпиричен материал, малко известен преди, издирен и представен от мен в съответстващите му исторически и медийни контексти.

Този текст[1] е за ранното функциониране на комерсиалната грамофонната плоча в България през първата половина на XX век, поставено в изследователския фокус като поле на културно производство и потребление, според понятието на Пиер Бурдийо: специфичен социален свят, реалност, цялост, включваща художествено, културно, политическо, икономическо полета, място на борби със символни и властови измерения (Бурдийо, 1993: 127-154; 2012: 48-63).

[1] Текстът е разработен в рамките на научноизследователския проект „Поп-култура, поп-политика: дигиталният обрат. Интердисциплинарни анализи на пресечността между медии, култури и политики“, с финансовата подкрепа на ФНИ–МОН, договор № Н55/2, от 15.12.2021 г.

Основните източници за проучването са синхронни и първични: грамофонни плочи със записана музика от България, свързани с тях каталози и дискографски данни, публикувана информация за продажби на грамофони и грамофонни плочи в България в продължаващи издания (печатна периодика) от началото на XX век (рекламни текстове и изображения). В този информационен масив грамофонните плочи ще се интерпретират както исторически, физически, като „неща“, т.е. обективистично; така и културологически, антропологически, като обекти на познание. Разбирането на грамофонната плоча като медия предполага и историографското и архивно фокусиране върху обект, конструиран приоритетно от данни на синхронни и първични източници, но не само това. Медийните характеристики на старата плоча днес (които са и интер- и трансмедийни, хибридни и конвергентни) я ревитализират и превръщат в нещо повече от архивен звуконосител или исторически артефакт на културната индустрия; тя продължава да има своите медийни пулсации днес, сто години след нейното производство, обществено функциониране и активно потребление.

Грамофонът и плочата като медиуми – технологични и индустриални щрихи

Технологиите – пише Джефри Хъл – винаги са играли централна роля в развитието на музикалната индустрия: технологичният напредък в производствения процес, от изобретяването на звукозаписа и неговото развитие разширяват и подобряват музикалния пазар, правейки записите по-висококачествени и по-достъпни за повече хора (Hull, 2004: VIII). В „Улавяйки звука: как технологиите промениха музиката“ Марк Кац описва процеса през ранните години на звукозаписа, преди въвеждането на микрофоните и електричеството в средата на 20-те години на XX в. Записите се правят с преносима апаратура чрез акустичен или механичен процес: музикантите пеят или свирят пред звукозаписна фуния (наричат

я „рог“, „тромпет“), която насочва звука към тесен отвор, покрит с гъвкава мембрана (правена от слюда или стъкло и наричана „диафрагма“), тя предава звуковите вибрации на стилус (писец, игла), който от своя страна гравира восъчен цилиндър или диск – матрица, която по-късно се копира върху метален диск или цилиндър, от който се тиражират фабричните копия (Katz, 2010: 37).

Фонографът, първият практически работещ апарат за звукозапис и звуковъзпроизвеждане, е изобретен и произведен в Америка от Томас А. Едисон през 1877 г. и патентован през 1878 г. Едисоновата фонографска система с восъчни цилиндри може да прави две неща – да записва звуци и да ги просвирва на същата машина. Фонографът на Едисон още след първите демонстрации започва да се използва навсякъде по света: като диктофон, научен инструмент, играчка и машина за развлечение срещу заплащане. Между 1877 и 1890 г. новооткритата звукозаписна технология се използва главно за регистриране и прослушване на реч и само в ограничена степен на музика. Едисоновият фонограф е най-важният инструмент за ранното документиране на звуци за научни цели, докато грамофонът на Берлинер става основен носител за комерсиалната звукозаписна индустрия (Malm, 1992: 350). Берлинеровият грамофон, който не прави записи, а само възпроизвежда музика, става достъпен към средата на 90-те години на XIX век и само за няколко години се превръща в масов медиум за групово слушане на музика и домашно забавление (Gronow, 1983: 54). Грамофонът е изобретен от немския инженер Емил Берлинер, патентован през 1887 г. в Германия, където започва производство на първите грамофони през 1898 г. от Deutsche Grammophon Gesellschaft – компания, основана от братята Емил и Якоб Берлинер в Хановер. През 1893-1896 г. с патента на Берлинер се поставя началото на производството на грамофони в САЩ, където през 1900 г. Deutsche Grammophon става акционерно дружество със запазената марка

His Masters Voice, регистрирана от Емил Берлинер. *Gramophone Company*, основана през 1898 г. в Лондон, става лидер на европейския пазар, завладява след Европа и Русия, Азия, Ориента – почти няма страна, в която да не се продава записана музика и музикални апарати с лейбъла *Gramophone Company* (Gronow, 1983: 55-56).

Още през първото десетилетие на XX век плочите, предназначени за прослушване от грамофоните, стават един от предметите за масова употреба: дискове с диаметър най-често 10 инча (250 мм), честота на въртене около 78 оборота в минута, направени от природен материал (шеллак), обикновено черни на цвят, от твърд и чуплив материал, с хартиени етикети в средата, които указват името и лейбъла на фирмата, името на артиста и музикалната единица, матрични и каталожни номера. През първия етап на развитие на шеллаковата грамофонна плоча (от 1900-та до края на 20-те години) – период на усъвършенстване на грамофона и грамофонната плоча от ранния акустично-механичен запис до въвеждането на електромеханичния звукозапис – плочата става основен медиум на музикалната индустрия, има глобално разпространение и продажби, конкурира водещите медии и форми за репродуциране на музика и изкуство: кино и радио (Gronow, 1996: 17-18). Една от причините е, че грамофонът не изисква някакви специални умения за боравене, можел е да бъде използван от всеки и навсякъде, с усъвършенстването на техниката и разширяването на записаните репертоари търсенето нараства и цената намалява. Звукозаписните компании скоро установяват, че за да продават грамофони, те трябва да произвеждат и записи, насочени към потенциалните клиенти. В Западна Европа и САЩ леката и художествената музика на елитите, които са потенциални клиенти на все още скъпите грамофони и плочи, са сравнително хомогенен репертоар от интернационални музикални стилове (танцова музика, оперни арии). В другите части на света, обаче,

пазарът иска записи на локална музика и компаниите работят в това поле (Malm, 1992: 350-352). Където нямат клонове и офиси (както е в България), компаниите търсят местни партньори и изпращат агенти, които издирват и записват изтъкнати локални артисти, за да си осигурят пазарен успех. Балканските страни, като второстепенни пазари, са ръководени от поделението на Gramophone Company в Австро-Унгария (Виена и Будапеща); в страни като Гърция, Сърбия и България компанията няма офис или клон, обслужва се от местни агенти – бизнесмени, които имат задачата да издирят най-популярните локални артисти, за да бъдат записани от екип от пътуващи „експерти“ – звукозаписни инженери (Gronow, 1981: 251-254; Pennanen, 2007). Записите се осъществяват най-често в големите градове на Балканите (столиците), в които пристигат експертите на компанията със звукозаписната апаратура и дисковете за запис; местните артисти се записват обикновено в подходяща зала на местен хотел или театър, след което „дисковете-майки“ се пресоват в Хановер, където е най-голямата фабрика на *Gramophone Company*.

Грамофонът и плочата – изкуство, технологии и медии

Логично е първите въпроси, които следват от въвеждането на грамофонната плоча като изследователски обект в полето на хуманитарните и социални научни дисциплини, които изучават исторически, етномузикологически и културноантропологически музиката (тук се включват и медийните изследвания), да се отнасят към вижданията за обекта и инструментите за неговото изследване.

Има ли визии за грамофона и записаната върху грамофонните дискове музика в медийните теории? Какви са основанията да разбираме грамофонната плоча като медия?

В един ранен текст за филма и радиото Рудолф Арнхайм ги интерпретира като подраздели на „едно-единствено ново изкуство, което

може да бъде наречено репродуктивно изкуство“. В общата група на „новите изкуства“, развиващи се през последните 100 години (статията ги ситуира между 1830-та и 1930-та), Арнхайм вписва сред фотографията, филма, радиото и звуковия филм и звукозаписа („когато звуковите вълни се записват върху восъчния слой“), за да посочи общата им природа: репродуктивно изкуство, в което „действителността се отразява сама“ (Арнхайм, 2011: 147). Валтер Бенямин сочи грамофонната плоча и записаната на нея музика като пример за репродукция на изкуство в епохата на технологичната му възпроизводимост в едноименната си студия от 1936 г.: „…техническото възпроизвеждане може да постави копието на оригинала в ситуации, които са непостижими за самия оригинал. И преди всичко тя му дава възможност да достигне до възприемащия, било то под формата на фотография, или на грамофонна плоча … хоровата творба, която е била изпълнявана в концертна зала или под открито небе, може да се слуша и в стая“ (Бенямин, 2000: 131). Отбелязаната от Бенямин загуба на ауратичността на музиката като автентичност, времева и физическа уникалност на „живото“ музикалното изпълнение, когато бива записано и копирано, според Кац се компенсира с репродукциите, които вече не са обвързани с обстоятелствата на тяхното създаване, могат да насърчат нови преживявания и да генерират нови традиции, където и да се намират – качество на уловения звук, който той назовава „преносимост“ и определя като „контекстуален промискуитет, която позволява на музиката да придобива нови, богати и неочаквани значения (Katz, 2010: 14-16). Етномузиколозите са използвали звукозаписа на терен с научна цел с убеждението, че улавят и запазват традицията в новите времена на промяна, но самата технология на запис става агент на промяната и това е още по-ясно при комерсиалните записи и експлоатирането им от музикалната индустрия. Характеристиките на записаната и масово

разпространявана музика като репродукция върху грамофонна плоча, която има характеристиките на медия, са свързани с процеси на комуникация, социални обмени, движения и промяна, акултурация.

Тъкмо тези валенции в системата на социални и културни комуникации мотивира разбирането за книгата като медия на Милена Цветкова, което може да подскаже някои гледни точки към грамофонната плоча като медия. Цветкова следва теоретиците на инструменталния подход към медиите (най-известен сред тях е Маршал Маклуън), според които всички човешки артефакти (медиуми като книгата, телефона, радиото, телевизора и др.) са екстензии, продължения на човешкото тялото, но и „протези на паметта“. Характеристиките на книгата като медия, според Цветкова, не са свързани само с нейната материалност и тиражираност като писмено средство за масова комуникация, с нейните качества на средство за съобщение, носител на информация, с нейната социалност и масмедийност, а и с присъщите ѝ нематериалност и човекоцентричност, съчетаване на интимно и публично съдържание, диалогичност, обмен и взаимодействие на участниците в комуникационния процес (автор, текст, читател), съществуване в паралелни медии и трансмедийност (Цветкова, 2012). Подобни качества има и (старата) грамофонната плоча – тя не е само вещ, средство за съхраняване и разпространяване на звуци и музика, не е само исторически артефакт на културната индустрия, а ревитализация на отминали средства и съобщения, комуникация чрез изкуство, нематериално съществуване, спомен и памет. С появата си като „нова обслужваща среда“, грамофонната плоча променя не само музиката (изкуството в епохата на техническата му възпроизводимост), но и хората и обществото: подобно на другите медиуми (средствата по Маклуън), които дълбоко променят самата натура и образ на хората, които ги използват (Маклуън, Е. и М., 1995: 96).

Тези качества на грамофонната плоча като медия се разкриват и извън инструменталния подход в медиазнанието. Сред ключовите понятия в изследванията на популярната култура и музика, както и на културните изследвания на медиите, има пряко указващи медийния характер на грамофонната плоча – едно от тях е „медиатизация“. Стиг Хярвард дефинира това понятие така: „Медиатизацията трябва да се разглежда като двустранен процес на висока модерност, в който медиите, от една страна, се очертават като независима институция с логика, която другите социални институции трябва да приемат. От друга страна, медиите едновременно стават интегрирана част от други институции като политиката, работата, семейството и религията, тъй като все повече и повече институционални дейности се извършват както чрез интерактивни, така и чрез масови медии“ (Hjarvard, 2008: 105). Според Бенямин Креймер понятието медиатизация означава социалното изграждане и структуриране на музиката в медиите и се базира на идеята, че музиката е навсякъде в днешните медии и общества – важна част от медийното съдържание е музика, съдържа музика, или е за музика. От друга страна, в повечето общества днес музиката се консумира чрез съвременните медии (Krämer, 2011: 471). Това схващане опровергава остарялата теза, че музиката е универсален език, израз на емоции или резултат на природен талант, и следва разбирането, че музиката изразява социални конструкции, в които медиите са не само технически средства за предаване, а фактор в реализирането на музиката като процес на социално конструиране и поле на културно производство и потребление.

Друго сродно понятие е въведеното от Роджър Уелис и Кристер Малм „медиазиране при музиката“. Медиазацията, разбирана като „адаптиране на музиката към медиите“ обозначава процесите на промяна, следствия на въвеждането на технологии и музикална

индустрия, различните пътища на музикалните форми към медийните системи, които засягат начина, по който се изпълнява музиката и хората, които я изпълняват медийно (Wallis, Malm, 1984: 278-281). Музиката на XX век има медийна природа – тя рядко се среща в не-медиирана форма, защото се мисли, създава, произвежда и потребява чрез различни технологии и медии; това с особена сила се отнася до популярната музика (Wall 2003: 108). Медийната природа на музиката произтича както от технологичните и инструменталните аспекти на връзката на музиката с медиите, така и от социалните, културни и антропологически аспекти на музиката като човешки и обществен продукт, процес от практики на хора и институции, които участват в правенето и консумирането на музика. Тези дейности, според Кийт Нигъс, са свързани със социални взаимоотношения на власт и влияние (Negus 1996: 65-71).

Различни са посоките, в които грамофонът и музиката му биват осветени от радикалната медийна теория на Фридрих Китлер. В книгата „Грамофон, филм, пишеща машина“ чрез метода на медийна археология грамофонът е изведен като една от метафорите на цялостната картина на медийния пейзаж и неговите бури в края на XIX и началото на XX век. Според Китлер грамофонът е медия, която записва „истинското“ (царството на нещата), докато филмът предизвиква „въображаемото“ (царството на образите); а пишещата машина дефинира „символичното“ (царството на думите). Като успоредява описания на технологични иновации, литературни наративи, истории от медиите, изображения на снимки и карикатури, Китлер описва грамофона като „технология за механично съхранение“, но и носител на естетически мутации; медиум, разбиващ монопола на писменото слово (фонографът разбива призраците на немската романтична литература), но и един от водачите в революцията на масмедиите като „технологии на властта“ – медиите са

инструменти на война и подчинение, според Китлер, и фонографът е пример как медиите възникват като военни машини (Kittler, 1999: 21-114).

Ако се върнем към ранната звукозаписна индустрия и нейните медии – комерсиалната грамофонна плоча и грамофона – музиката, носена от тези медии, може да се разглежда като медиатизирана или медиаирана, винаги най-малко двойно медиирана. Като технологичен и медиен продукт тя е терен на всекидневни практики на производство и потребление, на отношения между актьорите в конструиращата се културна индустрия (продуценти, представители на звукозаписната компания, местни агенти и търговци, местни артисти, публика), на взаимодействия между музикални и не-музикални области (културни влияния и политики, икономически и военни кризи, финансова и политическа власт и др.). Като агенция, взаимодействие и семиотични активности в „изграждането на света“, тя е ангажирана с конструирането на идентичност, памет, със сътворяването на личността, с репрезентацията на света. При това медията грамофонна плоча прави музиката достъпно изкуство, но и нещо повече от звуково послание на музикално тоново изкуство – спецификата и единството на съдържанието и средството водят до извода за синтез на изкуство, технологии и медии, човешки и обществени употреби. Грамофонната плоча като медия се характеризира с интермедиалност: среща, пресечни точки и сливане на различни медийни характеристики. Дори и доминиращите черти като звукова медия не са еднозначни, доколкото има нееднородна звукова фактура – в ранните комерсиални плочи преобладава записана музика от певци, инструменти, хорове, оркестри, но има и записи само на човешки глас (хумор, скечове, рецитации), пиеси с характер на звукови картини (синтез на музика с имитации на природни и културни звуци, илюстрации на исторически събития). Но

плочата не е само музика: етикетите съдържат текстова информация, лого на фирма, символни изображения; каталозите и рекламните карета в пресата – рисунки и снимки; по-късните хартиени обложки на плочи и нотни свезки, свързани с продукция на конкретни фирми през 30-те и 40-те години, правят първи стъпки в иконичния обрат и освен надпис с име и лого на фирмата, предлагат понякога цветни рисунки или снимки на артистите. Технологичните характеристики и развойни процеси при ранните грамофони и плочи бележат друга динамика на медията: първоначално масивни и луксозни, грамофоните имат функцията на символична мебел в дома, а плочите се просвирват като форма на домашни концерти; по-късно грамофоните стават по-малки, леки и преносими, все още не са електрически и това позволява възпроизвеждане на музика лесно и навсякъде: на селския мегдан, на излет в гората, по време на пътуване с железница или автомобил. В годините на „нямото кино“ грамофоните са част от ритуала на представлението, музика от грамофонни плочи озвучава прожекциите.

Възможни етномузикологически интерпретации: исторически предмет, звуков документ и медия

Според Пека Гроноу, технологията, оказала най-голямо влияние върху музиката, е изобретяването на звукозаписа и фонографа през 1877 г., защото благодарение на това откритие за първи път хората имат възможност да съхраняват, транспортират и възпроизвеждат звуци, произведени в друго специфично време и място (Gronow 1983: 54). Ще припомня, че грамофонната плоча е този исторически артефакт, който бележи възхода на комерсиалната звукозаписна индустрия в света, започнал от началото на XX век. Прогресът на музикалната индустрия се базира върху продажби на грамофони от няколко водещи световни компании. Като технология и организация на производството те дължат успеха си на съчетаване на технологични иновации (звукозапис,

устойчив, траен и качествен носител, усъвършенстваща се апаратура) с глобална програма за развитие чрез превземане на локални пазари. Компании, като първата, която насища България с грамофони и плочи – *Gramophone Company* са производители на системи за звукозапис и звуковъзпроизвеждане (фабрика на *Deutsche Grammophon-Aktiengesellschaft* в Хановер, Германия); същевременно звукозаписни компании. Те развиват технологично ноу-хау на звукозаписа, обучават няколко инженери, които пътуват със звукозаписната апаратура и с помощта на местни представители издирват и записват на място най-популярните за времето си местни артисти и репертоар. Записите стават в подходящи пространства (концертни зали, салони на хотели) върху матрица (диск, направен от восък с примеси, издържащи на висока температура, който е поставен в записващата машина и се върти с определените обороти, за да запечата звуците като бразди от резец, преобразуващ акустичния сигнал в механична следа. Матриците се тиражират по-късно във фабриката в Хановер, след което се връщат на местните пазари за продажба в музикалните магазини, които предлагат на клиентите записи (грамофонин плочи), оборудване за прослушване (грамофони), консумативи (игли), рекламни и информационни материали (каталози). Това са черти на една прогресираща музикална индустрия, която развива комплексно звукозаписно оборудване, звукозапис, производство: процеси на мастериране и на тиражиране, продажби и потребление. Последното е заложено в технологично-организационната програма на компаниите, които печелят локалните пазари, като предлагат като необходим за употребата на „хардуера“ (грамофоните), предпочитан от локалните пазари „софтуер“ – записана върху грамофонните плочи музика, която разпознават и харесват местните клиенти (Gronow 1983: 54-55; Malm 1992: 350-352; Kunej, D., 2014: 147-148; Ceribašić 2021: 327-328).

Въпреки опита на някои изследователи да въведат ранните комерсиални записи на грамофонни плочи като обект на етномузикологически изследвания (вж. Gronow, 1983; 1996; Pennanen, 2007; Kunej, D., R., 2017; Ceribašić, 2021), те остават все още периферни и маргинализирани. Подобна е картината в българските изследвания, в които, като изключим няколко първи опита на пишещия (вж. Димов, 2005; 2006а; 2006б) етномузикологическите проучвания на комерсиални грамофонни плочи остават изследователско място с много бели полета. Българският случай, при който най-ранните записи са на комерсиални плочи и те изпреварват с 30 години с първите записи, правени с научна цел, потвърждава необходимостта те да попаднат в етномузикологически фокус. Комерсиалните записи на местна музика, макар и отразяващи пазарния интерес на международни компании и записани извън естествения си контекст, като фиксиран звук на местната традиция са ценен обект за етномузикологически изследвания (Ceribašić 2021: 327-328). Но те са важни за етномузиколозите не само защото са единствени във времето, когато все още няма звукорегистрации с научна цел. Съгласен съм с наблюденията на изследователите на словенската записана музика Ребека и Драго Куней, че старите грамофонни плочи представляват само това, което е било популярно по време на записа им и не се влияят, за разлика от правените с научна цел теренни записи, от синхронния интерес на изследователите, които записват само важното според тях (Kunej, R. 2013; Kunej D. 2014). Към това неочаквано предимство могат да се добавят още ресурси и посоки за етномузикологически и антропологически прочити: като иконични образи, символен капитал, източници за историческа антропология, звуково маркиране на пространства, медийни репрезентации и т.н.

Някои методологически посоки и примери

Етномузикологическите прочити на ранните комерсиални записи се срещат както с проблема за тяхното многопосочно изследване едновременно като исторически и технологически предмет (ревитализиран в съвременни контексти), звуков документ от миналото (музикално и текстово съдържание) и медия (функциониране, контексти, човешки и обществени употреби); така и с редица методологически проблеми като нов обект в етномузикологията (Dimov 2006). Основният проблем е в разминаването на предметно-методологическите фокуси на етномузикологията, която анализира съвременни процеси и приема теренната работа като основна методологическа практика, заедно с тези на историческите изследвания, които са насочени към миналото, вместо на терен работят в архиви, интерпретират исторически източници (Ziegler et al., 2017: 1). Върху този проблеми етномузиколозите работят: примери има в някои нови публикации на Изследователската група по исторически източници на традиционна музика в рамките при ICTM (вж. текстовете на Сузане Циглер, Драго Куней, Сузана Сардо и др. – Ziegler et al. 2017). Полезни са теоретичните опори от „етномузикологическия ъгъл“ на Найла Церибашич, която обобщава класическите за етномузикологията диференциации между „комерсиални“ и „моментални“ записи, записи „за продажба“ и такива „за изследване“, но сочи полетата, в които съвременната етномузикология вече е проблематизирала записите с търговска цел: в критични дебати за World Music като присвояване, хибридизация и властови политики на Запада спрямо Третия свят; звукозаписното студио като терен и изследването на „кръга от актьори“, които участват в музикалната индустрия; етномузикологическите изследвания на историческите комерсиални записи в работите на Пека Гроноу и последователи (Ceribašić, 2021: 325-327). Етномузикологическите изследвания в полето на ранните

комерсиални записи досега следват няколко методологически посоки. Едната се базира на етнографско описание на първични исторически източници, главните сред които са дискографските данни, съдържащи се във фирмена документация и самите грамофонни плочи като звуконосители (Gronow, 1996; Pennanen, 2005). Ристо Пенанен, който изследва ранните записи в Босна и Херцеговина, съчетава историческите прочити на дискографиите с историко-антропологическа интерпретация на вторични синхронни източници, основни сред които са месните вестници (Pennanen, 2007). Използването на масива от печатни продължаващи издания (вестници) като основна информационна база вече има плодотворни резултати в изследванията на ранната история на българското кино (Кържилов, 2016; вж. публикацията на същия автор в този брой – Кърджилов, 2022). Посочените изследователски опити и практики сочат пътя на многообразието и съчетаването на техники и инструменти, емпирични и теоретични подходи, диалози на научни идеи и подходи от сферите на етномузикология, културна антропология (съчетаване на инструментариума от етнографско описание, плътна интерпретация, анализи на символи, включено наблюдение, биографичен подход, автоетнографски подход и др.), изследване на популярна музика, история на музиката, медиазнание, медийна археология.

Грамофони и плочи, пеещи „на български“ – към някои черти на първите български музикални медии

За това, че *Gramophone Company* открива свои партньори в България през първите години на века, свидетелстват тогавашните български вестници. В рекламни съобщения се появяват имена на търговци, дистрибутори на грамофони и грамофонни плочи, като търговецът Макс Вебер (Русе-София), който през 1903 г. предлага грамофони и плочи, все още не на български изпълнители (Б.А., 1903;

Б.А., 1904а). Година по-късно в пресата се появяват реклами за плочи, които вече са „на български" от същия местен представител на *Deutche Gramophon* (Б.А., 1904в в. Вечерна поща, г. V, бр. 1007/14.V.1904; рекламата се повтаря и през следващите седмици и месеци – вж. в. Вечерна поща, бр. 1010, 1015, 1020 и др., като адресанти вече са два различни представители – Вебер и Грауер). През същата година в софийските вестници се появяват реклами на новооткрития магазин на Грауер в столицата София (на централния Александров площад, до известния локал „Червен рак"), който се рекламира като „огромен, специален за грамофони и плочи… които възпроизвеждат музика, песни и декламации" с такова качество, че „човек би помислил, че се намира в един концертен салон и в някоя първостепенна опера" (Б.А., 1904г). В спомените за културния живот на София това заведение се определя като „луксозна бирария", средище на „хайлайфа", в което свири Гвардейският оркестър – една от първите български оркестрови формации, записвани от *Gramophone Co.*; а магазинът на Грауер се описва като катализатор на масовото навлизане на грамофонните записи с масовото предлагане, намаляването на цените и повишаването на качеството на иглите, плочите и записите (Каназирски-Верин, 1947: 95-96; Костенцева, 1979: 283). През първите години на звукозаписната индустрия в България основни потребители на грамофони и плочи са представители на местните елити, клиенти от средната и висша класа, разполагащи със средства за закупуване на скъпото по това време оборудване – преди 1910 г. цената на един обикновен грамофон е колкото месечната заплата на първоначален учител, а в началото на 30-те години на XX век (когато след Първата световна война и световната икономическа криза започва да се развива българска музикална индустрия) цената на едни грамофон пада до 2-3 дневни работнически надници (Георгиев, 1983: 272).

Ако разгърнем вестниците от началото на XX век, ще видим, че рекламите на скъпите за времето си апарати са обкръжени от реклами, пропагандиращи висок стил на живот – козметика, модни дрехи, атрибути за маскени балове и карнавали. Често в слоганите на рекламите за грамофони може да се разчете безрезервен възторг от авангардното техническо чудо: „...най-усъвършенствания апарат в целия свят, който говори, смее се, играе и пее на всички езици, между които и български“ (Б.А., 1904в). Рекламните послания са насочени към тези, които могат да си позволят скъпата нова техника (те са сред неголямата група читатели на официозите в началото на века), за които тя е част от високия стандарт на живот. Затова в една от рекламите, заемаща цяла страница на вестника, са поместени снимките на няколко европейски монарха, а текстът акцентира върху факта, че за предлаганата марка грамофони (носеща символичното име „Монарх“) са отворени всички дворци на света (Б.А.,1909).

Фигура 1.

Българска реклама на грамофоните „Лорд“ и „Монарх“ на „Грамофон“ – международните фабрики Лондон-Париж-Берлин, публикувана върху цели страници на вестниците „Вечерна поща“, „Ден“ и др. през 1909 г.

Мемоарите на представители на елита разкриват детайли от културното поле в България, което репрезентират грамофонът и плочите. В западноевропейските страни най-престижните и скъпи плочи са с „класически“, „висок“ репертоар, записван от световноизвестни оперни певци (Енрико Карузо, Фьодор Шаляпин), които имат собствени серии и етикети на плочите, или от военни оркестри, записващи западен репертоар от лека художествена (потпури, увертюри към опери), танцова (валсове, полка) и военна музика (маршове) – тази медиизирана художествена и популярна музика става първата европейска музика, която навлиза в периферията на Европа (на Балканите) и в неевропейските страни, за да зададе стиловите маршрути на местната медийна музика (Gronow, 1996; 20-22; Dimov, 2008). Но това не е най-предпочитаната музика на местните елити. В България през първото десетилетие на XX век високопоставените притежатели на грамофони търсят редом с „европейското“ и „ориенталското“ като висока музика и „хайброу“ – плочите, каталозите, рецепцията им сочат как турската музика, например, се възприема по-скоро катко *alla franca*, отколкото като *alla turca*. За това свидетелства разказът на Султана Рачо Петрова (гранд-дама, част от хай-лайфа, съпруга на премиер, заради дипломатическите приеми и соарета я наричали „първата българскаф дипломатка“) за прием у новопристигналия в София посланик на Османската империя Садък паша – „турчин в пълния смисъл на думата, в религиозно и нравствено отношение” по думите на българската първа дама. Тя си спомня със симпатия ориенталските детайли на преживяването и най-вече музиката: „буквално всички заболяхме от чисто ориенталския му обед, приготвен с овча лой, придружен с пушене на наргилета и на когото един грамофон непрекъснато пееше красиви турски маанета” (Петрова, 1991: 52-53). По същото време българската компания, която въвежда авангардния тогава символ на високи

технологии и европейска мода – грамофона – се нарича „Ориент“ (Б.А., 1904а, Б.А., 1904б). А българският каталог на *Gramophone Company* – „Временен лист на нови плочи за месец януарий 1909“ предлага повече заглавия в рубриката „Нови турски плочи“, отколкото всички останали в рубриките „Немски песни“ и „Италиански песни с оркестър“ (Gramophon, 1909).

Фигура 2.

„Временен лист на нови плочи за месец януарий 1909“, един от българските каталози на Gramophone Company: визуалните послания са западни, музикалното съдържание с турски шаркии, маршове, оперетни откъси от „Леблебеджи Хорхор ага“ и др. – ориенталско (Личен архив на автора).

Ориенталското съдържание на плочите в България в началото на XX век сочи „промискуитетните“ черти на културното поле: то е сред музикалните предпочитания на столичния хай-лайф, „хайброу“, част от

звуковия пейзаж на софийските салоните и високата култура; но и любима музика на селската публика и малцинствата, „лоуброу“, част от звуково-танцовия пейзаж на кръчмите. В едно от показателни за лавинообразното навлизане на грамофона в по-малки български градове и дори села се съдържа в етнографски сведения за село Ръжево Конаре, в което към края на първото десетилетие на XX век селския кръчмар привличал „мющерии“ с народни песни и хора и турски маанета, които звучали от „дукяна“, хората се трупали да слушат, а някои цигани „се кълчели“ (Петров, 1974: 120).

Провокиран от определението на Китлер за грамофона като „военна машина“ и тезата му, че медиите са „технологии на властта“, свързани с „война и подчинение“, ще посоча някои примери за връзката на грамофона и записаната музика с армията и войните през първите десетилетия на XX век в България. Една от най-старите плочи в моята колекция показва как образовани музиканти, капелмайстори на военните оркестри, са записвани от френската компания Pathé с локален репертоар: „Пайдушко Русенско“ и „Ръченици“, изпълнени от Музиката на VI. Полк (Pathé, №56979). Плочата може да се датира към 1907-1908 г., когато капелмайстор на Музиката на VI. Търновски полк, дислоциран в София, е Венцеслав Кауцки, популярен по това време с концертите на открито в София пред широка публика, на която се изпълнявали маршове, негови китки и посочените хорá (Каназирски-Верин, 1947: 83-84). Каталозите и плочите от първото десетилетие на XX век съдържат регистрации на български военни и граждански оркестри, които отвеждат към важни събития, дати и места от времената на военни действия, маневри и сражения: Съединението и Сръбско-Българската война през 1885 г., революционните борби за свободата на българите в Македония, изграждането на българските държавност и армия. Музиката на Лейбгвардейския на НЦВ полк записва „Смяна на караула

(Двореца)“; Оркестър „Шоп“ записва „Песен за Панагюрското въстание“, „Бомба в Солун“, „Смущението в град Търново и действието на 6. Полк (Боят при Сливница)“, „Телеграма от Южна България. Пренасянето на войските от Търново-Сеймен“, „Настъплението при Драгоман“ и др. (Gramophon 1908). Този записан репертоар свидетелства, че скоро след ключови исторически събития с голямо значение за българите грамофонната плоча става медията, която чертае в звуковия си разказ траектории на народни въстания, революционни борби, военни маневри, войскови походи, сражения през войната; включва в медийния си разказ хронотопа на българското време-пространство; превръща се в среща на индивидуалната памет и колективната история. Артистите, които регистрират българската история в записите, го правят с интенцията на национална институция (Гвардейският оркестър е първият държавен оркестър в България) и граждански дълг (Група „Шоп“, ръководена от Никифор Кръстев, изпълнява композиции на Маестро Георги Атанасов за Сръбско-българската война). Отвън тази интенция, но съзвучни с нея са нагласите на аудиторията, очакванията на публиката, които са накарали представителите на *Gramophone Co.* да запишат и тиражират немалкото количество подобни заглавия през първото десетилетие от историята на българския комерсиален звукозапис.

Историческа плътност в реконструирането на политиките на репрезентация, които съдържат звуците и образите на ранната записана музика дава фрагмент от спомените на журналиста Георги Каназирски-Верин, който описва вкуса на публиката от началото на XX век към военната музика, маршовете, китките, звуковите картини с историческо съдържание: „На малката възвишена площадка в Градската градина срещу Военното министерство два пъти в седмицата свиреше военната музика на 6 пехотен полк под диригентството на Кауцки (…) Публиката

обичаше да слуша „Изгубена поща“, при който един флигорнист напускаше оркестъра и се отдалечава на другия ъгъл на градината срещу Народната банка, откъдето даваш музикалните си реплики. Също голям успех имахте една музикална илюстрация със сюжет войната от 1885 година, под името „Гургулят“ от Хохола. Успехът не се дължеше на художествената стойност на композицията, но на вмъкнатите в нея сигнали за атака „на нож“, „отбой“, „вечерна проверка“, на погребалния марш, Шуми Марица, топовни гърмежи и пушечен огън (Каназирски-Верин, 1947: 83-84).

Фигура 3.

Български войни слушат грамофон на румънския фронт при р. Серет по време на Първата световна война. 18 май 1917 г. (ДА – Перник, фонд 1038, опис 2, а.е. 27, л. 7).

Грамофонът и плочите са музикалната медия, която е свързана с българското преживяване на Първата световна война. От многото свидетелства: звукови в съдържането на самите плочи, визуални за фронтовия живот и мястото на грамофона в него, мемоарни свидетелства и пр., ще посоча няколко, свързани с войната на Добруджанския фронт през 1916-1917 г. В мемоарите на офицера от Първа дивизия при III Българска армия (герои в сраженията за освобождаване на Добруджа, наричали ги „железните шопи“) Георги Ст. Георгиев описва бита на войните, настанени в зимни квартири в румънското село Перишори: „В стаята – маса, столове, огледало, голяма лампа. Грамофон. Плочите – с една от друга по-весели песни. Едни румънски шлагери – не ти е работа! Не бяха много, а ние навиваме ли, навиваме (…) в самото наше Перишори си ходим на гости – по роти, дружини. Черпим се. Даваме си празненства. Който има, отива с грамофона си. Който няма, отива там, където има“ (Георгиев, Г. Ст., 1992: 89, 106). Грамофонът е не само част от споделения воински празник, разказът го извежда като символ на празнуването, мирните мигове, отдиха сред фронта с шлагерите на румънците, които се оказват не само с румънска реч, а и с френски, турски и български думи. Вероятно подобен миг на отдих на Добруджанския фронт документира архивна снимка на български офицер и войници на румънския фронт при р. Серет по време на Първата световна война, направена на 18 май 1917 г., в която до военните карти на масата, в центъра на изображението е грамофон с фуния (ДА – ПЕРНИК, фонд 1038, опис 2, а.е. 27, л. 7). Снимката не дава информация каква музика са слушали, но спомените сочат, че освен шлагерите на румънците българските военни са слушали български маршове. Такъв е случая с химна „Шуми Марица“ – многократно изпълняван като марш от военните музики и популяризиран чрез грамофонни плочи по време на Първата световна война. Известно е, че през есента на 1916 г., когато

българските войски влизат в Букурещ и настаняват комендантството в хотел „Капша“, пред хотела поставили грамофон – „патефон денонощно да свири „Шуми Марица“ (Керчова-Пъцан, Велчов, 2013: 62). Българските каталози на *Gramophone Co.* сочат, че през първото десетилетие на XX век „Шуми Марица“ като национален химн са записвали на плочи Първо българско тамбурашко дружество, Музиката на Лейб-гвардейски на негово царско величество ескадрон, Струнния оркестър на трупата на Швертнер и др. (Gramophon 1908; Kelly, 2021). В навечерието на Балканската война сръбският каталог на Мите Палич включва пропагандни плочи за войната, заедно със снимки на държавните глави на страните от Балканския съюз, сред плочите има серия „Народни химни на Съюза на балканските държави“, сред които е и плоча със запис на „Шуми Марица“ и „Смяна на караула в двореца“ (Палић, 1913: 12-13). Описаните факти предполагат по-задълбочено анализиране и интерпретиране, което би показало ролята на грамофона и плочата като агенти на национализми, властови мобилизации, политически съюзи и битки – тема за друг текст.

Заключение

Старата шеллакова грамофонна плоча със скорост 78 об./мин. е нещо повече от архивен запис и предмет с историческа стойност. Като звуков документ, плочите съдържат „живи гласове“ на останали в миналото артисти и локални традиции, често са единствена или най-ранна регистрация, представляват запис с качествата на уникален първичен източник. Но те са и нещо повече – медия, артефакт на медийната култура от първите години на масовото звуково регистриране и техническо възпроизводство на музика, копие, което измества оригинала (вж. Бенямин, 2000). Медийната музика е част от популярната медийна култура, която съдържа връзките между човека и обществото, човешкото в неговите технологически, комуникационни, икономически

контексти, които следва да бъдат разбрани и обяснени като обществени явления, съдържащи социални връзки, отношения с институции, дискурси и практики (Durham, Kellner, 2006: XI-XII).

Изследването на грамофонната плоча като медия означава да се проучат начините, по които комерсиалните звукозаписи са осъществени, фигурите и процесите в тяхното правене, изборите на артисти и репертоар, търговското предлагане и рекламата, потреблението като купуване на продукт, възприемане като слушателски ритуали, дискурсите на грамофона, грамофонната плоча и записаната музика и т.н. – все данни, факти, процеси, които заедно с техните образи и разкази за тях (звукови, визуални, словесни, литературни, трансмедийни) следва да са разчетени и разработени исторически в едно интердисциплинарно изследователско поле, което да отчита грамофонната плоча и записаната на нея музика като комплекс от технологически, индустриални, търговски, културни и антропологически аспекти. Съдържайки практики и политики на репрезентация – записите отразяват исторически контексти, икономически и индустриални фактори, властови отношения и не на последно място нагласите на аудиторията в акта на комуникация (Димов, 2018: 23) – старите грамофонни плочи не само документират и описват своето време и българската действителност, те са участници в актовете на конструиране на това време и действителност. Още един довод за разбирането на грамофонната плоча като медия.

Използвана литература

АРНХАЙМ, Рудолф (2011). Филмът и радиото (1933). Репродуктивното изкуство (2004). В: ЙОТОВ, Стилиян (съст.) *Когато медиите не бяха постмодерни.* София: Агата-А, с. 147-150. [Arnhaym, Rudolf (2011). Filmat i radioto (1933). Reproduktivnoto izkustvo (2004). V: Yotov, Stiliyan (sast.) Kogato mediite ne byaha postmoderni. Sofiya: Agata-A, s. 147-150].

БЕНЯМИН, Валтер (2000). *Озарения*. София: Критика и хуманизъм. [Benyamin, Valter (2000). Ozareniya. Sofiya: Kritika i humanizam].

БУРДИЙО, Пиер (1993). *Казани неща*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Burdiyo, Pier. 1993. Kazani neshta. Sofiya: UI „Sv. Kliment Ohridski“].

БУРДИЙО, Пиер (2012). *Полета. Том I. Полета на духа.* София: Изток-Запад. [Burdiyo, Pier. 2012. Poleta. Tom I. Poleta na duha. Sofiya: Iztok-Zapad].

ГЕОРГИЕВ, Георги (1983). *София и софиянци.* София: „Наука и изкуство”. [Georgiev, Georgi. 1983 Sofiya i sofiyantsi. Sofiya: „Nauka i izkustvo”].

ГЕОРГИЕВ, Георги Ст. (1992). *Един от Първа дивизия*. София: Военно издателство [Georgiev, Georgi St. 1992. Edin ot Parva diviziya. Sofiya: Voenno izdatelstvo].

ДИМОВ, Венцислав (2005). „Към изследване на записаната музика в България от първата половина на XX век: архиви и колекции“. *Българско музикознание,* № 1, с. 144-172. [Dimov, Ventsislav (2005) “Kam izsledvane na zapisanata muzika v Balgariya ot parvata polovina na XX vek: arhivi i kolektsii”. Balgarsko muzikoznanie, № 1: s. 144-172].

ДИМОВ, Венцислав (2006а). „Комерсиалните записи на фолклорната музика – нов обект в етномузикологията”. Вълчинова-Чендова (ред.) *Нови идеи в музикознанието.* София: СБК, с. 176-194.[Dimov, Ventsislav (2006) “Komersialnite zapisi na folklorna muzika – nov obekt v etnomuzikologiyata”. Valchinova-Chendova (ed.) Novi idei v muzikoznanieto, Sofiya: SBK, s. 176-194].

ДИМОВ, Венцислав (2006б). Ранни записи на традиционни инструменти в България (Научни и комерсиални записи върху грамофонни плочи на традиционни аерофонни инструменти от България през първата половина на XX век). *Българско музикознание*, год. XXX, № 3, с. 77-96. [Dimov, Ventsislav (2004). Ranni zapisi na traditsionni instrumenti v Bulgaria (Nauchni i komersiali zapisi vurhu gramofonni plochi na traditsionni aerofonni instrumenti ot Bulgaria prez purvata polovina na XX vek). Balgarsko muzikoznanie, god. XXX, № 3, pp. 77-96].

КАНАЗИРСКИ-ВЕРИН, Георги (1947). *София преди 50 години.* София: Българска книга [Sofiya predi 50 godini. Sofiya: Balgarska kniga].

КЕРЧОВА-ПЪЦАН, Лулу, Деде Лука ВЕЛЧОВ (2013). *Букурещ отблизо.* Timişoara: Waldpress. [Kerchova-Patsan, Lulu, Dede Luka Velchov. 2013. Bukuresht otblizo. Timişoara: Waldpress].

КОСТЕНЦЕВА, Райна (1979). *Моят роден град София преди 75 години и после* [Moyat roden grad Sofiya predi 75 godini i posle]. София: Издателство на ОФ [Sofiya: Izdatelstvo na OF].

КЪРДЖИЛОВ, Петър (2016). *Озарения в полите на Витоша. Летопис на ранното кино в София (1896–1915).* [Ozareniya v polite na Vitosha. Letopis na rannoto kino v Sofiya (1896–1915)]. София: Академично издателство „Проф. Марин Дринов“ [Sofiya: Akademichno izdatelstvo „Prof. Marin Drinov“].

КЪРДЖИЛОВ, Петър (2022). Рекламата за „чудото на XIX век” – „първичният океан”, от който произлиза съвременната филмова критика. Свидетелства в българския периодичен печат (1896–1914). *Медиалог*, № 11. [Kardzhilov, Petar (2022). „Reklamata za „chudoto na XIX vek” – „parvichniyat okean”, ot koyto proizliza savremennata filmova kritika. Svidetelstva v balgarskiya periodichen pechat (1896–1914). Medialog, № 11].

МАКЛУЪН, Маршал и Ерик (1995). *Закони на медиите.* София: УИ „Св. Климент Охридски“ [Makluan, Marshal i Erik. 1995. Zakoni na mediite. Sofiya: UI „Sv. Kliment Ohridski“].

ПЕТРОВ, Любомир (1974). Ранното разпространение на грамофона в Пловдив и селищата от Пловдивски край. *Годишник на народния етнографски музей – Пловдив*, № 2, с. 99-137. [Petrov, Lyubomir. 1974. "Rannoto razprostranenie na gramofona v Plovdiv i selishtata ot Plovdivskiya kray". Godishnik na narodniya etnografski muzey – Plovdiv, no. 2, pp. 99-137].

ПЕТРОВА, Султана Р. (1991). *Моите спомени.* София: Издателство на БАН. [Petrova, Sultana R. 1991. Moite spomeni. Sofiya: Izdatelstvo na BAN].

ЦВЕТКОВА, Милена (2012). *Книгата като медия.* София: Ентусиаст [Tsvetkova, Milena. 2012. Knigata kato mediya. Sofiya: Entusiast].

CERIBAŠIĆ, Naila (2021). Music as Recording, Music in Culture, and the Study of Early Recording Industry in Ethnomusicology: A Take on Edison Bell Penkala. *IRASM*, vol. 52, no. 2, pp. 323–354.

DIMOV, Ventsislav (2008). On some Early Evidence of Musical Hybridization: Observation on Commercial Gramophone Records from Bulgaria. *The Human World and Musical Diversity. Proceeding from the Fourth Meeting of the ICTM Study Group "Music and Minorities" in Varna, Bulgaria 2006*. Sofia: Institute of Art Studies, pp. 43-50.

DURHAM, Meenakshi G., Douglas M. KELLNER (Eds.) (2006). *Media and Cultural Studies*. Key Works. Malden & Oxford: Blackwell Publishing.

GRONOW, Pekka (1981). The Record Industry comes to the Orient. *Ethnomusicology*, vol. 25, no. 2, pp. 251-284.

GRONOW, Pekka (1983). The Record Industry: Growth of a mass medium. *Popular Music* № 3, pp. 53-76.

GRONOW, Pekka (1996). *The Recording Industry: An Ethnomusicological Approach*. Tampere: University of Tampere.

HJARVARD, Stig (2008). The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, vol. 29, no.2, pp. 105-134.

HULL, Geoffrey P. (2004). *The Recording Industry*. New York and London: Routledge.

KATZ, Mark (2010). *Capturing Sound: How Technology Has Changed Music*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

KITTLER, Friedrich (1999). *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford: Stanford University Press.

KRÄMER, Benjamin (2011). The mediatization of music as the emergence and transformation of institutions: A synthesis. *International Journal of Communication*, no. 5, pp. 471–491.

KUNEI, Drago (2014). Slovenski posnetki na gramofonskih ploščah z 78 o/min. *Traditiones*, vol.43, no. 2, pp. 11-29.

KUNEJ, Drago and Rebeka **KUNEJ** (2017). *Music from both sides: gramophone records made by Matija Arko and the Hoyer Trio*. Ljubljana: Založba ZRC.

KUNEJ, Rebeka (2013). Looking at Folk Dance. The Overlooked Resources of Old Gramophone Records. (Drago Kunej and Urša Šivic, eds.) *Trapped in Folklore? Studies in Music and Dance Tradition and Their Contemporary Transformations. (Musikethnologie / Ethnomusicology*, vol. 7). Zürich, Berlin: LIT Verlag, pp. 161–179.

MALM, Krister (1992). The Music Industry. Myers, Helen (Ed.). *Ethnomusicology. An Introduction*. London: MacMillan Press, pp. 349-364.

NEGUS, Keith (1996). *Popular Music in Theory: An Introduction*. Cambridge: Polity Press.

PENNANEN, Risto Pekka (2005). Kako Koristiti Komercijalne Snimke za Muzicko Istrazivanje: Metodoloski Pribor za Prvu Pomoc. *Muzika. IV. Medunarodni Simpozij "Muzika u Drustvu", Sarajevo, Musicological Society of the FbiH*, pp. 28-44.

PENNANEN, Risto Pekka (2007). Immortalised on Wax: Professional Folk Musicians and Their Gramophone Recordings Made in Sarajevo, 1907 and 1908. Božidar Jezernik et al. (eds), *Europe and Its Other: Notes on the Balkans*. Ljubljana: Filozofska fakulteta, pp. 107-148.

WALL, Tim (2003). *Studying Popular Music Culture*. London & New York: Arnold.

WALLIS, Roger, Krister **MALM** (1984). *Big Sounds from Small Peoples: The Music Industry in Small Countries*. London: Constable.

ZIEGLER, Susanne, Ingrid Åkesson, Gerda Lechleitner and Susana Sardo (Eds.) (2017). *Historical Sources of Ethnomusicology in Contemporary Debate*. Cambridge Scholars Publishing.

Използвани източници

Б.А. (1903). „Най-добрите в света грамофони" (реклама на фабрика „Ориент", Макс Вебер, Русе). в. Вечерна поща, София, г. IV, № 740, 8. Август 1903. [B.A. (1903). „Nay-dobrite v sveta gramofoni" (reklama na fabrika „Orient", Maks Veber, Ruse). v. Vecherna poshta, Sofiya, g. IV, № 740, 8. Avgust 1903]

Б.А. (1904а). Grammophon (реклама на Макс Вебер, Русе). в. Мир, София, г. X, № 1370, 4 януари 1904 [B.A. (1904a). Grammophon (reklama na Maks Veber, Ruse). v. Mir, Sofiya, g. H, № 1370, 4 yanuari 1904]

Б.А. (1904б). „Електро-техническо отделение на фабрика за велосипеди „Ориент". Само аз в България продавам най-прочутите в света истински грамофони" (реклама на Макс Вебер, Русе). в. Вечерна поща, г. V, № 901, 25 януари 1904 [B.A. (1904b). „Elektro-tehnichesko otdelenie na fabrika za velosipedi „Orient". Samo az v Balgariya prodavam nay-prochutite v sveta istinski gramofoni" (reklama na Maks Veber, Ruse). v. Vecherna poshta, g. V, № 901, 25 yanuari 1904]

Б.А. (1904в). „Грамофон на Deutsche Grammophon Gesellschaft е най-усъвършенстваният в целия свят, който говори, играе, смее се и пее на всички езици на света, между които и български" (реклама на В. Грауер, София). в. Вечерна поща, г. V, № 1007, 14 май 1904 [B.A. (1904v). „Gramofon na Deutsche Grammophon Gesellschaft e nay-usavarshenstvaniyat v tseliya svyat, koyto govori, igrae, smee se i pee na vsichki ezitsi na sveta, mezhdu koito i balgarski" (reklama na V. Grauer, Sofiya). v. Vecherna poshta, g. V, № 1007, 14 may 1904]

Б.А. (1904г). „На Александровия площад фирмата Грауер е открила един огромен специален магазин за грамофони…" (реклама на В. Грауер, София). в. Вечерна поща, г. V, № 1035, 12 юни 1904 [B.A. (1904g). „Na Aleksandroviya ploshtad firmata Grauer e otkrila edin ogromen spetsialen magazin za gramofoni…" (reklama na V. Grauer, Sofiya). v. Vecherna poshta, g. V, № 1035, 12 yuni 1904]

Б.А. (1909). „Международните грамофонни фабрики Лондон-Париж-Берлин…" (реклама на М. Вебер, Русе-София). в. Вечерна поща, г. IX, № 2636, 6 януари 1909 [B.A. (1909a). „Mezhdunarodnite gramofonni fabriki London-Parizh-Berlin…" (reklama na M. Veber, Ruse-Sofiya). v. Vecherna poshta, g. IH, № 2636, 6 yanuari 1909]

ДАА – ЦДА, ДА – ПЕРНИК, фонд 1038, опис 2, а.е. 27, л. 7. Български войници слушат на румънския фронт при р. Серет по време на Първата световна война. 18 май 1917 г. [DAA – TSDA, DA – PERNIK, fond 1038, opis 2, a.e. 27, l. 7. Balgarski voynitsi slushat na rumanskiya front pri r. Seret po vreme na Parvata svetovna voyna. 18 may 1917]

ПАЛИЋ, Мите Ђ. (1913). Илустровани ценовник грамофона (говорећих машина) и списак најновијих српских плоча. Панчево: Трговина грамофона Палић [Palić, Mite Đ. (1913) Ilustrovani tsenovnik gramofona (govoreći mashina) i spisak najnovijih srpskih plocha. Panchevo]. Online: http://digitalna.nb.rs/sf/NBS/MuzikaIZvuk/katalozi_izdavackih_kuca [accessed on 23. 06. 2022]

GRAMOPHON (1908). Грамофон. Временен лист на български. Нови грамофонови плочи за май-декември 1908. Генерално представителство и фабричен склад за България М. Вебер, Русе и София. [Gramofon. Vremenen list na balgarski. Novi gramofonovi dvoyni plochi za may-dekemvri 1908. Generalno predstavitelstvo i fabrichen sklad za Balgariya M. Veber, Ruse i Sofiya]

GRAMOPHON (1909). Gramophone Company. Временен лист на нови плочи за месец януарий 1909 [Gramophone Company. Vremenen list na novi plochi za mesets yanuariy 1909]

KELLY, Alan (2021). Kelly On-line Database. Online: https://www.kellydatabase.org/Entry.aspx [accessed on 30. 05. 2022]

PATHÉ, №56979. Пайдушко Русенско – Музиката на VI. Полк. Pathé, 56979 G.R. No. 16822. [Paydushko Rusensko – Muzikata na VI. Polk. Pathé, 56979 G.R. No. 16822].

Венцислав Димов [д-р (1999); дн (2018)] е професор в СУ „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация. Ръководител на изследователска група „Етномузикология” в Института за изкуствознание при БАН. Автор на над 200 научни изследвания и статии, сред които монографиите “Етнопопбумът” (2001); „Добруджа: памет и песен” (2012); “Музиката за народа на медийния фронт” (2019) и др.; съавтор с Лозанка Пейчева на книгите „Зурнаджийската традиция в Югозападна България” (2002 г.); „С хоро и песен, с перо и слово (120 г. от рождението на Райна Кацарова)” (2021 г.) и др. Области на научни интереси – социални и хуманитарни науки, медийни изследвания, етномузикология, антропология на традиционната и популярна музика, медии и записана музика, идентичност и музика, музикални традиции и малцинства, музика на Балканите и др.

Ventsislav Dimov [PhD (1999); DSc (2018)]: Professor at Sofia University ‘St. Kliment Ohridski’, Faculty of Journalism and Mass Communication . Head of the research group ‘Ethnomusicology’ at the Institute of Art Studies, BAS. Author of over 200 scientific studies and articles, author of the monographs “Ethnopopbum (The Ethnopopboom)” (2001); “Dobrudzha: pamet i pesen (Dobrudzha: memory and song)” (2012); “Muzikata za naroda na mediyniya front (Mekata vlast na narodnata i populyarna muzika v Sotsialisticheska Bulgariya) (Music for the people on the media front (The soft power of peoples and popular

music in Socialist Bulgaria)" (2019) and others; co-author with Lozanka Peycheva of the books "The Zurna Tradition in Southwest Bulgaria" (2002); "With horo dance and song, with a pen and word (120th anniversary of the birth Rayna Katsarova)" (2021). Areas of research interests – social sciences and humanities, media studies, ethnomusicology, anthropology of traditional and popular music, media and recorded music, identity and music, musical traditions of ethnocultural communities and minorities, music in the Balkans, etc.

МЕДИЙНИЯТ КЛИПИНГ – БАЛАНС МЕЖДУ ПРАВА ИЛИ НЕДОБРОСЪВЕСТНА ТЪРГОВСКА ПРАКТИКА

Диляна Кирковска

MEDIA CLIPPING – BETWEEN THE BALANCE OF RIGHTS AND UNFAIR COMMERCIAL PRACTICE

Diliana Kirkovska

Резюме: Медийният клипинг във всички разновидности е предоставяне срещу заплащане на определени клиенти на авторски журналистически материали. Журналистите като творци и автори прехвърлят права на издателите на периодични издания или на продуценти. Тяхното използване с комерсиална цел от фирми, предоставящи медиен клипинг като услуга срещу заплащане, поставя въпросът достатъчно регламентирана ли е употребата му като база данни. Правната закрила е разгледана от гледна точка на сродните права на издателите и на нарушаване на принципите на конкуренцията.
Ключови думи: сродни права, медиен клипинг, конкурентно право

Abstract: Media clipping in all its variants is paid supplying to certain clients of copyrighted journalistic materials. Journalists are content creators and being authors they transfer their copyrights to publishers of periodicals or to producers. Their use for commercial purposes by companies that provide media clipping as a paid service raises the question of how regulated its use as database is. The legal protection is considered from the point of view of copy and related rights of publishers and the violation of the principles of competition.
Keywords: copy and related rights, media clipping, competition law

Въведение

В журналистиката интерпретативните и аналитични жанрове най-общо се определят като публицистика. Тя е „делът, който се занимава с приоритетните за даден момент обществени теми и проблеми на аналитично равнище. Тя е натоварена с претенцията да обговаря тенденциите в обществения живот, без за това да е необходим винаги информационен повод.” (Табакова и др., 2005: 11).

Публицистиката е и литературен, и журналистически жанр. В литературата се определя като жанр с обществено-политическа тематика, а в журналистиката е свързан с актуалност и новост в тематично-съдържателен аспект. Тя може да е свързана както с обществено-политически, социални, икономически и други теми с актуален характер, така и с актуални въпроси в областта на литературата, изкуството и културата. Публицистичното творчество е персонифицирано творчество, пряко свързано с личността на журналиста-автор. Авторът е основна фигура в обществените отношения в сферата на културата и художествената собственост. За автор се признава физическото лице, в резултат на чиято творческа и интелектуална дейност е създадено произведение. Авторството е лично и морално право на автора, а авторското право възниква в момента на създаване на произведението.

Журналистическото творчество – уреждане на авторските права с продуценти и издатели на периодични издания

При журналистическите материали и продукти вариантите на отношения автор-издател/автор-продуцент, най-общо са:

Първият: когато авторът на журналистически материали – обект на авторското право, сам е продуцент или издател, или притежава блог или влог, или сайт, чийто домейн той притежава и администририра (такъв пример е изданието E-vestnik). В този аспект носителят на авторското право – журналистът, и на сродното право – било то периодично издание, радио- или телевизионен доставчик, електронен сайт, са едно и също лице.

Вторият: случаят, в който журналистът като автор на произведението – било то писмен текст, аудио произведение или аудиовизуално произведение, отстъпва с договор авторските си права на

медията-продуцент на програмата, ако е радио- или телевизионна организация/доставчик на медийна услуга, или на издателя – ако е печатно издание. Това са случаите на създаване на произведение по трудово или служебно правоотношение. Законът за авторското право и сродните му права (ЗАПСП) разглежда тази хипотеза като особени случаи.

Авторите сключват с продуцента писмени договори, с които, ако не е уговорено друго, се смята, че му предоставят както за страната, така и за чужбина изключителното право за размножаване на произведението, публичното му прожектиране, излъчването му по безжичен път или предаването и препредаването му по кабел, възпроизвеждането му върху видеоносители и тяхното разпространение, предлагането по безжичен път или по кабел на достъп на неограничен брой лица до него или до част от него по начин, позволяващ този достъп да бъде осъществен от място и по време, индивидуално избрани от всеки от тях, както и правото да разрешава превода, дублирането и субтитрирането на текста. Продуцентът дължи възнаграждение на авторите за отстъпените права.

В печатните вестници и списания журналистите подписват договори за публикуване в периодично издание. В печатните медии журналистите прехвърлят своите авторски права на издателите на съответния вестник или друго печатно издание. Чл. 59 от ЗАПСП определя, че авторът на поръчано произведение няма право без съгласие на издателя да предлага същото произведение или части от него за публикуване в други периодични издания или като отделно издание, както и за излъчване по безжичен път преди публикуването му от издателя. Ако не е уговорено друго, ограниченията не се прилагат, когато са изтекли петнадесет дни – за вестниците, и три месеца – за списанията, от датата на предаването на ръкописа и издателят не го е

публикувал или не е уведомил в тези срокове автора, че ще публикува произведението с посочване на броя, в който ще бъде публикувано.

Не само законодателството защитава авторското право като изключително право. Неразделна част от етичните норми на журналистическата професия е спазването на авторското и сродните му права, както е записано в Етичния кодекс на българските медии от 2004 г. В него се съдържат клаузи за зачитането на авторските права, особено срещу плагиатството, в т. 4 – взаимоотношения в медиите и между медиите:

„4.3 Ние смятаме за неприемливи всички форми на плагиатство.

4.4 Ние уважаваме авторското право и спазваме авторскоправните споразумения.

4.5 Кратки извадки от чужди материали могат да се използват без разрешение, но задължително трябва да се посочва от коя медия са взети.

4.6 По-дълги откъси или цели материали от други медии могат да се използват само с предварително разрешение и като се посочат авторът и медията. (Етичен кодекс на българските медии, 2004).

Медийният клипинг като вид използване на творчески продукти

В началото ще очертаем мястото на правата, свързани с публикуването на журналистически материали, доколкото изследването се фокусира върху права на издателите на публикации в пресата в цифрова среда, а това са нововъзникнали права. Това са различни от вече съществуващите сродни на авторското права, въведени с някои основни актове.

Конвенцията за закрила на артистите изпълнители, продуцентите на звукозаписи и излъчващите организации от 1961 г., определя, че

„права, сродни на авторските" са правата на интелектуална собственост върху артистични изпълнения, звукозаписи и програми на радио и телевизионни организации. Конвенцията за закрила на продуцентите на звукозаписи срещу неразрешеното възпроизвеждане на техните звукозаписи от 1971 г., допълва уреждането на правата на продуцентите на звукозаписи, а Конвенцията за разпространението на сигнали, носители на програми, предавани чрез спътник от 1974 г., закриля сродните права на радио- и телевизионните организации.

В така посочената рамка не се вписват новите издателски права, които се упражняват от издателите на публикации в пресата в онлайн среда. Те бяха въведени с Директива (ЕС) 2019/790 на Европейския парламент и на Съвета от 17 април 2019 г. относно авторското право и сродните му права в цифровия единен пазар и за изменение на директиви 96/9/ЕО и 2001/29/ЕО.

Аспект на използването на творческия продукт, т.нар. "данък върху хипервръзките", т.е. - сродното право за издателите в цифрова среда, е как части от публикациите на печатните издания се използват, като се създават електронни бази данни от тях, селектирани по определена тема и по ключови думи, които се предоставят на различни клиенти. Това по същество е използване с комерсиална цел на съдържание на печатните медии, което е на автори на изданието, които са прехвърлили с договори тези права на издателите си, а издателите са носители на сродните права.

Като отправна точка за анализа е част от статия във в-к „24 часа" със заглавие "Бизнес на гърба на печата: фирми продават на клиенти сканирани вестници", от 26 януари 2018 г. Тя е по повод на започнала проверка на Комисията за защита на конкуренцията за мащаба на приходите от незаконното ползване на авторско съдържание, пакетирано като пресклипинг. В статията се казва, че: "Бизнес, който

носи между 5 и 10 милиона лева приходи всяка година, е разследван от Комисията за защита на конкуренцията... От години фирми печелят внушителни суми, сканирайки всяка сутрин цели български вестници и предлагайки срещу заплащане тези чужди продукти като свои на клиенти – абонати в министерства, съдилища, компании, неправителствени организации. „Инвестицията“ е скромна – закупуване по 1 брой от „24 часа“, „Капитал“, „Труд“, „Стандарт“, „Телеграф“, „Банкер“, сканиране на всички страници и предлагане на този пакет като интернет абонамент срещу суми от 300 до 500 лева годишна такса...

КЗК е образувала по искане на „168 часа“ ЕООД – издател на „24 часа“, две производства за нарушение на Закона за защита на конкуренцията. Те са срещу фирмите „Медиязуум“ ООД и „Медиа Монитор“ ООД, които от години правят и предлагат на клиентите си т.нар. пресклипинг – подборка от материали от печатни медии по определени теми. Освен тези подборки, които изискват някакво усилие да се следи определена тема, която е важна за клиентите им, тези фирми обаче сканират и цели вестници – от първа до последна страница, и ги предлагат като продукт в интернет срещу заплащане. Това се прави въпреки изричното предупреждение върху всяка печатна медия, че частичното и пълно възпроизвеждане на вестника не може да се прави без съгласие на редакцията. Освен това е и подсъдно, тъй като изданията притежават авторски права върху материалите.

От писмо на собствениците на „Медиязуум“ Димитър Митев и Калин Ботев се вижда, че те не възприемат дейността си като кражба на авторско съдържание. Те твърдят, че предлагат медия мониторинга си само на ограничен кръг клиенти и освен това, за да го направят, купуват бройки от изданията. От самите интернет страници на някои от фирмите се вижда, че те предлагат файловете в pdf формат на клиентите си още в 7,30 часа сутринта. Самите вестници качват съдържанието си на

сайтовете, от което всеки би могъл да го прочете, но това става доста по-късно през деня и не важи за всички материали. Освен това вестник „24 часа“ също предлага pdf вариант на целия вестник срещу заплащане чрез сайта си и платформата си Mediamall. Според съсобственика на „Медийна група България“ Димитър Димитров ощетяването на издателската група е сериозно. „24 часа“ предлага на издатели да се присъединят към иска в Комисията за защита на конкуренията, за да се освети бизнесът на „сканираните вестници“ (В-к „24 часа”).

Правна рамка

Директива (ЕС) 2019/790 от 17 април 2019 г.

Директива (ЕС) 2019/790 от 17 април 2019 г. определя „публикация в пресата“ като сбирка, съставена основно от литературни произведения с журналистически характер, но която може да включва и други произведения или други обекти. Тя представлява обособена единица в периодично или редовно актуализирано издание под общо заглавие, като например вестник или списание с обща или специализирана насоченост, която има за цел да предоставя на широката общественост информация във връзка с новините или други теми. Тази сбирка се публикува в която и да е медия по инициатива на доставчик на услуги и под неговата редакционна отговорност и контрол.

Изключение тук бе въведено за периодичните публикации, които се публикуват за научни или академични цели – като например научни списания, и те не са публикации в пресата в този аспект.

Директивата въведе новото право на авторите на произведения, включени в публикация в пресата, да получават подходящ дял от приходите, които издателите на тези публикации получават за използването на техните публикации в пресата от доставчиците на услуги на информационното общество. В чл. 16 бе уредено правото на

справедливо обезщетение с изискването, че когато един автор прехвърля или отстъпва свое право на издател, прехвърлянето или лицензията представляват достатъчно правно основание за издателя да има право на дял от обезщетението за действителното използване на произведението по силата на изключение или ограничение на прехвърленото или отстъпеното право (Директива (ЕС) 2019/790 от17 април 2019 г.).

Законът за авторското право и сродните му права в България (ЗАПСП)

Законът за авторското право и сродните му права в България дава рамката за авторското право върху периодични издания и енциклопедии. В чл.10 се казва, че авторското право върху периодични издания и енциклопедии принадлежи на физическото или юридическото лице, което осигурява създаването и издаването на произведението. Авторското право върху включените в такова произведение отделни части, които имат характер на произведение на литературата, изкуството и науката, принадлежи на техните автори (Закон за авторското право и сродните му права).

Авторското право върху сборници, антологии, библиографии, бази данни и други подобни принадлежи на лицето, което е извършило подбора или подреждането на включените произведения и/или материали, освен ако в договор е предвидено друго. Авторското право върху включените в такова произведение отделни части, които имат характер на произведения на литературата, изкуството и науката, принадлежи на техните автори. За включването на произведения или части от тях в такова произведение е необходимо съгласието на техните автори, освен ако законът не предвижда друго. Ако не е уговорено

друго, авторското право върху компютърни програми и бази данни, създадени в рамките на трудово правоотношение, принадлежи на работодателя.

Легалната дефиниция на понятието "бази данни" е в §2, т.13 от ЗАПСП и там база данни се определя като съвкупност от самостоятелни произведения, данни или други материали, подредени систематично или методично и индивидуално достъпни по електронен или друг път; компютърните програми, използвани за създаването или функционирането на бази данни, записите на отделно аудио-визуално, литературно или музикално произведение, както и събирането на звукозаписи с музикални изпълнения върху компактдиск не са база данни по смисъла на този закон.

ЗАПСП също така рамкира правата на производителите на бази данни, като се определят носителя на право и времетраенето му. Носител на правото е производителят на базата данни, а производител на база данни е физическото или юридическото лице, което е поело инициативата и риска за инвестиране в събирането, сверяването или използването на съдържанието на база данни, ако това инвестиране е съществено в количествено или качествено отношение.

Правата по чл. 93в продължават 15 години. Срокът започва да тече от първи януари на годината, следваща годината, през която е завършено създаването на базата данни. В случай че базата данни е била разгласена по какъвто и да е начин преди изтичането на срока, той започва да тече от първи януари на годината, следваща годината на разгласяването. Всяка нова съществена инвестиция в базата данни, която води до съществено изменение в съдържанието на базата данни, поставя началото на нов самостоятелен срок на закрила по отношение на частта, която е резултат на тази инвестиция (чл. 93б. и чл. 93з. от ЗАПСП).

Закон за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги

В Закона за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги, в сила от 01.01.2001 г. се дефинират няколко понятия. (§1 от Допълнителните разпоредби на ЗЗДПДПОРДМУ). Печатни произведения са „произведения, отпечатани върху хартия или друг носител по печатарски или подобен на него способ, включително и с брайлов шрифт за слепи", издател е „физическото или юридическото лице, което организира възпроизвеждането на произведение и осигурява финансирането му“, производител е „физическото или юридическото лице, което произвежда тиражирани произведения за издател“. Периодични печатни произведения са „произведения – вестници и списания, излизащи в последователна поредица с интервал между отделните броеве не по- голям от 6 месеца“. (Закон за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги).

Казусът “МЕДИЯЗУУМ” ООД

След като уточнихме дефинициите, ще бъде разгледан един конкретен казус. Той е с предлагане на услуга и със сключването на договори за медиаклипинг (като общо понятие, което включва: пресклипинт, радио клипинг, телевизионен клипинг, интернет клипинг) и ще бъде анализиран в два аспекта.

Първият е дали има недобросъвестна търговска практика, когато дружеството предлага по същество публикации или части от тях, без да има права за това. Вторият е да се разгледа услугата като база данни, и

като такава да се разгледат произтичащите авторски права за нейния производител/създател, в случая посоченото дружество.

В Интернет пространството е наличен и свободно достъпен един от договорите на "МЕДИАЗУУМ" ООД[1] с Агенция "МИТНИЦИ". Договорът е достъпен на страницата на Агенция "Митници", в полето "Профил на купувача", доколкото това е публично предприятие. С публикуването на договора се огласяват и лични данни, а в него има и търговска тайна и информация, вкл. и цена на предлаганата услуга. Но може би с оглед на обществения интерес и на прозрачността при разходване на публични бюджетни средства договорите, сключвани от Агенция "Митници", като част от държавната администрация, са качени и достъпни на сайта на ведомството. (вж. в уебсайта на Агенция "Митници", секция "Профил на купувача").

Предметът на този договор е: „Изпълнителят ("Медиязуум" ООД) предоставя срещу заплащане на Възложителя следните услуги: Клипинг на печатни издания, радио и телевизионен клипинг, интернет клипинг..." Уточнени са параметри за достъп – през сайта на Изпълнителя www.mediazoom.bg с потребителски имена и пароли, които могат да се използват от неограничен брой служители на Възложителя. Услугите следва да се ползват изключително и само от служители на Възложителя. Уточнени са и медиите и информационните източници. За едногодишния срок на договора е уговорено заплащане в размер на 7 440 лв. без ДДС, или месечно – за услугата клипинг се заплаща 620 лв. без ДДС. В посочения договор съществуват клаузи, които засягат уреждането на авторски и сродни права в хода на осъществяването на тази дейност. (вж. в уебсайта на Агенция "Митници", секция "Профил на купувача")

[1] Така е юридическото лице, което е подписало договора, макар по-нататък в текста наименованието на дружеството да се изписва като "Медиязуум" ООД и това е коректното – б.а.

Съгласно чл. 5 от двустранния договор от 11.06.2015 г. Изпълнителят се задължава да получи всички необходими разрешения от носителите на авторски и сродни права за използване на създадените от тях обекти за целите на договора. Също така се задължава да урежда за своя сметка взаимоотношенията, включително и имуществените, с носителите на правата, както и евентуално възникнали и доказани по основание и размер техни претенции към Възложителя, породени във връзка с използването от Изпълнителя на обекти на авторски и сродни права.

Раздел VI. от договора е специално посветен на уреждането на възникнали права за Възложителя, възникнали по повод на изпълнението на Изпълнителя, под наименованието: "ИНТЕЛЕКТУАЛНИ ПРАВА". В чл.10 се посочва, че в случай че в рамките на изпълнението на задълженията на Изпълнителя към Възложителя по този договор, се създаде база данни /със снимков и/или текстов материал, информация или изображения/ за нуждите на Възложителя, правата върху нея принадлежат на Възложителя от момента на създаването й до момента на изтичане на срока на договора. Изпълнителят се задължава да съхранява и предоставя базата данни в такава форма, която да дава възможност на Възложителя да ги използва и занапред, но не по-късно от датата на изтичане на срока на договора.

Възложителят има "изключителното право да използва" по смисъла на ЗАПСП, за срока на действие на договора и за територията на цял свят, създадените от Изпълнителя в изпълнение на договорните задължения обекти на авторско и сродни права, като упражнява всички имуществени права, предвидени в ЗАПСП. Всички носители на информация (хартиени, електронни и други), създадени от Изпълнителя за Възложителя в изпълнение на договора, са собственост на Възложителя.

В договора са посочени каква е предоставяната услуга "клипинг", която включва клипинг печатни издания, телевизионен клипинг, радиоклипинг, интернетклипинг, в приложение са изброени внушителен брой информационните източници – както национални, така и регионални издания, с различна периодичност, блогове.

"Медиязуум" ООД счита тази своя дейност по предоставянето на услугата "клипинг" като създаване на база данни, чийто автор, а и производител е дружеството, което всъщност е вярно. Въпросът е дали тази база данни използва по надлежно уреден и възмезден начин творческите интелектуални продукти на други организации.

Базите данни са обект на авторското право като съвкупност от данни, произведения и/или материали, тъй като са плод на специални познания и усилия по събирането и подреждането им. Тези усилия са творческа дейност и затова авторът на базата данни като субект-носител на авторското право, притежава изключителното право върху своя творчески продукт.

Що се отнася до "особените права", по смисъла на ЗАПСП, те са описани в чл. 93б, ал. 2 от същия закон и предвиждат, че производител на база данни е физическото или юридическото лице, което е поело инициативата и риска за инвестиране в събирането, сверяването или използването на съдържанието на база данни, ако това инвестиране е съществено в количествено или качествено отношение. В изследването си върху рекламата и интелектуалната собственост Мария Маркова отбелязва, че *„обект на закрила са само значителните инвестиции, а именно: значим финансов ресурс под формата на капиталовложения; значим разход на труд – квалифициран труд, специализирани познания и умения на лицата, участвали в подбора, систематизацията и осигуряването на достъп до базата данни; значим разход на време – количествен критерий за необходимото време за създаването на*

базата данни, който кореспондира и със сложността на извършваните дейности" (Маркова, 2016: 86).

Друг същностен аспект е какви характеристики трябва да притежават базите данни, за да бъдат защитени съгласно правото sui generis? Експерти и изследователи от катедра „Творчески индустрии и интелектуална собственост" на УНСС ги рамкират в изданието „Интелектуална собственост в дигитална среда" така: *„На първо място, базата данни трябва да представлява сбор от самостоятелни данни. На практика това означава, че отделни елементи, които не взаимодействат помежду си, се съхраняват в база данни. На второ място, тези данни в базата данни могат да бъдат произведения, защитени от авторското право, както и данни, които не са под закрилата на авторското право, или други материали, включително такива, които са обществено достояние. Трето, елементите в дадена база данни трябва да са индивидуално достъпни. Четвърто, в обхвата на определението са включени както електронни, така и неелектронни колекции или бази данни.*

Накрая, самостоятелни произведения в базата данни трябва да бъдат организирани по систематичен или методичен начин. Поставянето на случайна информация и елементи в каре няма да създаде база данни. От друга страна, може да се твърди, че един вестник е база данни, тъй като статиите в него (самостоятелни и индивидуално достъпни творби), са организирани по систематичен начин (вътрешни новини, външни новини, спортна страница и т.н.)".

Правото sui generis защитава съдържанието на базата данни – т.е. данните, които влизат в базата данни.

Цитираният публичен документ – двустранен договор, и теоретичните постановки, пораждат много въпроси за анализ.

На първо място – важно е да се отбележи, че "Медиязуум" ООД изрично декларира, че е уредило/получило всички необходими разрешения от носителите на авторски и сродни права за използване на създадените от тях обекти за целите на договора, а също е уредило за своя сметка взаимоотношенията, включително и имуществените, с носителите на правата. Този факт, обаче, е непроверим за другата страна по договора. Още повече, че е предвидена опцията да се уреждат за сметка на дружеството евентуални претенции от трети лица, при доказани факти. Това носи риск за бъдещи предявявания на претенции от съответните информационни източници.

От авторските права на "Медиязуум" ООД като автор на база данни произтичат други изключителни права, които дружеството прехвърля на своя контрагент, да използва за срока на договора. Тук авторът прехвърля на друго лице правото на използване на създаден от него обект на авторското право, с този договор, може би и в ролята си на производител на базата данни.

Въпреки че не е мястото в този договор да се уточнява начина и подхода на заплащане за използването на чужда интелектуална собственост, в него са посочени крайни цени за клиента на услугата. Дори и бегъл поглед на неикономист установява, че сумата от 620 лв. на месец, без ДДС, е твърде малка, ако се заплаща за всички изброени информационни източници в Приложението към договора, което обхваща внушителен брой електронни и неелектронни издания.

Що се отнася до критериите за значимост на финансовите ресурси, тук също има основателни съмнения. Както ще стане ясно от решение на Комисията за защита на конкуренцията, инвестирането като финанси се твърди, че е само закупуването на една бройка от всички печатни издания. Това далеч не е значима инвестиция. Също спорен аспект е и времето, което се влага като усилия и разход на труд, тъй като това би

могло да се върши не само от човешка работна сила, а и от технология, което го прави по-бързо и по-ефективно.

И съвсем спорен е въпросът за творческия елемент при създаването на бази данни-клипинг – тук се подбират относими към съответното фирмено задание факти и откъси от публикации, повече по критерии присъствие на ключова дума, наименованието на фирмата и други елементи, обичайно зададени от клиента, а това не е творчески елемент на автора на базата данни.

Тук би могло да се направи аналогия с новините като информационни факти и подреждането и подбора им за една новинарска емисия. Но съществената разлика е, че новините не притежават авторски права, а творческият елемент е в уникалната подредба на новинарските обекти в съответната емисия. При така създадена база данни авторските права върху нея са на автора на цялостния продукт новинарска емисия, и съответно на радио или телевизионната организация. При организацията на една емисия не се заплащат сродни права за новината като такава, но в много случаи се заплаща абонамент за международни информационни агенции, които всъщност би трябвало да притежават сродни права върху тях. В този аспект, при цитирането на една новина, професионализмът задължава да се посочи източника й, което по същество е неимущественото право на автора. А имайки предвид и факта на заплащане за този вид информационна услуга, то тогава са уредени и имуществените права. Доколкото авторските права на журналиста вероятно са прехвърлени на съответната агенция – като работодател, напр., то тогава сродните права са уредени.

При пресклипинга съответната организация/фирма, която осъществява дейността по събирането и компилирането на части от текстове, било то писмени или мултимедийни, всъщност би трябвало да урежда възмездно и по пропорционален на използването начин

заплащането на сродни права на съответната медийна организация или издател. В този смисъл се уреждат сродните права за продуциращите организации. А при пресклипинга, радио- и телевизионните такива, се посочва точно наименованието на изданието, авторът на съответната публикация, а също и страницата на вестника, времето и името на предаването. В този аспект се изпълнява задължението да се посочват авторите.

4. Производство пред Комисията за защита на конкуренцията (КЗК)

Втора отправна точка за анализ на създаването на информационни масиви и възмездното им предоставяне срещу заплащане на различни организации, като основата на тези масиви са вече разгласени публикации или произведения, е дали тази дейност е лоялна търговска практика, в съответствие със Закона за защита на конкуренцията. Защото дадена организация селектира и продава авторски продукти или части от тях, правата за които не притежава, на трети лица.

В този аспект, още през 2017 г., издатели на печатни издания сезират Комисията за защита на конкуренцията, като производството е по чл. 29 и чл. 36 ал. 1 от ЗЗК.

Искането е от "168 часа" ЕООД срещу „Агенция Кросс“ ООД, „Фокус Нунти“ ООД, „Медиязуум“ ООД и „Медиа Монитор“ ООД - медиа мониторинг, по Глава 7 от ЗЗК. КЗК разглежда в редовно заседание на 26 юли 2018 г. преписка КЗК № 1069/1070/17 г./89/90/18 г. и излиза с Решение № АКТ-818-26.07.2018 (Източник: електронен уебсайт на Комисията за защита на конкуренцията - http://reg.cpc.bg/Dossier.aspx?DossID=300051899).

Производството обединява четири аналогични жалби и производства: Преписка № КЗК/1069/2017 г., образувана на основание

чл. 94, ал. 1 във връзка с чл. 38, ал. 1 т. 3 от Закона за защита на конкуренцията по искане на „168 часа“ ЕООД за установяване на евентуално извършени нарушения по чл. 29 и чл. 36, ал. 1 от ЗЗК от страна „Агенция Кросс“ ООД, Преписка № КЗК/1070/2017 г. - за „Фокус-Нунти“ ООД, Преписка № КЗК/89/2018 г - за „Медиязуум“ ООД, и Преписка № КЗК/90/2018 г., за „Медиа Монитор“ ЕООД. И при четирите преписки се изисква постановяване прекратяване на нарушението и налагане на предвидените в закона санкции.

По същество производството е по Глава Седма – Забрана за нелоялна конкуренция, и тези клаузи от Закона за защита на конкуренцията, които засягат недобросъвестни търговски практики в ущърб на конкуренти и нелоялно привличане на клиенти. Поради това производството е по чл. 29 от ЗЗК**,** който постулира, че се забранява всяко действие или бездействие при осъществяване на стопанска дейност, което е в противоречие с добросъвестната търговска практика и уврежда или може да увреди интересите на конкурентите, и по чл. 36, ал.1 - забранява се осъществяването на нелоялна конкуренция, насочена към привличане на клиенти, в резултат на което се прекратяват или се нарушават сключени договори, или се осуетява сключването им с конкуренти.

С Протоколно Определение № 360/22.03.2018 г. Комисията за защита на конкуренцията обединява горепосочените преписки, доколкото са с общ предмет, като новата преписка се води под № КЗК/1069/1070/2017/89/90/2018 г. Същността на искането е: „168 часа“ ЕООД посочва, че е издател на печатни издания и регистрант на домейна „24chasa.bg“. Предметът на дейност на дружеството се определя като издателска и печатарска дейност, като съгласно чл. 10 във връзка с чл. 3, ал. 2 и чл. 5, изр. 2 от ЗАПСП авторското право върху произведението принадлежи на неговия издател. Твърди се, че в редакционното каре на

всеки екземпляр от вестник „24 часа“ е посочен издателят – „168 часа“ ЕООД, като изрично е посочено, че препечатването на текст или снимка без писмено съгласие от издателя е забранено. Дружеството посочва, че съгласно чл. 18, ал. 2, т. 1 ЗАПСП, във връзка с §2, т. 3 ДР на ЗАПСП запаметяването на екземпляр от произведението под цифрова форма на електронен носител е форма на използването му посредством възпроизвеждане.

Според „168 часа“ ЕООД, съгласно законовата разпоредба на чл. 35 от ЗАПСП, за използване на произведенията следва да е получено предварителното съгласие на автора, като такова съгласие „168 часа“ ЕООД не е предоставяло на „Агенция Кросс“ ООД, „Медиязуум“ ООД, „Фокус Нунти“ ООД и „Медиа Монитор“ ЕООД. По отношение на „Медиязуум“ ООД се твърди, че извършва пълен медиа мониторинг на всички национални и регионални печатни издания, като публикациите са достъпни на www.mediazoom.bg в 7:30 часа в деня на излизане на изданията. Това е видно от материал, поместен на интернет страницата на дружеството – http://www.mediazoom.bg/#media-monitoring. Материалът съдържа информация за изданието, автора на статията, датата на публикацията, както и сканирано изображение на страницата, в която е тя. Всички материали за деня могат да бъдат намерени на уеб сайта на агенцията. От справка за домейн в интернет сайта www.register.bg „168 часа“ ЕООД установява, че регистрант на домейна www.mediazoom.bg е „Медиязуум“ ООД.

„168 часа“ ЕООД определя предлагането на услугата „пресклипинг“ като: Извадка по дадена тема от всички печатни издания на пазара или публикувани статии по темата. Обикновено се използва за печатните издания, но започва да навлиза и в Интернет медиите., а медиа мониторинг като ежедневен, седмичен или месечен мониторинг на медии – печатни, електронни и онлайн, по конкретни теми или

ключови думи. Посочват се ключови думи или теми и на клиентите се предоставят кратки резюмета на статиите на български и/или чужд език; сканирани копия на някои или всички публикации от мониторинга; анализ на присъствието в медиите и публичния образ на поръчващата компания и/или на конкурентите й. Според подателя на искането, при предоставяне на услугата печатното издание се сканира напълно и се поставя в интернет среда на интернет страницата на компанията, предоставяща услугата, за да може клиентът да чете съдържанието на изданието. Достъпът до това съдържание е платено и защитено с парола за достъп, която се предоставя на получилия достъп потребител.

„Медиязуум“ ООД е предоставил свое становище по преписка № КЗК/89/2018 г., като се аргументира, че за да е приложим някой от съставите на нелоялна конкуренция, конкретно посочени в Глава Седма от ЗЗК, следва да е налице общото изискване, регламентирано в чл. 29 от ЗЗК за наличие на конкуренция между страните. Твърди, че за да са налице конкурентни отношения, страните следва да извършват своята стопанска дейност на един и същ съответен пазар.

Ответното дружество изтъква, че със „168 часа“ ЕООД не са конкуренти на един и същ продуктов или географски пазар по смисъла на §1, т. 15 от ДР на ЗЗК, тъй като двете дружества не предлагат взаимозаменяеми стоки или услуги. Твърди се, че „Медиязуум“ ООД не извършва издателска или печатарска дейност, какъвто е предметът на дейност на подателя на искането, нито предлага същите или сходни на неговите продукти или услуги, а именно: създаване, публикуване и разпространение на новини, мнения, авторски анализи с общо-информационна или специализирана насоченост, както и реклама. „Медиязуум“ ООД извлича и анализира вече публикувано медийно съдържание по зададени от негови клиенти критерии. Според ответника, двете дружества оперират на вертикално свързани пазари, доколкото

услугата, предлагана от „Медиязуум“ ООД, използва като ресурс продукта, предлаган от молителя и неговите преки конкуренти, т.е. дейността на двете дружества е насочена към задоволяване на различни потребности на клиентите. Изтъква, че само́ по себе си, осъществяването на медиен мониторинг и в частност – на пресклипинг, е законосъобразна дейност, включваща и медиен мониторинг. Обстоятелството, че пазарното положение на печатните медии в дигиталната епоха се променя, тъй като потребителите се насочват към нови видове медии (електронни и онлайн) или нови видове информационни услуги, които задоволяват по-пълно или по-широк кръг техни потребности, не може да се квалифицира като нелоялна конкуренция.

Основният предмет на дейност на „Медиязуум“ ООД е свързан с търсене, събиране, съхранение и изследване на информация, медия мониторинг, изследване и анализ на медийното присъствие; изготвяне на анализи, базирани на събрана информация; изграждане и съхраняване на информационни архиви от 2008 г. и към настоящия момент. В периода 2016 г.-2017 г. „Медиязуум“ ООД предоставя услугата медия мониторинг и клипинг на въз основа на сключени договори (част от които след провеждане на обществени поръчки по реда на ЗОП). Дружеството не винаги сключва договори за предоставянето на посочената услуга. Понякога предоставя услугата на база заявка по телефон или електронна поща, съгласно представени с писмо вх. № към КЗК-1069/19.02.2018 г. заявки за предоставянето на медия мониторинг и фактура.

„Медиязуум“ ООД предлага следните услуги:[2]

[2] Медиа мониторинг – процес на проследяване и събиране, анализиране и структуриране на нужната информация. Състои се в набавяне, прочитане, гледане ислушане на медиите, зададени от всеки клиент. Материалите се разпределят в електронни клиентски досиета за всеки клиент според критериите, които той е задал.

Определящо за наличието на конкурентни отношения между страните е обстоятелството дали е налице взаимозаменяемост между предлаганите от тях стоки и услуги както от гледна точка на предлагането, така и от гледна точка на търсенето. От гледна точка на предлагането следва да се разгледат продуктите и/или услугите, предлагани от страните в производството.

Комисията за защита на конкуренцията счита, че „168 часа“ ЕООД - от една страна, и „Агенция Кросс“ ООД, „Фокус Нунти“ ООД, „Медиязуум“ ООД и „Медиа Монитор“ ЕООД - от друга, не се намират в конкурентни отношения помежду си, поради което не е изпълнен общия състав на чл. 29 от ЗЗК. При това положение не могат да намерят приложение и специалните разпоредби по Глава седма „Нелоялна конкуренция” от ЗЗК. В такъв случай Комисията не следва да анализира по същество поведението на ответните дружества, за които се отнасят твърденията, тъй като те засягат отношения на страните по преписката,

---

Мониторинг на интернет сайтове – това е процес на четене на материали от интернет страници в българското интернет пространство, тяхната обработка и анализ дали отговарят на критериите на клиента. **Медиа анализ -** услугата представлява процес на анализ на всеки отделен материал от медийния мониторинг. Критериите за анализ се задават от клиента и са индивидуални за всеки клиент. За предоставяне на анализи за определен времеви период „Медиязуум“ ООД изготвя архив, чрез който да прави анализа. Периодичността на изготвяне се определя от клиента - може да бъде седмично, месечно, тримесечно или годишно.

Пресклипинг - това е процесът на набавяне, проследяване и събиране, анализиране и разпределяне на информация от печатни медии. Процесът започва с набавяне на печатните издания, нужни на „Медиязуум“ ООД за събиране на информацията. За целта „Медиязуум“ ООД има сключен договор за абонамент с доставчик на печатни издания и заплаща месечен абонамент за доставените издания. Печатните издания се набавят всяка вечер, като прочитането, обработката, анализа и разпределянето на материалите се извършват от служители на „Медиязуум“ ООД. **След прочитане, анализ, обработка и разпределяне, материалите се поставят в защитени с потребителско име и парола и до тях достъп има само конкретният клиент, за който се отнасят материалите. Материалите съдържат данни за източника - изданието, автора на материала, датата на публикуване. След приключване на процеса прес клипинг, се анализират данните за всеки отделен клиент и се закупуват изданията, в които има материали, отговарящи на критериите на клиента.**

Мониторинг на радио и телевизия - това е процес на гледане и прослушване на радио и телевизионни канали, обработка и анализ на материалите, отговарящи на критериите на клиента. Процесът започва с гледане и прослушване на радио и телевизионните канали. Информацията се търси в българските печатни, радио, телевизионни и интернет медии. Събраната информация се категоризира по теми, на база на предварително дефинирани от клиент ключови думи, изследват се различни характеристики като тоналност, площ, рекламен еквивалент и др., и на тази база се правят изводи за медийното присъствие на клиентите на „Медиязуум“ ООД.

свързани с авторското и сродните му права по ЗАПСП, а не като конкурентни предприятия. Поради това Комисията приема, че „Агенция Кросс“ ООД, „Фокус Нунти“ ООД, „Медиязуум“ ООД и „Медиа Монитор“ ЕООД не са извършили нарушение по чл. 29 и чл. 36, ал. 1 от ЗЗК. **Комисията за защита на конкуренцията постановява решение и за четирите юридически лица, в т.ч и „Медиязуум“ ООД, че не е извършено нарушение по чл. 29 и по чл. 36, ал. 1 от ЗЗК.**

Заключение

В този казус Комисията за защита на конкуренцията прави анализ на действията, които извършва „Медиязуум“ ООД, по разделителната линия лоялна/нелоялната конкуренция, като оценява дали компаниите оперират и извършват дейност на едни и същи географски и продуктови пазари.

„Медиязуум“ ООД извлича и анализира вече публикувано медийно съдържание по зададени от негови клиенти критерии, и дори само този критерии – клиенти, подсказва, че те не са предназначени за неограничен брой потребители. Двете дружества се счита, че оперират на вертикално свързани пазари, доколкото услугата, която предоставят медиите, е свързана с географския пазар, а услугата на медиаклипинга е свързана с ограничен брой клиенти. Относно вида продукт, предлаган от „Медиязуум“ ООД – дружеството използва като ресурс продукта, предлаган от съответния издател и неговите преки конкуренти, т.е. дейността на двете дружества е насочена към задоволяване на различни потребности на клиентите.

Доколкото производството е по клаузи от Закона за защита на конкуренцията, които засягат недобросъвестни търговски практики в ущърб на конкуренти и нелоялно привличане на клиенти, то изходът е предизвестен. Тези предприятия – в случая дружеството “Медиязуум”

ООД и съответните негови клиенти за тази услуга, очевидно не работят на един и същи продуктов и географски пазар. Те не са конкурентни предприятия, и затова няма как да има произнасяне за недобросъвестна търговска практика. Поради това и КЗК не анализира по същество пазарното поведение на двете посочени дружества.

Отношенията между „Медиязуум" ООД и контрагентите му са отношения, свързани с авторското и сродните му права по Закона за авторското право и сродните му права, а не с нарушаване на принципите на лоялната конкуренция.

С предлагането на услугата медиен клипинг всъщност не може да се твърди нарушаване на неимуществени права, доколкото при базите данни от публикации или части от тях се обозначават наименованията на изданията, авторите и страницата, на която е публикуван текста/респектвно наименованието на радио- или телевизионното предаване. Изследваното дружество „Медиязуум" ООД - като производител на база данни, дори предприема мерки за охраняване на търговската тайна за своя продукт като автор - достъпът е условен, само с пароли и само за съответните клиенти.

Ако следваме логиката на Комисията за защита на конкуренцията, че не става въпрос за нарушаване на принципите на конкуренцията, а казусът е от авторско-правен характер, то остава въпросът за пресклипинга като обект на закрила, поради факта, че извършените инвестиции като финансови средства, човешки труд и време не смятам за значителни, по смисъла на чл.93б ал.2 от ЗАПСП. **И тогава би трябвало производство да е стартирано не по Закона за защита на конкуренцията, а по Закона за авторското право и сродните му права.**

Използвана литература

МАРКОВА, Мария (2016), *Рекламата като интелектуална собственост*. София: Издателски комплекс – УНСС. [Markova, Maria (2016). Reklamata kato intelektualna sobstvenost.

ТАБАКОВА, Весела, Георги **ЛОЗАНОВ,** Мария **НЕЙКОВА**, Снежана **ПОПОВА** (2005).
Език на медийната регулация, 123 термина. София: Център за независима журналистика. [Tabakova, Vesela, Georgi Lozanov, Maria Neykova, Snezhana Popova (2005). Ezik na mediinata regulatsia. 123 termina.]

Използвани източници

ЕТИЧЕН КОДЕКС НА БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ. https://www.economedia.bg/news.php?guid=802558 (посетен 21 юни 2022).

В. „24 ЧАСА”. Бизнес на гърба на печата: фирми продават на клиенти сканирани вестници. https://news.lex.bg/pregled-na-pechata/бизнес-на-гърба-на-печата-фирми-продав/ (посетен 21 юни 2022). [V. ’24 chasa’. Biznes na garba na pechata: firmi prodavat na klienti skanirani vestnici]

ДИРЕКТИВА (ЕС) 2019/790 от 17 април 2019 г. https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/BG/TXT/?uri=CELEX:32019L0790 (посетен 21 юни 2022). [Direktiva (ES) 2019/290]

ЗАКОН ЗА АВТОРСКОТО ПРАВО И СРОДНИТЕ МУ ПРАВА. https://lex.bg/laws/ldoc/2133094401 (посетен 21 юни 2022). [Zakon za avtorskoto parvo i srodnite mu prava]

ЗАКОН ЗА ЗАДЪЛЖИТЕЛНОТО ДЕПОЗИРАНЕ на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги.
https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2134956545 (посетен 21 юни 2022). [Zakon za zadalzhitelnoto depozirane na pechatni i drugi proizvedeniya i za obyavyavae na razprostranitelite I dostavchicite na mediini uslugi]

АГЕНЦИЯ “МИТНИЦИ”, секция „Профил на купувача“. https://customs.bg/wps/portal/agency/home/buyer-profile/customer-profile-do-31122017/contracts-chl.14.al5/contracts-chl.14.al5-2015 (посетен 21 юни 2022). [Agentsia ‘Mitnici’]

КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА. http://reg.cpc.bg/Dossier.aspx?DossID=300051899 (посетен 21 юни 2022). [Komisiya za zastita na konkurentsiata]

Диляна Кирковска е асистент в катедра „Радио и телевизия“ на Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет.

Diliana Kirkovska is an assistant professor at the *Radio and TV* Department, Faculty of Journalism and Mass communication, University of Sofia.

БРАЗИЛСКОТО *СИНЕМА НОВО* И КРИТИЧЕСКАТА РЕФЛЕКСИЯ (ПРИНОСЪТ НА ПАУЛО ЕМИЛИО САЛЕС ГОМЕС И АЛЕКС ВИАНИ)

Боряна Матеева

THE BRAZILIAN *CINEMA NOVO* AND THE FILM CRITICS' REFLEXION. (THE CONTRIBUTION OF PAULO EMILIO SALLES GOMES AND ALEX VIANY)

Boryana Mateeva

Резюме: За разцвета на бразилското Синема ново и световното му признание в началото на 60-те години фундаментална роля изиграват двама големи критици и историци на киното Пауло Емилио Салес Гомес и Алекс Виани. С ерудицията си, познанията си за световното кино, активната си критическа дейност и „борбената синефилия“ те възпитават и насочват прохождащите режисьори в търсене на национална идентичност в съзвучие с революционното обновление на киноезика, дошло по линия на неореализма и Новата вълна. Приносът им за запознаване на обществото с филмовото наследство, новите филмови течения, създаването на модерна филмотека, инстиуционализирането на кинообразованието и създаването най-стария днес кинофестивал в страната е неоспорим.
Ключови думи: Синема ново, Пауло Емилио Салес Гомес, Алекс Виани, френска Нова вълна, италиански неореализъм

Abstract: In the 50-ies and beginning of the 60-ies two great film critics and historians Paulo Emilio Salles Gomes and Alex Viany have a fundamental impact on the Brazilian Cinema novo and influence its flourishment and world recognition. With their erudition, knowledge of world cinema processes, huge critic's activity and "militant cinephily" they educated and guided the young directors towards professional achievement and the search of national identity applying originally the lessons of the Italian neorealism and the French New wave. Their contribution to the revelation of the national film legacy, the new film movements, the foundation of a modern Film archive, the inauguration of the film education in Brazil and the oldest film festival in the country is undeniable.
Keywords: Cinema novo, Paulo Emilio Salles Gomes, Alex Viany, French New Wave, Italian neorealism

За формиране на идейната платформа на Синема ново фундаментална роля изиграват двама водещи в своето време критици и

историци на киното – Пауло Емилио Салес Гомес и Алекс Виани. Изследователите единодушно ги сочат като предтечи на движението, които с ерудицията, статиите, книгите, филмите (случая с Виани), но най-вече с вдъхновяващото си присъствие и активност в културната среда проправят пътя на бъдещите режисьори. Процесът е подобен на генезиса на френската Нова вълна от средата на 50-те години на XX век – революционните възгледи за киното се раждат първо в лоното на критическата рефлексия, от ядро критици, които предусещат и задават посоката на промените. Както е известно, в началото на 50-те години в центъра на дебатите за кино във Франция застава Андре Базен, „духовен баща" на Новата вълна и съосновател на знаменитото списание *Cahiers du cinéma* през 1951 г. В динамичния бразилски пейзаж по същото време се открояват имената на Пауло Емилио Салес Гомес и Алекс Виани, който се занимава и с режисура. Разбира се, тази аналогия е много обща и няма да навлизаме в подробности относно различията, коренящи се в социалния и културен контекст. Само ще споменем, че членовете на Синема ново нямат свое списание, пишат в различни вестници и списания, но по-късно ще заявят платформата си в различни статии и манифести, каквито липсват при французите.

Макар че Пауло Емилио Салес Гомес (1916-1977) е известен извън Бразилия с работите си върху френското кино и по-точно с биографията на Жан Виго, той посвещава огромната част от усилията си да запознава публиката с бразилското кино и да го популяризира. Историк, критик, преподавател по кино, есеист и политически активист, той е автор на два фундаментални труда „70 години бразилско кино" (1966, в съавторство с режисьора Адемар Гонзага) и „Умберто Мауро, Катагуасес[1],

[1] Cataguases е община в югоизточната част на щата Минас Жераис, днес главно индустриален център. През IXX век е известен главно с кафеените си плантации.

Синеарте[2], ” (1974) – критическа биография на един от пионерите на бразилското кино и изследване на ролята на списанието *Cinearte* за развитието на това кино. В тази книга той формулира нова концепция за бразилското кино, като го включва в по-широк социален и културен контекст. Пише и няколко програмни статии, които ще споменем по-долу.

Още много млад Пауло Емилио се включва активно в политическия и културен живот на Сао Пауло. Става член на Комунистическата младеж и важна фигура в студентското движение през 30-те години на миналия век. След Комунистическия бунт от 1935 г. е задържан след репресиите, наложени от президента Варгас, и хвърлен в затвора. През 1937 г. заедно с 16 затворници изкопават тунел и избягват. След три месеца заминава за Париж. По време на престоя си във Франция открива киното, благодарение на приятелството си с Плинио Сусекинд, голям синефил, съосновател на първия бразилски Киноклуб „Чаплин“ в Рио де Жанейро през 1928 г. Сусекинд го запознава с класическите образци на нямото кино, с филмите на Чаплин, със съветското кино, на Айзенщайн и много други. В този период се разочарова от комунизма, след като научава за репресиите на Сталин. Оттогава се разграничава от Бразилската компартия, макар че до края на живота си остава с леви убеждения. Завърнал се в Бразилия през 1940 г., се записва във Философския факултет на Университета в Сао Пауло и заедно с колегите си през 1941 г. започват да издават списанието *Clima*, което придобива голямо влияние сред интелектуалците в Сао Пауло. Там пише и първите си критики за кино. Младежите от списанието основават

[2] Cinearte е киносписание, допринесло много за развитието на бразилското кино.

първия Киноклуб в Сао Пауло, по образец на Клуба „Чаплин“. Но през 1941 заради цензурата клубът е затворен.

40-те са период в който Пауло Емилио се занимава активно с политическа дейност. През 1946 отново заминава за Франция като стипендиант на френското правителство. От 1946 до 1954 е страстен посетител на френската Синематека, където се сприятелява с един от създателите й Анри Ланглоа. Сближава се и с Андре Базен, най-влиятелния френски критик и „инфлуенсър“, ако използваме тази модна дума, на режисьорите от Новата вълна. Но най-вече работи върху биография на Жан Виго. Книгата е написана на отличен френски и издадена през 1957. Трюфо признава, че тази „монументална книга за Жан Виго, неговия живот, неговото творчество“ е „най-хубавата книга за кино, която е чел.“ (Truffaut, 1954)

Когато се връща в Бразилия, младият критик носи в главата си определен проект и идея за своята реализация. Той е наблюдавал лично и отблизо дебата за киното в следвоенна Франция и тези впечатления му помагат да си изгради широк космополитен мироглед, както естетически така и по отношение на социално-историческия контекст. Той е проумял по всяка вероятност, че Базен, не само с теорията и рецензиите си, но и с цялостната си дейност сред младите обновява и издига кинокултурата. „Неговият интегрален критически проект изглежда е очаровал Салес повече от теоретичните му постановки“ – смята Мендес (Mendes, 2012: 87). А самият Салес Гомес свидетелства относно Базен: „За него киното беше обратното на един затворен свят, в който се намират всички референции.“ (Mendes, 2012: 87). След френския си период Салес Гомес избистря идеята си за важността на разпространението на кинокултурата и механизмите, по които това може да стане. В своето изследване

Мендес твърди, че с Базен „Повече от общ пантеон или концептуални формулировки ги сближава борбената кинофилия“ (Mendes, 2012: 87).

Пауло Емилио работи в много жанрове – критическото и политическо есе, пише дневник, дидактически текстове, журналистически статии, роман. Макар че творчеството му е малко по обем, теоретичните му идеи оказват пряко въздействие върху дебата за модерното бразилско кино. „Критикът и историк Пауло Емилио Салес Гомес е сред първите забелязали, че битката за кинопроизводството в Бразилия е неделима от общата политическа битка. В две основополагащи статии, публикувани през 1961 г. „Владетелят на пазара“ и „Колониална ситуация?“ той анализира социалните, икономически, политически и психологически бариери, пречещи на развитието на истинско национално кино.“, посочват Рандъл Джонсън и Робърт Стам (Johnson and Stam, 1995: 56). Въздействието на тези статии се усеща ясно в книгата на Роша „Критична ревизия на бразилското кино“ от 1963 г. Салес Гомес навсякъде открива и посочва знаците на неоколониална зависимост и ревностно настоява тази зависимост да бъде преодоляна.

Името на Салес Гомес се свързва и с основаването на Бразилската филмотека. Първият клуб (с богатия си фонд от филми и бурната си дейност) става практически основата за създаването на Бразилската филмотека. През 1946 г., след падането на Варгас, е основан Вторият киноклуб в Сао Пауло и филмотеката. Пауло Емилио помага клубът да влезе в Международната федерация на киноклубовете (FICC), а през 1948 г. и в Международната федерация на филмовите архиви (FIAF). Самият той става вицепрезидент на тази престижна организация през 1951 г. След завръщането си от Франция през 1954 г. става директор на *Cinemateca Brasileira*.

Освен дейността си по реставриране, опазване, колекциониране и популяризиране на бразилското и световното кино, Пауло Емилио сътрудничи ежеседмично на Литературната притурка на вестник *O Estado de São Paulo*. Колонката му е жива до 1965 г., а статиите му са събрани и публикувани в два тома през 1982 г.

През 1960 г. Пауло Емилио се премества в новопостроената столица Бразилия и през 1964 г. той, заедно с критика Жан-Клод Бернарде и режисьора Нелсон Перейра дос Сантос основават Аудиовизуален курс в Университета на Бразилия, първи от този вид. Година след това курсът е прекратен заради усложнената политическа обстановка след Преврата от 1964 г., но по-късно е възстановен.

И още – през 1965 г. Пауло Емилио основава Първата седмица на бразилското кино, която две години по-късно ще бъде преименувана на Феставал на Бразилия, най-старият в страната.

Когато Синема ново се появява на хоризонта, Пауло Емилио Салес Гомес вече е известен критик и политически активист, познат като яростен защитник на националното кино, пропагандиращ филмите, занимаващи се с корените на бразилската култура. Той активно участва в киноконгресите и критическите срещи през 50-те години на миналия век като радетел за кино, което да е борбено и не само да отразява, но и да променя бразилската действителност. Той е, както споменахме, централна фигура в основаването на Бразилската филмотека и Фестивала в столицата Бразилия, става професор в университетите в Бразилия и Сао Пауло, където преподава до края на живота си.

В знаковото есе „Киното: траектория в недоразвитостта", публикувано за първи път в сп. *Argumento* през 1973 г., Пауло Емилио блестящо анализира историческата еволюция на бразилското кино в общия контекст на изостаналостта, характеризиращ се с напрежението

между „колонизирани" и „колонизатори". Още в началото прави следното изявление: „Ние не сме нито европейци, нито североамериканци. При липсата на оригинална култура, нищо не ни е чуждо, защото всичко е. Нашата болезнена структура се развива в разредената диалектика на това да не бъдеш и да бъдеш някой друг. Бразилският филм участва в този механизъм и го променя чрез нашата творческа неспособност да копираме." (Johnson and Stam, 1995: 245). Отбелязва трите важни момента в развитието на бразилското кино: Bela Ероса, шаншадата и Синема ново. За Синема ново казва, че значението му е огромно, че е създало „цялостна и кохерентна аудио-визуална картина на абсолютното болшинство от бразилския народ […], митичен свят, изграден от бедната вътрешност на страната, градските коптори, предградията на долните класи, рибарските села, танцовите зали и футболните стадиони." (Johnson and Stam, 1995: 251). „Най-доброто в нашето кино все още произлиза от Синема ново" (Johnson and Stam, 1995: 254). – заключава той и посочва, че „Приятелството е имало важна роля за Синема ново". Завършва с това че „най-доброто в бразилското кино подхранва идентификацията с подтиснатия и поддържа критична дистанция спрямо подтискащия." (Johnson and Stam, 1995: 255).

Според Педро Симонар и двете страни от дейността му – критическите текстове в литературната притурка на *O Estado de São Paulo* и работата му в Бразилската филмотека стават основополагащи за осъзнаването на Синема ново (Simonard, 2006: 51). „Синематеката в Сао Пауло беше Катедралата, Пауло Емилио Салес Гомес – папата… Четейки Пауло Емилио Салес Гомес открих връзката на Киното с Революцията и диалектичния смисъл на израза „синтез на изкуствата"– пише Глаубер Роша (Rocha, 1981: 289). Той приповдигнато обяснява как е бил вдъхновен от текстовете на Салес Гомес: „Книгата на Пауло

Емилио Салес Гомес за Жан Виго пусна на свобода мита за вечната революция в името на справедливостта и красотата.” (Rocha, 1981: 290). И друг режисьор, Марио Карнейро в интервю от 1993 потвърждава ролята му на „гуру” за младите: „В Европа се запознах с Пауло Емилио Салес Гомес, когото по-късно започнах да уважавам като може би най-големия наш критик. Беше на стаж в Синематеката (Френската филмотека). Пишеше книга за Жан Виго. След като прочетох тази книга, започнах да чета теория на киното.” (Simonard, 2006: 52)

Салес Гомес заразява младите и с любовта си към документалното кино. Като служител на филмотеката и понеже е бил голям ценител на английската документална школа, успява да докара в Бразилия всичко, което открива по света и да го покаже на жадуващите за информация синефили.

Всеки път, когато идва в Рио, момчетата от кръга Синема ново се събират около него за дискусии. Отношенията им са приятелски, но и йерархически, като между учител и ученици, изпълнени с възхищение и уважение. Давид Невес, който му става нещо като секретар, си спомня през 1993: „Четях много критика от Пауло Емилио. Всяка събота купувах притурката на *O Estado de São Paulo*. Пауло Емилио стана моят гуру завинаги.” (Simonard, 2006: 52).

Влиянието му се простира върху всички, но най-вече върху онези, които се занимават с кинокритика. Голямата историческа заслуга на Салес Гомес е, че е запознал групата на синемановистите със старите филми, с върховете на националното кино, с творчеството на Умберто Мауро и експериментите в култовия филм „Предели” (Límite, 1930). Маурисе Каповиля в разговор също признава ролята му на „учител”: „Пауло Емилио беше повече историк, социолог и рядко се впускаше в теоретични рефлексии за киното... Разглеждаше киното от политическа

гледна точка, през включването му в културата. Беше повече културолог, а не теоретик, специалист по езика в детайли." (Simonard, 2006: 53).

Салес Гомес оставя следа и като преподавател – негови бивши студенти стават едни от най-изявените имена на бразилската кинокритика. Сред тях са Мария Рита Галвао, Исмаил Шавиер и Жан-Клод Бернарде. На негово име е учреден медал, който се връчва на Фестивала на Бразилия. На него е посветена и незаобиколимия енциклопедичен сборник „Бразилското кино" със съставители и радактори Рандъл Джонсън и Робърт Стам, използван като помагало в американските университети.

В процеса на търсене на културна и историческа идентичност от страна на Синема ново Пауло Емилио изпълнява най-вече ролята на откривател – като критик, който из основи познава бразилското кино, той неуморно го представя и го защитава, но прави същото и по отношение на шедьоврите от световното кино. Влиянието му надскача границите на Сао Пауло и се разпростира из цялата огромна Бразилия. Роша го нарича свойски „бащата на Синема ново" (Rocha, 1981: 16) и той „без никакво съмнение - твърди и Симонар, - е един от бащите на поколението режисьори, участвали в това движение." (Simonard, 2006: 53).

През 2018 г. на английски излиза книгата „Пауло Емилио Салес Гомес: за Бразилия и глобалното кино" – поредно и свежо доказателство за интереса, който личността и дейността на критика предизвикват и до днес. Голямо значение за израстването и формирането на режисьорите от Синема ново има и влиянието на Алекс Виани[3] (1918-1992), което в много отношения е сходно с това на Салес Гомес. Двамата са от едно

[3] Истинското му име е Almiro Viviani Fialho, но е познат като Alex Viany – б.а.

поколение и се изявяват като активни и „войнстващи" критици. Виани е автор на основополагащия труд „Въведение в бразилското кино", публикуван за първи път през 1959. Колегата му Салес Гомес го определя като „първата бразилска филмография". Но освен прецизна и подробна, тя носи и емоционален заряд и показва отношението на автора към ценността на филмовото наследство, написана е дидактично, но страстно. Като журналист Виани основава вестника *O Diário da Noite.* През 1945 г. се премества в Лос Анджелис и работи като кореспондент от Холивуд за списанието *O Cruzeiro.* По това време се запознава с Орсън Уелс и бразилския дипломат Винисиус де Мораис, прочул се по-късно като поет, драматург, певец и композитор. През 1948 г. се връща в Бразилия.

Освен критик, той е и режисьор и с това повтаря пътя на френските критици от Новата вълна, превърнали се от хора пишещи за кино в правещи го – да споменем само Годар, Трюфо, Ромер, Ривет. През 1953 г. снима филма „Игла в копа сено" (Agulha no Palhero), който е възприет като събитие от бъдещите синемановисти и става своеобразен фундамент за по-нататъшното им развитие. Това е един от първите знаци за събуждането на бразилското кино, съвпадащ по ирония на съдбата с разпада на Студията „Вера Крус", наричана „Холивуд на тропиците". В този период режисьорите в Бразилия започват да се стремят към едно независимо, по-занаятчийско кино, извън ограниченията на индустриалните форми, които в Бразилия никога не са били доминиращи. (Johnson and Stam, 1995: 32). „Игла в копа сено" е първият филм, който прилага уроците на неореализма в бразилското кино: непрофесионални актьори в естествени декори, теми от живота на обикновените хора, естествен и прост киноезик, линейно фабулиране. С пълна сила този обрат към нов тип модерно кино ще направи малко по-

късно полудокументалният „Рио 40 градуса“ (1955) на Нелсон Перейра дос Сантос.

Влияние върху съзнанието на синемановистите оказват и следващите му филми „Улица без слънце” (Rua Sem Sol, 1954), епизодът от „Розата на ветровете” (Rosa dos Ventos, 1957) и „Слънце в калта” (Sol Sobre a Lama, 1963). Освен че се превръща в „критическа съвест“ на поколението, Виани поставя основата на теоретичните дискусии, като същевременно на практика показва и как се правят филми. Режисьорът Давид Невес потвърждава, че „Игла в копа сено” и „Улица без слънце” са имали голямо влияние върху Синема ново (Simonard, 2006: 54). Същото твърди и Глаубер Роша: „Игла в копа сено” отвори пътя за „Рио, 40 градуса” (на Нелсон Перейра дос Сантос). „Улица без слънце” затвори пътя на реакционната мелодрама *made in* „Атлантида&Сие”. „Роза на ветровете” […] отвори пътя за „Сух живот” (също на Нелсон Перейра дос Сантос)… „Слънце в калта” затвори пътя на популистката мелодрама…” (Rocha, 1981: 367)

Роша го нарича още и „крайъгълен камък” на бразилската културна теория, подобно на Салес Гомес. Той определя творчество му като „все по-задълбочаващо се и полемично отражение на смисъла на един бразилски реализъм” (Rocha, 2003: 79) и отбелязва, че със Салес Гомес са не просто кинокритици, но фактори, активно влияещи на културния живот. Възприема го като „бащата на Синема ново в Рио” (Rocha, 1981: 16). А Давид Невес определя „Въведение в бразилското кино” като „задължителното четиво”, от което членовете на Синема ново учат историята на бразилското кино (Simonard, 2006: 54). Виани разкрива, че освен шаншада и продукциите на „Вера Крус” в бразилската киноистория има майстори като Умберто Мауро, филми като „Предели“,

личности като Алберто Кавалканти, че то е жилаво и оцелява в превратни моменти.

За близостта му със синемановистите допринася и фактът, че е активен член на Бразилската комунистическа партия – това го сближава с онези младежи от Синема ново, които също са активисти или само симпатизират на партията: Леон Хирсман, Едуардо Коутиньо, Жоаким Педро де Андраде. Виани се ползва с уважение и когато е приет в групата, това се прехвърля върху всички членове на движението. Но Симонар отбелязва, че в този момент културната програма на Бразилската комунистическа партия се е приемала за „плехановска, сектантска и естетически реакционна" (Simonard, 2006: 55). По тази причина, въпреки че всички се определят като леви, изпитват известна неприязън към компартията. А Роша припомня, че преди да го приемат като „бащата от Рио", са го смятали за „сектант". (Rocha, 1981: 15).

От друга страна, понеже започва да снима през 50-те години на миналия век и продължава в началото на 60-те, синемановистите го приемат като един от тях, макар и по-възрастен. „Синема ново не е въпрос на възраст; то е въпрос на истина" – ще заяви Паоло Сесар Сарасени, цитиран от Роша (Rocha, 1981: 15). А Роша ще добави в образния си стил, че „Игла в копа сено" е „първият косъм от косата на Синема ново." (Rocha, 2003: 58). Роша разглежда мащаба на критическата му дейност във вечната опозиция Рио-Сао Пауло: „понеже работеше в Рио, сборният пункт на младите режисьори, той можеше да извършва разрушителна дейност против доминиращия манталитет на Сао Пауло (кино на елитите, индустриално и загладено), против шаншадата, […] против вноса на чужди режисьори, подкрепяни от бразилски интелектуалци, тип Камус…" (Rocha, 2003: 81).

Виани продължава да е активен и по време на втората фаза на Синема ново, когато въпросът за политическата ефективност става съдбоносен и се налага с пълна сила. В светлината на преврата от 1964 г. е трябвало да се преразгледа лявата политика. Докато в първата си фаза Синема ново поставя на екрана градския и селски пролетариат, то във втората се обръща навътре, към самоанализ и самокритичност. В интервю-дискусия със заглавие „Критика и самокритика“ (1966), между режисьора Жоаким Педро де Андраде и Алекс Виани двамата разсъждават за успехите и провалите на движението и смело обсъждат атмосферата на репресии (Johnson and Stam, 1995:73). Началото на дебата е за ефективността на „политиката на авторите“ в политическия смисъл. Публиката на Синема ново е главно от студенти и интелектуалци, докато обикновената публика остава хладна. В този смисъл Синема ново е подобно на Модернисткото движение от 20-те години на миналия век, което на теория призовава за демократизация на изкуството, но реално остава елитарно. Виани пита: „Вярно ли е, че така наречената теория на автора може да доведе до отчуждение? Говори се, че режисьорът, в търсене на авторство, на лично самоутвърждаване, може да избяга от изкуството за народа.“ Андраде отговаря недвусмислено: „Един филм, за да е истински политически инструмент, трябва първо да комуникира с публиката. Ако киното иска да е революционно, то трябва да достигне до потенциално революционните класи.“ После Виани отново говори за Модернисткото движение: „Действително, това движение се опита да потърси бразилски естетически решения за да достигне по-добре до народа. Седмицата на Модерното изкуство несъмнено направи реално усилие да намери бразилски език за бразилското изкуство, което би помогнало на това изкуство да достигне до повече от нашите хора. Макар че това не се

случи, движението от 1922 има огромно значение.“ После добавя, че „Синема ново е отблъснало първата публика, спечелена от бразилското кино, а това е народната публика на шаншадата. Тази публика просто не гледа филмите на Синема ново. Когато ги гледа, нито ги приема, нито ги разбира. Синема ново завоюва цял широк, нов сектор от по-интелектуални зрители, главно младежи и студенти. За съжаление, то се оказа неспособно да съчетае двете публики.“ Една от първите цели на движението е била да се изтъкне професията на режисьора в Бразилия, „да се даде измерение на киното“ като на „легитимна културна институция“. Това професионално и културно остойностяване е било постигнато. Виани отчита още, че бразилското кино има международно влияние, но „проблемът с бразилската публика остава нерешен.“ Де Андраде обръща внимание на факта, че подобна дискусия изглежда отчуждаваща във време когато „непосредствената реалност е толкова брутална.“ И добавя, че ако програмата за революционно действие – през филми, театър или книги е била успешна и истински достигаща до масите, „тази програма незабавно би била спряна.“ (Johnson and Stam, 1995: 75).

През 1989 г. е заснет документален филм за живота и делото на Виани (реж. Луис Роша Мело и Карлос Битенкур Пайва). В него са интервюирани големите имена на Синема ново: Карлос Диегес, Нелсон Перейра Дос Сантос, Давид Невес, Валтер Лима-младши. През 1999 г. от печат излиза книгата на Виани „Процесът Синема ново“, свидетелство за дълбоката му концептуална и човешка обвързаност със синемановистите. Проектът Синема ново, превърнал се във важен елемент от изграждането на културната идентичност на Бразилия, съдържа в себе си като същностен момент и необходимостта от идентификация с „бащите основатели“. Неукрепналите още режисьори

имат нужда от родствени връзки с „бащински фигури“. Всички изследователи сочат, че в този сложен процес Пауло Емилио Салес Гомес и Алекс Виани имат първостепенно значение. Синемановистите се облягат на наследството им и то изгражда у тях усещането за общи предци, за общо минало, а оттам и самочувствие, че са продължители на богата традиция.

Влиянието на двамата „бащи“ Салес Гомес и Алекс Виани върху членовете на движението е сходно, до голяма степен припокриващо се и така умножено по две се усилва още повече. И двамата, с широкомащабната си обществена дейност, ерудиция и съизмерването със световния контекст са били страстни защитници на националното кино и са успели да запознаят с неговите върхове бъдещите режисьори. Борили са се да изтъкват значението на корените, на доброто старо кино като основа за модерната киноизразност. И са умеели да общуват свободно и непринудено със синемановистите като им отдават щедро своя опит и знания. Били са вдъхновители, точните духовни водачи в точното време.

Използвана литература

DE ANDRADE, Joaquim Pedro and **VIANY**, Alex (1966). Criticism and Self-Criticism. Johnson, Randal and Stam, Robert (editors) (1995). *Brazilian Cinema.* New York: Columbia University Press, p.73.

GONZAGA, Adhemar **e SALLES GOMES,** Paulo Emilio (1966)**.** *70 Anos de Cinema Brasileiro*. Editora Expressão Cultura.

JOHNSON, Randal and **STAM**, Robert (editors) (1995). *Brazilian Cinema*. New York: Columbia University Press.

MENDES, Adilson Inácio (2012). *A crítica viva de Paulo Emilio*. (Tese de doutoramento apresentada ao Programa de Meios e Processos Audiovisuais do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicações e Artes). Sao Paulo: Universidade de São Paulo..

ROCHA, Glauber (1981). *Revolucão do Cinema Novo*. Rio de Janeiro: Alhambra/ Embrafilme.

ROCHA, Glauber (2003). *Revisão crítica do cinema brasileiro*. Sao Paulo: Casac&Naify.

SALLES GOMES, Paulo Emilio (1971). *Jean Vigo*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

SALLES GOMES, Paulo Emilio (1973). Cinema: A Trajectory within Underdevelopment. Johnson, Randal and Stam, Robert (editors) (1995). *Brazilian Cinema*. New York: Columbia University Press, p. 244.

SALLES GOMES, Paulo Emilio (1974). *Umberto Mauro*. Cataguases, Cinearte. Perspectiva.

SALLES GOMES, Paulo Emilio (1982). *Paulo Emílio: crítica no Suplemento Literário*. Embrafilme/Editora Paz e Terra.

SALLES GOMES, Paulo Emilio**, CONDE,** Maite, **DENNISON,** Stephanie (2018). *Paulo Emílio Salles Gomes: on Brazil and global cinema*. Cardiff : University of Wales Press

TRUFFAUT, François (1954). Petit journal intime du cinéma. *Cahiers du Cinéma,* t. VII, N 37.

SIMONARD, Pedro (2006). *A Geração do Cinema Novo. Para uma antropologia do cinema.* Rio de Janeiro: Mauad X.

VIANY, Alex (1987). *Introdução ao Cinema Brasileiro*. Rio de Janeiro: Embrafilme/Alhambra.

VIANY, Alex (1999). *O Processo do cinema novo*. Aeroplano Editora.

Боряна Матеева е филмов критик и преподавател по История на българската и световната анимация в НБУ и История на иберо-американското кино в НАТФИЗ. Работила е в Българска национална филмотека като съставител на месечната печатна програма и отговорен програматор на филмотечно кино „Одеон”. Има стотици публикации за българското и чуждестранно кино в специализирания печат. Автор на книгата „Анима.bg”, издание на НБУ, 2021. Сценарист на 4 документални филма. Докторант на самостоятелна подготовка.

Boryana Mateeva is a film critic and lecturer at NBU and NATFA. Research areas: animation and Latin-American cinema. She worked at the Bulgarian National Film Archive as a film expert, compiler and editor of the monthly program and head of programming of the Odeon cinema. Author of hundreds of articles on the Bulgarian and foreign cinema. Author of the book „Anima.bg”, edited by NBU, 2021. Scriptwriter of 4 documentaries. Independent PhD student.

ТВОРЧЕСТВОТО НА ЛАРС ФОН ТРИЕР И ТОМАС ВИНТЕРБЕРГ – БЪЛГАРСКИ МЕДИЕН ОНЛАЙН СПЕКТЪР НА ПРЕДСТАВЯНЕ НА „ДОГМА 95“

Елица Матеева

THE WORK OF LARS VON TRIER AND THOMAS VINTERBERG – BULGARIAN MEDIA ONLINE SPECTRUM ON THE PRESENTATION OF ‘DOGMA 95’

Elitsa Mateeva

Резюме: Настоящата статия има за цел да представи как в българските онлайн медии се интерпретира творчеството на датските режисьори Ларс фон Триер и Томас Винтерберг - създатели на Манифеста „Догма 95“. За емпирична основа са послужили български онлайн пространства, в които са отразени биографии на режисьорите, същността на „Догма 95“, анализират се кино творбите им или пък се описват изявите им, свързани с участия в международни филмови фестивали, получаване на номинации и отличия за определени кино творби.
Ключови думи: „Догма 95“, Ларс фон Триер, Томас Винтерберг, „Идиотите“, „Празненство“

Abstract: This article aims to present how the Bulgarian online media interprets the work of Danish directors Lars von Trier and Thomas Vinterberg - creators of the 'Dogme 95' manifesto. The empirical basis is Bulgarian online spaces, which reflect the biographies of the directors, the essence of 'Dogme 95', analyze their films or describe their performances related to participation in international film festivals, receiving nominations and awards for certain cinematic works.
Keywords: 'Dogme 95', Lars von Trier, Thomas Vinterberg, 'The Idiots', 'Celebration'.

Какъв е хоризонтът на представяне на едно направление в кино изкуството, което се развива като манифест с подробно изработена концепция и с два програмни филма, които неотлъчно се опитват да „изговорят“ кинематографично своя манифест? Какъв е портретът на родителите на манифеста „Догма 95“ Ларс фон Триер и Томас Винтерберг според българското медийно пространство и не на последно място какъв е роднят онлайн архив за тях? Как се пише за техните

експерименти в киното и какво място заемат творбите на Ларс фон Триер и Томас Винтерберг в разбирането на арт журналистите за съвременно кино бе ключовият въпрос, който си поставих да развия чрез този текст. За мен киното от страните на Северното сияние е европейската версия на японско хайку. В киното на тези държави присъства тиха монотонност, минимализъм, суровост, но под привидността на тази строгост се разгръщат провокативни картини, които съумяват да ни покорят и често да ни извадят от зоната на личния комфорт, а любопитството ми към „Догма 95“ е продиктувано от възможностите за изграждането на кино език, чрез ограниченията, които Ларс фон Триер и Томас Винтерберг изповядват в своя „Догма 95“ манифест.

Опитах се да селектирам автори и медии, които коментират темата и след потапянето в различни източници се развиха и определени посоки и обобщения. Сред тях има автори, които проследяват биографиите на Ларс фон Триер и Томас Винтерберг, и досущ като психоаналитици търсят връзка между определени фактически данни от битието им с конкретна творба. В определен брой материали коментарите за датските режисьори са резултат от тяхна фестивална проява, поведение, определена награда, чрез които се стига до припомняне на същността на „Догма 95“. Разбира се, има и публикации, които документират конкретна изява без да се развиват тези или да се анализират характеристиките и качествата на процесите, провокирали подобно поведение. Каква представа можем да изградим като публика за творчеството им според съдържанието на тези текстове е също възможна посока за коментар.

Как кинокритиката отразява „Догма 95“ и Ларс фон Триер и Томас Винтербег?

Няколко места в онлайн пространството са пример за публикации на текстове, в които автори, изучили и усвоили тънкостите на писането за кино общуват със зрителя с внимание и разбиране към материята. В сайтовете на вестник „Култура“, Портал „Култура“, както и в „Оперативното кино нет“, „Film society.bg“ се натъкнах на различни по формат и жанр текстове, които са дело на автори с експертна оценка в сферата на изкуството и в частност на киното. Тук бих откроила текстовете на Боряна Матеева, Геновева Димитрова, Екатерина Лимончева, Борислав Колев, Моника Вакарелова, Мирела Василева, Соня Александрова, Атанас Пунев. В един по-късен момент върху тези редове ще коментирам и текстове в интернет пространства за кино като „Другото кино“, „ kinoto.bg“ и „prozectia.com“. Не трябва да пропускаме и списания от рода на сп. „Кино“ и „Артизанин“, чиито броеве разгръщам с вълнение заради качествата им. Уви проектът „Артизанин“ бе кратък като живот, но открояващ се, докато списание „Кино“ премина в онлайн измерението. Преди десетилетия списание „Лик“ бе двигател на любопитството ми към света на киното - и този проект на БТА премина в своеобразни трансформации, а в настоящето не мога да разгадая алгоритъма му на поява на хартиен носител, защото все пак в мрежата на РЕП се среща.

През 2013 г. и 2017 г. в публикации в operationkino.net е отразена работата на младия киновед Мирела Василева, която провежда през съответните години цикъл от лекции в София, посветени на представители на датското кино като по-специално през 2013 почитателите на „Догма 95“ имат възможност да видят „Идиотите“- реж. Ларс фон Триер, „Празникът“ - реж. Томас Винтерберг и „Отворени сърца“ - реж. Сузане Биер. През 2017 г. в този цикъл са включени „Субмарино“ на Томас Винтерберг и „Европа“ на Ларс фон Триер. През 2019 г. във Варна бе последното издание на „5 и 1/2 скандинавски визии

за култура”- с акцент творчеството на Ларс фон Триер-варненските зрители успяха да си припомнят филмите му „Европа“, „Танцьорка в мрака“, „Антихрист“ и режисираният по негов сценарий от Томас Винтерберг „Скъпа Уенди“ (Статулов, kinoto.bg, 2019).

По повод модулите на Мирела Василева в съответния сайт авторката обръща внимание на принципите на „Догма 95“ като те се обобщават по следния начин „строги правила, които връщат филмите към класическите ценности: сюжет, актьорска игра и смисъл и абсолютно изключват специални ефекти и използването на високи технологии“ (Василева, operativnokino.net, 2013).

Разбира се, не бих пропуснала текстовете във в-к „Култура“ на авторите Борислав Колев и Боряна Матеева като два различни подхода към възприемането на „Догма 95“.

В свой текст за филма „Идиотите“ (Колев, Култура, 1999) киноведът и режисьор на документални и късометражни игрални Борислав Колев определя филма на Триер по следния начин: „Заглавието е изключително подходящо както за онова, което се случва във филма, така и за самия манифест.“ Обобщавайки рецензията му, авторът определя манифеста и филма на Триер като тотална безмислица: „когато един режисьор, вместо да снима читави филми, седне да пише сковаващи фантазията и чувствата манифести, пиши го бегал“ (Колев, Култура, 1999).

В друга посока поемат разсъжденията на киноведа Боряна Матеева отново на страниците на вестник „Култура“ в текста й „Догма 95“ - игра на кинематографичен фундаментализъм“ (Матеева, Култура, 2001).

За Боряна Матеева чрез постулатите на „Догма 95“, датската кино индустрия успя да намери път към сърцето на зрителя със своите малки истории от делника, които на първи прочит заслужават пренебрежение, защото са лишени от матриците на екшъна, кървави трупове и корав

диалог, но пък датското кино крие други прелести-маргиналното може да бъде много по-въздействащо от пищен обир, картечна пукотевица, защото „Догма 95“ без да иска се оказа анти холивудско екстази, фокусирано върху човека до нас. В своя анализ на същността на „Догма 95“ по повод няколко прожекции филми от направлението в рамките „София филм фест“, Боряна Матеева съпоставя манифеста на Ларс фон Триер и Томас Винтерберг с творческите търсения на Дзига Вертов и неговите съмишленици „кинооки“, анализира работата на датчаните в контекста на неореализма, френската нова вълна, младите немски режисьори, които през 1962 г. в Оберхаузен също полагат подписи под свой Манифест. Всички тези примери ни показват, че „Догма95“ е необикновен опит, който обогатява киното както с филми, така и с теория за законите, по които може или трябва да се снима. „Догма 95“ е очарователен закон, спазван от създателите му за кратък период, но пък последният провокира посоките, вероятните възможности да се снима кино - историите сякаш ни връхлитат направо от входната врата - неочаквано реалистично, в постановката им зрителят попада в непредвидена полифония от нетипични за възприятията му хоризонти на ситуиране и снимане.

За кинокритика и режисьор Борислав Колев Ларс фон Триер се е провалил с филма си „Идиотите“ и с „Догма 95“- любопитно е, че не споменава другия съратник на Ларс фон Триер – Томас Винтерберг при създаването на Манифеста. Борислав Колев употребява определени изрази, които излизат от добрия тон на кинокритиката, а и на сериозното издание, което винаги е пространство за аргументирани анализи. За автора на текста „Догма 95“, както и филмът на „Идиотите“ е тотален инфантилизъм, а правилата на режисьорите „изцепка“ на студенти-първи курс. Критическият текст е негативен, краен като разбиране за киното и предсказващ творческия крах на Ларс фон Триер. Авторът

обаче не се оказва прав, защото след „Идиотите“ Ларс фон Триер снима едни от най-силните си проекти като: „Танцьорка в мрака“, „Антихрист“ „Нимфоманката“, „Догвил“, а Томас Винтерберг спечели своите заслужени чуждоезични Оскар-и с „Ловът“ и „Още по едно“. Борислав Колев се оказва лош пророк по отношение на творческата кариера на режисьорите – може би е добре да осъществи упражнение за филм по принципите на Манифеста и ще усети магията на този род снимки-ограниченията създават нови възможности.

Докато София филм фест през 2001 г. изкушава зрителите с датско кино, в „Литературен Форум“, Васил Прасков и Александър Порталски са направили интересен обзор на селектираните заглавия, сътворен с езика на правилата „Догма 95“ (Порталски, Прасков, Литературен форум, 2001). Един от акцентите на текста са няколко заглавия, които са прожектирани по време на изданието с „Догма 95“ отпечатък: „Европа“, „Идиотите“, „Танцьорка в мрака“ и нещо малко по-различно-дава се оценка на два филма от направлението, включени в панорамата на „София филм фест“: „Последната песен на Мифуне“ на Сьорен Краг-Якобсен и „Италиански за начинаещи“ на Льоне Шерфиг. Прави впечатление, че авторът в ироничен, но с добра енергия съпоставя „Идиотите“ на Триер и „Последната песен на Мифуне“- между двата филма има нещо общо – персонаж с ментални отклонения, авторът е оценил по достойнства манифестния филм на Триер и определя филма на Якобсен като вторичен спрямо творбата на Триер. Що се отнася до „Италиански за начинаещи“ Прасков е много точен в оценката си: Шерфиг е заснела топъл филм, който ще се хареса на всеки зрител, защото е лишен от превзетост (Порталски, Прасков, Литературен форум, 2001).

Екатерина Лимончева и Геновева Димитрова пишат изключително интересни статии през 2013 г. за „Ловът“ на Томас Винтерберг. Те могат

да се открият в пространството на „Портал Култура“ и в онлайн архива на вестник „Култура“. Какво обаче е специфично за съдържанието им? В кратка, но пък емоционална аналитична анотация Г. Димитрова подрежда пъзела на „Ловът“ (Димитрова, Култура, 2013) като ни подтиква да потърсим повече данни за личния живот на Т.Винтерберг - особен е периодът, в който е заснета поредната му специална творба. Другият поглед е насочен към невероятния актьор Мадс Микелсен, който в съответната панорама на „София филм фест“ участва в няколко филма и във всеки от тях е забележителен като присъствие. В материала на Екатерина Лимончева (Лимончева, Портал Култура, 2013) читателят открива повече факти, т.е. тук познавателният кръгозор се разширява. Анализите са с разширени посоки: сценарий, социум, съпоставяне с работите на Ларс фон Триер, с дебюта на Винтерберг. Екатерина Лимончева дори ни предлага едно завръщане към киното на Фриц Ланг и криминалните истории или ако трябва да оценим отношението й към филма в контекста на потъването в теория и история на киното - получил се е онзи широк хоризонт, който би възнаградил читателя с необходимата доза аналитичност и фактология.

Във Filmsociety Анастас Пунев (Пунев, Filmsociety 2016) и Соня Александрова (Александрова, Filmsociety, 2021) са публикували рецензии за „Комуната“ и „Още по едно“. Авторите споменават в текстовете си за „Догма 95“, като при Атанас Пунев „Комуната“ е с „банален“ резултат по отношение на „Догма 95“ - т.е. филмът според кино рецензията не притежава качества и висота на експеримента, докато пък Соня Александрова сравнява някои от похватите в техническа реализация на „Още по едно“ с постиженията на направлението, в този аспект можем да развием определен дискурс и да не се съгласим докрай с нейните констатации за преоткрити правила във филма: “: няма осветителни уреди, има само ръчна камера, не се снима в

декор, а сред естествена природа. Режисьорът и операторът правят напълно реалистичен филм с ежедневни сцени.“ (Александрова, Filmsociety, 2021). Ако „Още по едно“ бе заснет сред естествената природа щеше да е продължение на „Идиотите“, а последната творба на Винтерберг е изключително отседнала в декорите на училище, физкултурен салон, домове и ресторанти.

Анастас Пунев пък подсказва, че „Комуната“ е отстъпление от яркостта на „Догма 95“, дори си позволява шегата, че това е филм на Сузане Биер, отколкото на Винтерберг (Пунев, Filmsociety, 2016).

В пространството на сайта prozekcia.com. Розалина Темелкова, хуманитарист по образование - възпитаник на СУ „Свети Климент Охридски“ в ревю за филма „Курск“ на Т. Винтерберг, посочва правилата на „Догма 95“, тя коректно се насочва към имената на Ларс фон Триер, Т.Винтербег като ядрото на Манифеста. Описва „Идиотите“ като филм, създаден по правилата, макар, че трябва да бъдем педантични „Празненството“ на Винтерберг е същинският образец (Темелкова, prozekcia.com, 2018). След това авторката се насочва към съдържанието на „Курск“- за нея това е компромисен филм за Винтерберг, макар и със смисъл. Авторката аналитично извежда в текста си различни визуални конструкции и топосни за филма, дава оценки за историческата действителност като въвежда зрителя в атмосферата на времето и как трагедията с подводницата рефлектира в наши дни. Текстът на Розалина Темелкова е добър пример за това как един почитател на киното може да напише текст, показващ познания и разбиране за изкуството като визуална провокация. По-късно същият текст е публикуван в пространството на сайта „Площад Славейков“.

Сред сайтовете за кино, които се поддържат от своите главни редактори-киноведи по образование, изследователи на киното са споменатите в началото на този текст drugoto kino и kinoto.bg. За първия

сайт отговаря Красимир Кастелов, а за втория Деян Статулов в качеството на адниминстратори и редактори. Познавам работата отвътре и на двата сайта, защото съм била автор на всеки от тях, а в момента младежите от кино школа „Братя Люмиер“, която имам удоволствието да ръководя правят своите първи опити за кино реценцзии в kinoto.bg- има и резултати-награди от национални конкурси по журналистика, организирани от Министерството на образованието. Кои са положителните страни в работата на тези сайтове? Информацията е редактирана или съставена от хора-специалисти в своята област с грижа за киното. Редакторите се опитват да актуализират панелите на своите онлайн пространства с новини за събития, фестивали, рецензии върху нови филми. За разлика от сайта на Красимир Кастелов, в kinoto.bg погледът към заглавията може да бъде много по-различен, защото освен редакторът, регулярно при интересни кино събития се включвам като автор на текстове, но пък най-интересното е, когато най-малките пишат своите първи текстове за кино. През 2019 г. в рамките на „София филм фест“ във Варна, възпитаничка на школата бе наградена от разпространителите на филма „Къщата, която Джак построи“ за текста й в kinoto.bg „Къщата, която Джак построи“ – в какво се превръщат мечтите?“ (Кръстева, kinoto.bg, 2019), посветен на последния засега филм на Ларс фон Триер.

С вълнение открих свои стари рецензии за „Нимфоманка“ – един от най-екстремните филми в две части на Ларс Фон Триер, писани за сайта drugoto kino: „НИМФОМАНКА“ – Част 1 (Философски аскези за отсъстващия хедонизъм) и „НИМФОМАНКА“ – Част 2 (За трудните оргазми, звучащи като опера на Вагнер). Текстовете съдържат препратки, съпоставки, теория и интересна фактология. През дистанцията на времето установявам, че все по-рядко пиша с подобна възбуда и възхита за режисьор. Преминавайки през панелите на drugoto

kino, бих пожелала на редактора на сайта Красимир Кастелов подобни текстове, защото кинокритиката е преди всичко пространство за усърдни, качествени наблюдения, а не за преразказване на филми (Матеева, drugoto kino, 2014).

Списание „Кино“ се локализира в онлайн пространството. В настоящия си формат списание „Кино“ разтваря гостоприемно своите страници за автори, които не идват единствено от редиците на кино гилдията. Тук може да се прочетат текстове на театрални изследователи, преводачи, писатели, поети, които носят своя усет за актуалност с рефлексия към кино изкуството. В априлското издание на списание „Кино“ в раздел „Извън броя“ направих опит (Матеева, Кино, 2022) в рамките на 5-6 страници да запозная читателите със същностните параметри на „Догма 95“ като припомних в аналитичен план характеристиките на „Идиотите“ на Ларс фон Триер и „Празненството“ на Томас Винтерберг. В опит да напусна територията на сюжетните постижения на филмовите творби, диалогизирах същността и качествата на филмите, в контекста на визуалния език и правилата на Манифеста.

Когато почитателите на киното пишат в онлайн пространството…

В писането за режисьори, явления, творби съществува една група от автори, които не са тесни експерти, т.е. тяхното писане за кино в най-общия смисъл на тази дейност се основава на любовта им към изкуството. Това, което прави впечатление е, че тези автори са всеотдайни в опознаването на творчеството, биографиите, творбите и дори в някои отношения са много по-педантични при интерпретирането на информацията, фактите, филмите в сравнение с професионално заинтересованите коментатори. В тази посока бих искала да подкрепя съждението си с няколко примера.

Попаднах на сайт, който е свързан с Федерация на Анархистите в България (ФАБ). В „Анархопортал“ открих много подробна статия за работата на Ларс фон Триер и Томас Винтерберг, свързана с филма на Томас Винтерберг „Скъпа Уенди“. Авторът с псевдоним „Чичката“ с вещина коментира работата „Догма 95“ на съзаклятниците Ларс фон Триер и Томас Винтерберг и дори оставам с впечатление, че е гледал в ютюб документалния филм „Jamie Bell & Letters to DEAR WENDY - a behind the scenes documentary“. Авторът пише подробно за работата на Ларс фон Триер и предлага на аудиторията превод на интервю с Томас Винтерберг за снимките над филма „Скъпа Уенди“, направено при участието на филма в програмата на фестивала в Карлови Вари. В интервюто има една мисъл на Винтерберг, която отговаря на въпроса защо след първите опити в „Догма 95“, режисьорите се отказват да следват своите правила: „ „Догма” е най-смелото, най-силното и най-въодушевяващо нещо, което съм правил досега. „Празникът” наистина имаше огромен световен успех. Течението „Догма” стана библия за много млади режисьори по света. Но тя не можеше да продължава вечно. Особено когато за няколко години се превърна в мода и мнозина подражаваха, без да разбират нейните първоначални идеи, търсейки само комерсиален успех върху вълната на популярността. „Догма” я писахме като на шега, това беше своеобразна артистична провокация, имаше и много ирония в нея. А само след няколко седмици нашата игрива декларация стана истинска сензация, всички говореха за нея, публикуваха я навсякъде по света. Сега обаче, след 10 години, би било наивно повторение или демонстрация на артистичен егоизъм, ако публикуваме някакъв нов манифест. Ние, нейните автори, разбрахме, че нашата „Догма” е практически мъртва. Особено в Дания тя стана отблъскваща мода – можете дори да си купите мебели в стил „Догма”. Затова я обявих за приключена. За моя изненада обаче много млади

режисьори реагираха агресивно и ме обвиниха в предателство“ (Чичката, Анархо портал, 2008).

След интервюто се изреждат правилата, като авторът обобщава по следния начин своите наблюдения за „Скъпа Уенди“: „Филмът е от най-добрите образци на т. нар. постмодернизъм. Монтажът е фрагментарен – създава динамика и елемент на комиксност, която, съчетана с бутафорните костюми, допълва усещането за нереалност на ситуацията, като същевременно вярваме на всичко, което виждаме, понеже темите са наистина човешки, познати, а насилието и борбата против него, разгледани по този откровен анархистки начин, са донякъде все още табу. Тук можем да видим познати образи, което създава странно приятно усещане за “дежа вю”, комбинирано с неочакван обрат.“

Тъй като не е публикуван източникът на интервюто, предполагам, че авторът е коректен в превода му и съвсем логични са доводите на Томас Винтерберг в него: когато определени идеали се експлоатират безсмислено, отказът да се следват е реален финал за всеки МАНИФЕСТ-идеал. Упоритото себедоказване на всеки нов кино език води до неговата смърт.

Ще откроя още един текст от онлайн медията rakurs.bg на журналистката Вилизара Анталавичева. Материалът е от 13 март 2015 и съвпада със 20 годишнината от публичното обявяване в Париж на новия тогава кино манифест. Тя анализира правилата в контекста на натрупаната авторска традиция през годините. Съпоставя „Догма 95“ с френската нова вълна, споменава освен първите творби на Ларс Фон Триер и Томас Винтерберг и програмните за техните последователи: Сьорен Крах–Якобсон - „Последната песен на Мифуне” (1999), Кристиян Левринг - „Кралят е жив” (2000). Сред значимите „Догма“ ленти се числят още „Италиански за начинаещи“ (2000) на Лоне Шерфиг, „Reunion“ (2001) на Лейф Тилдън, „Обичам те завинаги“ (2002)

на Сузане Биер. По този начин материалът се обогатява и всеки, който за първи път се запознава с „Догма 95“ има базисните за направлението параметри, а оттам при интерес може да надгради своите представи (Анталавичева, rakurs.bg, 2015).

Сред интересните материали за „Догма 95“ искам да откроя непременно сайта cinefish.bg, който е изградил сравнително добра и богата база данни за творчеството на Ларс Фонт Триер и Томас Винтерберг. Под името на всеки има статии с анализи на филми, както и новини за тях - участия във фестивали, награди и съответен списък с филмите им, който за съжаление не е обновяван през последните 6-7 години. За проекта на Триер „Нимфоманка“ са публикували и от прес информацията на българския разпространител „Арт Фест” – с интересен и задълбочен анализ на творбите на Триер. По отношение на текстовете, свързани с филмите на Томас Винтерберг – сайтът е по-скромен, до този момент са включени три пространства с линк към тях. Последната информация е трейлърът на „Още по едно“.

Изключително съм респектирана и от анализите на българската поетеса и арт журналистка Белослава Димитрова в seen.bg, чиято работа върху творчеството на Ларс фон Триер заслужава адмирации. В „Ларс фон Триер – плашещо истинският талант“ има емоция, има познаване на тъканта на филмите му, има от онези словесни „подправки“, които ми се иска да открия сред материалите на колегите ми - има любов към киното. Белослава Димитрова е една от малкото авторки, която е успяла да влезе навътре в личността на Триер, да извади всички негови грехове на показ и въпреки това текстът и завършва така: „Бъди, Ларс, не се давай демоните!“ (Димитрова, seen.bg, 2019).

В сайта bul.worldtourismgroup.com има публикация на текст, който е посветен на най-значимите „Догма 95“ филми. Според приложението 10-те най-добри филми-отражения на принципите на „Догма 95“ са

„Празникът“, „Идиотите“, „Последната песен на Мифуне“, „Кралят е жив“, „Италиански за начинаещи“, „Отворени сърца“, „Приказка на Кира: Любовна история“, “В твоите ръце“, „Наистина Човек“, „Джулиън момчето-магаре.“ След всеки филм има кратък анонс и е отбелязано името на режисьора.

Новините, които (НЕ) предизвикват страшни събития

През 2012 г. Ларс фон Триер обявява началото на проект, насочен към кинематографистите под названието “Gesamt“. Проектът има пряка връзка с термина “Gesamtkunstwerk”, въведен от Рихард Вагнер, означаващ универсално произведение на изкуството – компилация от изобразително изкуство, архитектура, музика, театър, танц и литература. В най-общ план такъв Gesamtkunstwerk представлява киното и именно в това се състои предизвикателството. Произведенията, които Триер е задал като предизвикателства, са картината на Пол Гоген „Where Do We Come From?”, трибуна, построена в Нюрнберг от главния архитект на Третия Райх Алберт Шпеер, соната от композитора Сезар Франк, откъс от пиесата “Бащата” на Аугуст Стриндберг, песен и танцов етюд, изпълнени от Сами Дейвис Младши и финалната глава от „Одисей“ на Джеймс Джойс “Пенелопа”. Самите произведения не бива да присъстват директно в късометражните филми, но трябва осезаемо да са вдъхновили авторите. Финалният Kunstwerk (между един или четири филма, в зависимост от получените материали) ще бъде компилиран от режисьорката Женл Халунд (Jenle Hallund) Условията за предаването на проекти, които се конкурират по между си са публикувани в сайта operationkino.net и съвсем естествено авторът на тази информация е Мирела Василева, за която казахме, че е запленена от датската вълна (Василева, operationkino.net, 2012).

През 2009 г. в Кан, когато Тарантино се състезава с „Гадни копилета“, Ларс фон Триер предлага своето хорор–пътешествие „Антихрист“, отдаващо почит на Тарковски. Въпреки очакванията за победа на Тарантино, австриецът Михаел Ханеке печели първата си „Златна палма“ със зловещия си „Бялата лента“. И все пак „Антихрист“ е дузина пъти по-краен от минимализма на Ханеке. През 2011 г. по време на пресконференцията на филма „Меланхолия“ в Кан след шега на Триер, свързана с нацизма, той става персона нон грата за фестивала и така до 2015 г., когато провежда двучасов уъркшоп със специален клас и периодът съвпада с представяне на пълната версия на „Нимфоманка“. Подобна информация в сайтовете, показва хаотичните извивки в живота на Триер. В други онлайн медии са отразени фобиите му, зависимостта му от алкохола. Алкохолът според Триер помага, за да превъзмогне тревожността си.

„Работата по който и да е филм е тежка и затова човек обикновено пие повече – казва фон Триер. – Взимал съм наркотици, които също са ми помагали – така работех преди. Но алкохолът просто ми помага да превъзмогна тревожността“, пише редакторът на сайта (Редактор, Cinefish.bg, 2015). В същия сайт в друга публикация (Редактор, Cinefish.bg, 2016) четем, че режисьорът Николас Уиндинг Рефн не харесва Ларс Фон Триер и по време на пресконференция за филма му „Неоновият демон“ в Кан, Николас Уиндинг Рефн коментира сънародника си Ларс Фон Триер така: „Той се дрогираше доста. Последният път, когато го видях, се опита да спи с жена ми, но се задоволи с някаква друга кучка“. Ларс фон Триер е режисьор, който определено знае как да скандализира публиката. Той успя да надмине себе си в това поприще с последния си проект - "Къщата, която Джак построи". Над 100 души са си тръгнали по време на премиерата на филма по време на фестивала в Кан. Оттеглилите се са били възмутени и

"отвратени" от видяното, което е довело и до решението им да не стоят до финалните надписи.

В

webcafe.bg е поместена новина, че авторски филм като "Нимфоманка" е водещ по продажба на билети в рамките на София Филм Фест. Всички места в софийските молове са били изкупени, а интересът към т.нар. нощни прожекции е невероятен. Следват интересни ситуации от една прожекция в киносалон, предадени духовито от авторката на материала Ема Иванова „Когато отидох на първата част преди две седмици, още в началото на прожекцията сред зрителите се заформи спор. Докато на екрана главната героиня (аплодисменти за смелата актриса Шарлот Генсбур в ролята на Джо) лежеше пребита на улицата, някакви зрители в салона се скараха. Започнаха да си крещят. Очевидно някой закъснял е трябвало да стигне до мястото си, като мине едва ли не през главите на хората (закъсняващите в кината действително са изнервящи). Това вбеси друг и скандалът избухна с пълна сила. По стара традиция високо-интелигентната публика започна да се обижда на "селяни". Една част от салона се зае да шътка. Друга - да хихика. С една дума: имаше атмосфера. Можеше да се стигне до бой, ако не беше извънредно адекватната намеса на служителите на киното“. Извън анекдотичността на ситуацията, може би е по-интересно финалното изречение от текста й „оказва, че рекламната истерия около "Нимфоманка" е повече от необходимото. В крайна сметка сюжетът е феминистки, самият режисьор е феминист, самото послание е за защита на жените и за тяхната изява. И като знам колко страшно звучи думата "феминизъм" за повечето българи, още повече се учудвам, че залите бяха пълни“ (Иванова, webcafe.bg, 2014).

В същия сайт, четем, че „Нимфоманка“ е забранена за прожекции в Турция поради „прекалено много голота и нецензурирани секс

сцени.“. А през декември 2014 в сайта е поместен текст на Шарлот Генсбур, която споделя, че по време на снимките на „Антихрист“ се е наложило в две секс сцени да се потърси порно актьор, който да предаде на някои атрибути на Уилям Дефо визия, отговаряща на екстремното виждане на Ларс. Разбира се с цялата си героичност Шарлот е успяла да издържи на неукротимия характер на Ларс фон Триер, за разлика от Бьорк в „Танцьорка с мрака“

И все пак, нека отрезвим зрителя с онова, пагубно изказване по време на пресконференцията на „Меланхолия“ в Кан, заради която Триер се прояви като невъздържан и с лош вкус, а в същината си изказването му е нито нехуманно, нито прогресивно, а пропито с ирония, която е присъща за чувствителни и интелигентни хора, изпълнени с известна доза скепсис по повод нещата, които правят. "Какво да ви кажа? Разбирам Хитлер. Мисля, че е направил някои грешни неща, абсолютно, но си го представям как седи накрая в бункера си. Мисля, че разбирам човека. Не е това, което бихте нарекли "добро момче", но разбирам много неща за него и мъничко му симпатизирам. Но не преувеличавайте - не съм за Втората световна война и не съм срещу евреите. Разбира се, че съм за евреите, но не прекалено много, защото Израел е трън в задника... Как да приключа това изречение?". (Редактор, webcafe, 2011).

Томас Винтерберг

Що се касае до изявите на Томас Винтерберг, той е по-тихият или може да се каже по-възпитаният режисьор. Присъствието му на пресконференции не води до скандали и забрани. Той не предизвиква бури след себе си. Пикантното в биографията му е, че като дете живее в комуна, защото родителите му са били хипита. Не е случайно обстоятелството, че филмът му „Комуната“ е вид художествен отговор на възприятията от детството. Смъртта на 19 годишната му дъщеря в

катастрофа на 4-тия ден от започването на снимките на „Още по едно“ е друг важен акцент в публичното му присъствие-при получаването на номинации и награди за филма Винтерберг споделя, че благодарение на работата по този филм, съумява да заглуши безпределната си мъка. Провеждането на процеса, простпродукцията, премиерата на „Още по едно“ са белязани с духа на дъщеря му Ида, която му е помагала за проекта и е била предвидена да участва като актриса в него. От друга страна, все пак той е режисьорът с двата чуждоезични Оскар-а за филмите му „Ловът“ и „Още по едно“, в които Мадс Микелсон е във вихъра на играта си. Докато Ларс фон Триер „лекува“ тревожността си с алкохол, Томас Винтерберг прави филм за играта с алкохола и възможните житейски последици. С „Още по едно“ той търси празника в живота, който по време на Пандемията ни отдалечи, противопостави и раздели. Документалните кадри с развеселени политици (Брежнев, Елцин, Саркози, Борис Джонсън, Клинтън, Меркел) дават повод за паралел с “Къщата която Джак построи” на Триер. „Another Round“ обаче звучи твърде балансирано, без умишлени пози за оригиналност и дори в него има нотка позитивност, поради това този наратив ми е личен фаворит, в сравнение с дългите философско-кинаджийски канонади на Триер, макар, че точно тези заигравания с формата във визуално отношение намирам за забавни и типично по триерски палави-те са запазената марка „ТРИЕР“.

Изводи – обобщения

„Догма 95“ има своите познавачи, разбирачи, почитатели и отрицатели, последните не са мнозинство и Слава Богу. В родното онлайн пространство творчеството на Ларс фон Триер и Томас Витенберг – авторите на Манифеста се отразява редовно при наличие на нова тяхна творба, фестивално участие, получаване на награда. Разбира

се аналитичните текстове, в които се правят съпоставки между филми, творчески намерения, авторско кредо, технически постижения са по-малко като количество. Добрата новина е, че се увеличава броя на хората, които се изкушават да пишат за кино без да са експерти в тесния смисъл на думата при това тяхното изкушение не води до т.нар.графомания. Определено у нас има и публика, която търси и се интересува от творчеството на Ларс фон Триер и Томас Винтерберг-режисьорите не са ъндърграунд, а доказали се автори с мисия. Това че, зрителят, който предпочита блокбастърите с холивудски произход пред „Догма 95“ не е проблем на датчаните, а на аудиторията ни. Европейското кино се предпочита отвъд Океана, така че ако преди повече от 20 години филмите със запазена марка „Догма 95“ са били екзотика за публиката там, то днес всеки филм, който иска да ни вкара в тунела на реалността се снима по модела на „Догма 95“ – клатушкаща се ръчна камера, в чиито кадри улавяме шума на делника.

Оформя се следната представа: съществуват медии, за които работят автори-професионални кинокритици. Второто звено са арт журналисти, които заради сантимент към изкуствата се занимават с отразяването на кино събития, филми и пр.Макар и в работата им познаването на творчеството на режисьорите-т.е. да са видели всичките им филми, за да имат възможност да коментират аргументирано, да не е най-силният момент, тази гилдия работи с хъс за появата на интересни материали, които обогатяват и информират публиката. Има и такива автори, които обикновено работят на принципа „копи – пейст“ – без да развиват критично мислене, без да навлизат в дълбокото: съпоставяне, анализиране, търсене на начала в контекста на теорията на киното, историята на киното-т.е. тази група според мен допринася за кризата на зрителски вкус. И обратно има ценители на изкуството, които въпреки че не практикуват професията критик създават добри текстове за „Догма

95“-тези автори ми се струва, че трябва да имат по-широк прием сред медиите и последните да ги привличат в своите пространства. Определено „Догма 95“ не е тера инкогнита за българския зрител и арт журналист и това е добрата новина.

Използвани източници

АЛЕКСАНДРОВА, Соня (2021). Томас Винтерберг Още по едно. *Filmsociety* [online]. 09.04.2021. https://www.filmsociety.bg/filmi/avtori/oshte-edno (последно посетен на 22 април 2022). [Aleksandrova, Sonia (2021). Thomas Vintterberg Oste po edno. Filmsociety, 09.04.2021].

АНТАЛАВЧИЕВА, Вилизара (2015). Две десетилетия от „ Догма 95“. *Rakurs.bg* [online]. 13.03.2015.<http://www.rakurs.bg (последно посетен на 3 май 2022). [Antalavchieva, Vilizara (2015). Dve desetiletia ot 'Dogma 95'. Rakurs.bg, 13.03.2015].

ВАСИЛЕВА, Мирела (2012). Предизвикателството на Триер. *Operationkino* [online] 20.08.2012. http://operationkino.net/2012/08/ (последно посете на 2 май 2022).[Vasileva, Mirela (2012). Predizvikatelstvoto na Trier. Operationkino, 20.08.2012].

ДИМИТРОВА, Белослава (2019). Ларс фон Триер – плашещо истинският талант. *Seen* [online]. https://seen.bg/article/1-koy/2732-lars-fon-trier-%E2%80%93-plasheshto-istinskiyat-talant (последно посетен на 3 май 2022). [Dimitrova, Beloslava (2019). Lars Fon Trier Plasheshto istinskiat talant. Seen].

ДИМИТРОВА, Геновева (2013). Вцепеняваща простота. *Култура* [online]. 05 .04.2013. https://newspaper.kultura.bg/bg/article/view/20794 (последно посетен на 21 април 2022). [Dimitrova, Genoveva (2013). Vcepeniavasta prostota. Vestnik Kultura,05.04.2013].

ИВАНОВА, Ема (2014). Истерията „Нимфоманка“. *Webcafe* [online]. 23.03.2014. https://webcafe.bg/obshtestvo/680386737-isteriyata-nimfomanka.html (последно посетен на 1 май 2022). [Ivanova, Ema (2014). Isteriata 'Nimfomanka'.Webcafe, 23.03.2014].

КОЛЕВ, Борислав (1999). Идиоти в плен на догма. *Култура*. [online]. 30.04.1999. https://newspaper.kultura.bg/bg/article/view/2418 (последно посетен на 17 април 2022). [Kolev, Borislav (1999) Idioti v plen na dogma. Vestnik Kultura, 30.04.1999].

КРЪСТЕВА, Антоанета (2019). „Къщата, която Джак построи“ – в какво се превръщат мечтите? *kinoto.bg* [online]. 03.03.2019. https://kinoto.bg/bg/articles/novini-i-sabitiya/-kashtata-koyato-dzhak-postroi-v-kakvo-se-prevrashtat-mechtite_(последно посетен на 20 април 2022). [Krasteva, Antoaneta (2019) ' Kustata, koiato Jack postroi' - v kakvo se prevrustat mechtite? kinoto.bg, 03.03.2019].

ЛИМОНЧЕВА, Екатерина (2013). На лов за истина. *Портал Култура* [online]. 13.09.2013. https://kultura.bg/web (последно посетен на 21 април 2022). [Limoncheva, Ekaterina (2013). Na lov za istina. Portal Kultura, 13.09.2013].

МАТЕЕВА, Боряна (2001). „Догма 95“ – игра на кинематографичен фундаментализъм. *Култура* [online]. 20.04.2001. https://newspaper.kultura.bg/bg/article/view/5342 > (последно посетен на 19 април 2022). [Mateeva, Boriana (2001). 'Dogma 95' – igra na kinematografichen fundamentalizum. Vestnik Kultura, 20.04.2001].

МАТЕЕВА, Елица (2014). „Нимфоманка“ – Част 1 – Философски аскези за отсъстващия хедонизъм. *Drugoto kino* [online]. 08.03.2014. http://drugotokino.bg/content/%E2%80%9Enimfomanka%E2%80%9C-%E2%80%93-chast-1-filosofski-askezi-za-otsstvashchiya-khedonizm-0?tid= (последно посетен на 28 април 2022). [Mateevaq Elitsa (2014). 'Nimfomankata' – Chast 1 – Philosophski askezi za otsustvashtia hedonizam. drukoto kino, 08.03.2014].

МАТЕЕВА, Елица (2014). „Нимфоманка“ – Част 2 – За трудните оргазми, звучащи като опера на Вагнер. *Drugoto kino* [online]. 15.03.2014.

http://drugotokino.bg/content/%E2%80%9Enimfomanka%E2%80%9C-%E2%80%93-chast-2-za-trudnite-orgazmi-zvuchashchi-kato-opera-na-vagner-0 (последно посетен на 28 април 2022). [Mateeva, Elitsa. (2014) . 'Nimfomankata' – Chast 2 Za trudnite orgazmi, zvuchasti kato opera na Vagner. drugoto kino, 15.03.2014].

МАТЕЕВА, Елица (2022). Когато „ДОГМА 95“бе извън матрицата. *Кино* [online], април2022. http://spisaniekino.com/archive-kino/spisaniekino-april-2022 (последно посетен на 1 май 2022). [Mateeva, Elitsa (2022). Kogato 'Dogma 95' be izvun matritsata. Spisanie Kino].

ПОРТАЛСКИ, Александър, Прасков, Васил (2001). Догма ’01. *Литературен форум* [online].17.04.2001. https://www.slovo.bg/old/litforum/115/dogma.htm (последно посетен на 23 април 2022). [Portalski, Alexander, Praskov, Vasil (2001). Dogma'01. Vestnik Literaturen forum].

ПУНЕВ, Атанас (2016). Киномания 2016 Комуната. *Filmsociety* [online]. 27.12.2016. https://filmsociety.bg/festivali/kinomaniya-2016-komunata (последно посетенн на 22 април 2022). [Punev, Atanas (2016). Kinomania 2016 Komunata. Filmsociety, 27.12.2016].

ТЕМЕЛКОВА, Розалина (2018). Курск – един пестелив разказ, който не спестява истината. *Prozectia com* [online]. https://prozekcia.com/2018/12/kursk-2018/#more-19987 (последно посетен на 23 април 2022). [Temelkova, Rozalina (2018). Kursk-edin pesteliv razkaz, koito ne spasaiava istinata.Prozectia com].

СТАТУЛОВ, Диян (2019). 5 и 1|2 скандинавски визии за култура: Ларс фон Триер. *kinoto.bg* [online]. 30.03.2019. https://kinoto.bg/bg/articles/novini-i-sabitiya/5-i-1-2-skandinavski-vizii-za-kultura-lars-fon-trier (последно посетен на 20 април 2022). [Statulov, Diian (2019). 5 и 1|2 skandinavski vizii za kultura: Lars Fon Trier. kinoto.bg, 30.03.2019].

ЧИЧКАТА, (2008). Радикалното кино: Томас Винтерберг, Догма `95 и „Скъпа Уенди“`05. *Анархо портал* [online]. 09.12.2008. https://www.anarchy.bg/articles/radikalnoto-kinotomas-vinterberg-dogma-95-i-skapa-uendi-05 (последно посетен на 2 май 2022). [Chichkata (2019). Radikalno kino: Thomas Vinterberg, Dogma `95 i 'Skupa Uendi'. Anarho portal. 09.12.2008].

СИНЕФИШ.БГ (2015). Ларс фон Триер отново посегна към алкохола в името на изкуството. *Cinefish.bg* [online]. 23.04.2015. https://www.cinefish.bg/Lars-fon-Trier-otnovo-posegna-kam-alkohola-v-imeto-na-izkustvoto-news14128.html (последно посетен на 3 май 2022). [Редактор (2015). Lars Fon Trier otnovo posegna kum alkohola v imeto na izkustvoto. Cinefish, 23.04.2015].

СИНЕФИШ.БГ (2016). Николас Уиндинг Рефн не харесва хич Ларс Фон Триер. *Cinefish.bg* [online]. 20.05.2016. https://www.cinefish.bg/Nikolas-Uinding-Refn-ne-haresva-hich-Lars-Fon-Trier-news17329.html (последно посетен на 3 май 2022). [Редактор (2016). Nikolas Uinding Refn hich ne haresva Lars Fon Trier. Cinefish, 20.05.2016].

LIFECAFE, (2011). Ларс фон Триер – лошото момче на Кан. Webcafe [online]. 19.05.2011. https://webcafe.bg/gradat/1167267162-lars-fon-trier-loshoto-momche-na-kan.html (последно посетен на 3 май 2022). [Lifecafe, (2011). Lars Fon Trier – loshoto momche na Kan. Webcafe, 19.05.2011].

Елица Матеева е завършила „Театрознание“ в НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“ и е специализирала „Театрална режисура“. От седем години пише за сайта kinoto.bg. Член е на Обществото на независимите театрални критици в България, а също и на Международната организация на театралните критици IATC. Автор е на три книги, свързани с киното и театъра. Ръководител е на киношколата „Братя Люмиер“ към Общински детски комплекс в родния ѝ град

Варна. В момента работи върху докторат, посветен на „Догма 95“ и рефлексиите на манифеста върху съвременното българско кино.

Elitsa Mateeva graduated in Theater Studies at the 'Krastyo Sarafov' National Academy of Theater and Film Arts and specialized in Theater Directing. She has been writing for www kinoto.bg for seven years. Elitsa is a member of the Society of Independent Theater Critics in Bulgaria and also of the International Association of Theater Critics IATC. She is the author of three books related to cinema and theater. Elitsa is the head of the 'Lumiere Brothers' film school at the Municipal Children's Complex in Varna. She is currently working on a doctoral dissertation on 'Dogme 95' and the reflections of the manifesto on contemporary Bulgarian cinema.

ПОПКУЛТУРА И ЖЕНИ: КОНТЕКСТИ В СП. „ЖЕНАТА ДНЕС“ ПРЕЗ 60-ТЕ И 70-ТЕ

Юлия Владимирова

POPULAR CULTURE AND WOMEN: CONTEXTS IN ‘THE WOMAN TODAY’ MAGAZINE IN THE 60S AND 70S

Julia Vladimirova

Резюме: Като едно от водещите женски списания, сп. „Жената днес“ е интерерсно медийно явление, което ни дава поглед към облика на жените по време на държавния социализъм в България. Какви са те, какво обичат да консумират и как искат/ или трябва да живеят. Каква трябва да бъде (социалистическата) жена и това еднородно понятие ли е? Като масово женско списание, то задава тенденции, поставя въпроси и насочва към определени консуматорски практики. Този облик обаче се променя в различните епохи на самия социализъм и задава различни контексти, в които жените могат да бъдат разглеждани. Тесктът се стреми да изгради противоречията и перспективите в начина, по който женския образ се нюансира в страниците на списанието от 60-те 70-те години.
Ключови думи*:* жени, женски списания, социализъм, попкултура

Abstract: As one of the leading women's magazines, “The Woman Today” magazine is an interesting media phenomenon that gives us a look at the appearance of women during the state socialism in Bulgaria. What kind of women they are and should be, what do they like to consume and how do they want and / or should live. What should a (socialist) woman be like and is this a homogeneous concept? As a mass women's magazine, it give the trends, asks questions and focuses on certain consumer practices. However, this image is changing in different epochs of socialism itself and sets different contexts in which women can be seen. The text seeks to build contradictions and perspectives in the way the female image is nuanced in the pages of the magazine from the 60s and 70s.
Keywords: women, women’s magazines, socialism, popular culture

Въведение

Женските списания по време на социалистическия период представят освен една солидна база за изследване на стереотипите по отношение на половете, също така рамка, в която може да се

идентифицира образа на жената, създаден именно през консумацията на такъв тип продукт: женското списание.

Ако днес в ерата на дигиталните медии женските идентичности минават през изработването на профили в социалните мрежи, то социалистическото женско списание „Жената днес“ създава идеала, с който всяка жена да може да се идентифицира.

Печатните медии изиграват важна роля в процеса на създаване на образа на едно общество, власт и полови роли. Вестниците и списанията, в епохата преди да отшумят за сметка на дигиталните медии, са служили за основни пропагандни форуми, които са били ползвани от политическите власти като основно средство за социализиране на населението.

Печатната преса е била основният канал за комуникация между Комунистическата партия и хората, и решаващо средство за разпространение на пропагандата. Медиите на социализма са основното оръжие за сближаване с обществото и средство да се наложат нужните промени в неговата идентификация и самовъзприемане (Липчева, 2013).

Репрезентирането на жените става главно в официалния дискурс, популярната култура и изкуствата. Социалистическата идеология създава цял комплекс от образи, включващ въпроси за това - каква трябва да бъде жената и какво се очаква от нея, - по-нататък възпроизвеждани на всички равнища чрез политическите и научни текстове, професионалните и обществените организации (Национален български женски съюз, Отечествен фронт и други), изкуствата и не на последно място чрез медиите (Стоичкова, 2009).

Обект на изследването е списание „Жената днес“ като основна женска медия по време на държавния социализъм в България. Предмет на изследването е отношението между половете и ролята на жените, женската еманципация в популярната култура. Текстът се базира на методология, която изследва културно-историческите процеси през

анализи на медийни текстове като базов материал. Разгледани са над 100 броя на списание „Жената днес“ от посочения период.

Женските образи и социализма

Жената, която социализмът трябва да създаде, трябва да се различава качествено от жената, която е била репрезентирана през други власти. Социалистическата жена е трябвало да бъде създание, желаещо да подчини собствените си интереси на интересите на обществото, да бъде прогресивна сила и да съучаства в преобразуването на обществото (Стоичкова, 2009).

И мъжете, и жените играят пълноценна и равнопоставена роля в изграждането на социализма, но моделът на „новата жена“ има допълнителна характеристика – тя също трябва да възпроизвежда населението и да бъде домакиня. Балансирането на работата и семейството не се оказва лесно, особено на фона на променящите се икономически и демографски приоритети, и затова се правят периодични промени.

Още от XIX век и развитието на периодичния печат женските списания формират общност от милиони жени, чието внимание е фокусирано от „женските“ теми, свързани със семейството, домакинството, външния вид и грижите за дома. В този смисъл женските списания фиксират образи на идентичности, такива каквито пазарът и съответната власт ги желаят. Както казва хонгконгският професор по медии, комуникации и популярна култура Антъни Фунг, културното потребление на жените, създава конструира и разпространява идентичности чрез въображаеми общности и моделиране на поведение (Fung, 2010: 49). Освен това той казва, че жените гледат на „общностите“ като на подслон за връзка и утеха от емоционалните и релационни проблеми от реалния живот (Fung, 2010: 53).

Женските списания в историята обаче са и тези, които събират на едно място критически статии и въпроси, свързани с женската ситуация и правата на жените и изобщо женския активизъм, вслушването в гласовете на дейни жени или колективи. Ако сравняваме „Жената днес“ като социалистическа женска популярна медия със същите издания в западните държави, то разликите са идеологически, но не и концептуални – всички женски списания „промотират“ полово дефинирана консумация – представя ни се свят, който определя нашата полова идентичност и ни дава „поле“, в което да разгърнем нейните характеристики. Обикновено женските списания са под мото, което е свързано с въпросите „какво търсят жените“, „от какво се нуждае една жена“, „какво искат жените“... Затова независимо от видовете власт, женските списания формират обща идентичност на група хора, които трябва да бъдат поставени в общи интереси и обща консумация на стоки.

„Жената днес“ – кратка история

Макар на пръв поглед сп. „Жената днес“ да може да бъде наречено „домакинска преса“, то има и нелеки задачи на обществено-политически функции („Жената днес“, 1967/2:7).

Би било важно да се проследи как популярна медия за жени, каквато е списание „Жената днес“, е маркирала промените в джендър стереотипите в самите рамки на държавния социализъм, които очевидно не са имали монументален и застинал характер. Днес виждаме кампании срещу демографската криза, които си служат с метафората на тигана, за да сигнализират, че жените е добре да си знаят мястото зад/ пред тигана и да раждат.

„Жената днес” излиза от октомври 1945 г. до ден днешен. Това списание, наред с вестник „Труд”, е и най-дълголетната печатна медия в България. То е месечно илюстровано издание с променящ се в годините обем.

Основано през 1945 г., през годините с различни издатели, списанието променя редакторската си политика по отношение на съдържанието си и променящите се контексти на времето.

Първата главна редакторка се казва Дарина Бояджиева. А най-дългогодишният главен редактор през първите две десетилетия след основаването на „Жената днес” е Рада Тодорова.

В своя пик през 60-те, 70-те и 80-те години на XX век „Жената днес” се печата в тираж 500 000 на български и 150 000 на руски език. Заради лимитът на хартия, която се е определяла централно-планово, списанието не е могло да излиза в по-голям тираж. От печалбите от продажбите му в най-успешните години се издържа не само редакцията на „Жената днес”, но се покриват и всички разходи на организираното женско движение в България. Надвишавайки тираж 500 000 броя месечно, списанието става втората печатна медия в държавата по тираж и влияние след вестник „Работническо дело” (който излиза в ежедневен тираж 800–900 хиляди. Абонаментът за „Жената днес“ през 70-те и 80-те е бил изключително сложен, тъй като списанието е имало по-малък тираж, отколкото желаещи да го получават и четат.

В ранните си години списанието показва героични образи на жената като „строителка“ на комунизма. Това може да се види в броевете на списанието между 1945 г. и края на 50-те. Текстовете и визиите са насочени към жената, която е представена предимно с нейния принос към обществото, не с личните ѝ интереси и практики. Но тя е представена в образа на независима в социално-икономически аспект от патриархалния модел, който тогава все пак е бил доста силен (Стоичкова, 2009: 12).

„Жената днес“ след средата на 60-те – отвъд официозния дискурс

След 60-те години на XX век и новите идеологически посоки на социализма и властта, постепенно се излиза от демонстрирания дотогава семпъл образ на жената – работничка и жената – здрава, силна майка. В началото се прави опит да се съчетаят едновременно образът на труженичката и женствеността, а в края на 60-те години на XX век жената постепенно излиза от селото и полето и става по-градска, започват да ѝ се задават модни хоризонти и изисквания за грим и прическа, образи на консуматорски свят, който да обитава.

В списание „Жената днес“ от 60-те години четем текстове, които предизвикват мъжете да се включат по-активно в ролята си на бащи, които ги убеждават, че не е толкова страшно да се грижат за децата и да сменят пелени (Ghodsee 2017: 17-36). Примерът, който Годзи дава, е с юлският брой на „Жената днес“ от 1968 г., където на две страници са публикувани много фотографии на бащи с техните деца, както и текст, който да привлече аудиторията към грижата на бащата, който трябва да бъде включен в отглеждането на детето. Серията фотографии с текст се казва „Бащи“. Идеята, че „преди“, „някога“ всичко това е било отговорност само на майката, но „днес“ вече бащите носят също така отговорност.

Брой 10 за 1984 г. пък излиза с корица, на която в сянка са изобразени мъж и жена, дефокусирани на заден план и момиченце, което държи цветя отпред. А темата е: „Повторният брак“. Списанието дефинира още от корицата, че в съдържанието си, различни читателки, специалисти и експерти, ще се включат в дебата за нещо, което е нормално да се случи на всяка една жена в социалистическа България – да избере своя път (тоест, че пътят ѝ не е предначертан до живот с мъжа, за когото се е омъжила).

Дадените примери насочват вниманието именно към гъвкавостта в половите стереотипи на държавния социализъм. Това е изключително интересно и дава перспектива и към по-късните пост-социалистически отношения между половете в страната и западните битки за равенство между половете и равно заплащане.

В навечерието на 1968 г., списанието публикува обширно интервю с Леда Милева, която тогава е директорка на Българската телевизия („Жената днес“, 1968: 4). Един от въпросите на журналистката е свързан с това, че Леда Милева е единствената жена директорка на телевизия в света. Освен прогресивният характер на факта, че интервюираната е може би единствената жена ръководителка на телевизия, един от зададените въпроси в интервюто съдържа данни за трудовата ангажираност на жените в медията: „Общо 283 жени, 5 началници на отдели, 30 редакторки, 6 режисьорки, 17 асистент-режисьорки, 10 инженерки, 2 операторки, 3 художнички, счетоводителки, мотнажистки, лаборантки и т.н.“ („Жената днес“, 1968: 5).

„Жената днес“ през годините е изглеждало по различен начин и е имало съвсем различни послания и стил. Различните главни редактори през годините също така оставят различни свои характеристики. През различните свои периоди, женският журнал сменя своите идеологически посоки, свързани с отношението към женския въпрос и критичността към ситуацията на жените.

Ако в началото списание „Жената днес“ представя тежкия живот на жената на полето в стилистиката на социалистическия реализъм и участието на жените в развитието на земеделието в народната социалистическа република, както и образа на майката-домакиня, то през 60-те години могат да се видят съвсем различни послания. Самата власт критикува редакционния екип на списанието, че на страниците му все повече се появяват дребнобуржоазни анализи и теми – става дума за

заплашително писмо лично от Тодор Живков, получено на 25-ата годишнина на списанието (Тодоров, 2018: 19).

Новата редакционна политика на списанието формулира промяната в образа на жената: „Помествало в продължение на години репортажи, очерци, разкази и стихове за ударничките, звеноводките, инженерките, лекарките, фрезиските и стругарките, нашето списание сега иска да поговори със своите читатели на езика на социологията и да предложи на вниманието на обществеността поредица от цифри, чрез които науката измерва достойнствата, качествата, възможностите, завоеванията и трудностите на онеправдания до скоро пол“ (Динкова, 1970: 4). Тук читателките на списанието са насочени към новите прогресистки търсения на журнала в началото на едно ново десетилетие с нови политически ветрове на промяната (Тодоров, 2018:19).

В края на 60-години на XX век на страниците започват да се появяват писма на читателки, в които се оплакват от брака си, тежестта на домакинската и работа и тежката ситуация на жената – да бъде не само труженичка, но и майка, и домакиня у дома. От този период нататък прави впечатление, че освен повече искрени писма от различни типове жени, списанието започва да публикува и редица социологическите изследвания,

През 1965 г. главна редакторка на списанието става Соня Бакиш, която е жена на министър-председателя Станко Тодоров. По време на нейната работа като главна редакторка, списанието поема на плещите си теми, които до момента са смятани за „табу“ в социалистическата реалност на страната. В годините между 1960-1980 под нейно ръководство списанието неведнъж си позволява доста „по-разкрепостени“ теми в своите анализи и коментари, както и публикува текстове на читателки, в които се проблематизират въпроси, били проблем дори и западните капиталистически медийни издания на

популярната култура по това време като темата с хомосексуалността, двойната смяна в ролята на жените („Жената днес“, 2020).

Интересно е как се стига до тази „свобода“: дали тя е се дължи на личната позиция на Соня Бакиш, коато като съпруга на министър-председателя на НРБ Станко Тодоров може да си позволи да отстоява публично? Или е дадена по „структурна“ линия, тоест прокарана според желанието на властта да се покаже по нов начин „пропусклива“ и „гъвкава“, защото иска да промени до голяма степен консервативните възгледи за ролите на мъжете и жените в социалистическото общество?

Според изследването на американската феминистка изследователка Кристен Годси, противно на възприетите от времето на Студената война схващания за масовите социалистически женски организации, комунистическите лидери са били много внимателни в конструирането на половите роли и са използвали женските списания като „форуми“, в които да се дискутират широко и отворено променящите се идеали на женствеността и мъжествеността (Ghodsee, Mead, 2017: 17-36).

Тук ще насоча вниманието върху няколко примера от женското списание „Жената днес“ през социализма (1945-1989). Макар в действителност да става дума за „домакинска“ преса, каквато е такъв род издание, все пак още от самото начало то излиза като „месечно обществено-политическо и културно-художествено списание“ на Българският народен женски съюз, по-късно на Комитета на демократичните жени в България. Можем да го определим като своеобразен хибриден формат, принадлежащ както към свързаните с популярната култура и всекидневието, така и към медиите, натоварени с немаловажни общественополитически функции. Едно изследване на представянето на жените на страниците на списанието следва да включва и поглед към конкретните периоди в неговата история – 50-те, 60-те, 70-те и 80-те години. Цялостният контекст на социалистическата

преса също е важен, доколкото тя е основният създател и генератор на тези обществени и политически функции, проводник на държавната идеология с нейния монопол върху онова, което се налага и възприема като „образ на жената“.

Макар списанието винаги да се придържа към стила на социалистическа популярна медия за жени, които трябва да съчетават ролята на майки, на домакини и на силни професионалистки/труженички, през 1967 г. на страниците на „Жената днес“ се появява голяма статия със заглавие „Да отменим втората смяна!“. Тази статия съвсем открито критикува домашния труд (който в втората смяна за жените, които се прибират от работа). Статията проблематизира резултатите от анкета за времето на работещите жени – това, което прекарват на работното си място и времето, отделено в грижа за семейство, деца, домакинство: „Едно социалистическо общество не може да допуска половината от неговите членове да изпитват сериозни и понякога непреодолими затруднения в стремежа си към обща култура, към по-висока професионална квалификация, в своите педагогически и семейни задължения. То не може да позволява преодоляването на тези трудности да става често пъти с цената на големи лични жертви и усилия“ („Жената днес“, 1967/6)

„Да отменим втората смяна“, „Да облекчим труда на жените“

Комитетът на българските жени (КБЖ) полага усилия за промени. За по-доброто положение на жената в обществото, КБЖ работи в тясно сътрудничество със сп. „Жената днес“ и след Юлския пленум през 1968 г. започва разгръщане на по-широка модернизираща политика по отношение на равнопоставеността между мъжете и жените. Важен фактор това да се случи е силното участие на жените активистки от КБЖ.

Свързаността на списанието с Комитета на българските жени, които го издават, предпоставя то да се реализира не само като орган на женска организация, който изразява гласовете на жените, но и като трибуна на техните борби за по-благоприятни условия на труд и живот.

След статията за отмяната на „втората смяна“ от 1967 г., списанието публикува статията „Да облекчим труда на жената“ („Жената днес“, 1960/3: 13). Друга статия – „Разговор за любовта и брака“ (1967/4: 17) търси именно този нов тип менталност и предлага нов тип дебат относно живота на жените в социализма. В текстовете се включват различни специалисти – лекари, психолози, юристи, социолози. Започва една нова линия „на образоване“ на читателите. Започва да се обръща внимание и на психологически аспекти, например, свързаните с възпитанието на малките деца. Ако доскоро списанието не е публикувало материали, които дискутират развода или ако е включило темата за развода само в негативния дискурс (разводът е немислим за една жена), след 1970 г. темата е открита: в рубриката „Писма от читателките“ започват откровени разговори за развода („След развода“, 1970/2: 17).

В интервю, което съвсем наскоро направих с Кристен Годси по повод най-новата ѝ книга, издадена на български език „Вторият свят, вторият пол“, публикувано в Dir.bg, тя споделя, че държавният социализъм е направил много повече за жените, отколкото капиталистическите държави по същото време за техните жени. Според Годси западният феминизъм едва ли не е присвоил, „превзел“ заслугите си в борбата за равноправие, без да отдава необходимото внимание на жените активистки от социалистическите държави: „Социалистическите женски движения са направили много важни неща в различни държави по различно време от този период, но от моята перспектива като американка смятам, че едно от най-важните значими постижения е, че те разкриха лицемерието на САЩ, която прославяше

свободата и демокрацията в чужбина, докато открито потискаше жените и малцинствата у дома“ (Владимирова, 2021).

Именно женските социалистически движения са тези, които призовават ООН да обяви 1975-а за „Година на жените“ и въпросът за равенството между половете да стане стане нов фронт в Студената война (Годси, 2021: 4). Благодарение на работата на много български жени в Международната демократична федерация на жените (WIDF), темата за равенството между половете придобива повече от просто идеологически стремеж на думи. До голяма степен активистките в тази организация, като например Елена Лагадинова, са представени на страниците на списанието с коментари на техните тези за постигнатото и непостигнатото от строя за жените.

Заключение

Списание „Жената днес“ приз годишните на социализма съчетава в себе си чертите на популярно-домакинското издание, съдържащо практически съвети и текстове за битови проблеми на жените, с теми и контексти, които предизвикват разговор отвъд забавно-домакинския живот. В него се преплитат критиките на западното общество и лошите условия за майчинство на жените там (Андреа Андреен, „Нерешените проблеми“, 1968:18), притесненията на социалистическата жена от България („Жената днес“, 1978: 22) и опитите да се предложат по-добри условия и организация. В крайна сметка списанието оказва натиск върху властта така, че тя да наложи по-добри условия за майчинство.

Образът на жената, който виждаме от страниците на списанието през 60-те и 70-те години до голяма степен е флуиден и разкроен в различните роли на жената, които предполага социалистическия строй, но и в критиката към самия него към целите, които все още не са

постигнати. Затова в периода на 60-те и 70-те години на XX век „Жената днес“ може да бъде четено и като критическо издание, което е както идеологически контролиран орган, така и печатно издание, в който може да бъде открит женски активизъм.

Използвана литература

ДАСКАЛОВА, Красимира (2019). *Жени, пол и модернизация в България, 1878-1944 г.* София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Daskalova, Krasimira (2019). Zheni, pol I modernizacia v Bulgaria, 1878-1944. Sofia: UI “Sv. Kliment Ohridski”].

ПРАНДЖЕВА, Любка (2012). Жените на социализма и четенето. Списание „Жената днес“, 1960-1970. *Liternet*. https://liternet.bg/publish4/llipcheva/zhenata-dnes.htm [Prandzeva, Lyubka (2012). “Zhenite na sotsializma I cheteneto – spisanie “Zhenata dnes” 1960-1970].

СТОИЧКОВА, Татяна (2009). Жените в социалистическа България – образи и политика. *NotaBene*, № 12, 2009 http://notabene-bg.org/read.php?id=124 [Stoichkova, Tatyana (2009). Zhenite w sotsialisticheska Balgaria – obrazi I poliitika. *NotaBene*].

ADORNO, Theodor (2001). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London & New York: Routledge.

BENETT, Tony (1981). *Popular Culture: Past and Present*. London & New York: Routledge.

GHODSEE, K., MEAD, J., (2017). Debating Gender in State Socialist Women’s Magazines: the Cases of Bulgaria and Czechoslovakia. *History of communism in Europe*/8.

FUNG, Anthony (2002). Women's Magazines: Construction of Identities and Cultural Consumption in Hong Kong. *Consumption markets and culture*, vol.5.

LULEVA, Ana (2016). *“Women in the Balkans”. Post-socialist order in Bulgaria*. Biblion Media Publisher.

STOREY, J. (1993), Cultural Theory and Popular Culture, Pearson/ Logman.

Използвани източници

Сп. ЖЕНАТА ДНЕС. Да отменим втората смяна на жените! *Жената днес,* бр.6, 1967. [Da otmenim vtorata smyana, *Zhenata dnes*, br.6, 1967]

Сп. ЖЕНАТА ДНЕС. Срещи в редакцията. *Жената днес*, бр.1, 1968 [Sreshti v redakciyata, *Zhenata dnes*, br. 1/1968].

Сп. ЖЕНАТА ДНЕС. Да облекчим труда на жената. *Жената днес*, бр. 3, 1960 [Da oblekchim truda na zhenata, *Zhenata dnes*, 1960/3]

Сп. ЖЕНАТА ДНЕС. Разговор за любовта и брака. *Жената днес*, бр.4, 1967 [Razgovor za lubovta I braka, *Zhenata dnes*, бр.4, 1967]

Сп. ЖЕНАТА ДНЕС. След развода. *Жената днес*, бр. 2, 1970. [Sled razvoda, *Zhenata dnes*, br.2, 1970]

Сп. ЖЕНАТА ДНЕС. 75 години „Жената днес“ – историята на най-дългогодишното българско списание. октомври, 2020. https://www.jenatadnes.com/redaktorski/75-godini-jenata-dnes-istoriyata-na-nai-dalgoletnoto-balgarsko-spisanie. [*Zhenata dnes* (online), “75 godini “Zhenata dnes” – istoriyata na nai-dalgoletnoto balgarsko spisanie, oktomvri, 2020]

АНДРЕЕН, Андреа (1968). Нерешените проблеми. *Жената днес*, 1/1968. [Andreen, Andrea (1968). Nereshenite problem. Zhenata dnes, 1/1968]

ВЛАДИМИРОВА, Юлия (2021). Американската етнографка Кристен Годси: За социализма, женските движения и секса. *Dir.bg*. https://impressio.dir.bg/interview/amerikanskata-etnografka-kristen-godsi-za-sotsializma-zhenskite-dvizheniya-i-seksa (последно посетен на 20 юни 2022).

Юлия Владимирова е докторант в СУ „Св. Климент Охридски“, катедра БИН, с научен ръководител доц. Десислава Лилова. Занимава се с популярна култура, женска еманципация в епохата на държавния социализъм в България. Бакалавър и магистър по културология, Владимирова е практикуващ журналист в сферата на културата. Има публикации в научни издания като „Диверсия“, сп. „Медии и комуникации на 21 век“, както и в редица издания на популярните медии като в-к „Култура“, сайтът „Гласове“, списание „aspecto” и БНР. В момента води рубрика за култура в Dir.bg.

Julia Vladimirova is a PhD student at Sofia University "St. Kliment Ohridski ”, Library and Information Studies Department, with supervisor Assoc. Prof. Dessislava Lilova. She deals with popular culture, women's emancipation in the era of state socialism in Bulgaria. Bachelor and Master of Cultural Studies, Vladimirova is a practicing journalist in the field of culture. She has published in scientific journals such as Diversia, Media and Communications of the 21st Century, as well as in a number of popular media such as “Kultura” newspaper, “Glasove“ website, “A-specto” magazine and BNR. He currently has a column about culture in Dir.bg.

МЕМЕТАТА В НОВИНИТЕ И МЕМЕТАТА КАТО НОВИНИ

Мария Иванова

MEMES IN THE NEWS MEDIA AND MEMES AS THE NEWS MEDIA

Maria Ivanova

Резюме: Настоящото антропологично изследване е съсредоточено върху меметата като феномен на културата, датиращ от края на миналия век. Предвид това, че става дума за сравнително нова културна практика и ограниченото количество научна литература, посветена на темата, понятието бива често размито, а неговите характеристики потъват в огромния басейн, включващ всевъзможно „вайрул“ съдържание. Масовото разпространено схващане за меметата е, че те представляват дигитална форма на вицове и често биват коментирани като ретроградно изкуство, в логиката на несериозното и шеговитото. Във връзка с това, че те представляват картинка (колаж, снимка, комикс и др.) с текст, за прегледа на която са нужни няколко секунди (за разлика от прочитането на цяла статия или гледането на новинарска емисия), те започват да стават все по-влиятелни носители на информация от всякакъв тип. Меме жанрът се превръща във вдъхновител на маркетингови стратегии, а рекламните мемета се множат скоростно. В текста ще се разгледа начинът, по който феноменът бива описан от известни български новинарски онлайн медии, а на базата на интервюта с меме дейци – дейността ще бъде разкрита в потенциала й да бъде разбирана като доходоносен бизнес и сама по себе си – информационна медия.
Ключови думи: мемета, „вайрул“ съдържание, информационна медия, креативност

Abstract: The current anthropological study focuses on memes as a cultural phenomenon dating back to the end of the last century. Given that this is a relatively new cultural practice and the small number of humanitarian studies devoted to the subject, the concept is often vague, and its characteristics are immersed in the vast pool, which includes all sorts of ‘viral’ content. The common belief about memes is that they are a digital form of jokes and are often commented on as retrograde art, in the logic of the frivolous and funny. Due to the fact that they are a picture (collage, photo, comic, etc.) with text, which takes a few seconds to review (as opposed to reading an entire article or watching a news program), they are becoming more and more more influential media of all kinds. The meme genre is becoming an inspiration for marketing strategies, and advertising memes are multiplying rapidly. The text will consider the way in which the phenomenon is described by well-known Bulgarian online news media, and based on interviews with meme activists - the activity will be considered in its potential to be understood as a profitable business and in itself - information media.
Keywords: memes, ‘viral’ content, information media, creativity

Свидетели сме на феномени като мета-вселени, изкуствен интелект, виртуални градове, магазини, валути и въобще – холограмен свят, който пуска своите пипала в реалността. Един от мечтаните подаръци за съвременните деца са технологии, тип Oculus rift, чрез които те се наслаждават на добавена реалност, без ограниченията на телевизионния екран или монитора на компютъра. Чрез движението на тялото, специален софтуер и сензори те влизат във виртуалното и създават дигитална своя версия вътре в него. Всевъзможните тюториъли (tutorials)[1], посветени на най-разнообразни занаяти, хобита и практики, биха могли да превърнат един обикновен човек в професионален артист, а стремежът към успех се изразява във възможно най-кратки и ударни послания, без значение дали става дума за рекламен лозунг или самодейно творчество. Ежедневният престой на обикновения човек в социалните мрежи, леснодостъпните програми за обработка на видеа, снимки или музика предразполагат към изявата на разнообразни таланти и креативност. В личния си информационен поток биваме свидетели, искаме или не, на т.нар. „вайрул“ (вирусно, вирално, широко-разпространяемо) съдържание. „Заразната“ му природа залива буквално и преносно всеки наш скрол, а всички актуални и значими (за определената аудитория) събития се превръщат във вдъхновители на всякакви творчески форми. Вероятно рядко би се срещнал човек, живеещ през 20-те години на XXI век, който не е чувал думата „меме“, или иначе казано – виртуалния виц. Често бива описвано като забавна снимка, картинка, колаж или карикатура, главно на хора и животни, върху която има изписана кратка фраза, смешка.

[1] Онлайн уроци, често под формата на видеа в YouTube, в които се показват специфични умения, начини и идеи за изработка, упражнения и др., в повечето случаи – представени наведнъж.

В настоящия текст[2] се съсредоточавам именно върху културния феномен на меметата (от английското „meme”). Съществуват разнообразни вариации в България при изговарянето на чуждицата, най-популярни от които са директната транслитерация от английски „мийм“, меме (с ударение на последното „е“), дори мем – от която дума произлиза понятието. Изборът ми да използвам конкретно думата меме (с ударение на първото „е“) произлиза от факта, че е най-разпространеният изговоряем вариант, както от респондентите ми, така и от общите ми наблюдения (от разговори, български медии, социални мрежи и т.н.). Днес меметата често биват разбирани като нещо несериозно и дори лекомислено. Споменава се тяхната ефимерност, те се появяват ударно, но също толкова гръмко и залязват. Съществуват конкретни изображения, които циркулират от повече от десетилетие в интернет пространството, съвсем без да омръзват на хората, а точно обратното – превръщат се в шаблони, върху които всеки един човек с минимални дигитални познания би могъл да сътвори авторско меме. Респондент[3] „politicheski_humor” казва: „мемето – то си има дефиниция – най-малката единица визуална информация. Да речем, ако ходиш по улицата и видиш една сграда, на която има нарисуван червен кръст, ти ще знаеш, че тази сграда е болница, защото червеният кръст е миймът за болницата”, а респондент zakuska_v_legen споделя: „какво е миймът - ти трябва да окастриш тотално някаква история – да я разкажеш чрез картинка и някакви думички. Колкото по-малко използваш, за да пренесеш тая емоция, толкова по-близко си до целта и реално толкова по-успешно е

[2] Текстът е разработен в рамките на научноизследователския проект „Поп-култура, поп-политика: дигиталният обрат. Интердисциплинарни анализи на пресечността между медии, култури и политики“, с финансовата подкрепа на ФНИ–МОН, договор № Н55/2, от 15.12.2021 г.

[3] За целта на изследването съм провела 5 дълбочинни интервюта с меме дейци, които притежават публични страници в Инстаграм. Трима от тях в текста ще бъдат изписвани с името на страниците си. В 2 от страниците обаче, респондентите са прикачили връзка към официалния си личен профил, т.е. там могат да се видят техните истински имена. За да не бъде издавана тяхната самоличност, ще бъдат представени чрез инициалите А.С. (анонимна страница) и А.С.1.

това, което си направил. Перфектният мийм би бил една дума и една картинка“. По БНР „Христо Ботев“ Яница споделя: "Миймовете представляват видео материал или снимков материал, подкрепен с кратко описание, чиято цел е да създаде познато усещане у човека".

Някои изследователи, критици и създатели на мемета виждат в тях потенциал за съвременно изкуство и креативна дейност, разнообразяваща всекидневието – „за мен правенето на мемета изглежда като създаване на дигитално изкуство, защото ти трябва да мислиш за своята аудитория, колективното знание, басейна от алюзии, на които можеш да разчиташ, формите, символите, играта на думи, теми, и така нататък“ (Reoch, 2019: 237). Накратко казано: докато по-широкият смисъл на термина „мем“ е бил използван да опише абстрактна единица мимезис, културата на интернет и софтуера от 90-те години на миналия век трансформира дефиницията си към абстрактна единица идея или култура. Популярно, той обозначава вид форма на информация, която може да се репликира, рекомбинира, преобразува и преразпределя в множество медии“ (Granata, 2019: 257).

Настоящото изследване е вдъхновено от работата ми по проект „Поп-култура, поп-политика: дигиталният обрат“ и представлява заключителна част на дисертацията ми, посветена на „аматьора като феномен на културата“. Една от мотивациите ми да изследвам мемет*ата* се роди вследствие на пандемията от COVID-19, превзела 2 от 3-те ми години следване в редовната докторантура. По време на тези 2 години терените и събитията, свързани с останалите културни практики, които изследвам (косплей, ЛАРП) бяха замръзнали. Основната комуникация се случваше онлайн и установих, че е подходящ момент да се опитам да се свържа с меме дейци (повечето от които пазят своята анонимност в

името на страницата си[4]). В България феноменът на меметата все още е в началните си фази и страниците са малобройни. Успях да проведа 5 дълбочинни интервюта със създатели на меме страници (memebok - към месец май, 2022 г. – 54,3 хил. последователи, zakuska_v_legen – към месец октомври, 2021г. - малко над 1000 последователи, politicheski_humor – към месец май, 2022 г. - 20,4 хил. последователи, А.С.1 – към месец май, 2022 г. 132 хил. последователи и А.С.2 – към месец май, 2022 г.-15 хил. последователи), включвайки някои от най-популярните и такива, които тепърва „прохождат" (жаргон, използван от респондентите). Ежедневният преглед на сайтове, меме публикации в Инстаграм и Фейсбук ми помогнаха да наблюдавам развитието на отделните страници и съдържанието, което се споделя. Опитах да направя и „включено наблюдение" чрез създаване на жанрова меме страница, свързана със сцени от филми, върху които прибавях текст от битови ситуации, нямащи общо с оригиналния смисъл на филмовия кадър. Реших да направя това, за да науча малко повече за начина, по който се създават мемета (шрифт, кадър, вид хумор и т.н.), да се опитам да се поставя на мястото на меме деец, който качва по няколко картинки с текстове на ден. Опитът за създаване на меме страница ми помогна да разбера в някаква степен сложния механизъм, изискващ талант, умения, изобретателност и постоянство, съпътстващи успеха на подобно начинание, изчислим чрез броя на последователите. Страницата много бавно събираше нови последователи и в един момент се отказах от „включеното наблюдение", но за сметка на това се появи нова парадигма, чрез която да гледам на създаването меметата – именно като работа.

[4] Респондент А.С.2 споделя, че е много по-лесно да кажеш нещо, което би засегнало някого или просто да направиш шега, ако си анонимен. В противен случай свързват шегата с личността ти – ако не те харесват като човек, няма да се изсмеят и на шегата ти. В този смисъл - страницата трябва да съществува самостоятелно.

Целите на настоящото изследване са две – в първата част ще се опитам да дефинирам по-ясно понятието за меме, отграничавайки го от често приравняваните нему колажи, картинки, гифове, видеа, вайръл съдържание и др. За анализа на меметата като част от новинарския поток е използван моделът за изследване на превръщането на разказите за събития в новинарски сензации (Попова, с. 347-363). В текста е представен анализ на това как меметата биват описвани, коментирани и споменавани, който е осъществен чрез анализ на 33 статии (някои от които са допълнени от радио интервюта или изказвания в телевизионни предавания, които съм транскрибирала). Основният метод на изследване в тази част ще бъде преглед на понятието чрез ключови думи в разнообразните му вариации (мем, мийм, меме), като ще направя опит да разпределя информацията от статиите в отделни категории, представящи общата медийна картина, характеризираща меметата и съпоставяйки я спрямо научната литература, прочетена по темата. Във втората част на текста, ще представя гледната точка на меме деец – politicheski_humor, който приема създаването на мемета като работа и бизнес. В анализа си ще се придържам към обяснителния модел и теоретичната рамка, служещи ми за ориентир в изследванията, относно меметата, които се основават на контекстуалните понятия на разпространяемата култура, културата на направи-си-сам (DIY), culture jamming и дори явлението deep fake[5], последното застрашаващо чрез софтуера и филтрите си всеки един човек от възможността да се превърне в меме, или да участва в порно филм, без дори да подозира.

Вследствие на двугодишен активен преглед на меме страници, съсредоточени главно в Инстаграм и Фейсбук, нужен за изследването ми, ме отведе към хипотезата, че меметата влизат активно в ролята на

[5] Дълбоки фалшификации, термин, който всъщност идва от "deep learning" - методът на машинно учене на изкуствен интелект с помощта на изкуствени неврални мрежи (Кръстев, 2019).

съвременни новинарски медии. Установих, че мигновената реакция на актуални събития чрез едно меме достига в пъти по-бързо до мен, особено в случаи, в които не съм разполагала с времето да прочета текст или да изгледам цяло видео, посветено на темата. За поглеждането на една картинка с текст са нужни само няколко секунди, както politicheski_humor казва: „на практика ние се борим за някакви минутки на ден от твоето внимание, а не за примерно час в праймтайма". Отделно от това, все по-често започнах да виждам мемета, които рекламират продукти, фирми, заведения, магазини и др., което първоначално ми убягваше. Рекламата, внедрена в картинката под формата на лого или просто таг, потъваха в спама от множеството визуални шеги. У мен се появи питане, дали създаването на мемета се е превърнало в бизнес, нещо, което преди години не бих могла да си представя.

Първата ми среща с меме бе през 2009-та година, след популяризирането на сайта 9GAG в България, по време на обучението ми в гимназията. Бих могла смело да заявя, че това представляваше истинска мания за мен и моите връстници. Често прекарвахме семейни празници пред компютъра, в опити да стигнем до края на качените смешни картинки, които непрестанно се множаха. За едни от първите мемета се считат т.нар. рейдж комикс (rage comics[6]). Най-грубо казано, рейдж комикс представлява фикционална вселена от дигитални комикс картинки с различни лица/физиономии на определени герои, представени под формата на драсканици. Те могат да бъдат създавани с минимални дигитални умения и познания, свързани с основни програми като Photoshop и Paint. Въпросните комикси разказват чрез хумор ежедневни ситуации, които са в повечето случаи общосподелими от уеб потребителите (да кажем сюжет свързан с училище, приятели и др.). Рейдж комикс започнаха бързо да се превръщат в способ за онлайн

[6] Яростни лица.

комуникация и навлязоха в ежедневието ни като недигитални шеги чрез имитирането от наша страна на изказвания и изражения от известни, актуални мемета. Рейдж комикс продължават да циркулират във виртуалното пространство и до днес, някои от изображенията са оставили дълбок отпечатък и са задали цял жанр на грубовати рисунки-мемета с хумористичен характер. Дори емотиконката за усмивка, създадена от препинателните знаци двоеточие и стандартна скоба, се разглежда от някои изследователи като първото меме, а други сравняват феномена с палимпсест: „пергамент, от който първоначалното писане е отмито и върху който човек решава да пише отново“ (Barthes, 1982, p. 67 cited in Langlois, 2014). Най-популярният аналог в България е Спиндерман (от Спайдърмен), нарисуван със същите цветове от костюма на известния супергерой, но по-скоро приличащ на драсканица. Той е разпознаваем чрез грешно изписани думи (най-често разбъркани букви), съпътствани от критика към социалната действителност, сексистски коментари, псувни и т.н.

След краткото разясняване на това, какво най-общо се разбира под „меме“, ще премина към концепцията за „мема“ с академичен характер. Анализирането от страна на хуманитарни изследователи на меме културата в България, както и в чужбина, е сравнително ограничено. Един от първите български текстове, посветени на меметата, е „Интернет мемета и комуникация онлайн“ от изследователката Дафинка Генова от 2020-та година. Текстът поставя изключително важното противоречие между „вирално“ споделяне на съдържание и меме преобразуването на последното. Авторката прави разграничение между различните видове мемета (имидж макрос, рейдж комикс, снимки, пародии, флашмобс и др.), като загатва за това, че мемета не са само картинки, а биха могли да бъдат цели дейности. Важна част от текста на Дафинка Генова е полагането на меме феномена в полето на

интертекстуалността, тъй като неизбежно е нужно предварително знание, конкретен културен бекграунд и социална принадлежност за разбирането на едно меме. Понятието е създадено през 1976 г. от биолога Ричард Докинс в книгата „Егоистичният ген“. Той предлага терминът „мем” да бъде мислен като Дарвинов, геноцентриран подход към културната еволюция, определяйки го като единица за предаване на културата. Днес има разнообразни теории и концепции за меметата, много от тях не се осланят на труда на Докинс, най-вече защото става дума за актуалната дигитална версия на мема и неговият интерактивен характер. Въпреки това Ричард Докинс задава основите за характеризирането на мемовете като разпространяеми културни фрагменти от човек на човек. От гледна точка на меметиката „Докинс използва meme (мем) по аналогия на gene (ген) като съкратена форма на гръцката дума mimeme, която е сродна на mimesis. Според него меми са „мелодии, идеи, изрази, модни дрехи, начини на правене на керамични съдове или на построяване на сводове“ (Dawkins 2006/1976, с.192 цит. по Генова, 2020: 298).

Според Оксфордския речник меме представлява: „изображение, видео, парче текст и т.н., което се копира и разпространява бързо от интернет потребителите, често с леки вариации, които го правят забавно“[7]. Мемът от своя страна е: „идея, поведение или стил, който се разпространява от човек на човек в рамките на една култура - често с цел предаване на определен феномен, тема или значение, представени от мема. Мемът действа като единица за носене на културни идеи, символи или практики, които могат да се предават от един ум на друг чрез писане, реч, жестове, ритуали или други имитативни явления с имитирана тема. Поддръжниците на концепцията разглеждат мемовете като културни аналози на гените, тъй като те се самовъзпроизвеждат, мутират и

[7] Вж. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/meme

реагират на селективен натиск“[8]. В началото на изследванията по темата, основният акцент бе върху вирусната природа на меметата, коментирана от множество изследователи. Разглеждайки ги като вирус, спам, многократно разпространяемо съдържание с малки вариаци и т.н., започнах да осъзнавам, че стигам до момента, в който ги приравнявам с всички вайръл картинки, колажи, гифове, карикатури, дори предизвикателства (challenges). Подобни характеристики се наблюдават и в част от българските онлайн медии. Книгата на Брадли Уигинс „Дискурсивната сила на меметата в дигиталната култура” ми помогна до голяма степен да отгранича феномена на меметата от останалите вайръл съдържания. Той представя мемето като визуален аргумент, като го полага в контекста на културата на участието, характерна за съвременното общество. Ние сме активните дейци, съпътстващи основната функция на мемето. За да бъде то осъществено, трябва да се промени неговият първоначален смисъл чрез нашата собствена интерпретация и интеракция с него. Така трябва да бъде направено, че да се създаде диалог с останалите зрители, да провокира критика или пародия, всичко това чрез техниката на ремиксирането на оригиналното изображение. За по-голяма яснота авторът дава пример с вайръл видеото „Numa numa”[9], като казва: „важно е да се направи разлика между първоначалното видео и функцията на итерациите като действително интернет меме. Първоначалното видео е пример за вайръл (вирусно) видео, докато пародираните му итерации са интернет мемета. (Wiggins, 2019: 94). Самият Докинс представя мутацията и еволюцията на идеята за мема в нова посока: „мемът е отвличане на оригиналната идея. Вместо да мутират случайно, преди да се разпространят чрез форма на Дарвиновата селекция, интернет меметата се променят умишлено от

[8] Вж. https://bg.living-in-belgium.com/mime-vs-meme-7207
[9] Вж. https://www.youtube.com/watch?v=KmtzQCSh6xk&ab_channel=DorkDaily

човешката креативност. В отвлечената версия мутациите са проектирани – не произволни, с пълното знание на лицето, което извършва мутацията (Dawkins, 2013, B: Wiggins, 2019: 8). Темата вирее в актуалната ситуация на web 2.0 и амбициите за web 3.0, водеща след себе си постхуманистични теории и представи за мета-съществуване. Някои коментари граничат с конспиративни теории, например това, че виртуалният маркетинг и алгоритмите, с които борави, биха могли да разпознаят и рекламират фрагменти от мислите (без да бъдат изговаряни или изписвани) и дори сънищата на интернет потребителите. Споменават се активното присъствие на т.нар. платени „тролове“ или компютърно генерираните „ботове“ в социалните мрежи, които създават една стерилна, роботизирана и дехуманизирана виртуална (не)реалност. Следвайки подобни хипотези, бихме могли да се усъмним в естественото превръщане на дадени културни продукти във „вайръл“, като допуснем, че повечето от тях са продукт на необясними за нас математически алгоритми и изчисления, стратегии на големи компании, които са последвани от масова манипулация. В статията „Нормата ни е 120 поста на ден“. Животът на един кремълски трол“ Сергей К. разказва пред Радио „Свобода“ за работата си за местния клон на агенция ФАН – едно от подразделенията на руската „фабрика за тролове“ (Волчек, 27.01.2021). В текста се казва, че „един от отделите на фабриката е специализиран в създаването на мемета, в които лицата на журналистите или на опозиционните политици се монтират върху кадри от порнофилми“. В други от отделите трябва да се пишат определени коментари на ден, като един от работещите пише негативен коментар за конкретна тема, а друг пише опровержение, за да може във форума да се създаде чувството, че има истинска дискусия. В тази статия е загатната функцията на меметата като доходоносна работа, интернет шегите не са просто „майтапчета“, а са целенасочени коментари, отправени към

конкретна аудитория. Към това обаче, ще обърна по-специално внимание във втората част на текста. Брадли Уигинс противопоставя мема по Докинс на ентимема, като представя тезата, че „между мема и интернет мемето ентимемата оставя пространство на публиката да вмъкне собствените си знания и опит; той предполага аудитория от съдии, способни да „попълват празните места“ в аргумент (Finnegan, 2001, B: Wiggins, 2019: 2). Авторът, сам по себе си, е маловажен, разпада се и се дематериализира в името на колективно творчество. С риска да се повторя, няма как да не спомена тук концепцията на Ролан Барт за смъртта на автора и раждането на читателя (Барт, 2003). Меметата са в постоянен процес на трансформация, а създателите им остават на заден план, тъй като ако е добро тяхното меме, то трябва задължително да провокира креативното му трансформиране от страна на аудиторията. Следователно, следвайки теорията на Уигинс, едно интернет меме, за да бъде истинско, то по дефиниция трябва да стане „вайрул“ и да предизвика аудиторията да го ремиксира. Сещам се за един много популярен и сполучлив колаж в България, посветен на Красимир Каракачанов и множеството вариации от всякакви хора, включващи пликчето на „Била“. Именно тези вариации превръщат първоначалния гаф и последвалата дигитална шега в меме, а Уигинс казва: „ако публикувам изображение-макро (картинка с текст) като меме на страницата на „Classical Art Memes“ и то събере нулеви реакции, споделяния и коментари, все още ли е меме? Според моята собствена дефиниция за интернет меметата, артикулацията им като артефакти на дигиталната култура и според това, как останалите изследователи са дефинирали меметата, отговорът е категорично „не“. (Wiggins, 2019: 53). Тук искам да обърна по-специално внимание на българските онлайн статии. Често в българските медии меметата се приравняват с други творчески продукти (тип снимка, видео, колаж, комикс и др.), които

обаче не водят след себе си различни вариации, породени от множествените интерпретации на интернет потребителите. Този проблем идва от т.нар. „мийм култура“ („Площад Славейков“, 28.03.2022), която не е умело дефинирана.

Основната дихотомия, съпътстваща по-широкото разбиране за меметата, е по оста сериозно-забавно. В този ред на мисли, наблюдава се противопоставяне и същевременно преплитане между практики, свързани с бизнес и такива – с обикновено хоби. Чистата имитация, обяснявана чрез културата на копирането и поставянето (copy-paste) е изправена срещу произведението на изкуството, невинно направената шега чрез картинка пък води понякога до съдебни дела, а защитата на авторските права бива неглижирана, в името на ежедневната им кражба, с цел липса на цензура и стремеж към пълна творческа свобода и креативност. След като са представени няколко лесни програми, чрез които можем да сътворим „меме“ от телевизора чуваме следното „дайте воля на чувството си за хумор и не забравяйте да споделите вашите творения на нашата фейсбук страница“ (БНТ, „Натисни F1“ 20.02.2020). Разбираме, че участието в този културен феномен, е общодостъпно, единственото, което е нужно на човек, е достъпът до компютър и личното му желание. По друга телевизия Николаос Цитиридис (БТВ, 05.02.2020) пък описва мемето по следния начин: „искам да използвам рождения ден на социалната мрежа, за да си поговорим за един феномен, зародил се в интернет, който е по-мощен от всички инфлуенсъри и мотиватори. По-силен дори от онези картички за Гергьовден, които ви пращат всяка година, дори да се казвате Димитър. Говоря ви, дами и господа, разбира се за феномена меме. Някои го наричат мийм, други мем, баба ми го нарича: „К‘ва е тая простотия?“. Но, горе-долу, всички се обединяват около едно определение, макар и не най-точното: смешна картинка в интернет с определен контекст“. Малко по-късно певицата

Михаела Филева накратко го определя като „най-добрият начин нечий гаф да се помни дълго“, а Катето Евро казва: „нали не се излагам като не знам какво е меме?“ (БТВ, 05.02.2020). Тук е загатната липсата на конкретна яснота в България, относно феномена, всички го определят по различен начин, някои поколения дори не знаят за него. Въпреки това, изглежда забавно и разведряващо - решаваме да напишем в търсачката „меме“, вече го чухме и като „мийм“, сърчваме и тази дума, стигаме до информация и за споменатия „мем“. Интернет меметата започват да се разпространяват в края на миналия век, но все още в българската общественост понятието не е съвсем ясно дефинирано. 10 от статиите, на които ще обърна внимание, във връзка с употребата на думата „меме“ (както и мийм, мем) са от „Дневник“, 8 от „Площад Славейков“, 4 са от „Sega.bg”, 5 от „OFFnews”, 2 от „БНР“ и по 1 от „DarikNews”, „БНТ“, „БТВ“ и „Actualno”. Общият брой прегледани от мен статии е по-голям, но реших да изключа всички текстове, в които меметата са включени като класация (например „10-те най-забавни мемета от…“ и др.) и в които самата дума е просто спомената, без допълнителен коментар, характеристика или авторова критика. Вероятно изпускам някои онлайн материали, но броят текстове бе достатъчен, за да отгранича основните рамки, в които меметата биват вписвани. Ще започна от първата категория, акцентираща се върху дефинирането на мемето. В българските онлайн медии го наричат още мода/модерна мания/мода във вица (Ганчева, 2021), или просто картинка. В други статии виждаме приравняването на меметата с онлайн комикс (Дневник, 19.01.2016), вайръл видео (OFFNews, 7.12.2018), карикатура (Дневник, 3.07.2014), инициатива (Дневник, 4.11.2012), тенденция („Площад „Славейков“, 2019), някаква практика (тип фенска признателност (Дневник, 3.07.2014) или реакция след събитие), дори интернет жанр (OFFNews, 21.03.2020). Интернет шегите се разпознават като мийм шеги (следователно „мийм“

се превръща в синоним на „интернет“ (Дневник, 17.06.2014)), а градски легенди като Слендърмен (Димитрова, 2018) или снимка на известна личност (Сега, 04.03.2021) също биват също описани като мемета. В много редки случаи меметата биват споменавани като работа (DarikNews, 12.01.2022), бизнес (Дневник, 10.05.2014) и във връзка с цензура (главно в контекста на Русия) (OFFNews, 26.08. 2018 и 29.05.2019) и защита на авторски права (Площад „Славейков“). От тук споменатите употреби на понятието бих се съгласила с това, че мемето представлява мода, тенденция и жанр: „меметата са жанр, а не средство за онлайн комуникация и са артефакти на дигиталната култура на участие, характеризираща се специално от посредничеството на потребление-производство (Wiggins, 2019: 44). За сметка на това обаче, останалите варианти са некоректно употребени – меметата взимат техниката на комикса, колажа и карикатурата, но това не означава, че всеки онлайн комикс, колаж или карикатура е меме, което често се разбира от статиите. Това важи и за вайръл видеото. По-рано споменах за различаването на вайръл видео от едно меме, тъй като последното носи след себе си разнообразни вариации и интерпретации. Що се отнася до практиките като някакъв вид реакция или инициатива чрез картинка с текст, за последната също не може смело да се твърди, че е меме. Преобладаващите статии, в които присъства някоя от вариациите на анализираното понятие, са свързани с дигиталното пространство и по-конкретно с „виртуални/дигитални вицове“. Ще дам пример: в статията, озаглавена „Чатът на Гешев с пиарката на Борисов: тази простичка наглед случка разкрива много“ (Милчева, 2021) става дума за чат-кореспонденция между главния прокурор Иван Гешев и пиарката на бившия премиер и лидер на ГЕРБ Бойко Борисов по време на участие в парламентарна комисия за обсъждане на законопроект. Питам се - какво общо има мемето с тази ситуация? Според авторката на текста:

„българският политически живот не просто ражда вицове, а е меме сам по себе си“ (пак там). В това изречение мемето и вицът са представени като синоними. Нелепата ситуация, свързана с неглижиране чрез чатене, по време на важно политическо събитие и връзката между самите главни действащи лица, въобще цялостната осанка на текста, в жанра на жълтата новина, препраща към дефинирането на мемето като нещо нелепо, несериозно, смешно, пародийно, нескалъпено, неадекватно, разбира се, допускайки използването на думата като метафора. В статията „Борката подлуди интернета“ дефиницията за мемето е следната: миймчета (meme - мийм; на български му викаме меме - хумористично колажче, носещо вековна мъдрост, злободневна закачка или приятна простотийка)“ се добавя допълнителен пласт на ирония, омаловажаване, чрез употребата на вид литота и умалителни думи.

В този ред на мисли, когато меметата биват сравнявани с вайръл, виц, снимка, градска легенда или дори картината, нарисувана от художника Симеон Кръстев, която „бе подарена на сръбския президент Александър Вучич лично от нашия премиер-министър Борисов“ (OFFNews, 22.01.2021) употребата на понятието не е съвсем коректна. Една дигитална шега, създавана на принципа на мемето и в неговия жанр, не е задължително да се превърне в меме, както само по себе си вайръл съдържанието не е меме. Често се срещат и словосъчетанията вайръл меме или „дали вашето меме ще стане вайръл“, което също взаимно се изключва. По-коректният въпрос, в логиката на теорията на Брадли Уигинс би бил: „дали ще успеете да създадете меме?“. Да, мемето, за да е меме, трябва да бъде по дефиниция вайръл, обърнатият обяснителен модел в случая не работи. В началото на изследването си по подобен начин сливах други творчески продукти, например политическите карикатури, създавани на принципа на колажа чрез Photoshop, в жанра на меметата. Мои респонденти – меме-дейци ми

споделиха, че карикатуристите се обиждат от това, но и други хора са приемали техните творения като мемета. Създава се едно противопоставяне между „пълната аматьорщина“/имитацията и изкуството, а А.С. казва: „има два вида миймъри – тези, които публикуват stolling content (откраднато съдържание) и тези, които правят оригинално“.

Споменавайки противопоставянето на категориите сериозно-забавно, бих искала чрез тях да разпределя споменатите сравнения/наименования/описания на „меме“ в българските онлайн медии, стремейки се да избягам от възможно есенциализиране. Най-лесно това би се случило със споменатите по-горе умалителни употреби „миймчета“/„простотийка“/“колажче“, които директно влизат в категорията „забавно/несериозно“. В статията „Наско е просто мем* на културното ни опустошение“ (Димитрова, 2022), качена в „Дневник“ и „Sega.bg” прочитаме следното: резултатът е доминация на чалгата в интонационната среда дори на елитните столични гимназии, а какво остава за по-онеправдани квартали, градове, села. Но, разбира се, това са маловажни неща, важното е да тече хумор и хейт във Фейсбук“. Тук една политическа фигура, сътворила според авторката гаф, сама по себе си бива сравнена с меме. Това, по мое мнение, следвайки концепцията на Брадли Уигинс, отново не е достатъчно коректна употреба. Загатнато е, че поради факта, че е направена пародия на клипа на Атанас Атанасов (единствено тази на Филип Аврамов), това превръща ситуацията в „мем“, но една пародия (или дори няколко) не би могла да говори за това, което описах по-рано като „меме“.

Полагайки културния феномен на мемет*ата* в полето на популярната култура, някои от разгледаните статии имат оценъчен характер и са основа за авторова критика, често с подобна омаловажителна конотация, коментирана по-горе или употребявайки

думата като сравнение/метафора с небуквално и задълбочено в конкретика значение. Това обаче, само по себе си, би могло да говори за вероятна общосподелена неглижираща позиция. В статията „Деца, не правете като Путин, нито като „Амазон“ (Глишев, 2022) миймовете и попкултурата са представени като „по-лековатата форма на културния багаж“ и се коментира „тъжен настоящ епизод в историята на попкултурата“. Александър Кузманов коментира пред БНР „Христо Ботев“ за новата мода във вица: „ако не са пропаганда, те са добра шега…Едно от качествата на миймовете е, че те много бързо избухват, но също толкова бързо и залязват. Не са културни носители, както прозата или киното, които остават с десетилетия, не - те се консумират много бързо и изчезват“, твърдение, което също е в опозиция на схващане, че те могат да бъдат разглеждани като изкуство. Любомир Кючуков (2017) споменава съществуването на „меме поколение“, а според него виртуална реалност измества реалната. Нужно е да се създаде филтър на виртуалната консумация, защото иначе съпътстващите механизми на едно меме (например шльокавицата) представлява тревожна тенденция, свързана с формирането на личността на едно дете. Избягвайки от възможността да представя само една гледна точка, ще прибавя чутото от предаването „Натисни F1” по БНТ. Ютубърът Nikicha1 споделя позицията, че хората стават все по-изобретателни и се създава естествена конкуренция, свързана с изобретяването на мемета. Той също така споменава за възможността всяка една „стъпка накриво от известни личности” да вдъхнови превръщането им в меме. По-рано бях споменала феномена „deep fake”, чрез който можем да се окажем в нежелано от нас видео/снимково съдържание чрез софтуер, анимация или филтър. Съществуват мемета, които са забавни за едни, но травмиращи за хората, чийто реални снимки за направата им са използвани (Aldrich, 2015). Пример за това е

феноменът „I accidentally became a meme“ („Аз инцидентно се превърнах в меме“), серия от видеа в платформата Ютуб, посветени на интервюта с хора, чиито снимки са внезапно са се превърнали в мемета, след използването им от анонимни автори. Мъжът от популярната меме серия „Hide the pain Harold” („Скрий болката, Харолд“) споменава следното:„хората всъщност не ме гледат като реален човек, а като фотошоп творение“[10]. С течение на времето обаче, се засилва интересът на хората към него и той придобива много почитатели. Срещайки го по улицата, те пожелават да си направят селфи с него, а по повод това споделя следното: „виждам радостта в очите на хората и е прекрасно, че мога да ги направя щастливи”. Започват да го канят в реклами (напр. от „Кока-Кола“), стига се дори до идея за филм, посветен на меме персонажа му.

В българските онлайн медии има коментари относно липсата на чувство за самоирония от страна на родните политици, които вместо да приемат критиката/шегата правят неуспешни опити да „спрат монтажите“ с тяхно лице от шегаджиите в интернет. В статията „От площад „Славейков“ до Марс – Бърни Сандърс като най-заразния мийм (снимки)“ (Площад „Славейков“, 2021) се коментира, че самоиронията на българските политици е поставена под въпрос, а като контрапункт е даден Бърни Сандърс, който използва превръщането си в меме в благотворителност. В статията „Генералът каза!!! Или как генерал Мутафчийски вдъхнови социалните мрежи“ (OFFNews, 21.03.2020) ген. Мутафчийски е наречен „герой на интернет жанра "meme" - снимки с кратък текст към тях, които осмиват ситуацията и самите герои“. Освен български политици, срещаме и популярни актьори като Никълъс Кейдж, който „изрази своето разочарование от факта, че кадри с неговото лице от филма „Целувката на вампира“ се използват за

[10] Вж. https://www.youtube.com/watch?v=a3WnvDtDD2M

„платна“ за миймове през последните години“ („Площад „Славейков“, 2019). Шегите с неговото лице са се превърнали в поджанр на рейдж комикс с наименованията Cage Rage (Кейдж Рейдж), идващо от фамилията му. Тук мемето може да бъде коментирано дори като потенциален провал на кариерата (или дори съпътстващ мотив за култура на отхвърляне[11]), навлизане в личния живот, а това ме препраща към филма „Don't look up" от 2021-ва. В сюжета се разказва за наближаващ земята метеорит, за който учени се опитват да информират населението. Реакциите на обществото са, че това е шега и започват да създават мемета, свързани с изказванията на учените по медиите. Учените, стремейки се сериозно да обяснят, че това е истина, че тези мемета са нелепи, все повече провокират създаването на нови пародийни версии. В този смисъл, една известна личност колкото повече се опитва да спре разпространението на меме със своето лице, толкова повече се множат шегите, тъй като не е проявена липса на самоирония. Шегата бива приета за нещо сериозно от засегнатото лице, а това провокира задълбаване с все повече и повече авторски версии на първоначалната смешка.

В хода на изложението, направих опит да премина от забавното към сериозното, като, разбира се, те се преплитат и не биха могли да бъдат съвсем ясно отграничени. Тръгвайки от начините, чрез които понятието бива дефинирано, било то като метафора и сравнение, било то целенасочено неглижирано или обратно – представено като творчески импулс, неминуемо стигнах до цензурата, авторските права и навлизането на мемето в личния живот, от което сякаш нито един от нас не е защитен. Ситуацията в Русия е може би един от най-радикалните примери за това, какво може да последва от едно меме, иронизиращо властта. В следващата част на текста ще представя една друга страна на

[11] Cancel culture.

меметата, но естествено продължение на изложението – именно меметата като бизнес.

Първоначално като започнах да се занимавам по-задълбочено с феномена на меметата, си представях, че меме дейците са нещо като „анонимни инфлуенсъри“ (продължавам да използвам това определение) – печелят на база последователи. Това схващане идва от факта, че дълго време не разбирах от монетизиране в социалните мрежи, но нещата не са чак толкова сложни – пари в Инстаграм се печелят от реклами и колаборации. Спомням си един забавен случай, в който бях на един красив плаж и видях за пръв път инфлуенсърка на живо. Тя държеше в ръцете си някаква козметика и беше придружена от фотограф със смартфон – обикаляха заедно дълго време по различни скали, огрени от жаркото слънце, търсейки перфектната светлина и поза за снимка. Дълго време ми бе нужно да схвана какво виждат очите ми, но това се случи отдавна. Днес подобна практика се е превърнала в нещо съвсем обичайно и нормално. В крайна сметка, това момиче работеше в този момент. Е, при меме дейците или както често биват наричани „мемеджиите“ (DarikNews, 12.01.2022 г.) ситуацията е доста сходна, само че вместо рекламираният продукт да бъде държан лично от тях и без дори да показват своите лица и тела на фона на красива дестинация, той чрез лого или таг и разбира се, задължителната сполучлива, актуална и адекватна шега бива „вмъкнат“ в мемето чрез специфичните за жанра вече коментирани техники. Картинката с текст, както често описват меметата, се превръща в картинка с текст и лого. Един от най-любопитните и интригуващи за мен примери е дело на маркетинговата стратегия на ресторант „О‘Шипка“ и рекламното меме, което бяха направили, вдъхновено от интереса към сериала „Игра на калмари“, излъчван по Нетфликс. В уводната част на текста си бях споменала теорията на culture jamming – „ практиката на нарушаване на ежедневния

живот и статуквото с изненадващи, често комични или сатирични действия или произведения на изкуството“ (Cole, 2021). В контекста на тази теория - критинката, свързана с консуматорското общество чрез познати лога, образи, лозунги ме препраща към феномена Banksy. Анонимен графити артист, чиито произведения се появяват изненадващо на централни локации. В неговото изкуство присъства критика към политиката и съвремието. В меме културата присъстват сходни фрагменти със стила на Banksy, главно защото използват разпознаваеми фигури, образи, известни личности и моменти от актуални или значими събития. За разлика от изкуството на Banksy обаче, мемет*ата* съществуват във виртуалното пространство. ,Благодарение на изключително интересния разговор с меме дееца politicheski_humor, концепцията ми за мемет*ата* претърпя коренна трансформация. Респондентът е част от цяла меме компания, в която влизат повече от 10 популярни български меме страници в Инстаграм (JustPablo, BalkansKnow – предимно сюжети, посветени на „балканите“, nalove_online – мемет*а*, свързани с лов, obshtacooltura, escobar_girl – насочен към женска аудитория, mypetfriend_official – мемет*а* за домашни любимци, avtomobilen.humor – мемет*а*, свързани с автомобили, restorantiorski_humor – такива, насочени към ресторантьорския бранш и др). Както става ясно, всички те са насочени към конкретна аудитория, а politicheski_humor допълва: „ние повече развиваме мрежа, като основната ни цел е да задържаме и да прехвърляме трафик“. Осъзнах, че ежедневният ми преглед на меме страници е преизпълнен с множество реклами. Все по-често виждам меме страници в Инстаграм, които са написали в описанието си (или т.нар. „био“ – от биография) – „za reklami – DM[12] me” („за реклами - пишете ми на лично съобщение“). Като се върна във времето от тийнейджърските си години, когато мемет*ата* за

[12] Direct message.

мен бяха просто драсканици с предимно забавен текст, разбирам все по-плътно, че движението от периферията на забавното и дистанцираното се е ускорила драстично към тази на сериозното и материалното, а мемето добива парична стойност. В статията „Какво е професия мемеджия: Най-популярните родни страници в Instagram“ (DarikNews, 12.01.2022) относно профила на justpablo пише следното: често мемета са под формата на реклама и така профилът привлича както последователи, така и партньори. Към този момент страницата има партньорски отношения с букмейкъри, заведения, козметични центрове и т.н. Притежава дори собствена линия дрехи“. Респондент politicheski_humor споделя: “ако искаш да постнеш нещо в politicheski_humor, предвид че е само с 20 хил. последователи, с тясна ниша, примерно една публикация може да струва между 100-150 лв. без ДДС, вече в зависимост дали ние трябва да я направим, да я концептуализираме“ – можете сами да предположите какви биха били сумите за едно меме/публикация от някоя по-популярна страница. Освен това, един от клиентите им е онлайн медията „TrendyNews“, той споделя: „(тя) е към нас и си работим като нормална медия, рекламираме се и т.н. В момента се ракламират основно хазарт, финансови услуги, (бързи) кредити, заведения (дискотеки, ресторанти и т.н.) и хотели. Това са ни по-основните клиенти, които за постоянно са се задържали. А като преходни – бутици за дрехи, за всякакви такива стоки, тук-таме някой, който иска да стане известен и му трябва малко да се побутне в социалните мрежи”. Тук ясно можем да видим връзката между информационен новинарски сайт и една меме страница, например в politicheski_humor всички актуални събития, свързани с българската политика, се появяват светкавично в Инстаграм фийда под формата на мемета. Конкретни фирми си резервират цели сюжети, включвани в мемет*ата*: „това, което продаваме на Credissimo, са всички мемета, които

са свързани с липса на пари. И свързано ли е с „идва ми наема… бавят ми заплатата… не ми стигнаха парите да си платя сметката…“, каквото и да е – слага се логото на Credissimo – ако ти трябва. Те са си резервирали правото всички шеги, свързани с пари в нашите мрежи, да са техни”. Респондент politicheski_humor разказва за това как мемеджии чрез влиянието, което имат в мрежите, могат да предизвикат цял скандал или пикантна история, която да послужи в полза на известни инфлуенсъри или дори да превърне обикновени хора в такива. Относно питанията ми, свързани с механизма/алгоритъма, чрез който меметата добиват популярност той казва: „разбираме кое ще се хареса и ще се споделя главно от наблюдения. Както при всяко нещо, когато го правиш всеки ден по доста време, започваш да го усещаш. Един от колегите в голямата страница като му покажа една картинка до +/- 1000 лайка може да познае с точност колко ще направи. Просто защото си познава публиката“. Да се върна към коментираните по-горе конспиративни теории за компютърно генерираните алгоритми и това, че сме залети от тях. Дори до някаква степен това наистина да присъства, предвид непрестанните актуализации на приложенията, които използваме, от разговора с представител на коментираната, бих могла да я нарека смело „меме компания“, научавам, че това си е придобито умение, в хода на многогодишна работа, усилия и наблюдения. Отвъд шеговитата страна на меметата, е нужно да се коментира и присъствието на социо-културен код на хумора. Респондентите споделят, че съществуват различни стилове/видове хумор при направата на страниците им и по този начин се оразличават различните им аудитории. Страниците с меме съдържание се различават една от друга както по тематична характеристика, воден знак, почерк, цялостен вид на комбинацията от постове, така и по целта на техния създател – било то за хоби/изкуство или за бизнес. Брадли Уигинс споменава теорията на Гидънс (Giddens,

1984, В: Wiggins, 2019), който използва „следи от памет“ (пак там“), опитвайки се да обясни процеса на превръщането на една онлайн шега в меме. Нужно е разпознаване на първоначално дадения меме шаблон и адекватна негова употреба чрез ремиксиране, за да се участва в процеса: „в меметичен план, следите (или структурите) от памет са процедурите за проектиране на специфично меметично съдържание по такъв начин, че да бъде разпознато като меме, за да се насърчи рекурсивно възстановяване на свързаните с него мемета… следите от паметта позволяват на хората да знаят какво да направят, за да участват; т.е. да разпознаят конкретно съобщение като меме и още - да възпроизведат подобно меметично съдържание с надеждата за повторен процес на разпознаване и възпроизвеждане“ (пак там). Това разпознаване отвежда потенциален меме деец към идеята да промени чрез своята собствена интерпретация, желание за коментар или чувство за хумор първоначалния образ, което ме отвежда към ефекта на Кулешов. Това е монтажен похват в киното, постиган чрез съпоставянето на два независими един от друг кадъра, които имат отношение помежду си и изграждат нов сюжетен смисъл на преживяванията. Да вземем мемето с коментирания по-горе Харолд. Изражението на лицето му и усмивката му, често коментирана като изкуствена, вдъхновява всевъзможни интерпретации. Освен като рожба на колажа, карикатурата, пародията и вица, по този начин в мемето бихме могли да видим препратка към кино похват, в неговата минималистична, съкратена многократно, сбита и ремиксирана версия.

Като говорим за влиянието на меметата, останалите off-line медии имат интерес към дейността на мемеджиите, тъй като по думите на респондента им е интересно как с един много малък процент от бюджетите им мемеджиите успяват да постигнат много по-добри резултати. Често се случва меме дейците да биват допитвани и да им се

заплаща за идеи, насочени към реклами, излъчвани по телевизията. При запитване към респондента как би определил общността (включваща останалите му колеги), от която е част, той споменава „анархо-комуна“, като не се борят да ги разпознават в самото общество на мемеджии. Това за него и за останалите му колеги е основен бизнес, като в България, не съществува друга подобна онлайн организация, която да превърне това хоби в подобна комерсиална машина. Въпреки че не показа лицето си на видео-разговора по време на интервюто, сподели, че има хора, които знаят кой се крие зад тази страница, дори представлява нещо като мотиватор и вдъхновител за свои почитатели, израснали с неговите мемета, които по техни думи в някаква степен са ги изградили като личности – „медийното послание, излъчвано от масовите медии, не е директно усвоено от публиката, но минава през филтъра на така наречените от тях лидери на мнението за дадена общност, които го препредават, тълкувайки го, на референтната си група” (Нейкова, Колева, 2022). Освен politicheski_humor, А. С. 1. казва: „(Печелил съм) около 1800 лв. за няколко мемета. Аз съм на 17 и това не го правя професионално. Но мисля, че за 10 мемета и 7 сторита е предостатъчно. Все пак какво означава да плащаш пари на миймър? От 4 до 6 поста на ден, средно около 180 или 120 поста на месец. Те от тези 120 поста (които ти сам ги правиш) на месец отделяш 10 за дадените хора. Те ти ангажират цял месец да ги мислиш. Защото е много по-трудно да правиш мемета за фирма, отколкото да правиш мемета по вайръл работи… от Инстаграм не се изкарват пари, изкарват се от колаборации (най-много ок.1200 лв. за 10 публикации и стори)“. Memebok добавя: „изкарвам някакви пари, но те със сигурност не са пари, с които човек може да се издържа. Аз примерно не вярвам в телевизионните реклами или тези по вестници, билбордове, смятам, че би било много по-изгодно и много по-ефективно да се инвестира в страници, инфлуенсъри – те да правят рекламите“. В

този ред на мисли „мийм/меме културата“, спомената по-горе в една от статиите, придобива съвсем различни измерения. Мемет*а*та в страници, насочени главно с цел печалба, са изключително разнообразни, нямат конкретен разпознаваем стил, не се правят с цел креативност, а с цел задържане и препращане на трафик към конкретните клиенти. Често биват използвани шаблонни картинки и снимки, които са масово разпространявани и въпросът за авторските права е потънал в дълбините на непукизма и приемането, че от всичко може да се направи шега. Меме деец от NEEM (“Non-Existent Existentialist Memes”) споделя: „за мен вдъхновението за предизвикване на дебат е комбинация от игривостта и желанието да се борим срещу някои конкретни погрешни схващания. Ако някой започне да говори близо до мен за някои много случайни и неверни убеждения (например, достъпът до интернет е основно човешко право), ще бъда по-мотивиран да се подигравам с него в бъдещо меме. Освен това, понякога ни се иска да хвърлим кокал на различни членове на аудиторията ни“ (Reoch, 2019: 244). Изследователи коментират апатичната природа на мемет*а*та и тяхната немощ, относно тласкането на потребителите към активни действия (тип граждански протести и др.), „все пак, дразнещият аспект на виралността и мрежовите структури за участие вероятно подсказва защо е по-лесно и по-приятно да участваш в създаването и курирането на мемета, отколкото в социални движения или свързани дейности“ (Wiggins, 2019: 102).

В настоящия текст се опитах да внеса по-дълбока яснота, свързана с дефинирането на културния феномен на мемет*а*та, като разгледах различните употреби на понятието в известни онлайн български медии. Често тези продукти на популярната култура биват неглижирани и омаловажавани, а както разказах – в тях се крие креативност, умение, посреднически и образователна дейност дори потенциал за доходоносен бизнес. Съзнавайки вероятността в някои от текстовете употребата на

понятието за меме въобще да не се е разглеждала в толкова буквален смисъл, реших да направя опит да разясня, че ако вайрул съдържание не е креативно ремиксирано и преупотребено, то си остава нищо друго, освен вайрул. Практиката, свързана с пародия, колаж, комикси и карикатури, вдъхновени от дадено събитие, ситуация, личност и др. не винаги представлява меме сама по себе си. Коментираните Инстаграм страници имат големи аудитории, които чрез своите коментари, преправяния, допълвания, идеи и като цяло – свои версии на първоначално даденото меме, продължават неговия живот, дори той да се характеризира с краткотрайност. Именно тази креативност е част от „меме културата“. Спамът с разпространяема картинка или видео, което не е вдъхновило креативност си остава във „вайрул културата“. Двете понятия биха могли да се припокриват в някакви аспекти, но по мое мнение беше нужно да се опитам да обясня разликите. Меметата са изненадващи, ударни, бързо залязват, но могат също толкова бързо да се възстановят, неспособни сме да предвидим кое ще бъде следващото, тъй като събитието, от което ще тръгне, тепърва предстои. Ще завърша с едно изказване на Анди Уорхол: „Всеки професионален изпълнител винаги прави едно и също нещо в точно определения за това момент във всяко шоу, в което участва. Това, което харесвам, са неща, които са различни всеки път. Ето защо харесвам аматьори. Никога не можеш да кажеш какво ще направят по-нататък“ (Warhol, 1977 B: Tanni: 2014: 10).

Използвана литература

БАРТ, Ролан (2003). Смъртта на автора. *Литературен клуб* (онлайн) (посетен на 13.05.2022). http://www.litclub.com/library/kritika/bart/dead.html [Bart, Rolan (2003). Smartta na avtora. *Literaturen klub*,]

ГЕНОВА, Дафинка (2020). Интернет мемета и комуникация онлайн. *Български фолклор*, 3/2020. [Genova, Dafinka (2020). Internet memeta i komunikatsiya online. *Balgarski folklor*, 3/2020]

НЕЙКОВА, Ния, Светла **КОЛЕВА** (2022). Да живее Ютюб! По пътя към поп-културната политика. *Семинар_БГ*, 21 https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy21/item/611-da-zhivee-youtube.html (последно посетен на 13.05.2022 г.)

[Neykova, Nia, Svetla Koleva (2022). Da zhivee Youtube! Po patya kam pop-kulturnata politika. *Seminar_bg, 21*]
ПОПОВА, Жана (2017). Как се поражда сензационността в новините на телевизиите? *Критика и хуманизъм*, бр. 47, с. 347-363. [Popova, Zhana (2017). Kak se porazhda senzatsionnostta v novinite na televiziite? Kritika i humanizam, br. 47, s.347-363]
GRANATA, Yvette (2019). Meme Dankness: Floating Glittery Trash for an Economic Heresy. Bown, A., D. Bristow. 2019. *Post Memes: Seizing The Memes of Production*. Punctum books, Earth, Milky Way, pp. 251-277.
PIDKUˇIMUKHA, Liudmyla, Nadiya **KISS** (2020). Battle of narratives: Political memes during the 2019 Ukrainianpresidential election. *Cognitive Studies | Études cognitives*, 2020(20), Article 2246. Available at: https://doi.org/10.11649/cs.2246 (Accessed: 13.05.2022)
REOCH, Angus (2019). An Interview with the NEEM ("Non-Existent Existentialist Memes") Admins. Bown, A., D. Bristow. 2019. *Post Memes: Seizing The Memes of Production*. Punctum books, Earth, Milky Way, pp. 233-251.
TANNI, Valentina (2019). Eternal September. The Rise of Amateur Culture. *Eternal September. The Rise of Amateur Culture*. Link Editions, Brescia, pp. 4-14.
WIGGINS, Bradley (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture*. Routlege Studies in New Media and Cyberculture. 52 Vanderbilt Avenue, New York, NY 10017.

Интернет източници:
АБРАШЕВА, Мина, Георги **ИЛИЕВ** (2012). Мемовете превзеха Интернет, True story. *Дневник*.
https://www.dnevnik.bg/buntart/2012/03/07/1782365_memovete_prevzeha_internet_true_story/ (последно посетен на 13 май 2022) [Abrasheva, Mina, Georgi Iliev (2012). Memovete prevzeha Internet, True story. Dnevnik]
БНТ, „Натисни F1" (2020). Как се правят мемета? https://bnt.bg/bg/a/kak-se-pravyat-memeta?page=6 (последно посетен на 13 май 2022) [BNT, Natisni F1 (2020). Kak se pravyat memeta?]
БТВ (2020). Президентски мъки и гръцки мемета. *БТВ*. https://www.btv.bg/shows/shoutonanikolaos/videos/prezidentski-maki-i-gracki-memeta.html (последно посетен на 13 май 2022) [bTV (2020). Prezidentskite maki i gratskite memeta. bTV)
ВОЛЧЕК, Дмитрий (2021). Нормата ни е 120 поста на ден. Животът на един кремълски трол. *Дневник*.
https://www.dnevnik.bg/intervju/2021/01/27/4167814_normata_ni_e_120_posta_na_den_jivotut_na_edin/ (последно посетен на 13 май 2022) [Dnevnik (2021). Normata ni e 120 posta na den. Zhivotat na edin kramalski troll]
ГАНЧЕВА, Мариана (2021). Мемето – новият визуален виц. *БНР*. https://bnr.bg/hristobotev/post/101452828 (последно посетен на 13 май 2022) [Gantcheva, Mariana (2021). Memeto – noviat vizuale vits. *BNR*]
ГЛИШЕВ, Манол (2022). Деца, не правете като Путин. Нито като „Амазон". https://www.ploshtadslaveikov.com/detsa-ne-pravete-kato-putin-nito-kato-amazon/ (последно посетен на 13 май 2022) [Glishev, Manol (2022). Detca, ne privet kato Putin. Nito kato 'Amazon'. Plostadslaveikov]
ДИМИТРОВА, Анита (2022). Наско е просто мем* на културното ни опустошение. *Сега.*
https://www.dnevnik.bg/analizi/2022/04/13/4336043_nasko_e_prosto_mem_na_kulturnoto_ni _opustoshenie/ (последно посетен на 13 май 2022) [Dimitrova, Anita (2022). Nasko e prosto mem* na kulturnoto ni oputoshenie. *Sega*]
ДИМИТРОВА, Анита (2018). Интернет страшилището Слендърмен оживява. *Сега.* https://www.segabg.com/category-movie-release/internet-strashilishcheto-slendrmen-

ozhivyava (последно посетен на 13 май 2022) [Dimitrova, Anita (2018). Internet strashilisteto Slenderman ozhivyava. *Sega*]
ДНЕВНИК (2016). Бъди като Бил - новият начин за изразяване на мнение в интернет. https://www.dnevnik.bg/tehnologii/2016/01/19/2688277_budi_kato_bil_-_noviiat_nachin_za_izraziavane_na/ (последно посетен на 13 май 2022) [Dnevnik (2016). Badi kato Bil – noviat nachin za izrazyavane na mnenie v internet]
ДНЕВНИК (2014). Вълна на недоволство срещу Пепе заля Twitter. https://www.dnevnik.bg/sport/svetovno2014/2014/06/17/2324915_vulna_na_nedovolstvo_sreshtu_pepe_zalia_twitter/ (последно посетен на 13 май 2022) [Dnevnik (2014). Valna na nedovolstvo srestu Pepe zalya Twitter]
ДНЕВНИК (2014). Григор Димитров "открадна" работата на британците. https://www.dnevnik.bg/sport/2014/07/03/2336654_grigor_dimitrov_otkradna_rabotata_na_britancite/ (последно посетен на 13 май 2022). [Dnevnik (2014). Grigor Dimitrov 'otkradna' rabotata na britantcite]
ДНЕВНИК (2014). Основателят на VKontakte обяви, че напускането му е било първоаприлска шега. https://www.dnevnik.bg/tehnologii/2014/04/03/2274800_osnovateliat_na_vkontakte_obiavi_ch e_napuskaneto_mu_e/ (последно посетен на 13 май 2022). [Dnevnik (2014). Osnovatelyat na Vkontakte obyavi, che napuskaneto mu e bilo parvoaprilska shega]
ДНЕВНИК (2014). Шеговитата криптовалута Dogecoin със сериозни намерения за успех. https://www.dnevnik.bg/tehnologii/2014/05/10/2292499_shegovitata_kriptovaluta_dogecoin_sus_seriozni/ (последно посетен на 13 май 2022) [Dnevnik (2014). Shegovitata kriptovaluta Dogecoin sas seriozni namereniya za uspeh]
ДНЕВНИК (2012). Потребители в Twitter се забавляват със заглавия в стила на „Ню Йорк таймс“. https://www.dnevnik.bg/razvlechenie/2012/11/04/1939392_potrebiteli_v_twitter_se_zabavliav at_sus_zaglaviia_v/ (последно посетен на 13 май 2022) [Dnevnik (2012). Potrebiteli v Twitter se zabavlyavat sas zaglavia v stila na New York times]
КАМЕНОВА, Антония (2019). Какво е интернет мийм? *БНР*. https://bnr.bg/vidin/post/101150263/kakvo-e-internet-miim (последно посетен на 13 май 2022) [Kamenova, Antoniya (2019). Kakvo e internet miim? BNR]
КРЪСТЕВ, Борислав (2019). Що е то deepfake? *Клуб Z.* https://www.clubz.bg/87546-shto_e_to_deepfake? [Krastev, Borislav (2019). Sto e deepfake? Club Z]
КЮЧУКОВ, Любомир (2017). Meme поколение. *Актуално*. https://www.actualno.com/columnist/article/1415/author_id/102 (последно посетен на 13 май 2022) [Kyuchukov, Lyubomir (2017). Meme pokolenie. Actualno.com]
МИЛЧЕВА, Емилия (2021). Чатът на Гешев с пиарката на Борисов: тази простичка наглед случка разкрива много. *Дневник*. https://www.dnevnik.bg/analizi/2021/09/14/4252963_chatut_na_geshev_s_piarkata_na_boriso v_tazi_prostichka/ (последно посетен на 13 май 2022) [Milcheva, Emiliya (2021). Chatat na Geshev s piarkata na Borisov: tazi prostichka nagled sluchka razkriva mnogo. Dnevnik]
ПЛОЩАД СЛАВЕЙКОВ (2022). Холивуд осъди Уил Смит за шамара. https://www.ploshtadslaveikov.com/holivud-osadi-uil-smit-za-shamara (последно посетен на 13 май 2022) [Plostadslaveikov (2022). Holiwood osadi Will Smith za shamara]
ПЛОЩАД СЛАВЕЙКОВ (2020). От площад „Славейков“ до Марс – Бърни Сандърс като най-заразния мийм (снимки). https://www.ploshtadslaveikov.com/ot-ploshtad-slavejkov-do-mars-barni-sandars-kato-naj-zarazniya-mijm-snimki/ (последно посетен на 13 май 2022) [Plostadslaveikov (2020). Ot plostad 'Slaveikov' do Mars – Barni Sandars kato nai-zaraznia meme (snimki)]
ПЛОЩАД СЛАВЕЙКОВ (2019). Никълъс Кейдж фрустриран, че е част от интернет културата. https://www.ploshtadslaveikov.com/nikalas-kejdzh-frustriran-che-e-chast-ot-

internet-kulturata/ (последно посетен на 13 май 2022) [Plostadslaveikov (2019). Nikolas Keidzh frustriran, che e chast ot internet kulturata]
ПЛОЩАД СЛАВЕЙКОВ (2019). Почина Киселата котка. https://www.ploshtadslaveikov.com/pochina-kiselata-kotka/ (последно посетен на 13 май 2022) [Plostadslaveikov (2019). Pochina Kiselata kotka]
ПЛОЩАД СЛАВЕЙКОВ (2019). Такса линк или край на този интернет, който познаваме? https://www.ploshtadslaveikov.com/taksa-link-ili-kraj-na-tozi-internet-kojto-poznavame/ (последно посетен на 13 май 2022) [Plostadslaveikov (2019). Taksa link ili kraj na tozi internet, kojto poznavame?]
ПЛОЩАД СЛАВЕЙКОВ (2019). Усмихни се, кисела котко – ти ще получиш много пари. https://www.ploshtadslaveikov.com/usmihni-se-kisela-kotko-ti-shte-poluchish-mnogo-pari (последно посетен на 13 май 2022) [Plostadslaveikov (2019). Usmihni se, kisela kotko – ti ste poluchish mnogo pari]
СЕГА (2021). Тъжният Киану стана съавтор и герой на комикс. https://www.segabg.com/category-culture/tuzhniyat-kianu-stana-suavtor-i-geroy-na-komiks (последно посетен на 13 май 2022) [Sega (2021). Tazhniat Keanu stana saavtor i geroj na komiks]
СЕГА (2019). Борката подлуди интернета. https://www.segabg.com/category-then/borkata-podludi-interneta (последно посетен на 13 май 2022) [Sega (2019). Borkata podludi interneta]
DARIKNEWS (2022). Какво е професия мемеджия: Най-популярните родни страници в Instagram. https://dariknews.bg/novini/liubopitno/kakvo-e-profesiia-memedzhiia-naj-populiarnite-rodni-stranici-v-instagram-2296689 (последно посетен на 13 май 2022) [Dariknews (2022). Kakvo e profesiya memedzhiya: Naj-populyarnite rodni stranitsi v Instagram]
OFFNEWS (2021). Изкуството, бащиците и спонтанната любов през годините. https://offnews.bg/nashite-avtori/izkustvoto-bashtitcite-i-spontannata-liubov-pred-godinite-744482.html (последно посетен на 13 май 2022) [Offnews (2021). Izkustvoto, bastitcite i spontannata lyubov prez godinite]
OFFNEWS (2020). Генералът каза!!! Или как генерал Мутафчийски вдъхнови социалните мрежи. https://offnews.bg/offtopic/generalat-kaza-724563.html (последно посетен на 13 май 2022) [Offnews (2020). Generalat kaza!!! Ili kak general Mutafchijski vdahnovi sotsialnite mrezhi]
OFFNEWS (2019). Руски блогър отива на съд, публикувал меме с Путин. https://offnews.bg/sviat/ruski-blogar-otiva-na-sad-publikuval-meme-s-putin-704254.html (последно посетен на 13 май 2022) [Offnews (2019). Ruski blogar otiva na sad, publikuval meme s Putin]
OFFNEWS (2018). И почвам да бегам, бате - мемето на годината в социалните мрежи у нас. https://offnews.bg/offtopic/i-pochvam-da-begam-bate-memeto-na-godinata-v-sotcialnite-mrezhi-u-n-693442.html (последно посетен на 13 май 2022) [Offnews (2018). I pochvam da begam, bate – memeto na godinata v sotsialnite mrezhi u nas]
OFFNEWS (2018). Как след публикуване на мемета може да се окажеш екстремист в Русия. https://offnews.bg/litca/kak-sled-publikuvane-na-memeta-mozhe-da-se-okazhesh-ekstremist-v-rusia-686763.html (последно посетен на 13 май 2022) [Offnews (2018). Kak sled publikuvane na memeta mozhe da se okazhesh ekstremist v Rusia]
ALDRICH, Rachel Lynn (2015). "Memes: Innocent fun or internet bullying? March 20, 2015. [Online]. https://world.wng.org/2015/03/memes_innocent_fun_or_internet_bullying (Accessed: 13.05.2022)
COLE, Nicki (2021). Understanding Culture Jamming and How it Can Create Social Change. October 16, 2021. [Online]. https://www.thoughtco.com/culture-jamming-3026194 (Accessed: 13.05.2022)
PROVENCHE, Langlois M. (2019). Making Sense of Memes: Where They Came From and Why We Keep Clicking Them. *Student Pulse*, 6(3). .:

http://www.inquiriesjournal.com/articles/879/making-sense-of-memes-where-they-came-from-and-why-we-keep-clicking-them (Accessed: 13.05.2022)

Мария Даниел Иванова завършва 9 ФЕГ „Алфонс дьо Ламартин“, бакалавър е по „Културология“ и магистър по „Културна антропология“ в СУ „Св. Климент Охридски“. Докторант е по „Културна антропология“ в СУ „Св. Климент Охридски“, под научното ръководство на проф. Ивайло Дичев. Последните антропологични изследвания, по които работи, са свързани с ЛАРП, косплей и кибертворчество, в частност меметата като феномен на културата. Автор е на книгата „Ролевите игри на живо. Живот in и off game“, резултат от дипломната ѝ работа за придобиване на бакалавърска степен. Изследователските ѝ интереси са в областта на дигиталните медии, градската история, младежките култури и визуалните изкуства. Член е на научния екип по проект „Поп-култура, поп-политика: дигиталният обрат. Интердисциплинарни анализи на пресечността между медии, култури и политики“.

Maria Daniel Ivanova graduated from French Language School "Alphonse de Lamartine", has a bachelor's degree in "Cultural studies" and a master's degree in "Cultural Anthropology" at Sofia University "St. Kliment Ohridski". At the moment she is a PhD student in "Cultural Anthropology" at Sofia University "St. Kliment Ohridski". The latest anthropological research she is working on is related to LARP, cosplay and cyber-art, in particular memes as a cultural phenomenon. She is the author of the book "Live Role Playing. Life in and off game", a result of her diploma work for obtaining a bachelor's degree. Her research interests are in the fields of digital media, urban history, youth cultures and visual arts.

КЪМ НОВА ТАКТИЛНОСТ В ТЕКСТИЛНИЯ И ИНТЕРИОРНИЯ ДИЗАЙН

Евелина Гебрева

TOWARDS A NEW TACTILITY IN THE TEXTILE AND INTERIOR DESIGN

Evelina Gebreva

Резюме: Ситуацията в Европа в последните няколко години ни изтръгна грубо от комфортното усещане за предвидимост и устойчив политически и социален климат. Като се върнем назад в годините около двете Световни войни през XX век със сигурност от нашата дистанция се забелязва как тези сътресения променят пулса на работата на дизайнерите, променят и лицето, философията на продукта на тяхното творчество. Днес се намираме отново в момент на сериозно изпитание. Дизайнерите няма да спрат да работят и да предлагат алтернативи, идеи и решения. Фирмите за интериорен и текстилен дизайн все повече се обръщат към емоционалната същност на продуктите си, а социалните мрежи се оказаха спасителен пояс за връзката им с клиентите и ценителите. Социалната изолация, ограниченото живо общуване доведе до сериозно преосмисляне на ценностите. Като резултат обаче неочаквано подходът към комуникацията с публиката доби много по-човешко измерение. Излъчване на непринудени видеа на живо, интервюта и различни други подобни изяви се превърнаха в честа практика, както и каналите в You Tube.

Ключови думи: интериорен дизайн, текстилен дизан, повърхности, тактилност, емоционална стойност

Abstract: The situation in Europe over last few years roughly snatched us from the comfortable sense of predictability and sustainable political and social climate. Going back to the years around the two World Wars in the 20th century, it is certainly noticeable from our distance how these shocks change the pulse of the designers work, change the face, the philosophy of the product of their work. Today we are in the moment of serious test, again. The designers won't stop working and offering alternatives, ideas and solutions. Interior and textile design companies are increasingly turning to the emotional nature of their products, and social networks have proved to be a lifeline for their relationship with the customers and the connoisseurs. Social isolation, limited live communication has led to a serious revaluation of the values. As a result, however, the approach to communication with the audience unexpectedly took on a much more human dimension. Broadcasting of live videos, interviews and various similar events has become a common practice, as You Tube channels, as well.

Keywords: interior design, textile design, surfaces, tactility, emotional value

Стресът, причинен от пандемията от COVID-19, последвана от военната криза в Украйна, неминуемо ни изтръгнаха от рутината и спокойствието, накараха ни да направим ревизия на приоритетите и ценностите в личния и обществения живот.

Как светът на дизайна реагира на новата ситуация днес? Макар и от съвсем малка дистанция имаме възможност за наблюдение, благодарение на това, че виртуалната комуникация и социалните мрежи вече се бяха превърнали в значим фактор, кръвоносна система, която свързва, движи, подхранва метаболизма на дизайн обществото. Сравнирелно малко се пише за интериорния текстил у нас, затова тази статия не си поставя за цел да направи генерално обобщение или да докаже конкретна теза, а да набележи някои важни репери, около които се оформят отчетливи тенденции днес. Да даде принос към оформянето на функциониращ дискурс сред професионалистите и теоритиците, които работят в сферата на интериорния дизайн или интериорния текстил.

Повод за настоящата статия е текст от Грант Гибсън, поместен на сайта на *Kvadrat* от юли 2021 г., където намираме понятието от заглавието „нова тактилност“. В този текст авторът дава кратко, но ясно обяснение за това как „вирусът“ и рестрикциите около неговото овладяване ни накараха да се замислим за важността на докосването, на тактилността. Хората сложиха ръкавици, спряха да се прегръщат и ръкуват, не докосваха нищо излишно. Възможно ли е да обитаваме „недокосваеми“ пространства? Доколко това да усетим, да се насладим на допира до някаква материя е важно за нас като човешки същества?

Разбира се, дизайнерите и фирмите, които работят в сферата на текстилния и интериорния дизайн не прекъснаха работата си, новите колекции се появиха. Интересно е да обърнем внимание на това как се

промени представянето, връзката им с публиката, с клиентите и ценителите.

Една от най-големите американски фирми за интериорен текстил *Scalamandre* се оказа изключително активна в *Instagram* по време на локдауна. В профила на фирмата освен всички новости за продуктите, статии от списания, фотографии от съвместни проекти с дизайнери, са публикувани стриймваните директно разговори с някои от основните фигури в работата на фирмата, които имат непосредствено влияние върху дизайн процесите и производството. Ако на едно текстилно изложение човек може да се докосне до продукта, да го усети отблизо, даже да го помирише, то тези интервюта дават възможност за непосредствен контакт с личностите, които стоят зад тези продукти. От една страна затварянето и изолацията причиниха вреда, но от друга предоставиха възможност за нова крачка в общуването. Вместо само официалното описание на продукта в сайта или брошурата на фирмата, или презентация по-време на събитие, потребителите получават сведение от реална личност с нейните емоции, разбират повече за вдъхновението и за културната и емоционална стойност на съответния продукт. За нас това вече не е само артикул с цена, ние си създаваме представа, която има много по-човешко или даже по-човечно измерение. Културен продукт с емоционална стойност, който има много по-голямо въздействие върху потребителя.

Авторката на книгата *Why Materials Matter: Responsible Design for a Better World* Сийтал Соланки изследва материалите, с които дизайнерите работят, фокусира се върху материала и неговите различни аспекти и значения. Като основателка на консултантското бюро *Ma-tt-er* в Лондон през 2015 г. Соланки работи по проекти, свързани с дизайн и редизайн на обекти с главна цел тяхното привеждане в съвремен отговор на проблемите с опазването на околната среда. Тя предлага като алтернатива използването на материали, които са възобновяеми,

рециклирани, типични за местното производство и култура в съответния географски район с цел ограничаване на щетите върху природата. В интервю публикувано в You Tube канала на Грант Гибсън, *Apple Podcasts Preview, Material Metters* от 13 юли 2020 г. тя споделя, че познаването и разбирането на материалите, на материята е от изключителна важност за създаване на устойчив и хуманен дизайн, а част от тази мисия е и намаляването на отпадъка. В тази връзка Б. Калоянова прави следното наблюдение: „Парадоксално и иронично е, че колкото повече изкуството се стреми към нематериалност, толкова повече човекът се обгражда с материални отпадъци, дотолкова, че това е все по-необратим и неконтролируем процес“ (Калоянова, 2016: 89). Още един ключов израз споменава Соланки – „емоционални качества“ на материалите. От години вече в говоренето за дизайн изрази и понятия като емоционален, хуманен, устойчив, отговорен са не само често срещани, но те чисто лингвистично задават посоката, в която се развива дизайна като акт на творчество. „Дизайнерът създава визуални кодове, чрез които предава послания и внушава емоции на присъстващите в интериора. Така, както едно живописно платно предизвиква чувства на радост, меланхолия, тъга или спокойствие, умело създаденият интериор притежава още по-голяма сила, именно защото човекът присъства в него физически, усеща пространството с всичките си сетива“ (Калоянова, 2022: 8). Паласмаа съвсем категорично отбелязва, че съвременният дизайн и архитектура са насочени най-вече към предаването на визуални стимули: „Няма съмнение, че нашата технологична култура подреди и разграничи сетивата по-отчетливо. Зрението и слухът сега са привилегированите социални сетива, а останалите три са разглеждани като архаични сензорни остатъци с просто лични функции и те често остават супресирани от кода на културата“ (Pallasmaa, 2005:16).

Новата колекция на братя Кампана *Metamorfosi* за *Paola Lenti* представя мебели и текстил изработени от рециклирани нишки, отпадък

от производство. Това са меки обекти с органични форми, които отново затвърждават позицията на братя Кампана като автори изключително ангажирани със създаване на дизайн, който отговаря на проблемите на съвремието, който е насочен към човека и неговите емоции, дизайн, който прави естествена и органична връзка с изкуството. Богатата тактилност – отличителна черта за техните предмети и интериорни проекти е подчертана и тук. Предметите са серийно производство, но притежават и характеристиките на уникати заради факта, че се използват остатъчни продукти, чийто цвят и вид идва готов и не може да бъде контролиран. По този начин рециклирането на материали, които иначе биха отишли на боклука, дава естествено решение на проблема за автентичността и уникалността на фабричните машинно произведени изделия. Тази автентичност, наречена *aura* от Валтер Бенямин още през далечната 1936 г. (Benjamin, 2007), продължава да вълнува и занимава дизайнерите днес. Все повече дизайнери искат да бъдат автори със собствен почерк, да създават продукти с послание, с аура, отколкото да се слеят с потока на това производство, което носи по-сигурна и по-бърза комерсиална реализация.

Триша Гилд – основателка и директор на *Designers Guild*, текстилната компания с глобално присъствие на пазара – е една от най-активните в социалните мрежи в последно време. В нейните кратки интервюта и видеа тя често представя някоя серия продукти, нова колекция или просто впечатления за събития и проекти с други автори. Дистанцията е скъсена, тя говори с усмивка, докато подрежда цветя, слага възглавници на дивана или показва как се прави муудборд. Бърз поглед върху последните колекции на *Designers Guild* ни връща и към проблема за повърхностите, докосването и колко е важна тактилността за съвременния интериор. Освен характеристиките и качествата на платовете има и открояващо се присъствие на патерндизайните, които и най-големите критици на разточителния британски вкус към десени и

патерни не биха могли да нарекат повърхностна украса. Дизайните и рисунките сами по себе си създават усещането за една свободна субстанция от цветове, щрихи, напластяване, материални и подвижни, създадени от човешка ръка. В книгата албум „Вдъховение“ тя успява да изтъкне важността на първичния етап от дизайн процеса, а именно вдъхновението, което за нея е един много важен и основополагащ момент (Guild, 2006). Изобилието от фотографии представя изображения, които визуализират нейната страст към богатите текстури и напластяване на на цветове и патерни. Ето какво споделя тя в увода: „Хората казват, че си това, което ядеш, но по мое мнение ти си това, което виждаш – или как виждаш...“ (Guild, 2006: 1).

Каква е тази „нова тактилност“? Коя, а не каква, е въпросът. Смисълът на новата тактилност се състои преди всичко в отношението към средата, която ни заобикаля, отношението към материалите, цвета и посланията, които изпращаме чрез тях. Самите материали може да бъдат съвременни и високотехнологични, а може да бъдат традиционни и добре познати, променя се начинът, по който се представят и използват. Как се комбинират помежду си за да се получи нов материал „с ново ДНК“, както се изразява Фернандо Кампана във филма от сайта на студио Кампана. За един и същ материал, например да вземем ленените влакна, има различни технологии, с които да се произведат продукти с разнообразни качества, които пък от своя страна да бъдат използвани по-нататък по начини, които да ги представят в нова конотация, с друг смисъл, в нова ситуация. Напредъкът на технологиите в производството на нови материали, текстилния дигитален и 3D печат също дават допълнителени възможности за изразяване и за работа по отношение на повърхностите и техните тактилни качества. Интердисциплинарният проект *Matter Over Matter,* реализиран през 2018 г. в София, е една от очакваните реакции от художници и дизайнери по отношение на това как нашият свят се промени по време на здравната криза, как това се отрази

на възприемането на заобикалящия ни свят. В този проект материята е в центъра на вниманието, как тактилността на една материя се представя чрез друга и какво е значението на докосването за възприемането на даден обект. Авторите си задават тези въпроси и отправят предизвикателство като интерпретират изразни средства от текстила, керамиката и др. чрез новите технологии в 3D принтирането. Сякаш много по-лесно е да се определят предпочитаните материали в миналото и да се разбере как те отговарят на философията или естетиката за съответното историческо време, например Ралица Стефанова отбелязва: „За Татлин и конструктивистите стоманата и стъклото са основни материали на модерното строителство. Те символизират индустрия, технология, машинност, а постоянното движение на геометричните структури отразява динамизма на модерността“ (Стефанова, 2015: 39). Но нека видим същите материали – стоманата и стъклото – в интериорите на Марсел Вандерс днес. Те изглеждат екзотични, сюрреалистични и дори чувствени.

Работата на съвременния интериорен дизайнер е разположена върху удобен, плътен културен пласт, създаден от началото на XX век до наши дни. Решенията при избора за материали, повърхности са ключови в процеса на създаването на съвременния интериор. Проблемът за повърхността и използването на тактилността като неизменна част от цялата система на интериора може да бъде детектиран още при проектите създадени с помощта на компютърно визуализиране, които се затвърдиха у нас в последните години като предпочитан метод за представяне на идеи и проекти. Даването на преимущество на визуалното възприятие, което елиминира важността на качествата на повърхностите и тяхното въздействие върху сетивата често е отчетливо още от проекта и така неизбежно остава до същинската реализация. Ето какво наблюдение прави в тази посока Юхани Паласмаа: „На компютъра често се гледа единствено като на нововъведение за удобство, което

освобождава фантазията на човека, улеснява и прави по-ефикасна работата на дизайнера. Аз искам да изкажа моите сериозни съмнения за това твърдение, като осъзнавам днешната роля на компютъра в дизайн процеса. Компютърното визуализиране е склонно да прави плоски нашите великолепни, мулти-сензорни, симултанни и синхронни възможности на въображението като превръща дизайн процеса в пасивна визуална манипулация, пътуване на ретината“ (Pallasmaa, 2005: 12). Не би било пресилено да се каже, че в днешно време преподавателите по дизайн би трябвало да поемат като мисия това да предпазят студентите по дизайн от „осакатяването“ на сетивността, да успеят умело да ги насочат към същността на дизайнерската професия, а именно съзидателната сила, която може да промени настоящето и да повлияе на бъдещите поколения. За тази цел инструментите за визуализиране ръчни или дигитални би било добре да се използват така, че да подпомагат, да подтикват и тласкат въображението, а не да го ограничават с технологичните и визуални особености на съответния инструмент.

Материалите, техните качества с всички възможности за интерпретация и употреба в пространството, са едно от големите предизвикателства в работата на интериорния дизайнер днес. Качеството на материалите и техните тактилни особености се очертават като един от основните параметри при проектирането днес. Дали материалите да бъдат естествени – сурови или фино обработено, дали да бъдат изкуствено създадени от естествени суровини, или синтетични, но да носят духа на естествените? По какъв начин да ги комбинираме помежду им е един код с безкрайни възможности за вариации, на който лежи многоликото лице на съвременния интериорен дизайн днес.

Използвана литература
КАЛОЯНОВА, Биляна (2016). *Концептуален и устойчив дизайн*. София. [Kaloyanova, Bilyana (2016). Konceptualen i ustoychiv dizajn. Sofia]
КАЛОЯНОВА, Биляна (2022). *Структурен подход в интериорния дизайн през XX век*. София. [Kaloyanova, Bilyana (2022). Strukturen podhod v interiorniya dizajn prez XX vek]
СТЕФАНОВА, Ралица (2015). *Унгарски следи в развитието на модерния дизайн*. София: Аскони. [Stefanova, Ralitsa (2015). Ungarski sledi v razvitieto na moderniya dizajn. Sofia: Askoni]
BENJAMIN, Walter (2007). The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction (1936). *Illuminations: Essays and Reflections*, ed. Hannah Arendt, trans. Harry Zohn, New York: Schocken.
GUILD, Tricia (2006). *Inspiration.* Quadrille Publishing Ltd.
PALLASMAA, Juhani (2005). *The Eyes of the Skin. Architecture and the Senses.* New York: John Wiley.
RAIZMAN, David (2010). *History of Modern Design.* London: Laurence King Publishing.
SOLANKI, Seetal (2018). *Why Materials Matter, Responsible Design for a Better World*. Munich, London, New York: Prestel.

Интернет източници
MATTER OVER MATTER. https://www.goethe.de/ins/bg/bg/kul/sup/gal/b06.html (последно посетен на 13.06.2022 г.)
САЙТ НА БРАТЯ КАМПАНА https://estudiocampana.com.br/ (последно посетен на 13.06.2022 г.)
ГРАНТ ГИБСЪН, Apple Podcasts Preview, Material Metters with Grant Gipson https://podcasts.apple.com/gb/podcast/material-matters-with-grant-gibson/id1450375359, (последно посетен на 13.06.2022 г.)
СИЙТАЛ СОЛАНКИ, интервю https://www.youtube.com/watch?v=VKGfTni_3U4 (последно посетен на 13.06.2022 г.)
KVADRAT https://www.kvadrat.dk/en/about/rethink/towards-a-new-tactility (последно посетен на 13.06.2022 г.)

Д-р Евелина Гебрева работи в сферата на интериорния текстил. Нейните проучвания са фокусирани в проблемите на съвременния интериорен текстил, неговото място и значение в съвременния интериор. Преподавател в департамент „Дизайн“ на Нов български университет и текстилен дизайнер на свободна практика.

Dr. Evelina Gebreva works in the field of interior textiles. Her research focuses on the problems of contemporary interior textiles, their place and importance in contemporary interiors. She is a lecturer at the Design Department of New Bulgarian University and a freelance textile designer.

БЪЛГАРСКОТО СПИСАНИЕ „РОДЕН ГЛАС” – КОМУНИКАЦИОННО ИЗКУСТВО ЗАД ГРАНИЦА

Анжела Георгиева

THE BULGARIAN MAGAZINE ‘RODEN GLAS‘ – COMMUNICATION ART ABROAD

Anzhela Georgieva

Резюме: Статията проследява процесите в развитието на издаваното в Чехия българско списание „Роден глас” и неговата половинвековна история. Целта на статията е да анализира факторите, довели до потребността на една мигрантска общност да издава своя медия и да аргументира значимостта на подобен вид медийни продукти като основни носители и пазители на историята и културната идентичност на българската диаспора.
Ключови думи: журналистика, комуникационно изкуство, българска диаспора, културно наследство, „Роден глас“

Abstract: The article examines the processes of the development of the Bulgarian magazine, published in the Czech Republic, “Roden glas” (“Native voice”), and its half-century history. The purpose of an article is to analyze the factors that led to the need of a migrant community to publish its own media and to reason the significance of this type of media products as main contributors to the cultural identity of the Bulgarian diaspora and the preservation of its history.
Keywords: journalism, communication art, cultural heritage, Bulgarian diaspora, „Roden Glas“

Въведение

Българската общност в чужбина се увеличава с всяка изминала година, а едновременно с това нараства и потребността от информираност на нашите сънародници, живеещи извън географските граници на България. Именно изконната черта на българина, без значение в коя географска точка се намира, да е винаги част от актуалните събития, да използва правото си да изразява лична позиция по разнообразни теми, или обобщено – да бъде информиран, води до

това по света да има десетки регистрирани български медии, създадени и развивани от български общности. Дейността на огромна част от тези медии има сходна цел: съхраняване на българската идентичност и поддържане на връзката с корените и родната страна.

Изследователският ми интерес[1] бе привлечен от една конкретна медия, която съвсем скоро отбеляза своя половин-вековен юбилей – списание „Роден глас“, издавано от Асоциацията на българските сдружения в Чешката Република.

Настоящата статия има за цел, без да претендира за изчерпателност, да анализира в хронологичен ред факторите и явленията, довели до потребността на една общност да издава своя медия, както и да се проследи развитието на същата тази медия във времевия диапазон от над 50 години. Във фокуса на изследването са поставени: мисията на изданието, ролята му за българската общност, тематичното и жанрово разнообразие и други сходни характеристики.

Формиране на българската общност в Чехия и бивша Чехословакия

Преди да представя самия „Роден глас“, ще се опитам да очертая характеристиките на българската общност, установила се по териториите на днешна Чехия и бивша Чехословакия.

Представянето на миграционните движения, довели до формирането на български общности по чешките земи, ще спомогне да

[1] Настоящата статия е базирана върху мое теренно изследване на архивите и историята на списание „Роден глас“, което, с известни прекъсвания, проведох в периода от есента на 2017 до пролетта на 2020 г. Изказвам искрените си благодарности към всички бивши и настоящи редактори и сътрудници на „Роден глас“, които подкрепиха и подпомогнаха проучванията ми; към членовете на българската общност в Чехия и Словакия, които споделяха с мен житейските си истории, за да мога да изградя по-детайлен образ както за българската диаспора, така и за етапите на нейното формиране; и не на последно място – благодаря на моите академични преподаватели от Департамент „Медии и комуникация“ на Нов български университет, които всеотдайно насърчават стремежите ми към нови хоризонти.

се обяснят на по-късен етап и влиянията, потребностите и решенията на тази общност във връзка с нейната медия.

Българските етнически общности, настанили се в различни краища на света, привличат все повече вниманието в изследователски план, а познаването на тяхната история и култура безсъмнено спомага и за допълване на знанието и идентичността на българския народ като цяло (Гърдев, 2003: 7).

По темата за българите, живеещи по земите на днешна Чехия и някогашна Чехословакия, вече са работили редица изследователи и има сериозна академична литература: монографиите „Българските общности в Средна Европа. Формиране, битуване, идентичности“ (Пенчев, 2017а), „Българските общности в Чехия и Словакия. Минало и настояще“ (Гърдев, 2003), сборник „Българи в Словакия. Етнокултурни характеристики и взаимодействия“ (Рашкова, Пенчев, 2006) и др.

Поглед върху българската градинарска експанзия ни дава трудът на Стефан Бъчваров „Българско градинарство. Исторически бележки“ (Бъчваров, 1986). Познания за формирането и интеграцията на български общности по света, част от които са българите в Чехия, носят книгите „Модели на интеграция на българите в Средна Европа“ (Йовева-Димитрова, 2017) и „Българите извън България“ (Колев, 2005).

Всички тези извори и научни интерпретации изграждат стабилна основа, върху която днес може да се надграждат нови теми, каквато е тази за медиите на българската диаспора в Чехия.

Първа мигрантска вълна: българските студенти

Макар за най-активен период при формирането на българската общност на територията на днешна Чехия да се сочи главно този на последните 50-60 години, архивните данни показват, че българска колония в земите на Чехия и Словакия се заражда още през втората

половина на XIX век. (Гърдев, 2003: 375). По това време, водени от жаждата за образование и в търсене на свобода в различните разбирания на тази дума, стотици български младежи се насочват към чешките средни и висши училища, базирани в градовете Прага, Табор, Храдец Кралове, Бърно и други. Там те планират да получат добро образование, в последствие да се завърнат в България, която е на прага на Освобождението и да положат основите на младата българска държава. По данни на съхранените архиви в периода между 1860 и 1876 г. в средните и най-вече във висшите училища на Чехия са се обучавали около 200 българи (Гърдев, 2003: 256).

Както днес, така и тогава, присъщо за възрастта им, младите българи скоро след пристигането си в новите страни започват да водят организационен живот и да бъдат активни, под една или друга форма, в обществото на страната приемник. Така през 1863 г. български студенти и техните чешки колеги основават тайното българо-чешко сдружение „Побратим”, а само седем години по-късно, през есента на 1880 г. в Прага се поставя началото и на напълно легалното дружество на български студенти „Българска седянка” (Гърдев, 2003: 171). Тази потребност за организиране и чувство на принадлежност като част от общността остава закодирана и във всички следващи мигрантски вълни, които продължават да допринасят за нейното обогатяване.

XIX век съвсем не е само времето, в което българските студенти проявяват интерес към чешкото образование. В началото на 20-те години на XX век, в периода около създаването на Чехословакия, първите български студенти вече са се завърнали в родината си и са разказали на своите близки и роднини за това, което са научили и преживели, което са видели и за хората, които са срещнали. Очаквано тези разкази формират в още българи желанието да видят това „различно”, едновременно толкова близко и толкова далечно. Копнежите по

непознатите чехословашки земи пораждат още една не по-малка в мащабите си студентска вълна, която за втори път масово залива учебните заведения в Средна Европа.

В първите години на XX век нашите студенти, записали се в чешки университети, се ориентират най-вече към изучаването на политехнически и инженерни науки, но също така са привлечени от специалности като хуманна медицина, стоматология и фармация, индустриална химия, агрономия и пр. (Гърдев, 2003: 115). Не е изненадващо, че интерес предизвиква изучаването на славянска филология. Родството между българския и чешкия език, попадащи в групата на славянските езици, спомага много на българските студенти бързо да вникнат в материята и спецификата на изучаваните от тях дисциплини, да постигнат резултати не по-лоши, а понякога и осезаемо по-високи от тези на чехословашките им колеги.

Втора мигрантска вълна: походът на градинарите

Неоспоримо е в исторически план, е че именно студентският наплив полага основите за изграждането на българската общност по чешките земи, но за пионери на масовото българско заселничество се приемат градинарите. Дори нещо повече, българският градинарски поход стои в основата на българските общности не само в Чехия (тогава вече Чехословакия), но и в цяла Средна Европа.

Първите групи български градинари поемат към сърцето на Европа в края на XIX и първите години на XX в. Посоката на гурбетчийската експанзия отвежда повечето от тях първо в унгарските земи, а по-късно и по териториите на днешна Словакия. През първите години от земеделската миграция заминават основно мъже. Те работят там сезонно. В топлите месеци от годината се трудят усърдно, прибират се в късна есен, за да прекарат зимата в България и да заминат към своите

обработваеми площи отново през ранна пролет. С всяка следваща година обаче, все повече хора избират да заминат със семействата си, някои от тях отново се прибират през есента, други решават да прекарат и зимата по словашките земи и така бавно, но пълноценно започват да се формират и българските общности (Бъчваров, 1986: 41-42).

По териториите на днешна Чехия градинарите идват чак през 20-те години на XX в. и се заселват около големите градове – Прага, Бърно, Острава, Пилзен (Пенчев, 1995: 155-156). По-късното им пристигане в Чехия (ако може да бъде характеризирано във времеви план като такова), съвсем не е в ущърб на българските градинари. Благодарение на специфичната организация на труда и производството, ниските цени, високото качество на продуктите и богатия асортимент, съвсем скоро в Чехия се предизвиква „бум” на търсенето и предлагането на български стоки. Българските градинари се радват на всеобщо уважение, за което свидетелства и фактът, че в чешкия език и до днес съществува разговорните изразите „Maká jako bulhar” и „Pracuje jako bulhar”, които обобщено в превод означават „Работи като българин” и „Трудолюбив е като българин”.

„Чешките“ български градинари също следват примера на своите съграждани в Унгария, Австрия и Словакия – работят сезонно, прекарват зимата в България, а следваща пролет заминат отново. Тази практика се променя едва след Втората световна война, когато голяма част от градинарите избират да се установят окончателно в Чехия, като едните довеждат със себе си вече създадени семейства, а други – сключват смесени бракове (Василева, 1991: 231; Йовева-Димитрова, 2013).

Трета мигрантска вълна: междудържавните спогодби

Годините след Втората световна война са и времето на следващата мигрантска вълна, насочила се към Централна Европа. Към

Чехословакия има новоприсъединени земи, това създава нуждата от допълнителна работна ръка, особено в отрасъла на селското стопанство. По това време Народна Република България разполага с многобройно земеделско население, заради което Чехословакия започва да води преговори с родината ни за изпращане на определена квота български земеделски работници към стопанствата в Чехия и Моравия (Гърдев, 2003: 73). Първите междудържавни спогодби са сключени през есента на 1946 г. и още същата година към Чехословакия заминават стотици българи – земеделци. Почти 10 години по-късно, със скока в развитието на Чехословашката Република, потребността от работна ръка отново се увеличава, заради което на 15 май 1957 г. между двете правителства – българското и чехословашкото – е подписана нова спогодба. Отново заминават значителен процент български работници, но този път много по-малко земеделци, а най-вече строителни работници и инженери (Гърдев, 2003: 8).

Българите работят и успешно се реализират в Чехословакия. Една част от тях встъпват в брачен съюз с чехословашки граждани, други записват висше образование, на заминалите заедно със семействата се раждат деца, трети приемат чехословашко поданство. Започват да се създават и различни културно-просветни организации, а българската миграция успешно се превръща в общност. Заради всичко това обаче, формалното приключване на спогодбите през юни 1968 и настояването от страна на България работниците да се завърнат в родината си, съвсем не се приема радушно. Значителна част от членовете на така наречената „трудова миграция“ предпочитат да останат по чехословашките територии, за което свидетелства фактът, че до края на 1968 г. според статистиката са се завърнали малко повече от 20 души, при заминали няколко хиляди (Гърдев, 2003: 8; Пенчев, 2017: 134).

Позицията на Чехословашката Република по възникналия казус също е интересна. Тя не отказва съдействие на Народна Република България за изпращането на българските работници обратно към родината им и определено не ги задържа насила в териториите си, но е и категорична, че няма да направи каквото и да е против тяхната воля. Следователно, ако българите искат да останат и да продължат да работят в пределите на Чехословакия, страната е готова да отговори на тази тяхна потребност, без това под никаква форма да нарушава вече изтеклите спогодби. Тези решения водят до постепенното превръщане на българите от трудови в постоянно установили се мигранти. Българските работници, избрали да останат, трайно се наслагват към основата, положена от мигриралите в началото на века градинари и окончателно изграждат българската диаспора в чехословашките земи (Пенчев, 2017: 137).

Четвърта мигрантска вълна: „новата“ миграция след 1989 г.

След събитията от 1989 г. се наблюдава една особено мощна българска миграционна вълна по целия свят, която води до бързо попълване на съществуващите български общности и до формирането на нови на места, където до момента не е имало такава. Тази мащабна инвазия не подминава Средна Европа – наблюдава се силен миграционен поток към чешките земи, който има в основата си най-вече икономически характер. Именно „новата” миграция е и безспорно най-мащабна и най-трудна за проследяване в исторически план. Най-мащабна е, защото през последните три десетилетия, най-вече след присъединяването на България към Европейския съюз (01.01.2007), хиляди българи поемат към страните от Средна Европа. Най-трудна за проследяване пък е заради това, че официалната статистика обикновено включва само трайно установилите се на дадена територия и живели за

определен период от време без прекъсване там. Немалка част от българите все още избират да работят сезонно в Чехия или в даден момент се насочват към друга страна от Европа, в която да опитат да се реализират. Съвсем не е за подценяване, че същата тази миграция продължава своето поточно движение и до днес.

Социалният състав на българската общност отдавна не е толкова хомогенен, какъвто е бил при първите заселнически групи, които са се обединявали по обща професионална и религиозна принадлежност. В общността вече са влезли български граждани с различни професии, степен на образование и стремеж към реализация. Значително се е покачва относителният дял на хората, имащи висше образование, квалифицираните специалисти, както и хората с творчески професии или тези, отдадени на науката. Всичко това прави българското присъствие в Чешката Република още по-многопластово и многоизмерно.

Днес диаспората ни успешно е намерила своето място в чешкото общество, но не спира да изразява своята етническа идентичност, благодарение на организационните форми (сдружения) и непрекъсната връзка с родината (Пенчев, 2017: 35).

Създаването на културните институции – ключовото звено в процеса на адаптация

Въпреки разнородните и разнообразни специфики, проявяващи се в процесите на формиране, на утвърждаване и на правилно функциониране, българските общности в чужбина винаги изграждат под някаква форма своя институционална система (Янев, 2017: 38). В своята цялост българската общност в Чешката Република не прави изключение, тя е сред едни от най-добрите европейски примери за обединяване около културни институции.

Културното наследство, което българите зад граница носят от своята родина и се стараят да предадат на децата и внуците си, се проявява чрез различни елементи: говорим език (наричан много често „роден“, макар буквално да не е такъм за следващите поколения, родени в страната–приемник), традиционни обичаи, официални празници, фолклорни танци, музика, литература. Именно тази потребност за запазване и предаване на родното, познатото и ценното, води до създаването на разнообразни по вид и форма дружества, съюзи, организации, клубове, библиотеки, фолклорни танцови и певчески състави, български училища, а на не много по-късен етап – печатни и дигитални медии. Списъкът със сигурност може да бъде продължен, защото институционалната система на една общност може да има многообразни параметри и характеристики. Винаги едно и също остава непроменено – ядрото, което обединява българите, са разнообразните форми на организация да съхраняват, предават и популяризират културното си наследство (Пенчев, 2017б: 17).

От „Българска седянка“ до цялостна институционална система

Започвайки от първите студентски дружества, преминавайки през сдруженията на градинарите, последвани от културно-просветните организации и достигайки чак до днешната Асоциация на българските сдружения и прилежащите към нея клубове, българското общество в Чехия е извървяло дълъг път по формирането на своята система за културна стабилност и непрекъсната връзка с родината. Всяка от изброените организации, независимо в кой исторически момент е сформирана, заслужава своето внимание. Тези организации са „виновниците” да се появи, развие и съхрани българската идентичност,

и конкретно изданието „Роден глас”, което през немалък период от време е обединител и стожер на българите по чешките земи.

Преди да стигнем до издаването на „Роден глас” – първо като вестник, а по-късно и като списание – следва да се проследи хронологично пътят на българските сдружения. Той води началото си от 60-те години на XIX век, когато неколцина революционно ориентирани български студенти и техните чешки колеги полагат основите на тайно дружество, наречено „Побратим”. За начална дата на този първи българо-чешки съюз в територията на чешките земи се приема денят на неговото основаване – 19.01.1863 г. (Пенчев, 1996: 9). За съжаление днес се знае твърде малко за това най-първо българско сдружение с чешко участие. Следите му са силно избледнели, почти невъзможно е да се научи повече за членовете, идеите и развитието на „Побратим” през годините.

Не така обаче стоят нещата при първото официално създадено българско дружество, на което общността там е дала недвусмисленото име „Българска седянка”. То е основано през 1880 г. в Прага и се приема за първата легална форма на сдружение на българите в Чехия. Основните членове на „Българска седянка” са най-вече младежи, български студенти, които съсредоточават своите усилия в запознаване на приемното чешко общество с българското етнокултурно пространство и богатството на песенния и танцовия фолклор. Скоро след основаването си дружеството развива забележителна дейност, организира разнообразни събития и тържества, прави всичко възможно българската култура да стане все по-позната на чешкото общество (Гърдев, 2003: 171).

Освен за създаването и дейността на „Българска седянка”, има информация и за причините за по-късното разпускане на сдружението. Направените до момента проучвания и открития сочат, че „Българска

седянка” се саморазпуска по време на Първата световна война и се възстановява през 1919 г. след създаването на Чехословакия, като продължава своята богата, активна и многопосочна дейност до 1939 г. (Пенчев, 2017: 115). В края на 20-те и началото на 30-те години на XX в. между членовете на „Българска седянка” възникват остри противоречия, които довеждат до влошаване на отношенията между дружеството „Българска седянка” и Българското посолство в Чехословакия. В резултат на това една немалка част от членовете (около 47 човека), се отцепват и през юни 1930 г. формират ново академично дружество (Гърдев, 2003: 171-172).

През 1921 г. в Бърно се учредява българско дружество „Св. св. Кирил и Методий“, в което членуват предимно студенти. Малко по-късно българските градинари в града също организират свое самостоятелно Българско градинарско дружество „Св. Георги“ (Гърдев, 2003: 174; Колев, 2013: 256-262). Водещата причина за учредяването на второ дружество е продиктувана от факта, че студентите и градинарите имат различни интереси и потребности. През 1938 г. Българското академично дружество „Св. св. Кирил и Методий“ в Бърно се раздробява на други две сдружение – „Христо Ботев“ и „Васил Левски“, но и основното дружество „Св. св. Кирил и Методий“ продължава да съществува. Причините за наложеното раздробяване не са известни (Гърдев, 2003: 174-175).

Още едно дружество с името на Светите братя се появява през 1928 г, този път в Братислава. Българското градинарско дружество „Св.св. Кирил и Методий“ си поставя задачата да организира взаимопомощ между членовете си. За известен период, по време на Втората световна война, дружеството преустановява дейността си, но на 27 февруари 1949 е възстановено със същото име и дейност (Гърдев, 2003: 177-179).

Не липсват и сдружения, които изцяло да насърчават стремежа към просвета, духовност и култура. Чехословашко-българският кръжок в Братислава, учреден в края на 1932 г., сочи в устава си целта да развива взаимното общуване с българския народ и да разширява познанията в областта на българската литература и изкуство. Дружеството провежда активна дейност, като организира тържества за бележити дати, театрални постановки, лекции и образователни екскурзии. Към него има учредена и библиотека с българска и чешка литература (Гърдев, 2003: 180).

По примера на първите български сдружения от края на XIX в., наши студенти в Братислава учредяват на 26 декември 1939 г. Българско академично дружество „Раковски“. То е редовен член на Българския народен студентски съвет в България, а водещата му цел е да спомага за създаването и укрепването на комуникацията между младежите – членове на българската и словашката академична общност (Гърдев, 2003: 182-184). През 1945 г. Академичното дружество „Раковски“ и Градинарският съюз „Св. св. Кирил и Методий“ се обединяват в една организация „Отечествен фронт“, а по-късно стават част от новосъздадената през 1948 г., обща за територията на Чехословакия, Българска културно-просветна организация „Г. Димитров“ (Гърдев, 2003: 184-185).

С настъпването на 1952 г. започват и проблемите за българските сдружения. Министърът на вътрешните работи в Чехословакия настоява всички български дружества и съюзи, независимо от различните дейности и характер, да се присъединят към новосъздадената Българска културно-просветна организация „Г. Димитров“. В същия период Министърът на земеделието дава отрицателно становище за съществуването на сдружения на българските градинари. По настояване от България се налага преустановяване на българските студентски

обединения в чужбина (Гърдев, 2003: 190). През есента на 1960 г., чехословашките власти настояват и Българската културно-просветна организация да преустанови съществуването си за територията на цялата Чехословакия. Според властите, няма никакво основание нито за нейното съществуване, нито за други подобни в бъдеще, тъй като Чехословашката Република полагала достатъчно грижи за политическото и културното развитие и на своите граждани, и на мигрантите. Напълно неочаквано, нашата колония по чешките земи остава без собствена организация. Макар да не отричат факта, че Българската културно-просветна организация не е водила достатъчно активен живот, членовете посрещат новината за нейното разпадане с много тъга, защото тя е била единствената връзка помежду им.

Потребността от обединение обаче не изоставя българите и така през 1962 г. в Братислава, със съдействието на Българското генерално консулство, се създава Клуб на българските граждани, който си поставя за водеща и единствена цел да обедини отново българите. През същата година подобни клубове се създават и в още няколко града. (Гърдев, 2003: 200). Отново през 1962 г. в Бърно се учредява Български културен клуб, който развива разнообразна културна дейност. Неговата цел е да възпитава членовете си в патриотичен дух и да укрепва българо-чешката дружба.

Броят на Българските културни клубове продължава да расте, но към края на 1969 г. те все още не са узаконени от чехословашките власти. С активната дейност от страна на Българското посолство в Прага, през декември 1970 г. се одобрява устава на Българския културен клуб в Братислава, което дава правото на този клуб да открива клонове и в други градове. Година по-късно същото разрешение получава и Българският културен клуб в Прага. С това активният общностен живот

на българската диаспора се възобновява – през 1988 г. в Чехословакия има общо 24 български клуба. (Гърдев, 2003: 202, 208).

Училището – „късче от България“

Освен културно-просветните организации, друг емблематичен топос за българските общности в днешна Чехия и тогавашна Чехословакия са българските училища. Основната им мисия е да осигуряват възможност децата на мигрантите да получават образование на родния си език и да изучават българските традиции, история и култура (Коларска, 2017: 250-257).

Българските училища са материализиран символ на българщината за общността и за това свидетелства фактът, че български училища зад граница продължават да функционират и да се развиват, най-вече благодарение на усилията на родолюбиви българи, за които те са „късче от България”, до което децата им могат да се докосват (Христова, 2018: 239-250).

Повечето български училища и образователни институции с преподаване на български език в чужбина възникват по инициатива на българските общности и в съответствие с местното законодателство. Има обаче и изключения – две от българските училища в региона на Централна Европа са държавни училища – в Прага и в Братислава. МОН ръководи и контролира тяхната дейност в съответствие със Закона за народната просвета, Кодекса на труда и международните договорености (Пенчев, 2017: 41).

Българското средно училище „Д-р Петър Берон“ в Прага е основано през октомври 1948 г., под името Българско основно училище „Г. Димитров“ (Колев, 2013: 261). Към настоящия момент то продължава активно да развива своята просветна дейност и в него се обучават ученици от 1 до 12 клас.

Българското средно училище „Христо Ботев“ в Братислава също е основано през 1948 г. Днес в системата на словашките училища то е регистрирано като „Частно основно училище и частна гимназия“ (Колев, 2013: 264). Подобно на училището в Прага, и в това в Братислава има начално, прогимназиално и средно образование.

И двете училища спомагат за възпитанието на младите членове на българската общност и опазването на българските традиции и ценности.

Накрая, но не на последно място по значение, следва да отдам внимание и на мигрантските медии като самостоятелна организационна единица от културния живот на българската общност. В Чехия към настоящия момент има две български печатни медии – списание „Роден глас”, водещо началото си от 1971 г., и списание „Българи”, издавано от сдружение „Възраждане” от 2001 г. Медиите на българската общност, в частност „Роден глас”, имат значима роля на пазители и медиатори на културното наследство на българската общност по чешките земи.

Медиите в ролята на стожер на българската диаспора

В историята на българската журналистика е важен фактът, че първите български печатни медии са издавани извън българските земи: първото редовно българско списание „Любословие” се издава от Константин Фотинов в град Смирна (днешен Измир), първият български вестник „Български орел” е основан от Иван Богоров през 1846 в Лайпциг, а първият български всекидневник „Секидневний Новинар”, редактиран от Павел Бобеков се появява в Румъния през 1877 (Панайотов, 203: 7). Днес, почти два века след пионерските български печатни издания и в различни кътчета на земното кълбо сплотени български общности продължават да създават и издават своите „печатни връзки“ с България. Реализирането на медийни проекти сред

българските общности е естествено, защото те играят ролята на медиатори и пазители на културното наследство (Янев, 2017: 37-38).

Натрупването на мигранти води до формиране на общности, а оттам на свой ред и до организирането на основни за тази общност (най-вече културни) институции. Основните характеристики на мигрантските структури показват, че в някакъв момент общността неминуемо решава да разшири своят дейност и се заема с издаването на вестник или списание (много често и двете), а в по-съвременния свят и създаване на дигитално съдържание. Независимо от конкретния формат, сформираните от българските общности медии изпълняват няколко основни функции – комуникационна, културно-просветна, социална, информативна, преводаческа и на моменти политическа (Гергова, 2017: 239).

Като предпоставка за създаването на мигрантските медии, експертите най-често сочат от една страна нарастващия брой мигранти и специфичните им комуникационни нужда (Дренчева, 2016), а от друга – рядкото, едностранчиво и по-често свързано с негативни новини отразяване на българския образ в медиите на страните приемници.

Медиите на българската диаспора, освен интеграционна роля, имат още и задачата да моделират и доизграждат образа на българина, на българската общност, традиции и култура. Мигрантските медии, където и да се намират по света, служат за своеобразно огледало на общностите, които ги издават и четат. Потвърждение на гореспоменатото са мигрантските медии в страните със стара българска миграция и особено тези, съсредоточени в Средна Европа, където българите имат официален статут на малцинства. Такива издания са вестникът на българите в Унгария „Български вести” и българското списание „Хемус”, издавано там; списание „Сънародник”, издавано от българите в Словакия, което се явява наследник на „Роден глас” след разделянето на Чехословакия;

вестник „Náša glás”, издаван от банатските българи в Румъния; списание „Родна реч” на българското малцинство в Хърватия. Такива са и двете вече споменати печатни издания на българските общности в Чешката Република: списание „Роден глас” на Асоциацията на българските сдружения и списание „Българи” на Гражданското сдружение „Възраждане”.

Моят избор да се фокусирам основно върху списание „Роден глас” е заради факта, че то е една от най-старите български медии, издавани извън пределите на България.

„Роден глас“ – мастиленият повелител на времето

Изданието на българската общност в Чехия „Роден глас” води началото си от далечната 1971 г., когато наши сънародници в Братислава, тогавашна Чехословакия, изпитват все по-голяма необходимост да обсъдят помежду си своите радости, болки, новини и да ги споделят на родния език със своите сънародници, разпръснати из цяла Чехословакия. През същата година Управителният съвет на Българския културен клуб в Братислава взема решение да се издава вестник на български език, който да запознава нашите сънародници с дейността и живота на българската общност, както и с постиженията на „българския народ и народите в Чехословакия”. Името „Роден глас” се избира единодушно – българският вестник следва да играе ролята на родния глас в чуждата страна – това, което българската общност иска да каже както на обществото, сред което живее, така и на сънародниците си в България и навсякъде другаде по света.

Първият брой на вестник „Роден глас” излиза през юни 1971 г. и според архивите през следващите 3 години (между юни 1971 и февруари 1973 г.) са излезли общо четири броя. През този период вестникът се списва благодарение на ентусиазма и абсолютно доброволния труд на

редакционния екип, отпечатва се в град Прешов, днешна Словакия, и се изпраща до всички български семейства в Словакия, а също и на българските културни клубове в Чехия.

През 1973 г. българската общност в Братислава подава молба до съответните органи за регистриране на вестник „Роден глас” като пълноправна миграционна медия. По редица административни причини обаче, той не може да продължи да се издава като вестник, който ще се разпространява из цяла Чехословакия, заради което управителният съвет на Клуба взема решението да издава информационен бюлетин със същото наименование.

Днес единственото, което напомня и свидетелства за тези първи години на „Роден глас” и издаването на вестника през 70-те години на XX век, са два броя, съхранени в личните архиви на неговите първи редактори – първият брой от юни 1971 г. и брой 14 от юни 1978 г. Между тях, а и след това, за известен период архивите остават празни. Възрастните български граждани в Чехия и Словакия свидетелстват за това, че вестникът (бюлетинът), се е издавал и са запазили, ако не материали, то поне емоционални спомени за „Роден глас” от първото му десетилетие.

През 1978 г. редакционният екип взема решението „Роден глас” да следва някаква периодичност и да се издава 4 пъти годишно (Гърдев, 2003: 249), което е по-постижимо от първоначално заложената идея бюлетинът да се издава 6 пъти годишно.

Трудно се оказва не само списването и разпространението, но и отпечатването на „Роден глас”, защото в цялата тогавашна Чехословакия съществува само едно-единствено място, в което има печатница с кирилска азбука – Дукелските печатници в град Прешов на територията на днешна Словакия. В Прешов обаче няма разнообразие от заглавни шрифтове, което налага да се поръчват рисувани на ръка заглавия

(Гърдев 2003: 250). Като допълнение, самият град Прешов се намира на около 500 километра от Братислава, което съвсем усложнява ситуацията с издаването на „Роден глас”. Почти половин век по-късно, в част от спомените си госпожа Лора Неделчева–Добруцка, дългогодишен член на редакционния екип на „Роден глас”, разказва за своите чести, съвсем нелеки пътувания от Братислава до Прешов и обратно. Тя споменава и за грешките, които са съпътствали процеса на печатане на страниците, защото никой от печатарите не е владеел български език и не е разбирал какво точно отпечатва, за трудностите да съчетава своята основна работа с почти доброволческата дейност в „Роден глас”, но и за цялата отдаденост и смисъл, които са били и продължават да бъдат движещ механизъм.

Докато се издава в Братислава, процедурата по финансирането е изключително усложнена: редакционните екипи са в Братислава и там се изплащат разходите, печатницата е в далечния град Прешов, а Комитетът на българите в чужбина изпраща финансовите средства за издаването му в Прага, където всички се отчитат. Целият този процес отнема много ненужно време за изпращане и връщане на документи, за превеждане и разплащане на суми. Процедурата е много тромава, а времето, което редакционният екип може да прекарва в редакцията, работейки над следващия брой, в действителност се налага да прекарва в пътуване между различни градове на Чехословакия. Заради всичко това и най-вече заради идеята, че ако се издава в столицата на Чехословакия – Прага, бюлетинът би достигал по-лесно до по-голяма част от българското общество, Съветът на председателите на Българския културен клуб в Чехословашката Република на заседание от 12 юли 1980 г. взема решение Прага да приеме информационния бюлетин „Роден глас” и издаването му да продължи в чехословашката столица (Гърдев 2003: 250- 251).

До края на 1980 година издаването на „Роден глас” продължава да бъде задължение на Българският културен клуб в Братислава, а в навечерието на официалното му преместване всички представители на управителния съвет на Българският културен клуб поемат задължението да изградят правилно функциониращ дописнически апарат към своите съвети, за да бъде дейността на българските културни клубове адекватно отразявана в бюлетина. Управителният съвет поема отговорността бюлетинът да се издава редовно и да бъде подпомаган с финансови средства. Доколко са изпълнени тогавашните обещания, днес е трудно да се определи. Със сигурност е известно, че на територията на Прага „Роден глас” приключва с периода си на вестник или бюлетин и започва да се издава като списание във вид, в който до известна степен го познаваме и днес.

Началото на 90-те години на XX век е сложно време в Чехословакия. От една страна са политическите промени, настъпили след 1989 г., а от друга – официалното разделяне през 1993 г. на Чехословакия на Чешка Република и Словашка Република. Кризата в „Роден глас” изпреварва тези събития – в края на 1989 и началото на 1990 излеза един-единствен брой. От този момент българската общност в Прага и в цяла Чехословакия остава без своя печатен орган. Будният дух на един човек обаче, буквално спасява общността от тази културна катастрофа – един от първите учредители на българските организации Йордан Балуров решава да възстанови печатната традиция, преди тя да е безвъзвратно загубена. Така през 1991 г. той предлага на Управителния съвет разработената от него концепция за бъдещ бюлетин, продължаващ да носи името „Роден глас”. Представите му за бюлетин са скромни – не държи на външния вид, категорично не смята да отделя време на графично и стилово оформление. Единствената водеща цел е „Роден глас” да отразява истината, да бъде критичен, но и да обединява хората

на патриотична база. Въпреки че Управителният съвет на пражкия клуб първоначално одобрява бюлетина, по-късно възникват разногласия, по повод вида, начина и въобще смисъла от това да се продължи с издаването на „Роден глас”. Така се стига до момента, в който между юни 1991 г. и април 1995 г., Балуров издава „Роден глас” със средства от собствената си пенсия. Самофинансирането е отбелязано в редакторското каре на броевете. Именно липсата на средства обяснява скромния външен вид и циклостилния формат на изданията, което обаче не пречи текстовете вътре да са актуални, а информацията разнообразна и полезна. От броевете, издавани със собствени средства на Йордан Балуров, днес можем да открием само такива от 1994 и 1995 г., но в разговорите с негови съмишленици става ясно, че те са чели и притежавали броеве от 1991 г. и след това.

Прекрачването в новото хилядолетие бележи и едно своеобразно ново начало за „Роден глас”. По-голяма част от трудностите по издаването му, които са се откроили през изминалия век, вече са отстранени, редакторските комисии са сменени, а неразбирателството по между им е сведено до минимум. Разпространението вече е на достатъчно добро ниво, защото списание „Роден глас” е не само познато, но и все по-търсено от членовете на българската общност в Чехия. Вниманието на чешкото общество също е успешно привлечено под една или друга форма и спокойно може да се твърди, че след 2000 г. списание „Роден глас” навлиза в своя заслужен „Златен век”.

Днес, повече от 50 години след излизането на първия брой, „Роден глас“ е най-старата българска печатна медия, издавана в пределите на континентална Европа. Настоящата визия на списанието сега е значително по-различна, модерна и привлекателна от първообраза му през 1971 г. и това е закономерно. Темите и ценностите на медията обаче

не са се променили, а са пренесли през времето мигрантската култура и история на българското присъствие по чешките земи.

Следвайки динамиката на културната идентичност, редакционният екип се стреми всеки следващ брой на „Роден глас” чрез своето тематично структуриране да постига баланс между темите от миналото и тези от настоящето. Съдържанието на списанието се движи в хода на актуалните новости, но и остава пазител на традициите. Тематичното разнообразие и различната насоченост на статиите са успешният механизъм, благодарение на който „Роден глас” продължа да функционира правилно.

Тематичното разнообразие на списание „Роден глас” до голяма степен се определя от неговата специфика като двумесечно издание. Концепцията на списанието е базирана изцяло традиционно и по познатите норми – то предлага рубрики, които отговарят на високи редакторски критерии и обхващат новините за българската общност в Чехия, основните инициативи на Асоциацията на българските сдружения в Чешката Република, социални и културни теми, международна информация, исторически статии, посветени на именити българи, интервюта с наши съграждани, пътеписи и дори правни съвети към българските граждани. Списание „Роден глас” отделя особено голямо внимание на дейностите, свързани с образованието на българските деца в Чешката Република и по-конкретно, на активния живот на българските училища в страната. Здравната тематика също е застъпена в някои от броевете, като винаги се прави важното уточнение, че материалите дават обща информация, поднесена на достъпен език, но категорично не могат и не следва да заменят консултацията с лекар или друго упълномощено медицинско лице.

Хората на „Роден глас“

Освен периодичността и тиражът, от изключително значение за списанието е и каква е неговата аудитория. При създаването водещата идея на „Роден глас” е била да дава отговори на въпроса „Кои сме ние?”, провокирайки по този начин чувство за принадлежност. Съвременният облик на списанието отговаря на зададения преди почти половин век въпрос и смело заявява „Това сме ние!”. Докато при „Кои сме ние?” „Роден глас” и посланията му са били адресиране най-вече към самата общност, то при „Това сме ние!” се предполага по-широк адресат в страната приемник, насочен и извън пределите на българската общност.

Все пак основните читатели на списание „Роден глас” са членовете на българските клубове, част от Асоциацията на българските сдружения в Чешката Република. Целевата аудитория на „Роден глас” е базирана в няколко основни групи:

- Българи, трайно живеещи в Чехия и техните семейства
- Родители на деца от Българското средно училище „Доктор Петър Берон” в град Прага
- Потомци на някои от първите български заселници по чешките земи
- Чешки студенти, изучаващи славянска филология или друга специалност, в която са включени лекции и на български език
- Сънародници в България

Важно да се отбележи е и това, че към целевата аудитория спадат и чешките българисти – тези, които се интересуват от България, езика, културата и историята. В този смисъл „Роден глас” представя не само българската общност, но и страната ни в светлина, в която заслужава другите националности да я познават.

„Роден глас” – свободен диалог между две култури

През призмата на времето „Роден глас”, една от най-старите български мигрантски печатни медии, може да бъде разглеждан и като един от най-мащабните проекти, създавани от българската общност в Чешката Република. Неговото основаване е плод на колективни усилия, безвъзмезден труд и много отдаденост, а неговото по-нататъшно развитие се дължи на отговорността на дейни българи, която са изпитвали както пред себе си, така и пред обществото, от което са част.

Респектиращ по обем и времеви диапазон на издаване, през годините „Роден глас” винаги се е стремял да укрепи етническото самосъзнание на общността, да допринесе за социалното и културното й развитие, и разбира се, да съгражда мостове между българската мигрантска общност и родната страна. Той играе важна роля за съхраняването на българския език, култура и национална идентичност, които във времето на размитите граници стават все по-трудни за опазване.

Интеграционните функции на „Роден глас” успешно го превръщат в своеобразен начин за водене на свободен диалог между българската и чешката култура. Благодарение на своята актуалност и неподправено съдържание „Роден глас” привлича не само нова аудитория, но и открива все повече и по-млади сътрудници, които иска да станат част от екипа и да продължават половинвековната българска печатна традиция.

„Роден глас” и стремежът към бъдеще

Петдесет години са дълъг период от време, през който „Роден глас” е изпълнил една немалка част от основните си възложени при основаването му цели. Общността е скрепена, колективна, подпомагаща се, затова през последните две десетилетия списанието преживява своеобразна метаморфоза: от основно писане по сакрални теми за

колективната памет, списанието като българско периодично издание се е развило към по-широк обхват от теми и изразяване. „Роден глас” надскача заложената стратегия и плановете на редакционните екипи и вече е насочено не само навътре към общността, а и активно в посланията си навън към чешкото общество.

„Роден глас” по естествен начин отразява настроенията на мигрантските движения, както и етапите, в които потребността от култура бива изпреварена от икономически въпроси и обратното – когато културата се явява като последна надежда за националната идентичност. Неоспоримо е, че всички трудности около създаването, издаването, отпечатването и дори съхраняването на „Роден глас”, са доказателство колко силно е било желанието на българската общност да имат своя медия и колко голяма е била готовността на хора като Йордан Балуров да преглътнат обидите и кавгите, да издават със собствени средства, да правят компромис с качеството и печата, но да продължават дейно да издават „Роден глас”.

Ако има една дума, която да може да характеризира това да създаваш, редактираш и издаваш българска медия в чуждоетническа среда, то това вероятно би била – предизвикателство. Предизвикателство е да поддържаш достатъчно адекватно и актуално съдържание във време, в което информацията се променя непрестанно. Предизвикателство е в ерата на технологиите да устоиш на изкушението да не се откажеш от печатното издание и да не се базираш изцяло в онлайн пространството. Предизвикателство е да събереш добър екип, който да живее с ритъма на списанието. Предизвикателство е и да съхраниш всичко досега и да продължиш нататък с вярата, че смисъл има.

Заслугите за всичко това принадлежат изцяло на редакторските екипи, които „Роден глас” е имал и продължава да има през всичките години от съществуването си. На всички хора, които са обединили

своите интелектуални и творчески усилия, за да списват, редактират и издават „Роден глас”, не позволявайки гласът на родината да заглъхне в съзнанието на българите по чешките земи.

„Роден глас” обаче не е само хората, които го създават, той е и тези, които го четат, общността, която се идентифицира с медията и постепенно двете стават взаимно свързани и подкрепящи се. Вероятно българската общност би функционирала и без своите български медии, но със сигурност ще се усеща липсата от това обединяващо ги звено.

Казват, че „родината е там, където има поне един българин” – думите са приписвани на няколко човека, никой не е категоричен за първоизточника им, но те, подобно на онази песен за бялото облаче са се превърнали под някаква форма в характеристика на българите, живеещи извън пределите на родината. Следвайки тази крилата фраза, отбелязвам, че някъде там, на около 1 100 километра от София, българите неуморно и дейно съграждат и преоткриват своята малка България между страниците на „Роден глас”.

Заключение

Целият исторически път на българската мигрантска медия „Роден глас” може да служи като поредно потвърждение на твърдението, че печатът е не само в пряка зависимост от общността, но е и отражение на обществените идеи, конфликти, мечти и всички различни по вид емоции и преживявания, които съпътстват същата тази общност.

Изследвайки хронологията на българските мигрантски вълни към земите на Чехия и Словакия се замислих какво щеше да се случи, ако „Роден глас” се бе появил непосредствено след създаването на първото тайно дружество „Побратим”?. Фактът, че дадена група хора са почувствали потребност да станат част от едно цяло, в което споделят идеите и каузите си, по естествен път води до идеята, че спокойно е

можело да има и българска мигрантска медия през втората половина на XIX век – време, в което се заражда и цялостният български периодичен печат. „Роден глас” е можел да се появи с първите две мигрантски вълни – студентска или градинарска, но той се „ражда” почти век по-късно. Причината може да се обясни с факта, че във втората половина на XX век българското присъствие по чешките земи е вече изявено. Първите организации са създадени и функционират успешно, част от българите са отдавна уседнали и изградили живота си в тази територия, културните институции съществуват, образователните – също. Голяма част от общността вече има живот извън рамките на работния ден, българите стават социално активни, организират се все повече културни събития и тъкмо тогава се появява нуждата от още нещо, копнеж по това, което допълнително да сплоти и обедини хората, което да им дава възможност да споделят с по-широк кръг от сънародниците си и дори чисто материално да могат да докоснат. Нещо като огнище, около което да застанат и чиято светлина и топлина да грее толкова силно, колкото отдаденост самите те вложат в разпалването на жаравата.

„Роден глас” се появява в отговор на тази потребност и буквално се превръща в гласът от и на родината. Познат, винаги закрилнически и търсен.

Някои ще отбележат, че „Роден глас” се появява във време без особени критерии към медиите, издавани зад граница – вероятно имат основание. „Роден глас” е сред първите български печатни издания, издавани в Средна Европа и базата за сравнение е малка. Но няма да се съглася с тезата, че са липсвали критерии и очаквания, защото „Роден глас” успешно устоява на две тежки предизвикателства – веднъж пред времето, което съвсем не се оказва благосклонно, и веднъж пред своите читатели, които макар да нямат опит и база за сравнение, имат немалки очаквания.

Между страниците първоначално на вестника, а после и на списанието, едно опитно журналистическо око със сигурност може да открие известни неточности; неща, които е трябвало да бъдат променени или въобще да не бъдат включвани. „Роден глас”, обаче, въпреки всичко остава медия, издавана от непрофесионалисти (самодейци) и като такава е „съвършена с несъвършенствата си”.

През призмата на времето, бюлетинът на Йордан Балуров за мнозина вероятно също би имал доста компромисен вид и спорно съдържание, но не бива да се отрича фактът, че именно тези листа, напечатани собственоръчно на пишеща машина и със заглавия „сглобени” от думите на вече публикувани в българския периодичен печат теми, са изиграли изключително важната роля да се съхрани в исторически и културен план „Роден глас” като медия на българската диаспора.

Именно защото всяко от десетилетията на „Роден глас” е епоха, пълна с трудности, неразбирателства, но и с много отдадена и упорита работа, днес не можем да си позволим за задраскаме нито година от тази история, нито ред от и без това малко съществуващите архиви. „Роден глас”, какъвто го познаваме в наши дни е такъв, заради всичкото „преди” живяло в броевете му назад през годините.

Не мога да предположа къде ще бъде „Роден глас” след още половин век, но силно се надявам издателската му дейност да бъде все така активна и тогава. Надявам се и в бъдеще да има интерес по темата и вярвам, че с наследената памет и обемните за анализиране и проучване материали, историята на „Роден глас” ще продължава да се пише всеки ден.

Използвана литература

БЪЧВАРОВ, Стефан (1986). *Българското градинарство. Исторически бележки*. София: Земиздат [Bachvarov, Stefan (1986). Balgarskoto gradinarstvo. Istoricheski belezhki. Sofia: Zemizdat]

ВАСИЛЕВА, Бойка (1991). *Миграционните процеси в България, след Втората световна война*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Vasilva, Boyka (1991). Migratsionnite protsesi v Bulgaria, sled Vtorata svetovna voyna. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“]

ГЕРГОВА, Лина (2017). Мигрантски медии. Пенчев, В. (ред.) *Културно наследство в миграция. Модели на консолидация и институционализация на българските общности в чужбина*. София: Парадигма. [Gergova, Lina (2017). Mirgantski medii. Penchev, V. (red.) Kulturno nasledstvo v migratsia. Modeli na konsolidatsia I institutsionalizatsia na balgarskite obshnosti v chuzhbina. Sofia: Paradigma]

ГЪРДЕВ, Костадин (2003). *Българските общности в Чехия и Словакия: минало и настояще*. София: УИ „Св. Климент Охридски“ [Gardev, Kostadin (2003). Balgarskite obshnosti v Chehia i Slovakia: minalo i nastoyashte. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“]

ДРЕНЧЕВА, Доника (2016). Българските медии в Австрия, в контекста на мигрантската медийна продукция. Пенкова, И. (ред.) *Българската общност в Австрия: историческо, лингвистично и етноложко изследване*. Т. 2. София: Парадигма. [Drencheva, Donika (2016). Bulgarskite medii v Avstria, v konteksta na migrantskata mediyna produktsia. Penkova, I. (red.) Bulgarskata obshnost v Avstria: istorichesko, lingvistichno i etnolozhko izsledvane T.2 Sofia: Paradigma]

ЙОВЕВА–ДИМИТРОВА, Снежана (2013). Модели на интеграция на българите в Средна Европа. София: Мултипринт. [Yoveva-Dimitrova, Snezhana (2013). Modeli na integratsia na balgarite v Sredna Evropa. Sofia: Multiprint]

КОЛАРСКА, Ирина (2017). Българското училище в Прага: мисия, постижения, конфликти. Борисова, М. (ред.) *Българи в чужбина, чужденци в България: институции, организации, общностен живот.* София: ИЕФЕМ – БАН. [Kolrska, Irina (2017). Balgarskoto uchilishte v Praga: misia, postizhenia, konflikti. Borisova, M. (Red.) Balgari v chuzhbina, chuzhdentsi v Balgaria: institutsii, organizatsii, obshtestven zhivot. Sofia: IEFEM – BAN]

КОЛЕВ, Йордан (2005). *Българите извън България*. София: Тангра ТанНакРа [Kolev, Yordan (2005). Balgarite izvan Balgariya]

КОЛЕВ, Йордан (2013). *Майка България и нейните чеда по света. Справочник за българските общности, училища, църковни общини, културно-информационни центрове и други организационни структури по света*. София: ДАБЧ. [Kolev, Yordan (2013). Mayka Bulgaria i neynite cheda po sveta. Spravochnik za balgarskite obshnosti, uchilishta, tsarkovni obshtini, kulturno-informatsionni tsentrove i drugi organizatsionni strukturi po sveta]

ПАНАЙОТОВ, Тодор (2013). *Български издатели и журналисти*. София: Пан. [Panayotov, Todor (2013). Balgarski izdateli I zhurnalisti]

ПЕНЧЕВ, Владимир (1995). Българите в Средна и Източна Европа. *Научна конференция, посветена на 80-годишнината на дружеството на българите в Унгария.* София: УИ „Св . Климент Охридски“. [Penchev, Vladimir (1995). Balgarite v Sredna i Iztochna Evropa. Nauchna konferentsia, posvetena na 80-godishninata na druzhestvoto na balgarite v Ungaria. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“]

ПЕНЧЕВ, Владимир (1996). *Царство на зашеметяваща красота. Български възрожденци в Чехия за нашия фолклор.* София: АИ „Проф. Марин Дринов“. [Penchev, Vladimir (1996). Tsarstvo na zashemetiavashta krasota. Balgarski vazrozhdentsi v Chehia za nashia folklore. Sofia: AI „Prof. Marin Drinov“]

ПЕНЧЕВ, Владимир (2017а). *Българските общности в Средна Европа: формиране, битуване, идентичности*. София: Парадигма. [Penchev, Vladimir (2017a) Balgarski obshnosti v Sredna Evropa: formirane, bituvane, identichnosti. Sofia: Paradigma]
ПЕНЧЕВ, Владимир (2017б). Културно наследство в миграция. Модели на консолидация и институционализация на българските общности в чужбина. София: Парадигма. [Penchev, Vladimir (2017a). Kulturno nasledstvo v migratsia. Modeli na konsolidatsia I institutsionalizatsia na balgarskite obshnosti v chuzhbina. Sofia: Paradigma.]
РАШКОВА, Наталия, Владимир **ПЕНЧЕВ** (съст.) (2006). *Българи в Словакия. Етнокултурни характеристики и взаимодействия.* София: АИ „Проф. Марин Дринов“. [Rashkova, Nataliya, Vladimir Penchev (sast.) (2006). Balgari v Slovakiya. Etnokulturni harakteristiki i vzaimodeystviya. Sofiya: AI ‚Prof. Marin Drinov‘]
ХРИСТОВА, Евелина (2017). Асоциация на българските училища в чужбина – история на възникването, основни дейности и работещ модел за успешни обществени отношения. Йовева-Димитрова, С. (ред.) *Българите в чужбина - толкова близо, толкова далече*. Т. 2. София: РОД. [Hristova, Evelina (2017). Asotsiatsia na balgarskite uchiliahta v chuzhbina – istoria na vaznikvaneto, osnovni deynosti i rabotesht model na uspeshni obshtestveni otnoshenia. Yoveva-Dimitrova, S. (red.) Balgarite v chuzhbina – tolkova blizo, tolkova daleche T.2. Sofia: ROD]
ЯНЕВ, Йордан (2017). Сдружения на българите в чужбина. Пенчев, Владимир (ред.) *Културно наследство в миграция. Модели на консолидация и институционализация на българските общности в чужбина.* София: Парадигма. [Yanev, Yordan (2017). Sdruzhenia na balgarite v chuzhbina. Penchev, Vladimir (red.) Kulturno nasledstvo v migratsia. Modeli na konsolidatsia i institutsionalizatsia na balgarskite obshnosti v chuzhbina. Sofia: Paradigma]

Анжела Георгиева е бакалавър по „Журналистика“ и магистър по „Дигитални комуникации“, Нов български университет. Автор на рубрика в българското списание „Роден глас“, издавано в Прага, Чехия.

Angela Georgieva holds a Bachelor’s degree in Journalism and an Master’s degree in Digital Communications from New Bulgarian University. Author of a column in the Bulgarian magazine “Roden Glas”, published in Prague, Czech Republic.

ТЕАТРАЛНОСТТА, МИСЛЕНА КАТО МЕДИЙНОСТ, ПРОБЛЕМАТИЗИРАЩА СОБСТВЕНАТА СИ (А)РЕАЛИЯ

Валерий Пърликов

THEATRICALITY THOUGHT AS A WAY-OF-MEDIUM PROBLEMATIZING ITS OWN A/REALITY

Valeriy Parlikov

Резюме: Театралното в експликацията е онова ставащо, което има да лъже, че не е (реално) биващото и го постига посредством протокол на правилно съ-общаване на нещата. Театралността ще удържа да не е еднозначно ареалност до постулирането ѝ в конвенция, при което адресата ще функционира като ролеви (моделен за констелацията му с инициатора на казаността) конструкт. В това разбиране, знаенето на конвенционалността механизира съ-общеността, констатира я станала, преди мислена да е. Конвенцията ще казва изцяло правилността на разбиране на ставащото и така подава нормата на смисленост (на всичко в показаността). За нуждите на изложението, конвенционалността ще бъде отведена в ареала на общенията и сложена в незавършен протокол на (актуалното-ни) съгласяване. Докато не е постигнатост, няма и да я знам като кодификация на истината за изказваното в театралността и то като виталност ще да е - някак произведен през медийността общ(ежитиен) свят от сега казаности.
Ключови думи*:* театралност, език, конвенция, стил, медия, общение, общежитие

Abstract: The theatrical, as used in this exposition, is the kind of becoming, which is about to lie that it is not the /real/ being, and succeeds in it with the help of a protocol of correct commune/nication of things. Theatricality will maintain its not being unequivocally a/reality, until being postulated as a convention, at which moment the addressee will function as a role construct (serving as model for its constellation with the initiator of the stated-ness). This way of comprehending involves the knowledge of conventionality which mechanizes the commune/nication, finds it realized, before having been thought of. The convention will pronounce the total correctness of comprehending the becoming, thus providing the norm of meaningfulness (of anything in display). For the needs of the exposition conventionality will be transposed to the area of communion and laid down as an unfinished protocol of (our actual) agreement. Until it is accomplished, it will not be known as a truth codification of what is stated by theatricality, but rather a kind of vitality, somewhat produced by way-of-media jointly lived world of now-statements.
Keywords*:* theatricality, language, convention, style, communication, joint living

Това, което на сцената казал съм, не е необходимо никак да сторя (и така аксиоматично несторваното е, семпло казване), защото на сцената казаното всъщност непопълним с действителност свят е. То (изреченото някак да е в празност) като нещото в неистина, на игра, е мислено да е и така следва да е разбирано. Това, което от сцената казал съм, по същество и чрез изричането повече от сторил съм, доколкото е съ-общеното на (дотогава) отделност ми, приобщеност към заедност-ни е. Не точно него сторвал съм, а събраността, тя е през изговореното казваемостта на нещото. Изглежда всяко казване в театралността е дифузно изречена реалност, която твърди, че не-биващо-е и е намиране на нещо-то, което нарекъл съм да е в наличие (медиирано е през театралното и така - явено). Театралното, в статуса му на сценичното играно (лицедействане на себе-си като че друго-то ми е), не е смислим като да е действителното, но театралността манифактурира действителност, доколкото е изтичане на казаност към адресат и през намерението си нещо да сочи като значимо, го (него, реципиента на съ-общението) общѝ (за-действа, манипулира към нещо светът-ни). Защото казва го, то с това посочва съпричастието като приключилост, макар да е смисляно да е неосъществимост (доколкото заедността е обещаност, а не приключимост), но е разбирана като окончание на съ-общаването. Театралността ще удържа да не е еднозначно ареалност (изкуственост) до постулирането ѝ в конвенция, при което адресата ще функционира като ролеви (моделен за констелацията му с инициатора на казаността) конструкт. Конвенцията е функция на режим на легитимация на ставащото до повдигнатост му в зрелище, където ще е институционализиран (и така, през протоколността на ставането му, екзистиран) свят. В това разбиране знаенето на конвенционалността на зрелището механизира съ-общеността, констатира я станала, преди

мислена да е. Конвенцията ще казва изцяло и в режим на преднамереност правилността на разбиране на ставащото, като така подава нормата на смисленост (на всичко в показаността). За нуждите на изложението, конвенционалността ще бъде отведена в ареала на общенията и през актуалността им – квазивитализирана, сложена в незавършен протокол на съгласяване. Докато не е постигнатост, няма и да я знам като истината за казваното в театралността и то като изобщо случилост-се на живот ще е. Произволимо по истина станалото и някак произведен през медийността общ(ежитиен), на всеки в неразделеност-ни, свят от сега казваности.

Всяко казване е извлек от множеството на вече изричаното, ограничеността на последното постулира и изобщо възможното да бъде казвано, ако трябва да е разбирано. Коя да е разбраност предоставя ресурс на апелация за съществуване (на инициатора на изричането), като го претендира в констелацията на извличащите от множеството казаности идентичност-си. Така, изглежда идентичността да се нуждае от потвърждаване, като че е отдавана в общението през съгласуване на смислеността на изреченото. Протоколът на съгласяване подава разбраност, единствено, ако към съпричастие (заставане в заедност) сочи. В този алгоритъм, за да съм, нещо казал съм – следва да съм го казал в потенциална разбраност му и с намерение да придърпа към казаността реципиент, който да е вероятно да се съгласи (че този, казалият се в нещото, съм). Ще съм в протокол на изказване дотогава, докато речта ми все още не е окончателно казала нещо-то (докато не е в изцялост разбран света, към който соча да е смислен ни). И дотогава идентичността ми ще се верифицира като хронифицирано понятна (изговорима), без да е изобщо разбраност. Окончателната казаност е предзаложена за казването и заподозряна (че има ме в скритост-си), така съм като в захванатост в полосата на хоризонт на разбиране, към който

реципиента ще придърпва идентичности ми, подавайки съответност на нещо, което е фантазъм-ми, представеност (защото единствено му речѝ, никога не ме сочи). Изглежда преди изобщо да-съм, вече съм някакъв (постулиран от граматичната правилност на нещото в изречимост), защото изобщо пожелал съм да съм. Друг, освен нещото-ми, и не мога да бъда, затова и до окончателното казване (където непроменим бих бил, този) и изобщо не съм (друго, освен именован). Но веднъж наречен, то и броим станал съм. Съм, защото множественост, достоверната вариация на (по)знатото биващ съм. Следователно, окончателната-ми казаност е пределно съ-общение, което отрича адекватно на съкровеността на себичността ми разбиран да съм и е оттичане на понятността в неизговоримост-ми. За възможното (множеството на някога изричаното) да бъде казвано, последващото отречението ми от наложената ми разбраност присъствие-ми е мислимо единствено като умълчаване. Медийното, като ареал на съобщенията, допуска да бъда разбиран в съответност на света (ни) единствено в режим на умълчаност, където ще бъда и семпло посочван, нещощвуван. За да не бъда като към нещо (разбирането) в прибавеност, като че отварям всевъзможност да бъда наричан - всякак, но не и несъществуващ. За нуждите на комуникацията, медийността ще приема присъствието ми в наличност като сигнална на намерението ми да не съобщавам друго, освен че съм изцяло понятен и така сходим към (легитимна, достоверима) подобност-ми. Фамилстван, разроен от езика до общежитие (на разбиращите нещото-ми така). В този алгоритъм идентичността е някак-си-заедност, ставане на съборност, когато не е в изричност отричана. Заедността се отрича в произволене-ми, ако към катастрофа събраност-ни е. Ако това сторя и все пак разбран съм, то за общението наличен, но като нежив-съм (бивал, когато съгласен бил съм). Следователно, медията при счупване на доверителността в общежитието ме има като паметник-ми, в архив на

менето, помнен като кой да е друг (понятен) вече бил, като моето казвал. Така сложим в статистика на нещото казалите в агонията (недотам станалото) на заедността – определен през критериална системност, вече познат. И рейтингуван.

Реалността в медииираното е математически изчислима влиятелност на (някак) дефиниран набор от постоянно изтичащи съ-общения. Самата изчислимост е илюзорна достоверност (положена е върху абстракцията на математическото), но подава въздействието на съобщаването върху разбирането на ставащото като ефект от интензитет на казванията и съответстващ му престиж на казващия. Т.е. реалността се подава като подборка от съобщения, от които, чрез акумулирането им в множество, се образува монохромен идентитет, посредством допускането, че през единност на легитимно искане изричани са. Изходили от някакъв говорител-им, идентифицируемият като способен (упълномощен от понятността) точно-това да поисква. Те не се съотнасят към единност на действителност (за констелираните в общението), а към сложеност като да е реалност приоритизиране на искане. В това разбиране реално е оважненото до изключващо друго, същественото за общежитийността. То ще е и нещото, което възприятието на действителното ще съди. Изглежда мисленето да не е проверка на истинността на казването, реализирано през съотнасянето му към концепт за в действителност ставащото, доколкото такова е статистически валидното, не и "идеологизираното" през някакъв универсален ценностен реквизит етично. В медииираното истинното се поняти като степента на съотнесеност на престижността на искането (мислено като сложена в света от през него публикувана субектност) към специфично общинообразуващата и индикираща я като разбрана в отделеност на общинността (обезподобима от друга някаква) съпричастност. Така истинното е допускано да е в изчерпателна съответност на актуалността

на съ-гласеност за всяка изобщо изговоримост. Доколкото съ-общенията не спират да изтичат, престижността ще е вариативна в нескончаемост, поради което безсубстанциална и само твърдяна в общението. Доколкото, за да е осъществено в протоколност на явяването (въвеждащо съгласеността), на разбирането на реално ставащото са необходими сложени към конвенция тезаурус и преживяване на ситуацията на казаност, то субектността ще е мислена като неустойчива, само за актуалната изговореност, опрестиженост на искане. Следователно, казаността в понятност-ни ще е произвеждана от образувание, сходимо към протоколността на общението и е така валидизирано като експанзия на имиджов конструкт (нещото, което единствено за нуждите на комуникацията ще е мислено като от субект причинено). Проведено като реципрочност на достоверимостта, реалното ще е това, което имидж с пределна престижност ще е в състояние да сочи като такова в казване на истина-та. Макар и да е възможно всяко изричане на наличното като реално за общежитието, присъденото за казано през престижността ще е статистически преобладаващото. Ще действа като да е действително това, което изглежда да е най-често разбирано като действащо за всяка отчленима ситуация на казване на съпричастието. Така, изглежда медиирането на реалното (посредством съобщаването на нещата) да го подава през матрици на достоверност (ситуации на казването му), като за всяка имплицитно твърди, че е към действителност някак сходила. Медийността функционира като „екзистер“ (подаващото на нещата съществуване), протоколно-статистически гарантирайки съществуването през преобладавания на мисленето за нещо като някаквото. Изглежда предходното да е етично допустимо, доколкото преобладанието е смисляно като избор(но), освободено от принуда (доколкото мога и да искам да не искам и това да е явима умълчаност-

ми) и витализирано до несмислимост, точно както е и континиумно ставащото. Доколкото реалното на медийността не е животозастрашеност-ни (защото борави с имиджи, не с „органични“ персоналности, които може всякак да указва, но не и да съдържѝ), то тя и изглежда да е свръхосвободеност, закачена единствено към интензитета на престижността (математическия извлек на някакви-си казаности). И така, реалията на медииираното е синхроничност на понятността, постулираща условна полоса на вече съ-гласуваност – игрова територия е. Нещото, което би било това-така, ако в съпричастност сме заварени от съобщаването му. Реалното на медийността ще е това действително, в което каквото и да става ще е в обезопасеност-ни станало (фикционно безконфликтното цялостно на вечността), повече като да не е било докато е бивало. Изкуственост, която ще проблематизира собствената си реалия и ще я има, докато я (се) твърди.

За да не е играене на изобщо живот (действащото-ни, в някаква произволност на ставане), медийността следва да е игра под условие, в уплътненост на някакви правила на явеност ѝ. Наборът от съответстващи на игровостта ѝ норми на ставане по същество са кодифицируем (повдиган от правилност на казването) език. Способността ѝ да се намира в параметрите на през специфичен език изговоримото, определя топосът, в който ще е мислена като да е реалия. Лишена от тази ѝ способност, медийността едновременно престава и да е игра, и да е в наличност (защото не може да бъде така мислена), но остава възможността нейното казано да е в лъжливост изричаното, безистинното, доколкото по някакъв начин изобщо мислимост е. Т.е. не-медийното, намиращо се в явното като лъжливо е така станало (като отпаднало от медийността) реално. Нека кажем, че медията не може да лъже, че е истинно реалното извън собствения си статут на ставане, тя

ще е нещото-това, което ще сложи в (като да е) действителното възможно (през условността ѝ) да бъде съ-общавано.

Театралността, в модуса ѝ на нарочна изкуственост, е медиен конструкт и като такъв следва да се реализира през някаква технология, която да обективира съдържанията ѝ. За театралността като да е такава (апарат-ура на ставане) мислим сценичният език. Той е стил на казване на нещата, те са, доколкото са правилно казвани и за влиянието им може да се съди, през алгоритъм, отчитащ промяната в правенето на света - действителното трябва да е действащо (тогава е и по правилата станало, правещото нещо). Ако допуснем, че сленгът на казване на нещото е непроменлив (технологията му на смисляне ще го дава като да е траещ), то изглежда изричането да е възможно повторяемо, независимо от съдържателността му в актуалното съ-общение. Тогава светът ще е така-подаван-ни действителен, доколкото е възможно в предвидимост и трайно да е някак „заварван“ (да бъде спиран). Същото подаване на тавтологично смисляното прави Света, доколкото естеството на нещата в континуумното е да се реят (те са вариативни и поради това – множествени, множими). Изричането, доколкото е изреждане на нещата, ще трябва да подава изцялостта на Света в смислова инерция, дискретен (прекъснат) при ясно изразена тенденция да запазва установката си, поради незавършимостта на казванията (в този стил на изговарянето му). Следователно, достоверимостта му ще е едновременно сведена до тази на събраността на всяка смисленост на заедността в еднократното съ-общение, способността на изговоримото да се реди в предвидима последователност (която формализира непрекъсваемостта на изтичане на света през съ-общенията) и в пластичността на смислянето на нещото като разбраност-му, която да дава изменчивостта на действителното (защото върху него въздействано е и така станало е нещото, което се казва). Медийността през апарата на ставането си регистрира и

едновременно прави света, тя следи собствената си енергия на влияние. Следователно, сленгът на казване има инструментален характер, единствено доколкото е въвеждано от общението условие за регистриране на смисъла на стоенето в общежитие, което е и „конвенцията“ на заедността. Сленгът е някаква вулгаризация на съгласуваност към нещо-то на общежитийността, тя (събраността на разбиращите така функционалността на общението), давана в изговоримото като пред-положено (му) съдържание. Ако така нещата ще казваме и за това някак сговорили сме се, то не просто казваме нещото в траенето му, където ще е поспрялото света, а казваме склоняването си към единстващ смисъл на заедността. Нещото, поради което в струпаност сме. Парадоксът на в сленгът изричаното е, че това нещощуващо намираме чрез разбиране на казваното, но и го формализираме посредством протокола на правилно изричането му (защото съществено за общежитийността е не просто смисленото, но в легитимност смисляното). Изглежда медийността не просто създава света за разбиращите нещото на общението, следи доминациите във вариативността му, но и го мисли, подавайки го склонен към заедност-им. Някак в предварителност съпричастван. Тя в безспирност на траенето на света сочи съпричастието като мислимата форма на събраност ни в ареала на общежитието. И не казва нещо (обектно ѝ, в отстраненост на казваемостта), към което съпричастни да сме, а указва струпаността като основание на смислимостта. Нещата са така казваеми, защото в заедност сме, а не защото са така разбираеми. Следователно, сленгът ще е това така-казване, което ще удържа ситуацията на осъвместеност ни в общежитие, независимо от доверителността на сложените в общението към протокола на казване на нещата. Те ще могат и да са неправилно казвани, което ще е произнасяне някак на конвенционирането на света в сленг на друг (на когото съгласието да

бъде в мислимост-ни е гарантирана и оестествена граница на явното-ни), но допускано като преакцентиране на вариантите на действителното, без това да има отношение към еднаквостта на света, доколкото той е търсен в съделението на наличното-ни да е имитирано, в условността на играенето му, безповторим (в недействителност ставащ). Медийността може да понася да сочи нееднакъв ни свят, но не и принципно неповторим, което е и принуда към тавтологизирана до постоянност изречимост на света, нещото на наличността-ни ще е в безспир съ-общавано, защото такава е технологията на събиране (на смислянето на заедността). Така медийността събира изключителното (но не и изключеното от смислеността, деконструиращото заедността невъобразимо-ни), което има да банализира, да сведе към съпричастността. Единството на слога на казването гарантира понятността (дава я като дефинируем и системен речников състав), но нищо не прави за състояването на заедността, доколкото я формализира, представя я в готовост (вече случила се, за да е разбрана, а така и станала). Сленгът като че да измерва собственото си въздействие върху в предварителност станал в удобност му формат на света. Той ще е винаги такъв, какъвто представен в казаността е, защото друг и няма как да е (смислим). Изглежда как казали сме нещото няма отношение към съдържателността на самото казано, тя е невлиятелна, а към акта на повтореност на нещото-казване, доколкото то гарантира понятността (а оттам разбираемостта и съпричастието). В апогея си, медийността е винаги казване, което гарантира общежитийността като станала в някак склоненост към вечност. Ако нещото можем всякак така (в този сленг да казваме), то казваме го едновременно траещо, във феноменологията му да е вариативност-си някакво и винагишно. Така като че стилът (езикът на изречимото-ни) да гарантира вечността. Нещата са така (точно така) казваеми, защото иначе невечни са и няма как да са заварвани в

разбиране. Следователно, съдържанието се функционали от стила, доколкото е без значение какво буквално казал съм, ако то не е нещото на заедността, а тя е дефинитивно изречима единствено в ареала на постоянността. Нещата така ще схождат към езика, без той да има да обозначава нещо извън съпричастието. Светът прихожда в езика, защото е там от разбираемостта (съвместността) повикан и е през медийността експанзиран, съ-общаван ни. Медийното ставане е просто привикване ни (като) към вечност, призоваване да ставаме в явност (от смърт броими, окрайчени), защото така и сме в същност трансформируеми, склоними към смисъл. Не-сме, ако през смисъл да-сме-станали не бъдем към вечност призовани. Така сме завинаги казваеми, но и заличими, доколкото никоя разбраност не помни специфичното на станалото. Понятността абстрахира казващия (деактуализира го), доколкото е територия за сложеност на друг (всякост), нещото помежду (ни), което другостта ще (у)плътни. Максималната понятност е изключеност на всеки и всепобралост ни, пределно унифициране. Изглежда в разбираемостта се архивира разбраното на света, не и изричането му в специфичност (от уникалност придошлото казваемо). Съ-общаването мъртви всеки казващ нещото, но и само така нещата опонятими са. Събраността е семпла струпаност-ни, неотчленимост, компенсирана от вечност (ни). Но не и вечнен-съм, доколкото за заедността съм безсъдържателност, а разбран. Осмислен някак станал съм, видян като в отместеност ми, друг през другостта разбиран. Така, съвместността е подавана като заедност, доколкото погубила ме е. Остава да ме нарича (идентифицира). Ще съм нещото, което сленгът ще знае като мен, защото в него помирен ще съм да съм към вечност сложен. Доколкото неразбунтувал съм се, това ще съм (отядосан). Да се казвам в неразбраност не мога, доколкото никой непонятното в действителност не казва (то е шумност), а всяко разбираемо е такова, защото е в

достоверността му казваемо чрез (от) авторитета на казващия. Авторитетността ще е престижност, произведена институционно като редукция на вечното, не като протоколираното от общението съгласие, а в някаква (на власт на казаността) безапелационна подчиненост. Авторитетността е еквивалент на влиятелността, което сочи, че ще е разбираемо повлияващото (задействалото света), а това можем дали в истина казаното е да знаем, едва след като вече станало е. Така авторитетността (синхронично на вечността) трябва да е механично предзалагана, от нещо гарантирана, и за медийността институтът на правилността на казването подава авторитетността в предварение. Ако разбрал съм, то значи от авторитет казано ми е. Изглежда авторитетността и разбираемостта да се сочат в реципрочност. Нещото е налично, защото е видяното през експертиза, някой авторитетен съобщил го е. Казаното е вече такова-това, пристигнало в понятността си и вече в безапелационност разбрано. Ако не действащо-то е, значи не е и казвано, но може като всяка премълчаност (така) да бъде разбирано. Следователно, действителност са и непонятностите на авторитетността, доколкото са вече включени в архива на разбраността, разкрити. Те са и упоменати-ни и вече станалост в езика (опонятени). Медийността е смислова реалност, която изглежда да е функция на полисемантичността на изговоримото, подавана през интензитета на авторитетността на казващия. Авторитетът, така мислен, нищо не премълчава, ако казваното неразбираемо е. Смисловата инерция гарантира през правилността съхранение на системността на стилистиката и икономия на ментални процеси, обуславящи съгласуваността в общежитието. Всяка особеност (ненормалност) на казването е креация, натискаща системността към изменение, на което отстои все още неадаптиран към вечността (иначе живим) свят. Езикът на авторитетното изречимо следва да съдържа неадаптивни към стилистиката елементи, осигуряващи съхранението на

системността на конвенционирането в извънредни ситуации на (недо)разбиране на функционирането ѝ. Пребиваването в риск да се дискредитира стила и така да се запусне Света да оттича дава усещане за живост, като необговоримата до кризиса ситуация (която ще промени радикално тенденцията на системата) не може да се диагностицира от включените в нея идентичности (доколкото функционирането на коя да е конструктирана заедност е различно поведение от това на механичния сбор на съставните ѝ общения). Т.е безпонятността няма да може да бъде смисляна, а само назовавана (речена) бифуркация. И така (все пак) усвоима за медийността. Така мога и да съм всеки – в произвол каквото и да е казал, то ще е правилното за мен казване, защото за медийната системност винаги ще съответства на авторитетния ми статус (на някой, казващ го, статуса). Така и ще е непроизволно разбрано, в достатъчност-ми смислено. Каквото и да кажа, казал съм го в изчерпателност, докрай, защото съм така идентифициран. Нещото, което казал съм е и абсолютът на всяка казваемост, защото нищо друго не мога да кажа в този си статус, без значение дали мога сам да разбирам какво казал съм. То е винаги нещото, понятно за друг. Изглежда изричането да ме формова, то ме прави да съм (това-този), като да ме публикува. Но публичността ми е винаги съ-общеност, вече разбраност ми и изглежда всяка ми казаност е конклудентна съгласеност точно този, разбраният така (в тази конвенция), да съм. Да казвам нещо едновременно означава да-съм и всъщност да-не-съм (себе). Тогава какво и съобщавам, ако не претенцията си да-съм (в явност). Лицедействащ да съм, през стилистиката конвенциониран (поправен). Всеки отзив сигнализира наличността ми, яви ме и е безсъответен ми - така разбран съм, защото иначе незнаен съм. Реципиентът на казаността съ-общава мен, но и взисква съответност. Ако в еднаквост на показ извадени сме от казаността, то тя ни е раздала (идентифицирала) в справедливост на

разбирането. Заедността настоява в съпричастност (в съотносимост на достоверността си) да сме. Иначе някак не сме в съвместност, а в струпаност. В измерима съответност на разбираемостта си следва да сме и тя се дава като еквивалент на преживяването на интимност-ни. В този алгоритъм заедността е сочима от споделяемостта (на живота). Ако в показаността си съм заварван от свършимост, така броим, отделим чрез другост, то заедността е придружаване към смърт, агония (на смисъл). В апогеят си, съвместността на живота ще е някакво универсално човешко състояние, към което ще се схожда всяка разбраност. Тя ще е и неизречимост и непотребимост, поради което не е прибавена към понятността – някак имплицирана изпразненост ѝ е. Неразбираемото на авторитетността изглежда сочи безсмислеността на заедността и е хоризонт на съпричастието – всеки в това някак намиран е, неотменимост-ми е и в това (отходимостта) незаместим съм. Затова и няма екзистенциално значение дали в някаква условна заедност сме, тя е бездоверителна програма на манипулация (привеждане) към вечност, предназначена да е за играна чуждост-ми. Винагито е отвлеченост-ми, изтеклост от действителното. То не така работи, не и за вечност ми е.

Доколкото е технология на медииране (каптиране на света), сценичният език поема върху себе си броенето на време(то). Нещото показвано правилно ще е и гарантиращо (по)следването на съ-общенията, подреждането им във верига на кохериращи си ставания. Достоверността на веригата следва да е от нещо гарантирана, което въвежда навикът като понятене на свързаности през симпатичност на явяванията. Привикналостта е самовъведеност-си (само темпоралност), поради което явяващото се не е в режим на непременност, а като че в по-голяма вероятност да попадне с уподобено му в общ мотив на разбиране. Мотивността им ги разбира (чете), без да ги „твори“ (вече са имани от езика). Мотивът им не изглежда да е в протокол на необходимост,

поради което е хронифицирано натиснат към непонятност и особеност на ставане. За да балансира спонтанността на витално иначе ставащото, стилът следва да бъде в еднаквост на смислеността удържан, налагайки норма да нормалност. Споделяемостта е функция на правилно (в навикът на стилистиката, така концептуализиран като езиков конструктор) казаността. Стилът гарантира не просто устойчивост на разбирането, но и грозди съ-общенията. От своя страна, стилистиката ще е определима като ареал на сходими към единно понятене на наличното съ-общения – едновременно норма на нормалност и производност ѝ. Нищо изключено от стила не може и да бъде налично (явимо му), доколкото е ненормално (точно така разбирано) и ставащо без достоверност, фантасмагорично. Така стилистиката законства действителност на менталната инертност, подаване на вече познаван за общежитието свят, който и ще бъде в унаследеност на друго ни събитие (предходило актуалността), дори и не с нас станало-то. То ще е предложено ни като сегашност и ще е в напрегнатост да смре, блокирано от ненормалото му явно (по неизбежност друго някак станало в паралелност на смисленото) ежедневно-ни. Следователно, стилистиката на кое да е зрелище е подпряна (и така триангулирана) в ежедневното витално, непосредствеността на ставането му и потокът му на непрекъснатост. Стилът ще е маркер на времената, доколкото има да помни навикообразното и кодекс на неизключителността (статистически приемуществено така-ставащото). Ужасността на актуалното е дефинитивна несподелимост, но е преживяемост, перманентно ставане на континуума. С нареждането точно този да е светът на мисленото като налично, стилистиката демонстрира законът на съгласуване на смислеността на наличното до нормалност. Стилът на зрелищността не медиира в параметрите на някакво разбиране на комуникацията, защото нищо и не свързва в процесуалност (в него мотивите са в

предположеност гроздени, преднамислени), изтичане на ставане на вече бивалото е, така и повдига (повиква през общението, което е нареждана понятност, симулирано че е) в ставането адресат си, който да е разбиращ го (иначе би бил антитеатър, твърде витализираност ще е). Стилът изглежда да презентира (имитира, свидетелства необходимостта от) общение. При това не сочи повече от себе си (като да е света в изчерпаност), легитимиран от самия акт на посочването. Стилът ще е създание, моделно креирано от собственото си наличие, защото иначе и не може да е (навикът е гарантиран да е в себе си основан и нищо, освен че е бивалост не го достовери). Времето на стилистиката, парадоксално е натиснато от разбирането да спира, мислено е като да е някак удържано ведно с роенето на света. Така и общи, не съ-общава, а съмишли в трайност (постоянност) на света. Стилистиката блокира агонността на ставането на нещата и поради това е предел на живостта, апогей на съществуващото (ако екзистираното така е благо-то за общежитието), доколкото е презентатор му. Ще е съществуващо това, което по този специфичен начин (в стилистиката) сочимо е, доколкото само така на нещото се отдава през общението същественост, през която да е смислимо. Стилистиката е така въвеждана като абсолют на всяка казаност на света, поради което по принуда на понятността е и невъзможен театър, доколкото театърът е (игра на) несъщественост, изпразненост от действителност. Той има да сочи към нещо, а не да го състои в себе си, иначе би произвеждал универсална реалия. Затова и времето на театралността би следвало да е в достатъчна уклончивост всеобщо-ни (да е за вариативна микрообщност валидното). Игровите (“социалните“) роли, които експлицират конвенционалността на понятното за общежитието (на така нещото разбиращите) са установени от кодификацията на съгласността, и имаме задължението да ги заемем, да ги попълним. Независимо дали ще го направим, те са налични, поради

което индивидът може да е намиран в множество роли, които го разставят в констелации автоматично, само защото е заварен в ситуация на разбиране на явеното, която го настоява така функциониращ (съответен на конвенцията). Въвеждането в ролевия механизъм става през заявка да-съм (наличния за общението) като в афористично подаван „ритуал на посвещение“, който дефинира сюжета на социалното очакване. Защото е медиен конструкт и е функция на безличност на идентификациите, театралността няма устойчива разставеност на функциите в конвенцията (инициатор на казване/адресат и хипотетичен реципиент, разбиращ посланието), те се индивидуализират спонтанно през екзистенциален скок в риска да се избирам (да се асоциирам към понятното, в оголеност на разбираното-ни) и съответства на натиска на заедността да съм лоялен към стилистиката. Защото е възможно както да бъде мултиплицитиран, така и краден, стилът не поддържа изначалната за хуманността смислимост на заедността като конвенция за съгласно-ни разпределение на функциите в констелацията на зрелището, а само я симулира като някоя от житейските вероятности, така разбираното-ни. Поради това изглежда идентификациите да е допустимо да обслужват всяко съдържание (някакъв, дори биографичен материал), на всеки споделяемото, като че нещото на общението е просто сложеното в сегашното на понятността. Нека кажем, че театралното ще е медия и ареалност (феномен на съгласност), ако е в състояние не само да спира времената, но и да ги отпуска, отсичайки сегашността от потока на континуума. Така изглежда да е в хиперболизирана преднамереност изкуственост, която е спекулативна (паразитираща върху заедността) авторитарност на разбираемостта. За да я компенсира, стилистиката следва тенденциозно да се отказва да е монохромност на правилността на казванията (иначе каквото и да се казва изрично едното на вече разбраността ще значи, карцирайки смислеността му) и да произволи

времената на наличното-ни до виталното ставане на нещата, възпрепятствайки властността си (да нарежда кое като действително ще е ставащото). Театралността е такава в истина на ставането ѝ, ако е намирана от актуалността в самоотречение, ако съдържа вероятност да бъде някога (в самоволност ѝ) приключвана, заедността да е с отчетливи начало и край. Ако е така, то значи съпричастността ще е съдържателност на общението в произволност, а стилистиката може да се опразва, да бъде цитирана с последствия да не е разбираният-ни свят (да е попадналост в ежедневно казваното). Обръщам внимание, че така ежедневното се изплъзва на виталността и (защото е някак дефинираното като контрапунктно на стилистиката) е просто различна му конвенционалност на ставане, която условно само е екзистенциална всеосвободеност на бъдене. Как ще употребя изговореността остава да се реши в актуалността на общенията, и е семпло възползване от функционирането им като стартери на съгласността. Единното понятене на ставащото в актуалността изглежда да е невъзможно, доколкото намеренията за разбирането му не мога да знам, преди да са произвели ефектите си. Конвенционалното е формално сложимо в актуалност на общенията, но произвежда семплата ежедневност на някакъв, роящ се във всевъзможност, свят. В настоящето ми разбиране, разроен свят е всеки набор от наличности, маркиращ потрошване на доверителността към заедността на общежитието. Изглежда, че оттатъкът на съгласността съдържи всичко, което е възможно да става, и там то става наистина (и в едновременност). В този алгоритъм на смисляне всяка казаност е разбунтувана известеност, гледана от конвенционалното като от анонимия (никой ще казва нещото) изтеклост. В режим на оттичане на смислеността на съборността от общението, проблематична става не само разбираемостта, но и функционалната ѝ реалия. Тя изглежда да е в наличното до поискване ѝ, като да е заявен в монолог отказ от

значимостта на живота. Наивен монолог (гласолалия някаква), които в неразбираемост ще казва, че общението е произвол на изричания, а не инструмент за съгласуване към винагишност. Конвенционалността остава да е остров на понятност, който индуцира смисленост на съществуването (защото може и да не бъде търпяно, да приключва при поискване). Стилът е онова, което остава да ни съгласи да взривим света. На всеки световете да свърши (завинаги). И защото е твърде опасност-ни, театралността ще трябва да се твърди ареалност. Тя – самата свършимост.

И така, стилът не задължително е монолитно единство, кохерентност на правилности е, при което на имитация е подхвърлена не някаква отделност от ставащото (в наличност ни), а процесите, които са ползвани до явяването на актуалността (нещото в сегашност-му), за да се проектира като-да-е-действителност разбраност през зрелището. Стилът има да симулира ограниченията на изобщо медиирането като съществености-ни, екзистиращи свят на заедност единствено в параметрите на условността, която ги е изфабрикувала. Да запре виталността. Стилът търси вдъхновението си единствено в спецификата на изказа, сам себе си превръща в обект на изумление. Нещото е така казвано, че е не удивително, че изобщо е изговоримо, а че в този му сленг е изричано (така е и понятно, без да е необходимо нещо изобщо извън това да казва - че казва го така е съществено и е основание на общението). Актът на провиждане на вариативността на ставащото е изцяло декласиран и подменен от еуфорията да казваш, някак да съ-общиш бройността на времето, доколкото всичко в действителността е там по безсмислие, ако в живост не сме намирани. Така стилът включва в себе си предполагаемият резултат на някаква допълнителна иначе рефлексия върху зрелищното (някаква общочовешка ситуационност), трансформирайки я в семпла казаност, твърде оголеност ѝ, доколкото е

опазван да е смислен от конвенционирането. Предпоставената в ненужност рефлексия, взривява и усъмняването в реалията на зрелищността, за него е потребно изрично усилие, защото зрелището, каквото и в него да е казвано, функционира като разбрано (изчерпателно мотивирано да е за точно това общежитие казваното) в режим на универсалност. Всяка така мислена универсалия прикрива изначалната човешка ситуация на оставеност в света (преживявана като да съм намерен-си в безпонятен свят), срещу ужасността на която индивидиуумът ще трябва да стои в самотността на съществуването. Коя да е разбраност присъжда смисленост и отнема от интензитета на чуждостта му. Човешкостта е и непригодност и непригодимост, която не се ломи от удържането на живостта. Така изглежда казванията в общението да трябва да съдържат празнота, еквивалентна на непригодността и някакво намерение за понятност ни, но не и изчерпателност, доколкото няма какво да бъде разбирано отвъд непригодимостта (ни) към съществуването. Речта е така абстрахирана от окончателния си смисъл, никога не го и съделѝ, а пределът ѝ е в осъзнаването, че словото нещо (това, никак изречимото) значи. И това, означимото нищоставане-ни е и непригодно за слагане в общението, следователно изричането му нищо не е, измълчаване някакво е. Всяко казване има да каже, че е безсилно да изрича друго, освен нищото на нещата, доколкото то е някаква функционалност, оттласнала се от екзистенциалната анемия на наличното. Изглежда ставащото да е самото си ставане, това, което така се случва и слага света в поредност на мисленето му като специфичност на изговаряниятa на смислеността на явимото за нас. Роенето на ужасяващото ни, чуждеещо нищо на света, в неспирност на точно това станалото (уж играното катастрофично-нас, преживявано като погълнатост на биографията ми от твърде разбраност-ми) реално.

Валерий Пърликов – театрален режисьор, сценограф и VJ, доцент по „Актьорство за драматичен театър“, доктор по „Театрознание и театрално изкуство“. Преподава в Нов български университет (Департамент „Театър“) и Театрален колеж „Любен Гройс“, при което разработва метод на спонтанна креативност за експликация на актьорския акт. От 1996 г. до сега е поставял в ДТ-Кюстендил, ДТ-Ловеч, ДКТ-Пазарджик и ДКТ-Шумен, носител на награди за режисура от национални форуми по изкуствата. В рамките на ръководените от него „Трупа за театрални експерименти“ (София, 2002 г.), „Ателие за сценични стратегии“ (ТК „Л. Гройс“, 2006-2020 г.) и Ателие VIA NEGATIVA (ФОНДАЦИЯ КЕРИГМА, от 2010 г.) разгръща своя изследователски подход в методология за работа с актьори, основаваща се на практики, провокиращи преживявания в изместено състояние на съзнанието.

Valeriy Parlikov (Assoc. prof., PhD - New Bulgarian University) is a theatre director, stage designer and VJ, Associate Professor of “Acting for Drama Theatre”, PhD in “Theatre Studies and Theatre Art”. He teaches at New Bulgarian University (Department of Theatre) and “Lyuben Groys” Theatre College, where he develops a method of spontaneous creativity for the explication of the acting act. Since 1996 he has staged at the State Theatre-Kyustendil, State Theatre-Lovech, State Theatre-Pazardzhik and State Theatre-Shumen, winner of awards for directing at national art forums. In the framework of the "Troupe for Theatre Experiments" (Sofia, 2002), "Atelier for Stage Strategies" (TC "L. Groys", 2006-2020) and "Atelier VIA NEGATIVA" (FONDATION KERIGMA, since 2010), he has developed his research approach into a methodology for working with actors based on practices that provoke experiences in a shifted state of consciousness.

ОБРЪЩЕНИЕТО НА РЕЛИГИОЗНИТЕ ВОДАЧИ КАТО ЖАНР: СПЕЦИФИКА И СТРУКТУРНИ КОМПОНЕНТИ

(изследване на публикациите в интернет портала на БНР)

Еленица Маринова

THE ADDRESS OF THE RELIGIOUS LEADERS AS A GENRE: SPECIFICS AND STRUCTURAL COMPONENTS

(a Study of the Publications on the Internet Portal of the Bulgarian National Radio)

Elenitsa Marinova

Резюме: Религиозните водачи се превърнаха във важни партьори при търсенето на решения за преодоляването на кризата, причинена от COVID-19. Техните изказвания се превръщат в част от „влиятелното говорене", а мнението им оказва влияние върху медийния дневен ред. Основен изследователски проблем на настоящата статия са публикациите в интернет-портала на Българското национално радио, отразяващи обръщенията на религиозните водачи, разглеждани като радиожанр. Засиленото им присъствие в медиите е потвърждение за значимостта, която журналистите придават на този жанр – кратък и монологичен по своята същност, емоционално зареден и призван да убеждава.
Ключови думи: радиожанр, журналистически жанрове, медиен дневен ред, религиозни водачи, пандемия от COVID-19.

Abstract: Religious leaders have become important partners in finding solutions to the COVID-19 crisis. Their statements are part of the "influential speech", and their opinion influences the media agenda. The main research problem of this article are the publications containing the religious messages, considered as a radio genre, on the Internet portal of the Bulgarian National Radio. The increased presence of the religious speech in the media is a confirmation of the importance that journalists attach to this genre - short and monologue in its nature, emotionally charged, called to spread values and views.
Keywords: radio genre, journalistic genres, media agenda, religious leaders, COVID-19 pandemic.

Можем ли да обособим обръщенията на религиозните водачи към вярващите по различни поводи като отделен жанр на словото, което има друго значение в радио и телевизионния ефир? Това е писано слово, което има много ясен адресат и изпълнява функцията си, когато виждаме вярващите по телевизора или чуваме възгласите им по радиото. Публиката е неизменна част от това слово, което е особена речева ситуация, както пише Жана Попова (Попова, 2013: 28). В чл. 53 на Закона за радиото и телевизията (ЗРТ) се казва, че Българското национално радио (БНР) и Българската национална телевизия (БНТ) могат да дадат програмно време за обръщение към вярващите и за предаване на значими религиозни церемонии по искане от: 1. Българската православна църква; 2. други официално регистрирани вероизповедания. (Закон за радиото и телевизията). Словото, изречено в ефира на радиото, се превръща в писмен текст, когато бъде публикувано в интернет страницата на БНР. Затова е използвана подобна трансформация в настоящото изследване в опит да се очертаят контурите на религиозното обръщение като медиен жанр. За целите на изследването е избрана една специфична ситуация – проследяване на особеностите на словото на водачи на православни религиозни общности по време на пандемията от COVID-19 през 2020-2022 г.

В условията на физическа дистанция и строги ограничения, наложени от пандемията от коронавирус, Църквата на много места по света се изправи пред сериозни предизвикателства, сред които отлагането на някои религиозни практики, заради риска от заразяване, и незабавното преминаване на религиозните служби към онлайн варианти чрез помощта на новите комуникационни технологии. Научно изследване показва „религиозно съживление" при драматични обстоятелства, дори в страни, в които тече процесът на секуларизация, отчитайки 50 % ръст на търсенията в „Гугъл", свързани с молитви,

отколкото преди коронавируса (Molteni et al, 2020). На този фон ¼ от възрастното население на САЩ твърди, че вярата им е станала по-силна, заради пандемията, а в Италия, първата западна държава, засегната от коронавируса, в семействата със заразен, се съобщава за по-висока религиозност – това важи както за проследяването на религиозни служби онлайн или в телевизионния и радиоефир, така и относно извършването на молитви и ритуали у дома. И обратното – в страни като Нидерландия религиозното поведение не е повлияно от COVID-19. В условията на несигурност и непредвидени обстоятелства, религиозните водачи могат да изиграят активна роля при овладяването на кризата, а социалните мрежи, благотворителните организации и комуникационните канали, които те поддържат, допринасят за „координирана, но комплексна стратегия в борбата срещу инфекциозните болести, включително управление на социалните последици, които те причиняват" (Yendell, Hidalgo, Hillenbrand, 2021). Благодарение на силните им функции, свързани с това да ориентират обществата, да осигуряват помощ, те „могат да изиграят важна роля в опазването на мира" и са разглеждани като „ресурс за надежда при спешни, извънредни ситуации". Нещо повече, в извънградските райони в някои африкански, азиатски, близкоизточни и латиноамерикански страни, духовните водачи дори са единствените участници, които имат способността да достигнат до населението, живеещо там. Авторите на изследването припомнят, че и в Европа по време на кризата с бежанците от Сирия през 2015 г. е станало ясно, че властите имат нужда от подкрепата и опита на религиозните общности, дори разчитат на тях. В доклад, изготвен от администрацията на американския президент Джо Байдън (U.S. Department of State, 2021), се подчертава, че според САЩ участието на религиозни лидери е предпоставка за ефективната борба срещу коронавируса. Изтъква се още, че много от тези религиозни участници са на първа линия в отговор

на здравни и хуманитарни заплахи. Техният принос в преодоляването на настоящата криза, породена от COVID-19, е обобщен така – „религиозните представители помагат за преодоляването на колебанието за ваксините и изграждането на увереност, осведоменост и доверие към този подход"; „предоставиха своите места за поклонение и друга инфраструктура, за да създадат безопасни пространства, с което църкви, храмове, джамии и други религиозни обекти се превърнаха в COVID-центрове за поставяне и съхраняване на ваксини"; „религиозните водачи продължават да поддържат и подкрепят човешките права и религиозната свобода, противопоставяйки се на речта на омразата и подбуждането на насилие по време на пандемията" (U.S. Department of State, 2021).

Духовните водачи са натоварени със значителна роля в трудни времена – да дадат своя принос в предоставянето на психологическа помощ и разпространяването на важни новини и съобщения, предотвратявайки срив в комуникацията, паника и отчаяние, но „те могат също така и да задълбочават кризата" – например чрез опасното внушение, че пандемията е наказание на Бога заради греховното поведение на човечеството (Yendell et al, 2021). Така по време на пандемията от COVID-19 дейността на някои религиозни общности по света се превърна в „част от проблема, а не в част от решенията" за неговото преодоляване. Засилва се усещането, че хората не са осведомени, че се борят с опасно инфекциозно заболяване и част от религиозните водачи изказват съмнение в необходимостта от първоначално предприетите мерки, подценявайки съществуващата опасност, без да приемат, че представителите на дадено вероизповедание са също толкова застрашени, колкото и другите вярващи или атеистите. Църквата на Исус в Южна Корея, известна още като Църквата на Шинчхонджи, е обявена през пролетта на 2020 г. за първото голямо огнище на вируса извън Китай. Евангелските църкви в САЩ, Бразилия

и Франция, ислямското мисионерско движение в Делхи, ислямският религиозен фестивал, проведен в Куала Лумпур, и баптистките общности във Франкурт и Майн (Германия), също попадат в новинарските хроники. Този медиен фокус измести вниманието от същинските въпроси, свързани с начертаването на конкретни препоръки за сътрудничество и засилване на диалога между правителствата и религиозните водачи – ангажимент, който видимо не е изпълнен във всички държави дори в Европа и САЩ.

В този глобален контекст въпросите за значението на религиозните послания за социалната устойчивост и стабилност излизат на преден план. Проявяват ли медиите интерес към гледната точка на духовните водачи за случващото се по света, каква част от призивите им показват на своята аудитория, но и под каква форма? Огромните последици от настоящата глобална здравна криза дават възможности за задълбочено научно изследване на проблема как се изпълняват религиозните практики и ритуали в условията на физическо дистанциране и строги ограничения, като подобни статии са цитирани и в настоящия труд.

Анализът има за цел да се фокусира само върху обръщенията на духовниците и тяхната употреба като жанр от страна на медиите. Необходимо е да се направи уточнението, че към момента на изготвяне на тази научна статия пандемията от COVID-19 продължава и тези процеси все още са в ход. Първоначалната хипотеза е за висок интерес към религиозните изказвания, подчинени на събитийността. Анализирани са публикациите, отразяващи слова само на патриарха на Българската православна църква Неофит и католическия папа Франциск през 2020 г., която е знакова заради появата на пандемията от COVID-19. Емпиричното изследване проследява публикациите в интернет-портала на Българското национално радио, селектирани по ключовите

думи „патриарх Неофит" и „папа Франциск" в периода 01 януари 2020 – 10 януари 2022 г.

За периода на изследването са селектирани общо 229 публикации – 111 от тях са свързани с главата на Българската православна църква патриарх Неофит и 118 отразяват дейността и изказванията на папа Франциск:

- Патриарх Неофит: 63 от публикуваните общо 111 медийни текста представляват новина по конкретно събитие, а 48 – съдържат обръщения, призиви и изказвания.
- Папа Франциск: 50 от публикуваните общо 118 медийни текста представляват новина по конкретно събитие, а 68 – съдържат обръщения, призиви и изказвания.

Въз основа на анализа става ясно, че информационните текстове (общо 113 регистрирани единици) се използват при отразяването на конкретни събитийни поводи и инициативи на духовните водачи като визити, посещения или благотворителни дейности. Изследователското внимание в настоящата статия е насочено към публикациите, съдържащи послания, приветствия и призиви, отправени от духовните водачи на двете църковни институции – общо 116 регистрирани единици. В предмет на анализ се превръща целия текст, заедно със заглавието и придружаващата го визуализация в интернет-портала.

Изследването дава възможност за очертаване на тенденции, както и за някои изводи:

- Освен на празници, обръщенията на религиозните лидери попадат във фокуса на медийния интерес в контекста на външнополитически проблеми, човешки трагедии, насилие, кризи и бедствия.
- Църковната комуникация има ясен адресат и цел – съхраняване на религиозната общност.

- Разглеждано като жанр обръщението на духовните водачи, пренесено в медийното пространство, е кратка форма, която има следната композиция – ударно заглавие; библейски цитати, които се редуват със съвети, поука и наставления, както и заключение, което задължително съдържа благословия.
- В медийното онлайн пространство обръщението на духовниците съществува като самостоятелна форма, изоставена от журналистите – публикува се без авторска позиция и журналистически почерк.

При отразяването на обръщенията БНР отдава предпочитание на кратките журналистически форми – поместените в интернет-портала текстове не са обемни и анализиращи, а конктретни, кратки и стегнати. От една страна, така се запазват значението и смисъла на публикацията, като се предотвратява размиването на първоналната идея, но от друга – редакторите често изпадат в ситуацията да преписват или „разместват думи в текстовете, изпратени от отдел „Връзки с обществеността", по израза на Жана Попова (Попова, 2014: 62). Обикновено публикациите съдържат един-два цитата за автентичност, извадени от оригиналния текст, и няколко свързващи изречения, в които журналистите преразказват отправените послания. Избират се пасажи със светско и по-неутрално, лесно разбираемо звучене, а позоваванията на библейски разкази и употребата на специфична богословска терминология и църковна лексика обикновено се пропуска и не присъства в редактираните текстове. Възможно е в края на публикацията да има препратка (хиперлинк) към цялото обръщение, опция, която ако бъде избрана, отвежда потребителите към сайта на църковната институция.

Откроява се често използван медиен похват, при който препоръките и призивите на духовните водачи се извеждат като ударни цитати още в заглавието с цел привличане на вниманието:

„Патриархът: Нека не униваме"; „Патриарх Неофит: Нека временните трудности не подкопават вярата ни"; „Патриарх Неофит: Децата са най-скъпото и най-свидното"; „Патриарх Неофит: Да се молим за лекарите и за всички, които поемат най-тежкия удар в битката за живота"; „Патриарх Неофит: Ще се помолим за успех на българския народ"; „Патриарх Неофит: Надяваме се, че изпитанието ни е направило по-мъдри"; „Папата: Европа да прояви солидарност при възстановяването от Covid-кризата"; „Папа Франциск: ЕС е изправен пред епохална битка, нужна е солидарност"; „Папа Франциск: Драстичните мерки невинаги са добри"; „Папа Франциск: Лекарите, медицинските сестри и свещениците са светците на нашето време"; „Папата: Дори и в най-тежките времена християните трябва да имат вяра в Бога"; „Папа Франциск: Исус ни кани да оценяваме малките неща в живота"; „Папа Франциск: Изтеглете инвестициите си от компании, които не пазят околната среда".

Кога има шанс религиозните послания да попаднат в медиите? Декември, март, април, май – това са периодите със силни религиозни конотации, тъй като включват датите на големите годишни празници, както за православната, така и за католическата общност. Освен внушителния брой текстове, за значимостта, която журналистите придават на обръщенията на религиозните водачи, говори и фактът, че изказвания на патриарх Неофит и папа Франциск се появяват в обща публикация заедно с поздравите на правителствени ръководители и световни лидери – например при отправянето на новогодишните поздрави. И още – приветствието на патриарх Неофит по случай първия учебен ден е събрано в един обзорен материал с обръщението на просветния министър. Това не само подчертава важността на църковната комуникация, но и нещо повече – подсилва образа/фигурата на

духовните водачи. Горното заключение, относно трансформацията на обръщенията на духовниците във „влиятелно говорене", намира илюстрация и в друг конкретен пример – католическата общност се превърна във важен опозиционен глас по време на настоящата криза, породена от COVID-19. Изразявайки многократно, дори в отворено писмо, своето безпокойствие относно курса на управление на шведското правителство, което наложи сравнително леки ограничения, кардинал Андерс Арборелиус допринесе за развитието на демократичната дискусия в обществото. Впоследствие неговите критики бяха последвани от интервюта на шведския водещ епидемиолог Андерс Тегнел, който призна за недостатъците в шведската политика, чиято стратегия беше не спиране на коронавируса, а поддържане на нивата на заразените.

Освен по време на празниците, когато броят на текстовете нараства, изказванията на висшите духовници се появяват в контекста на разнородни проблеми, предимно външнополитически – войни, бедствия и трагедии. Религиозното говорене допълва и разнообразява радиожанровата палитра. То не се появява в портала на медията във връзка с нови и необичайни теми, които за първи път попадат в медийния дневен ред, а напротив – представлява продължение на вече разисквани злободневни теми, засяга актуално и социално значими въпроси. Съпътстващите медийните текстове лексика и фразеология потвърждават описаните изводи:

„Насилие", „трагедия", „драматични събития", „извънредна ситуация", „притеснение", „световни беди", „риск за диалог", „обръщане на гръб на демокрацията", „хуманност", „смърт", „лишения и глад", „герои в ужасяваща съвременна одисея", „голямо гробище", „отчаяние и заблуди"; „епохална битка"; „непримирими различия", „помирение и единство", „жертви", „расизъм",

„конфликт", „най-голямото изпитание на епохата", „омраза", „отмъщение", „драматична ситуация, заредена със страдание и тревожност", „опасност", „хуманитарно бедствие", „разрушение и насилие", „варварски удар", „религиозни конфликти", „чудовищни жестокости", „преврат", „преследване", „климатична криза", „социални проблеми", „милост"; „изпитания", „мъка", „болка", „погубени човешки животи", „неправди", „противоречия", „грехове", „невиждан егоизъм и егоцентризъм", „консуматорство".

Освен че е интензивна и емоционално заредена, в своята същност църковната комуникация провокира разсъждения – изразява официалните позиции на религиозните институции, които в своите обръщения интерпретират фактите и сюжетите от действителността:

„Ваксините не са вълшебно средство за излекуване, но със сигурност представляват най-разумното решение за превенция на тежкото заболяване заедно с други решения, които трябва да бъдат разработени"; „Вярвам, че е етично всички да се ваксинират. Не е по желание, а е етичен избор, защото рискуваш не само собственото си здраве и живот, но и този на другите, ако не се ваксинираш"; „Европа е раздирана от националистически егоизъм".

По отношение на езиковите и стилистични особености силно впечатление прави изказът в църковната комуникация – дълбоко затрогващ и трогателен. Информационният факт, който става повод за изказването на духовните водачи е не само коментиран от тях, но и съпреживян. Присъствието на духовните послания във времена на кризи се превръща в източник на знание и сигурност за аудиторията. Обръщенията на религиозните лидери повишават осведомеността, разпространяват ценности и възгледи за заобикалящия ни свят и винаги имат ясен адресат – представителите на религиозната общност: „чедата на Светата Църква", „възлюбени в Господа братя и сестри". Чрез

употребата на този „жанр" медиите подкрепят и подсилват вярата на хората и подобен извод не е изненадващ, защото в православните страни в Европейския съюз е „немислимо нацията да съществува без православната вяра", а поддържането на православно общество се разбира като „необходимост за оцеляването на нацията" (Tudor, M., Benea, A & Bratosin, S., 2021). С други думи, сред факторите, определящи критериите за поднасянето на определено медийно съдържание попадат и ориентацията и нагласите на аудиторията – медията предоставя на публиката информацията, която съвпада с нейните ценности и социално-психологически характеристики. Читателят може сам да се убеди в присъствието на множеството думи, от които лъха надежда, спокойствие и подкрепа:

„Спасение"; „очакване"; „светлина"; „безгранична божествена любов"; „мира и любовта"; „себеотдаване"; „саможертвата и добротворството"; „милост и човеколюбие"; „във взаимопомощ"; „повече радости, сбъднати надежди и мечти"; „скромност"; „прости семпли неща", „братство"; „здраве"; „единение"; „мир"; „съчувствие"; „подкрепа"; „грижа за околната среда"; „солидарност с бедните"; „диалог с различните"; „грижа за творението на Бог"; **както и призивите:** *„да се започне един нов живот след претърпените неуспехи*"; *„мислите и действията ни постоянно да бъдат насочени към всички около нас, които са в нужда или в беда, изоставени или отхвърлили от обществото, страдащи от едно или друго физическо или духовно страдание"; „нека не се тревожим за това, което ни липсва, а да помислим, какво добро можем да сторим за другите"; „трагедията, която преживяваме в наши дни, ни призовава да се замислим върху значимите неща в живота ни, че братството е по-трайно от братоубийството, че надеждата е по-силна от омразата, че мирът е по-могъщ от войната".*

В изследваните публикации не се открива журналистически почерк, както при репортажа, кореспонденцията и интервюто например. При отразяването на обръщенията на религиозните водачи авторската позиция отсъства за сметка на неутралността – журналистът е слязъл от тази сцена, а църковната комуникация съществува самостоятелно в медийното онлайн пространство. Стилът на списване на онлайн публикациите е по-скоро телеграфичен и в кратките материали отсъства журналистическа сугестия. БНР пренася в своя интернет-портал селектирани елементи от обръщенията на църковните водачи, без да прави допълнителни позитивни или негативни обозначения. Следващите примери онагледяват тази теза, без представените пасажи да имат претенции за представителност:

„Папа Франциск осъди насилието над жени, като го нарече „обида към Бога“. В новогодишната си проповед папата се позова на Евангелските текстове за Света Богородица и раждането за Исус Христос, като посочи, че майките даряват живот, а жените „пазят света“. „Да нараниш една жена е като да обидиш Бог, който от една жена прие нашата човечност“, заяви Светият отец. За католическата църква днес е Световен ден на мира”.

Както вече беше отбелязано, при отразяването на църковните послания журналистите на БНР не правят свой коментар върху религиозните текстове. Въз основа на направения анализ може да бъде направен следния извод – вместо свои съждения, редакторите на публикуваните материали, предават мнения на други издания, без обаче експлицитно да се идентифицират с тях: *„След началото на пандемията от Covid-19, преди около 2 години, папа Франциск на няколко пъти е говорил против домашното насилие. Подобни инциденти се увеличиха, защото много жени по света се оказаха ограничени в рамките на*

домовете им заедно със съпрузи или други лица, които упражняват насилие спрямо тях, ***посочва Гардиън****".*

„Римският папа поиска от воюващите в Етиопия да спрат враждата помежду си. В призива си от площада "Свети Петър" папа Франциск подчерта, че конфликтът в африканската държава продължава повече от година и вече е причинил твърде много жертви и дълбока хуманитарна криза, ***предаде АФП****".*

"Нека жените да бъдат уважавани и защитавани! Нека да им се обръща внимание и да им се дават възможности!", подчерта Франциск. По този повод ***Франс прес припомня****, че процентът на трудещите се жени в Ирак е най-нисък в света, а същевременно едно на 10 домакинства е оглавявано от жена, тъй като продължилите 40 години военни конфликти често пъти са отнели живота на бащата, съпруга или на синовете в семейството".*

Настоящата статия направи опит да обясни присъствието на църковната комуникация в онлайн-портала на БНР, отчитайки характерните особености при отразяването на религиозната тематика. Публикуването на обръщенията на религиозните лидери не е нов етап в журналистическата работа, нито произлиза от актуалността на световните събития, свързани с COVID-19, защото, както анализът показва, интересът към тях се запазва и през 2021 година, когато отразяването на посланията на духовните водачи продължава и обхваща различни теми извън обхвата на здравната криза. Така интернет-пораталът на обществената медия се превръща освен в източник на информация, но и в трибуна за призиви и средство за комуникация между църковните институции и широката общественост. Изследваният емпиричен материал в посочения период потвърждава първоначалната хипотеза за засилен интерес към религиозното говорене, което е силно представено в БНР. Може да се твърди, че отразяването на обръщенията

на религиозните водачи е неутрално – журналистите преразказват отправените послания, но без да коментират и ангажират аудиторията със свои съждения. Прави впечатление, че интензивността на отразяване на религиозните послания, направени от папа Франциск и патриарх Неофит, е относително еднаква, но с лек превес е честотата на главата на Римокатолическата църква. Разглеждано като жанр обръщението на духовниците представлява кратка монологична жанрова форма. Характерно за медийното му отразяване е неговата поява на празници, но и в контекста на външнополитически новини, войни, природни бедствия, насилие и човешки трагедии. Следователно религиозното говорене се появява в общественото пространство, отразявано от медиите, като кризисна комуникация и дебат за повишаване на осведомеността и разпространение на хуманни и демократични ценности и възгледи, изразени от църковната институция. В този смисъл духовните водачи се превръщат в част от „влиятелното говорене", а тяхното мнение влияе върху медийния дневен ред. Предложеният в настоящото изследване анализ на църковната комуникация извежда на преден план и още други структурни компоненти – обръщенията на духовниците съдържат техен коментар, който задължително е съпроводен от емоционално изказване или оценка; невъзможно е да отсъстват и призивите за добро поведение и съхранение на вярата. Печатните материали рядко са съпроводени от звуков аудиофайл, но във всяка публикация присъстват визуализации, на които са изобразени духовните водачи. Визуалното възприятие обаче не допълва вербалното, защото често изображенията не отразяват действителността и конкретните събития, а се избират като подходящи и релевантни към темата. Първоначалното обобщение и анализът на резултатите от изследването дават всички основания да смятаме, че религиозното

говорене ще запази своето активно присъствие в националната медия и занапред.

Използвана литература:

АНГЕЛОВА, Вяра (2015). Български онлайн радиостанции на религиозна тематика. *Информационни технологии, култура и общество*. Благоевград: УИ „Неофит Рилски", с. 207-218. [Angelova, Vyara (2015). Balgarski online radiostantsii na religiozna tematika. *Inormatsionni tehnologii, kultura I obstestvo, s 207-218*]

ПОПОВА, Жана (2013). *Диалогови модели. Между събития и медийни образи*. УИ „Св. Кл. Охридски". [Popova, Zhana (2013). Dialogovi modeli. Mezhdu sabitiya i medijni obrazi]

ПОПОВА, Жана (2014). Журналистиката умря! Да живеят медиите! (Или как интернет не уби медиите. *Годишник на СУ „Свети Климент Охридски"*, ФЖМК, т. 20, с. 55-71. [Popova, Zhana (2014). Zhurnalistikata umrya! Da zhiveyat mediite! (Ili kak internet ne ubi mediite. *Godishnik na SU, FZhMK, t.20, s. 55-71*]

ПОПОВА, Снежана (2018). Уеб радио 2014-2017: Групови адреси и индивидуални обръщения. *Медиалог*. http://www.medialog-bg.com/?p=939 [Popova, Snezhana (2018). Web radio 2014-2017: Grupovi adresi i individualni obrasteniya. Medialog]

MOLTENI, Francesco, Riccardo **LADINI**, Ferruccio **BIOLOCATI**, Antonio M. **CHIESI**, Giulia Maria Dotti **SANI**, Simona **GUGLIELMI**, Marco **MARAFFI**, Andrea **PEDRAZZANI**, Paolo **SEGATTI** & Cristiano **VEZZONI** (2021). Searching for comfort in religion: insecurity and religious behaviour during the COVID-19 pandemic in Italy. *European Societies*, 23:sup1, S704-S720, DOI: 10.1080/14616696.2020.1836383.

TUDOR, Mihaela A., Anamaria F. **BENEA** and Stefan **BRATOSIN** (2021). COVID-19 Pandemic Lockdown and Religious Mediatization of Social Sustainability. A Case Study of Romania. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18, no. 5: 2287. https://doi.org/10.3390/ijerph18052287

YENDELL, Alexander, Oliver, **HIDALGO** and Carolin **HILLENBRAND** (2021). The Role of Religious Actors in the COVID-19 Pandemic: a theory-based empirical analysis with policy recommendations for action. *(ifa-Edition Kultur und Außenpolitik)*. Stuttgart: ifa (Institut für Auslandsbeziehungen). https://doi.org/10.17901/akbp1.10.2021

Използвани източници:

U.S. DEPARTMENT OF STATE. (2 November, 2021). Retrieved (March 22, 2022), from: https://www.state.gov/the-impactful-role-of-faith-actors-in-the-covid-19-pandemic/.

Еленица Маринова е докторант в Катедра „Радио и телевизия" на Факултета по журналистика и масова комуникация към Софийския университет „Свети Климент Охридски". Завършва магистърска програма „Международна сигурност" в Юридическия факултет. Обект на научните ѝ интереси са журналистическите жанрове, радиожанровете, радиообщуването и др. Професионалният ѝ стаж е в сферата на радиожурналистиката.

Elenitsa Marinova is a PhD student at the Department of Radio and Television at the Faculty of Journalism and Mass Communication at Sofia University "St. Kliment Ohridski". She has a master's degree in International security from the Faculty of Law. The object of her scientific interests are journalistic genres, radio genres, radio communication and others. Her professional experience is in the field of radio journalism.

ЧОВЕШКАТА МЯРКА КАТО АКАДЕМИЧЕН ЕТОС

Отзив за юбилейния сборник за 65-годишнината на Петя Кабакчиева „Социологията като граждански ангажимент“

Снежана Попова

THE HUMAN MEASURE AS AN ACADEMIC ETHOS

Review of the collection of works dedicated to 65th anniversary of Petya Kabakchieva "Sociology as a civic commitment"

Snezhana Popova

Резюме: Юбилейният сборник „Социологията като граждански ангажимент“, посветен на 65-ата годишнина на професор Петя Кабакчиева, София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2022, съдържа статии и студии, написани от утвърдени български социолози и социални учени и техни по-млади последователи в науката. Съставители на сборника са Майя Грекова, Мила Минева, Леа Вайсова и Димитър Благоев.
Ключови думи: Петя Кабакчиева, социология, власт, гражданско общество, идентичност, общност, ценности, образование, неравенства

Summary: A collection of works ‘Sociology as a civic commitment’ dedicated to the 65th anniversary of Professor Petya Kabakchieva, Sofia, St. Kliment Ohridski University Press, 2022contains articles and studies written by established Bulgarian sociologists and social scientists and their younger followers. Compilers of the collection are Maya Grekova, Mila Mineva, Lea Vaysova and Dimitar Blagoev.
Keywords: Petya Kabakchieva, sociology, power, civil society, identity, community, values, education, inequalities

Премиерата на книгата на 11 май 2022 г. сподели празника на светите братя Кирил и Методий в Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Желанието ми да напиша за този сборник бе спонтанно и фактически необмислено: при толкова и такива сериозни съставящи го текстове, много

от които представляват самостоятелни студии, а други – завършени части от бъдещи книги, приличната рецензия изглежда трудно постижима. Смалявайки жанра на „отзив“ оставам с надеждата, че е възможно да видя Петя Кабакчиева през творбите, които са й посветени.

Няколко факта за книгата. Обемът й е 525 страници, художник на корицата е Антонина Георгиева, автори са 29 учени и изследователи[1], преобладаващо академични фигури с национална и международна известност. Съставителите са организирали текстовете в шест раздела, кореспондиращи с изследователски полета на юбилярката, а също така и с тежнения в нейното многообразно научно занимание. Още с разгръщането на сборника читателят забелязва именно широтата на това занимание. В изобилието от посоки и сюжети се очертават и уплътнявания, които силно говорят за Петя и които ще се опитам да проследя в следващите редове.

Петя Кабакчиева е това, което е, бидейки активна част от общност, така че написаното тук следва да се приема като отнасящо се в определена степен и до тази общност. Изходната ѝ структура е формална и е свързана с основаването на катедрата по социология в Софийския университет и с проф. Любен Николов, когото имам честта да помня и като свой преподавател. В началото винаги стоят учителите, а учители са не онези, които биват цитирани по целесъобразност, а онези, които се признават. Разкази на съоснователите на „първичното звено“ свидетелстват, че общностният живот в него започва веднага. Но общността, създадена в (и около,

[1] По реда на статиите в сборника: Георги Фотев, Кольо Коев, Светла Колева, Елена Михайловска, Райчо Пожарлиев, Александър Кьосев, Николай Янев, Любомир Пожарлиев, Ружа Смилова, Иван Кръстев, Стефан Попов, Нели Огнянова, Милена Якимова, Леа Вайсова, Иванка Иванова, Боян Захариев, Радостина Антонова, Мария Стойчева, Петя Славова, Росалина Тодорова, Нина Денисова, Светла Маринова, Румяна Стоилова, Калоян Харалампиев, Пепка Бояджиева, Майя Грекова, Рада Смедовска-Тонева, Юлиана Методиева, Мила Минева.

покрай) катедрата по социология, не се ограничава до професионална; тя предоставя на членовете си възможности за участие в отношенията на признаване (Хонет, 2006), става общност, граничеща с ангажиращата взаимност на приятелството. В юбилейния сборник за Петя учителят проф. Георги Фотев акцентира основанието на обединението – науката социология, която непрестанно се развива; проф. Елена Михайловска избира да предложи за този колективен дар своя опус за приятеля от детинство. Катедрената среда култивира изследователска и преподавателска атмосфера на включване и на пълноценно участие на новопостъпващите колеги, докторантите, студентите. Няколко са статиите в книгата, в които се докладват научни резултати от изследователски проекти, ръководени или инспирирани от проф. Кабакчиева и реализирани от млади изследователи, които я наричат „вдъхновител“. Бих добавила, че самият юбилеен сборник „Социологията като граждански ангажимент“ отразява традицията на взаимно академично почитане, в която са вписани предходни книги и в която ще се вписват следващи.

Петя Кабакчиева има собствен вход в българското социологическо изследователство с приоритизирането на гражданската тема – фокусирането върху гражданина и гражданското общество, взети във всеки отделен текст на юбилярката в конкретни и прецизирани смисли. Гражданското поведение става за Петя Кабакчиева съдба още от ранните й текстове; в „Гражданското общество срещу държавата“ тя го заявява: „[И]следването на възможностите за съпротива срещу една безконтролна власт считам за свое гражданско и професионално призвание“ (Кабакчиева, 2001). Тази линия на теоретизиране и емпирично изучаване никога не бива изоставена. По нея обект на внимание стават както формите на гражданско участие, така и категориите, в които мислим човешките съпротиви срещу властта, взети и в исторически контекст, и в

съвременен смисъл (Кабакчиева, 2021). Може би най-цитираната от авторите в сборника изследователка е Хана Аренд; тя и „баналността на злото“ пряко отпращат към аналитични интерпретации, при които безучастието може да се окаже истинско зло (в обноски към роми, жени, малцинства), а участието е път към свободата и към ние-общности, които я обезпечават. Подкрепата на гражданско участие без лична ангажираност Петя Кабакчиева нарича „фейсбук поведение“ (Кабакчиева, 2015: 414), имитативно участие. А когато става дума за научно творчество, тя се възхищава на онези, които отстояват демократичните ценности както в текстовете си, така и с действия – възхищава се на „живота-постъпка“, изречено в терминологията на Бахтин.

Заниманието на Петя Кабакчиева с писане на учебници за гимназиалния курс на обучение представлява важна част от нейната биография и библиография. Подходящо изглежда тук да бъде споменато убеждението на Петя, че приобщаването към ценности „не може да върви по вертикални конструкции“. Самото обръщение към ученици и студенти изисква диалогична нагласа, която много автори в сборника изтъкват като отличителна черта на Петя Кабакчиева. Тази нагласа се проектира в ясните изследователски „питания“ в трудовете й – винаги отвъд клишетата и нищо-не-значещите-думи. Проектира се и в прилежното въвеждане на понятия и многообразните техни „преводи“ до разбираемост, до етап „мислене заедно“. Понякога преводите са особено нужни: правената от Петя историческа социология на социализма предполага в текста да бъдат въведени хората, които „не са го живели“. „Очовечаването“ на науката е важна черта от изследователския стил на проф. Кабакчиева.

В много от текстовете в книгата тя е описана като чуден събеседник, за който може само да се мечтае – с изразен интерес към това, което се случва, към това как то се разбира, към това как то се опубличностява. Категорията „любопитство“ е колкото човешка,

толкова социологическа. Вероятно заради съчетанието, което Петя въплъщава, в сборника са ѝ посветени най-разнообразни текстове, които разчитат на внимание и прочит; сигурна съм, че ще ги получат. Има израз, който обобщава това – изразът „интелектуална щедрост“, употребен още в уводните думи на съставителите и пресичащ всички онези текстове, които реферират по-конкретно личността на Петя Кабакчиева. Само един цитат: „Никога нямаше да напиша този текст, ако не беше Петя; затова е за нея с благодарност за щедрото ѝ любопитство, което превръща света в чудно място, успява да направи от всяко изследване приключение и да види във всяка хрумка потенциал“ (Мила Минева в: Социологията като граждански ангажимент, 2022: 499).

Използвана литература:

ГРЕКОВА, Майя, Мила **МИНЕВА**, Леа **ВАЙСОВА**, Димитър БЛАГОЕВ (съст.) (2022). *Социологията като граждански ангажимент. Юбилеен сборник за 65-годишнината на Петя Кабакчиева*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Grekova, Maia, Mila Mineva, Lea Vaysova, Dimiter Blagoev (sast.) (2022). Sotsiologijata kato grazdanski angazhiment. Yubileen sbornik za 65-godishninata na Petya Kabakchieva. Sofia: Universitetsko izdtelstvo ‘St. Kl. Ohridski’)

КАБАКЧИЕВА, Петя (2001). *Гражданското общество срещу държавата*. София: ЛИК. [Kabakchieva, Petya (2001). Grazhdanskoto obstestvo srestu darzhavata. Sofia: LIK]

КАБАКЧИЕВА, Петя (2015). Демокрацията умря, да живее демокрацията! *Знанието като ценност, познанието като призвание*. *Юбилеен сборник в чест на проф. Пепка Бояджиева*. София: Изд. Изток-Запад. [Kabakchieva, Petya (2015). Demokratsiata umrya, da zhivee demokratsiata! Znanieto kato tcennost, poznanieto kato prizvanie. Yubileen sbornik v tchest na prof. Pepka Boyadzhieva. Sofia: Iztok-Zapad]

КАБАКЧИЕВА, Петя (2021). Съпротивите по времето на комунистическия режим – теоретични питания. *Време и памет*. *Юбилеен сборник за 70-годишнината на Лиляна Деянова.* София: СУ „Св. Климент Охридски“. [Kabakchieva, Petya (2021). Saprotivite po vremeto na komunisticheskiya rezhim – teoretichni pitaniya. Vreme i pamet. Yubileen sbornik za 70-godishninata na Lilyana Deyanova. Sofia. University Press]

ХОНЕТ, Аксел (2006). Справедливост и комуникативна свобода. Разсъждения във връзка с Хегел. *Критика и хуманизъм*, кн. 22, извънреден брой. [Honet, Aksel (2006). Spravedlivost i komunikativna svoboda. Razsazhdeniya vav vrazka s Hegel. Kritika i humanizam, kn. 22.]

Снежана Попова е професор във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет. Преподава „Радиокомуникация“ и „Медиен анализ”. Публикациите ѝ са в областите на електронните медии и медийните наративи. Автор е на седем монографии, сред които Медиен разказ

(2017), Радио, публики, стилове (2004), Социално време и медиен разказ 1989-2000 (2001).

Snezhana Popova is a professor at the Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University. She teaches “Radio communication” and “Media analysis”. Her publications are in the fields of electronic media and media narratives. She has authored seven monographs, among which ‘Media story’(2017), ‘Radio, audiences, styles’(2004), ‘Social time and media story 1989-2000 (2001).

РЕЦЕНЗИЯ ЗА СБОРНИКА „ВЪПРОСЪТ ЗА СПРАВЕДЛИВОСТТА. СЪДЕНИТЕ ЖУРНАЛИСТИ В БЪЛГАРИЯ”

Мария Нейкова

REVIEW OF THE EDITED VOLUME ‘THE QUESTION OF JUSTICE. THE PROSECUTED JOURNALISTS IN BULGARIA’

Maria Neikova

Резюме: Сборникът „Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България” (Университетското издателство „Св. Климент Охридски“, 2022) с интервюта, статии и коментари под съставителството на проф. дсн Снежана Попова и доц. д-р Жана Попова е ценен съвременен летопис, който се вписва в попълването на историята на българските медии и на журналистиката.

Ключови думи: правосъдие, справедливост, журналистика, колегия.

Abstract: The edited volume “The Question of Justice. The Prosecuted Journalists in Bulgaria” (University Press “St. Kliment Ohridski”, 2022) with interviews, articles and commentaries, edited by Prof. Snezhana Popova and Assoc. Prof. Zhana Popova, is a valuable contemporary chronicle that fits into the history of Bulgarian media and journalism.

Keywords: justice, fairness, journalism, collegium.

Сборникът „Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България” (Университетско издателство “Св. Климент Охридски”, 2022) е оформен в три части. В първата част представителят на неправителствения сектор в областта на човешките права и председател на БХК Красимир Кънев разглежда формалния и неформалния контрол, гарантиращ свободата на изразяване (включително и в международното право), но и допускащ

нейното ограничаване за някои цели и в определени случаи. В текста си „За формалния и неформалния социален контрол над изразяването“ (Кънев, 2022: 9-19) През четири хипотетични ситуации авторът представя ограничаването на свободата на изразяване в демократичното общество като уравнение с много променливи, което изисква отчитане на множество фактори и балансиране на разнообразни интереси.

Другите два текста в първата част са на преподаватели по журналистика и медийни специалисти. В текста „Няколко думи за изследването на казусите със съдени журналисти“ (Попова, 2022, с. 20-28) Жана Попова представя самото изследване. Изложени са аргументите за избора на изследвания период, 2007-2020 г. Кратко са разгледани промените по отношение на свободата на словото и защитата на доброто име, настъпили много преди това и продължили през целия изследван период. След като са обобщени изследванията на юристи за съдебната практика до 2006 г., Жана Попова извежда два основни проблема в съдебния процес: специфичният начин на работа в различните съдилища, част от които не прилагат ЕКПЧ, и размерът на глобата, предвидена в НК, която е непосилно висока за заплащане от журналисти.

Както тя посочва, през избора на 58 отразени в медиите случая (процеси срещу журналисти за обида и клевета) съставителите се опитват да систематизират ефектите върху журналистическата работа от съдебния процес като законова форма за търсене на справедливост.

Съставителите разпределят делата според четири критерия: кой съди журналистите; какъв тип е словото, предизвикало усещането за клевета и обида; какви други начини за диалог и разрешаване на конфликта са търсени по време на процеса; и какви прояви на обществена подкрепа и подкрепа в гилдията и медията е имало.

В търсените отговори се открояват начините, бих искала да наблегна на това, по които журналистите гледат на своята професия, но също така, макар и опосредствано, се изявява общественото отношение към журналистическата професия и това доколко съвременното българско общество споделя нейните ценности.

В общия поглед към направените 16 интервюта проличава по-уязвимото положение на журналистите в регионални медии.

Особено важен акцент Жана Попова поставя върху това, че журналистите не настояват, че работата им е в обществен интерес (Попова, 28-43).

Жана Попова обръща внимание в текста също така, че от интервютата ясно проличава, че „дори многократно съдените журналисти не отричат смисъла на съдебните процеси за клевета и обида”. Но тя откроява една много важна роля, която някои медии играят за дискредитирането на професионалното статукво на журналистиката: „Жълтите“ медии не съобщават информация за загубени дела на последна инстанция. За делото на Кеворкян срещу Коритаров, което завършва в полза на Коритаров, след като на първа инстанция е загубено от него, след няколко години все още се интересуват много малко издания. Към 2020 г. чрез търсачките в интернет излизат повече резултати за делото на първа инстанция, когато има по-голям интерес. Така търсачките определят коя информация да бъде водеща за читателите. За някои от делата дори е трудно в интернет изданията да се открие информация завършили ли са и до коя фаза са достигнали. Това безвремие и непрекъснато връщане към информацията за първа инстанция е налагане на „забрава“ за последното развитие на делата и за случаите, когато няма съдебни решения, а делото е прекратено”.

В текста „Самопреживяване: професията, колегията, другарството“ (Попова, 44) Снежана Попова разсъждава върху това каква ще е ползата от сборника за студентите и тяхната професионализация. Тя също разглежда положението в регионалните медии. Попова пише за изчезването от публичността не само на делата срещу някои от журналистите, работещи в такива медии, но и на социалния проблем, на който определена публикация дава гласност, което е „сериозната последица, която засяга далече не само журналистите в малките градове”.

Снежана Попова обобщава събрания в сборника опит с констатацията, че „най-важно остава самоуважението на човека, който практикува журналистическата професия, защото самата тя не го пази от негативни емоции и разочарования”.

Втората част на сборника включва интервютата с журналисти. Те са много подробно представени и анализирани от Снежана Попова и Жана Попова в първата част. Тук бих искала само да отбележа, че интервютата добавят щрихи към образите на самите интервюирани журналисти, но също така и към образите на споменати от тях колеги.

Сборникът може да бъде четен и като наръчник за честен подход към журналистическата професия и за избягване на съдебни процеси. Именно тази скромна, по собствените им думи, задача си поставят в третата част юристите Мирослава Тодорова и Калин Калпакчиев: техният обзор на приложимото право и съдебната практика „да допринесе известна практическа полза за работата на журналистите, когато преценяват границата между професионалния си дълг, правната защита, която може да изискват насреща, и уважението към чуждата репутация и достойнство” (Тодорова, Калпакчиев, 2022: 155-182). Техният задълбочен анализ на международната съдебна практиката добавя съществени нюанси за разбирането на комплексния характер на

стремежа към справедливост с уточнението например, че чл. 10 от ЕКПЧ „е приложим не само към информация и идеи, които са „благоприятно приети или смятани за безобидни или за израз на безразличие, но и към онези, които обиждат, шокират или обезпокояват”.

Двамата юристи завършват обзора с изразеното убеждение, че съдебната практика следва да се анализира и обсъжда внимателно както от юристите, така и от журналисти, а дискусиите между двете професионални групи по темата за осъждането на журналисти могат да бъдат полезни.

Смятам, че подобно издание ще бъде полезно в редица отношения, при това не само за студентите по журналистика (и право), но и за всички, практикуващи журналистическата професия.

Използвана литература:

КЪНЕВ, Красимир (2022). За формалния и неформалния социален контрол над изразяването. Сб. *Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България* (съст. Попова, Жана и Снежана Попова). София: Университетско издателство „Св. Кл. Охридски“, с. 9-19. [Kanev, Krassimir (2022). Za formalniya i neformalniya sotcialen control nad izrazyavaneto. Sb. Vaprosat za spravedlivostta. Sadenite jurnalisti v Balgaria (sast. Popova, Zhana i Snezhana Popova). Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‚Sv. Kl. Ohridski‘, s. 9-19]

ПОПОВА, Жана (2022). Няколко думи за изследването на казусите със съдени журналисти. Сб. *Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България* (съст. Попова, Жана и Снежана Попова). София: Университетско издателство „Св. Кл. Охридски“, с. 20-28. [Popova, Zhana (2022). Nqkolko dumi za izsledvaneto na kazusite sŭs sŭdeni jurnalisti. Sb. Vaprosat za spravedlivostta. Sadenite jurnalisti v Balgaria (sast. Popova, Zhana i Snezhana Popova). Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‚Sv. Kl. Ohridski’, s. 20-28]

ПОПОВА, Жана (2022). Кое е по-ценно от справедливостта в делата за клевета срещу журналисти? Сб. *Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България* (съст. Попова, Жана и Снежана Попова). София: Университетско издателство „Св. Кл. Охридски“, с. 28-43. [Popova, Zhana. 2022. Koe e po-tsenno ot spravedlivostta v delata za kleveta sreshtu jurnalisti? Sb. Vaprosat za spravedlivostta. Sadenite jurnalisti v Balgaria (sast. Popova, Zhana i Snezhana Popova). Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‚Sv. Kl. Ohridski‘, s. 28-43]

ПОПОВА, Снежана (2022). Самопреживяване: професията, колегията, другарството. Сб. *Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България* (съст. Попова, Жана и Снежана Попова). София: Университетско издателство „Св. Кл. Охридски“, с. 43-50. [Popova, Snezhana (2022). Samoprezhivyavane: profesiyata, kolegiata, drugarstvo.

Sb. Vaprosat za spravedlivostta. Sadenite jurnalisti v Balgaria, (sast. Popova, Zhana i Snezhana Popova). Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‚Sv. Kl. Ohridski’, s. 43-50]

ТОДОРОВА, Мирослава и Калин **КАЛПАКЧИЕВ** (2022). Съдебни дела срещу журналисти – особености и тенденции. Сб. *Въпросът за справедливостта. Съдените журналисти в България* (съст. Попова, Жана и Снежана Попова). София: Университетско издателство „Св. Кл. Охридски“, с. 155-182. [Todorova, Miroslava, Kalin Kalpakchiev (2022). Sadebni dela srestu zhurnalisti – osobenosti i tendentcii. Sb. Vaprosat za spravedlivostta. Sadenite jurnalisti v Balgaria (sast. Popova, Zhana i Snezhana Popova). Sofiq: Universitetsko izdatelstvo ‚Sv. Kl. Ohridski‘, s. 155-182]

Проф. д-р Мария Стефанова Нейкова е дългогодишен преподавател във Факултета по журналистика и масова комуникация, сега пенсионер. Основните й интереси са в сферата на международните отношения,международната журналистика и глобалните медии, проблемите и развитието на Балканите. Автор е на книгите „Монолог или диалог? Противоречивият свят в обектива на глобалните телевизии” (2018), „Пресечна точка” (2003), „Двойно предизвикателство” (1998), на статии и изследвания.

Prof. Maria Stefanova Neikova, PhD, is a long-time lecturer at the Faculty of Journalism and Mass Communication, now retired. Her main interests are in the field of international relations, international journalism and global media, of the problems and development in the Balkans. He is the author of the books ‘Monologue or Dialogue? The Controversial World in the Lens of Global Television’(2018), ‘Point of Intersection’(2003), ‘Double Challenge’ (1998), of articles and studies.

РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГАТА „МЕЖДУ МИГРАЦИЯ И УСЕДНАЛОСТ: ЕКЗОТИЧНИЯТ ДРУГ И НОВОТО БЪЛГАРСКО КИНО (КЪМ КУЛТУРОЛОГИЧНИТЕ ПОЛЕТА НА ИДЕНТИЧНОСТТА, РАЗЛИЧИЕТО И ДИСКУРСА СВОЙ/ЧУЖД)“

Петър Айолов

REVIEW OF THE BOOK “BETWEEN MIGRATION AND SETTLEDNESS: THE EXOTIC OTHER AND THE NEW BULGARIAN CINEMA (TOWARDS THE CULTUROLOGICAL FIELDS OF IDENTITY, DIFFERENCE AND THE SELF/OTHER DISCOURSE)”

Peter Aylov

Резюме: Книгата на доц. д-р Андроника Мартонова е поредният й принос в изследването на киноизкуството в България. Автор на многобройни статии в най-популярните български медии, авторката ни представя един завършен текст от 200 страници, в които майсторски проследява нишката на другостта и чуждостта в новото българско кино. Книгата е част от проекта „Посттоталитарното българско кино - модели и идентичности“, и успява да очертае контурите на прехода между двете епохи в българското кино. Киното преди промените също имаше своите попадения в описването на другостта, като голяма част от филмите са описани прецизно в увода. В книгата се проследява търсенето на нова българска идентичност като тема за новото българско кино.

Ключови думи: миграция, уседналост, екзотичният друг, новото българско кино, свой/чужд

Abstract: The book by Assoc. Prof. Dr. Andronika Martonova is another contribution to the study of cinematography in Bulgaria. Author of numerous articles in the most popular Bulgarian media, the author presents a complete text of 200 pages, in which she masterfully traces the thread of otherness and alienation in the new Bulgarian cinema. The book is part of the project “Post-totalitarian Bulgarian cinema - models and identities” and manages to outline the contours of a bridge in the transition in Bulgarian cinema between the two eras. Cinema before the changes also had its hits in describing otherness, as most of the films are

described accurately in the introduction. The book traces the search for a new Bulgarian identity as a theme for the new Bulgarian cinema.
Keywords: migration, settlement, exotic other, new Bulgarian cinema

Книгата на доц. д-р Андроника Мартонова е поредният й принос в изследването на киноизкуството в България. Автор на многобройни статии в най-популярните български медии, авторката ни представя един завършен текст от 200 страници, в които майсторски проследява нишката на другостта и чуждостта в новото българско кино. Книгата е част от проекта „Посттоталитарното българско кино - модели и идентичности“ и успява да очертае контурите на прехода в българското кино между двете епохи. Киното преди промените също имаше своите попадения в описването на другостта, като голяма част от филмите са описани акуратно в увода. В книгата се проследява търсенето на нова българска идентичност като тема за новото българско кино. Търсенето става чрез разграничението на свой/чужд в една нова културна и геополитическа ситуация. Лутанията на българското кино сякаш отразяват флуидната идентичност на българите по време на прехода и това може да е ключ за разбиране на киното от този период.

Книгата е структурирана умело и навлиза в темата постепенно през една „провокация, водеща към увод“ и същински увод, в който се очертават границите и целите на изследването. В трета глава се отделя внимание на образа на чужденеца и неговото движение през българското

кино, а в четвърта хвърляме поглед и до далечния и загадъчен Изток. В заключението изключително находчиво се анализира една известна телевизионна реклама, като част от българския видео наратив. Чрез този визуален пример се изяснява идеята за разглеждане на проблема свой/чужд в развитие и от различни гледни точки.

Доцент Мартонова е завършила „Кинознание“ с магистърска теза за творчеството на Акира Куросава и сякаш използва принципа на „Рашомон“ за да ни разкрие важен за българите проблем. В „провокацията“ в началото на книгата се засяга темата за Бай Ганьо и неговите постмодерни превъплъщения от „Мисия Лондон“ (2010), до „Страх“ (2020).

В изследването си доц. Андроника Мартонова преодолява ограниченията на кинокритиката и кинотеорията, и прекосява културологичните полета на дискурса „Свой – Чужд“. Дискурсът не е само разговор или дискусия, а включва и разбиране и очертаване на границите на смисъл. Именно заради разбирането на себе си се търси екзотичния друг. Само в разговор с чуждия човек българинът може да разбере своята отчужденост. Чужденецът, който мигрира, е заплаха за уседналостта и традицията. Няма чуждост без да има близост, и обратно. Новата идентичност на българина вече включва и неговото битие като имигрант и чужденец на Запад. Бай Ганьо е пътуващ човек и, въпреки че не говори добре езици, той познава добре капаните на цивилизацията. Разделението свой/чужд вече е валидно и за българския дискурс. Не е задължително чуждият да има друг цвят на кожата или да не говори български. В България своите стават чужденци, а чужденецът става свой, точно както във филма на Никита Михалков „Свой сред чужди“ (1974). Българите най-после се сблъскаха с проблемите на алиенацията в

задоволеното общество на късния капитализъм, в който скочиха наготово.

В този смисъл книгата на доц. Мартонова донякъде продължава идеите на Цветан Стоянов и книгата му от 1973 г. „Идеи и мотиви на отчуждението в западната литература“. За разлика от 70-те, днес ние сме част от Запада и алиенацията вече е сред нас. Може би образът на чужденеца и екзотичния друг в българското кино е само метафора за несигурността, отчуждението и разделението между „истинските“ българи? Това би било интересно продължение на темата чрез изследване на образа на българина в световното кино! Ами ако омразата към чуждостта е породена от съзнанието за българската чуждост в културата на Европа? Сякаш този страх от подценяване, заради стереотипите срещу балканците и източноевропейците, се превръща в омраза срещу тези, които се виждат като по-долни. Припомняме си незабравимия диалог между Джийн Хекман и Уилям Дефо във филма на Алън Паркър „Мисисипи в пламъци“ от 1988 г.:

Уорд: Откъде идва? Цялата тази омраза?

Андерсън: Знаеш ли, когато бях малко момче... баща ми ме погледна и каза: „Ако не си по-добър от негър, синко, от кого си по-добър?“

Уорд: Мислиш ли, че това е извинение?

Андерсън: Не, това не е извинение. Това е просто история за баща ми.

Екзотичният друг живее вътре в нас и има много лица, както ясно се вижда във филмите, анализирани в книгата на Андроника Мартонова. Българинът също би могъл да бъде екзотичният друг в едно друго кино. Виновни няма и не се търсят, защото трайбализмът е част от

праисторическите инстинкти на човека. Маршъл Маклуън казва в една лекция, че търсенето на идентичност минава винаги през насилие и историята на прехода в постсоциалистическите страни го показва ясно. Насилието не винаги е под форма на гражданска или териториална война, но се проявява като политически репресии, организирана престъпност или системна ксенофобия и прояви на расизъм и дискриминация. Другият и чуждият се търси и създава дори сред своите. Той изпълнява ролята на враг, срещу когото да се конструира групова идентичност. Затова е нужно и изкуството като инструмент за очертаване на границите на своята култура и тези на чуждостта. Всеки човек само определя тези граници и точките, от които започва чуждостта. Всеки сам може да избере дали да е част от племе или да е гражданин на европейската държава България.

За съжаление, в съвременното българско общество чуждите са най-вече други българи. Тези, които не споделят определени граници на чуждост. Разделението по повод отношението към чужденците е разделение вътре в себе си. Това на първо място пречи да видим себе си като носители на съвременна българска идентичност. Днес е по лесно да определиш един българин по това кои точно чужденци мрази, отколкото по някаква споделена загриженост или любов. На практика омразата към чуждия човек е това, което те определя. Нужно е просто да поставиш етикет, точно като знаменце в профила си във Фейсбук. Така заявяваш своята българска идентичност във вражда с друга, по-долна, или на поставена в служба на чужд интерес идентичност. Неслучайно на най-популярната церемония за кинонагради „Оскар“ демонстрацията на българския флаг предизвика остри критики и разделение в България. Оказва се, че в определена ситуация дори българското знаме е знак за чуждост и другост.

Новото българско кино е уловило тези преходни флуктуации на нашата идентичност, а книгата „Между миграция и уседналост: екзотичният друг и новото българско кино“ на доц. д-р Андроника Мартонова ги изследва в дълбочина. Имайки предвид всичко това, можем да разглеждаме книгата като произведение с голяма стойност в областта не само на изследванията на киното, но и на културната антропология в България.

Използвана литература

МАРТОНОВА, Андроника (2022). *Между миграция и уседналост: Екзотичният друг и новото българско кино, Към културологичните полета на идентичността, различието и дискурса Свой/Чужд*. Институт за изследване на изкуствата, БАН. {Martonova, Andronika (2022). Mezdu migratsija i usednalost: Ekzotichniyat drug i novoto balgarsko kino, Kam kulturologichnite poleta na identichnostta, razlichieto i diskursa Svoi/Chuzhd. Institut za izsledvane na izkustvata. BAN]

Д-р Петър Айолов има две магистърски степени по „Литература” и „Кино”, и докторска степен в областта на масовата комуникация. Той е с над 10 г. опит като преподавател в Софийския университет “Св. Кл. Охридски”, над 15-годишен опит като режисьор и сценарист в телевизията и киното. Преподава Сценарно майсторство, а неговите изследователски интереси са пропагандният модел на медиите и медийната манипулация.

Peter Ayolov, PhD, has two Master's degrees: in „Literature“ and in „Cinema“, and a PhD in Mass Communication. He has more than 10 years of experience as an assistant professor at Sofia University and more than 15 years of experience working as a director and writer in television and cinema. Dr. Ayolov teaches university course in Creative Scriptwriting. His research topics include the propaganda model of the media, media bias, and manipulation.

РЕЦЕНЗИЯ НА „УНГАРСКИ СЛЕДИ В РАЗВИТИЕТО НА МОДЕРНИЯ ДИЗАЙН

Биляна Калоянова

REVIEW OF ‘HUNGARIAN TRACES IN THE DEVELOPMENT OF MODERN DESIGN’

Bilyana Kaloyanova

Резюме: Рецензията разглежда монографията на доц. д-р Ралица Стефанова “Унгарски следи в развитието на модерния дизайн“, която представлява първото изследване у нас върху участието на унгарски художници в развитието на световния модернизъм. В книгата са засегнати водещи тенденции в изкуството от XX век и в тези сложни процеси е откроен приносът на унгарски творци, оказали своето влияние в Европа и САЩ.
Ключови думи: дизайн, изкуство, модернизъм, Баухаус, Унгария

Abstract: The review addresses the Assoc. Prof. Ralitsa Stefanovova’s monograph *Hungarian Traces in the Development of Modern Design*, which is the first study in our country on the participation of Hungarian artists in the development of world modernism. The book touches on leading trends in 20th century art, and highlights the influence of Hungarian artists in Europe and the United States.
Keywords: designs art, modernism, Bauhaus, Hungary

Монографията „Унгарски следи в развитието на модерния дизайн“ на доц. д-р Ралица Стефанова (департамент „Дизайн“, НБУ) разглежда творчеството на изтъкнати унгарски художници, идеолози в областта на дизайна и визуалните изкуства, които със своята дейност в интердисциплинарното поле на печатни медии, фотография, живопис, скулптура и различни форми на дизайн са част от унгарския авангард, който пък има много силен международен отглас. Процесите и личностите са интерпретирани

в контекста на водещите художествени тенденции от епохата както в Европа, така и в САЩ.

Книгата се фокусира върху унгарското участие в развитието на дизайна, озовало се в огромното поле на интернационалния модернизъм от първата половина на XX век. Сред откроените за развитието на изкуствата важни фигури са Лайош Кашак, създател на художествения кръг „МА“; Ласло Мохоли-Над, участник в кръга на Кашак, знаменит професор в Баухаус и фактор в развитието на европейския и американския модернизъм; Шандор Бортник – основател на „Будапещенския Баухаус“ и учител на „бащата“ на „оп арта“ Виктор Вазарели и др.

Интригуваща нишка тук е връзката между модерното изкуство и медиите. Преди да се спре на обвързаността на печатните медии с изкуството, Стефанова засяга предпоставките за възникването на същински авангард на територията на Унгария и по-късно в емиграция. Посочена е ролята на групи като „Неошок“, „Осемте“, МИЕНК, „Търсещите“, които проправят пътя за създаването на радикалната група, свързана с активисткото движение, обединено около списание „МА“, което се явява трибуна на изявите, възгледите и манифестите на неговите представители.

В контекста на международни авангардни движения в началото на 20-те години на миналия век, през 1915 г. в Будапеща се ражда динамично и мощно, творчески заредено движение с прилежащо към него списание, което в началото носи името „Тет“ („Дело“), а година по-късно е заменено от „МА“ („Днес“). Движението има свой печатен орган, който не само е трибуна на дейността на групата, но именно списанието е двигателната сила за създаването на движението, т.е. в случая има групичка от идейно заредени хора, които се събират, за да правят заедно списание и, обединени около него, създават нещо мащабно, което ще промени радикално историята на унгарското изкуство. „Тет“ е ляво

литературно списание, желаещо да пише една „нова литература“. Лайош Кашак от началото до края е основният двигател на активисткото движение и е неговият най-значим представител. В началото само писател, поет и критик, по-късно, подобно на фигурата на Гео Милев, става и художник. В Унгария активизмът е първото художествено течение, което формира интернационални връзки и придобива световна значимост.

Поради закриването на „Тет“ по политически причини, Кашак стартира новото списание „МА“ като антимилитаристичен орган, като списание за визуални изкуства, а ударението пада върху визуалното изкуство.

Авторите около „МА“ се превръщат в най-значимите творци не само за периода на съществуването на списанието между 1916 и 1925 г., но и за цялата първа половина на XX век. Тези автори се появяват на страниците на списанието и са свързани най-вече с него. До 1919 г. кръгът е наричан „Маиштак“ или „Маисти“ (по името на списанието). „Маистите“ желаят да обхванат цялата културна сфера – литературна, музикална, визуална, архитектурна, скулптурна и т.н.

Освен изследване на връзките между печата и визуалния език на модерното изкуство в Унгария, Стефанова се спира и на дейността на отделните личности в тези процеси и най-вече на онези фигури, свързани с развитието на дизайна и то в международен план. Първата школа за модерен дизайн, родена във Ваймар през 1919 г., Баухаус, както и паралелно функциониращи школи като Де Стайл не биха били същите без творци като Ласло Мохоли-Над, Марсел Бройер, Вилмош Хусар, Шандор Бортник и др. В книгата „Унгарски следи в развитието на модерния дизайн“ авторката прави именно тези връзки в един международен контекст. Творческата сила около кръга „МА“ просъществува и в емиграция, във Виена, където неговите лидери Кашак и Мохоли-Над продължат своята дейност на творци, обвързани с

конструктивизма. В този контекст са засегнати и теми, свързани с развитието на изкуството, архитектурата, интериорния и модния дизайн. В монографията особено внимание е обърнато на творчеството на Мохоли-Над, неговите експерименти с фотографията, кинетичните инсталации и други изразни средства, които са и в основата на методологическата му практика на професор в Баухаус. Проследени са също животът и работата му в Берлин, където сътрудничи на прочутото авангардно списание „Дер Щурм“, както и края на неговата кариера, свързана с опитите за възраждане на Баухаус в САЩ. Интересна част от творчеството на Мохоли-Над извън заниманията му с визуални изкуства включва работата му с текст и кино - първата самостоятелна книга на Мохоли-Над „Живопис, фотография, филм“ излиза през 1925 г. като осми том на поредицата на Баухаус. Най-значимата и последна книга от поредицата на школата е отново на Мохоли-Над - „От материала до архитектурата“, и се появява година след като той напуска Баухаус, през 1929 г. По отношение на киното Мохоли-Над прави единадесет филма в периода 1926-1936 г., които детайлно са изследвани в монографичния труд.

Отделено е още внимание и на последвалите течения в изкуството, развили се във втората половина на XX век. Направеният анализ на „оп арта“ е изчерпателен и обхваща всички проявления на този стил. Акцентирано е на творчеството на някои емблематични унгарски художници и влиянието, което те оказват върху поколения творци. Тук е засегната фигурата на Виктор Вазарели и неговите оптични картини, и е обърнато внимание на дейността на Шандор Бортник, свързана с унгарското явление „Будапещенски Баухаус“.

Книгата „Унгарски следи в развитието на модерния дизайн“ е много повече от това, което заглавието й обещава. Тя предоставя един различен поглед към развитието на модерния дизайн в световен план, дава широка представа за развитието на модерната естетика в много

области на дизайна и изкуството, като прави неочаквани паралели и стига до задълбочени заключения. Изясняването на дейността на изследваните личности и художествените кръгове добавя един допълнителен пласт към разбирането на световните художествени явления.

Използвана литература:

СТЕФАНОВА, Ралица (2015). *Унгарски следи в развитието на модерния дизайн.* София: Аскони. [Stefanova, Ralitsa (2015). Ungarski sledi v razvitieto na moderniya dizajn. Sofia: Askoni]

Д-р Биляна Калоянова е артист, теоретик на дизайна с две издадени монографии в областта на концептуалния дизайн, дългогодишен преподавател в департамент „Дизайн“ на НБУ. Организатор на множество международни и национални проекти за иновативни подходи в областта на изкуството и дизайна.

Bilyana Kaloyanova, PhD, is an artist, design theorist with two published monographs in the field of conceptual design, long-time lecturer at the Design Department of the NBU. Organizer of numerous international and national projects for innovative approaches in the field of art and design.

РЕЦЕНЗИЯ НА „ЖЕНИ ОТВЪД АРХИВА. НЕВИДИМИТЕ ИСТОРИИ НА ЖЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ“ НА НУРИЕ МУРАТОВА

Жоржета Назърска

A REVIEW ON ‘WOMEN BEYOND THE ARCHIVE. INVISIBLE HISTORIES OF WOMEN IN BULGARIA’ BY NURIE MURATOVA

Georgeta Nazarska

Резюме: Текстът представя научната монография на Нурие Муратова „Жени отвъд архива. Невидимите истории на жените в България“, издадена от Университетското издателство „Неофит Рилски“ в Благоевград. Книгата изследва мястото в българските и световните архиви на две маргинализирани социални групи – жени и жени с малцинствен статут. Установява се, че тяхната видимост и невидимост, достъпност и скритост, значимост и подценяване зависят от определени архивни политики, социални условия, социални стереотипи и предразсъдъци.
Ключови думи: архив, история, женски архив, памет

Abstract: The text reviews the scientific monograph of Nurie Muratova ‚Women beyond the Archive. Invisible Histories of Women in Bulgaria‘, published by University Press ‚Neofit Rilsky‘ in Blagoevgrad. The book explores the place in the Bulgarian and world archives of two marginalized social groups – women and women with minority status. It is established that their visibility and invisibility, accessibility and secrecy, significance and underestimation depend on certain archival policies, social conditions, social stereotypes and prejudices.
Keywords: archive, history, women archive, memory

Азбучна истина е, че без документи „*занаятът на историка“* (М. Блок) е невъзможен, а написаното не би било нито достоверна реконструкция на миналото, нито би могло да отговори на професионалните правила и да покрие собствените му морални стандарти. През първата половина на XX в. Мери Биърд пренася този принцип за “*правене на история“* към историята на жените и извършва пионерска дейност за създаването на първите женски архиви. Неслучайно Нурие Муратова няколко пъти се

позовава на нейния постулат „*Без документи няма история*“, защото именно архивите за и на жени са поставени във фокуса на монографията ѝ „*Жени отвъд архива. Невидимите истории на жените в България“*.

Работата на доц. Муратова е посветена на проблема за присъствието на жените като социална група в книжовно-документалното наследство, съхранявано в българските архивни институции и замислена като мултидисциплинарно проучване. Тя съвместява научните полета на архивната теория, историческата наука и историографията, социалната история, историята на жените, историята на малцинствените/маргиналните групи, устната история, изследванията на паметта, постколониалните и джендър изследванията. Авторката прилага базисни методи на изброените научни дисциплини и направления, за да проучи мястото на жените и жените с малцинствен статус като маргинализирани социални групи в архивите – класически и некласически, публични и частни, достъпни и тайни, устни и визуални. Чрез интерсекционален подход тя анализира и установява тяхната видимост и невидимост, достъпност и скритост, значимост и подценяване, присъствия и отсъствия, зависими от определени архивни политики, обусловени от обществените условия, рамкирани от трайни (отрицателни) стереотипи и (включително научни) предразсъдъци, динамично развиващи се във времето.

Първата глава „*Кой ще потъне в забрава?“* представя детайлно теоретичната рамка на изследването и акцентира на значението на интердисциплинарния подход и на диверсификацията на

изследователските методи и технологии за проучване на набелязаната тематика.

Във Втората глава „*Архиви на жени*“ авторката прави задълбочен историко-типологичен обзор на създаването и съществуването на специализирани архиви на жени в Америка, Европа и на Балканите, коментира тяхното (все още) отсъствие у нас, представя „*добри практики*“ за функциониране на некласически (по идентичности и дигитални) архиви.

Третата глава „*Жените в българските държавни архиви*“ е приносна към българската архивна теория, тъй като на основата на собствено емпирично проучване Нурие Муратова очертава количествените параметри на т.нар. женски архивни фондове в мрежата на държавните и някои от ведомствените архиви, анализира практическите измерения на тяхната недостатъчност, дисперсираност, механичното им включване в състава на родови фондове и чести липси, обобщава насоките и резултатите от провеждането на разнообразни архивни политики, рефлектиращи върху процеса на научно издирване и изследване.

Последната глава „*Скритите женски истории – архивни случаи*“ представлява сполучливо и творческо прилагане на метода „*изследване на случай*“ с цел да се провери дали, как, доколко и защо традиционните и некласическите архиви (не) могат да служат за източник за социалната история, историята на жените и историята на малцинствените общности. Наредени един до друг, историографските разкази за „*разфереджаването*“ на мюсюлманките през 60-70-те год. на XX в., за живота на лагеристките Райна Лапардова, Невяна Елмазова и Цветана Цачева, за прекъснатата научна кариера на Мевкюре Моллова и Хайрие Мемова и за творчеството на писателката Златка Чолакова само на пръв поглед изглеждат като „*пъзел*“. Всъщност те дават разнолика, плътна и

обществено представителна картина, от една страна, за съществуването и (цената на) оцеляването в комунистическата държава на двойно и тройно маргинализираните социални групи (жени, жени от малцинствата, жени учени, писателки, безпартийни жени, дисидентки, репресирани жени), а от друга – за почти стандартната съдба на тяхното архивно наследство: унищожено, изчезнало, конфискувано, откраднато, разпиляно, присвоявано, „*скрито*“, (все още) укривано, недостъпно, фалшифицирано, (лично) преформатирано и адаптирано според политическата нормативност. Авторката умело показва начините това да бъде компенсирано със средствата на устната история и теренното изследване, с привличането на лични (частни) архивни колекции, с политиките за отваряне на недостъпните/затворените архиви и за дигитализация на книжовно-документалното наследство.

Книгата е снабдена и с изключително ценни приложения, визуализиращи топографията на институционални, лични и родови архивни фондове от и за жени в Националния архивен фонд. Те дават както нагледен пример за днешната недостатъчна социализация на тези фондове от отговорните публични институции, като Държавна агенция „*Архиви*“, Националната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ и др. ведомства, така и несъмнено биха могли да подтикнат професионалните архивисти за нови изследвания.

Монографията на доц. д-р Нурие Муратова е ценен труд, поставен в интердисциплинарно поле, написан с основно познаване на изследваната материя и професионална вещина и пренасящ в българската наука водещи идеи на световната. Тя е новаторска от гледна точка на българската архивна теория, приносна е за историята на жените и за историята на близкото минало, и включително може да бъде използвана като учебно помагало при обучението на студенти в хуманитарни специалности и в обществените науки.

Новата книга на Нурие Муратова е шести том от забележителната поредица *„Архиви на жени и малцинства*“, съставяна и издавана целенасочено, последователно и с отстояване на високи критерии от редакционна колегия съмишленици. Без да има роден аналог, през годините в нея се публикуват автентични източници за миналото на потиснати социални групи, с което *„техните собствени гласове*“ се поставят в центъра на публичния дискурс.

Използвана литература

МУРАТОВА, Нурие (2021). *Жени отвъд архива. Невидимите истории на жените в България*. Благоевград: Университетско издателство „Неофит Рилски“ (Архиви на жени и малцинства. Т.6), 273 с.. [Muratova, Nurie. 2021. Zheni otvad arhiva. Nevidimite istorii na zhenite v Bŭlgariya. Blagoevgrad: Universitetsko izdatelstvo „Neofit Rilski“ (Arhivi na zheni i maltsinstva. T.6), 273 s.]

Проф. Жоржета Назърска е историк, преподавател в Университета по библиотекознание и информационни технологии, София. Основни области на научни интереси: социалната история (история на етническите и религиозните общности, на жените и половете), историята на образованието и науката, историята на институциите. Основни публикации: *Българската държава и нейните малцинства, 1879-1885* (1999); *Университетското образование и българските жени, 1879-1944* (2003); *Религиозен плурализъм* (2013); *Културно-историческото наследство на етническите и религиозните малцинства в България: опазване, съхраняване и социализация* (2014); *Опазване на нематериалното културно наследство: религиозните ценности в съвременна България* (2016, в съавт.) и др.

Professor Georgeta Nazarska is a historian, lecturer at the University of Library Studies and Information Technologies, Sofia. Main areas of research interest: social history (history of ethnic and religious communities, women and gender), history of education and science, history of institutions. Main publications: *Bulgarian State and its Minorities*, 1879-1885 (1999); *University Education and Bulgarian Women*, 1879-1944 (2003); Religious Pluralism (2013); *Cultural and Historical Heritage of Ethnic and Religious Minorities in Bulgaria: Preservation, Conservation and Socialization* (2014); *Preservation of Intangible Cultural Heritage: Religious Values in Contemporary Bulgaria* (2016, co-authored), etc.

РЕЦЕНЗИЯ НА „СРЕЩУ ЧОВЕШКОТО: АНТИУТОПИЧНИЯТ ЖАНР В ЛИТЕРАТУРАТА НА XX ВЕК“

Александър Попов

REVIEW OF ‘AGAINST THE HUMAN ESSENCE: THE ANTI-UTOPIAN GENRE IN TWENTIETH CENTURY LITERATURE’

Alexander Popov

Резюме: Монографията на Чавдар Парушев изследва литературния жанр на антиутопията, поставяйки го в сложна мрежа на взаимоопределение с жанровете на утопията, научната фантастика и сатирата. Основен аналитичен механизъм, изработен в изследването, е т.нар. „Платонова лупа“, която позволява в центъра на мисленето за тези жанрове да се постави отношението субект-държава. Съответно развитието във времето на формите и технологиите на съотнасяне между субект и държава води до нови развития в антиутопичния жанр, който бива схващан като начин да се мисли за кризите на произвеждане на човешки смисъл. Изследването проследява множество такива кризи, включително примери от историята, които изпреварват фикцията, и по този начин демонстрира полезните употреби на антиутопията във времена на ускоряващи се промени у човешкото.
Ключови думи: антиутопия, научна фантастика, сатира, утопия.

Abstract: Chavdar Parushev’s monograph is a study of the literary genre of anti-utopia, situating the latter in a complex web of mutual determination together with the genres of utopia, science fiction and satire. The central analytical instrument developed in this study is the so-called ‘Plato’s lens’ which makes it possible to center thought about these genres around the relation between subject and state. Thus the development in time of new forms and technologies for relating subject and state leads to new developments in the anti-utopian genre, which becomes a way to think about the crises of producing human meaning. The monograph traces many crises of this kind, including examples from history which have overtaken fiction. It thus demonstrates the important uses of anti-utopia, in times of accelerating change in what it means to be human.
Keywords: anti-utopia, satire, science fiction, utopia.

„*Срещу човешкото: Антиутопичният жанр в литературата на XX век*“ на д-р Чавдар Парушев е труд, който се позиционира уверено в полето, изследващо литературната утопия и свързаните с нея жанрове. В неговата сърцевина са залегнали централни за областта въпроси, като например: как да се дефинира антиутопията, и също, какви подходи да се използват за разкриване на същността ѝ. „*Срещу човешкото*“ добре си дава сметка за богатата история на опитите за отговор на тези питания и вероятно именно заради това маршрутът, избран от автора, извежда поелите по него пътешественици до нови територии сред архипелага от теоретични схващания за жанра. Парушев чертае карта, която е несъмнено повлияна от значимите предходни изследвания, но преди всичко разчита на собствен модел. Повечето западни изследвания дефинират антиутопията въз основа на фикционалния свят, който тя конструира, и на съпоставянето му спрямо някакъв друг референтен свят (Sargent, 1994: 9) – онзи, обитаван от читателя, или пък идеалния и непостижим свят на утопичния модел. „*Срещу човешкото*“ отмества фокуса от света като цялост и като наративен фон към предния план на сглобката между субект и държава, която в крайна сметка поражда света.

Сред основните приноси на книгата е именно авторският аналитичен механизъм, чрез който антиутопията става мислима като

несъвършена, обречена на провал симбиоза между индивида и държавническата форма. Парушев нарича този инструмент „Платонова лупа“, заемайки идеята от „*Държавата*“, първата политико-философска утопия в европейската история. „Платонова лупа“ е уподобяването на държавата в индивида и обратно – превръщането на индивида в модел за държава (Парушев, 2021: 36). Описанието на утопията по този начин придобива процесуален характер, тъй като задачата на утопичния проект вече се схваща като взаимното подпомагане на субект и държава, които заедно се стремят към все по-ефективни състояния на справедливост и към нарастваща потенция за себеактуализация. Съответно, антиутопията се поражда от пукнатините и деформациите в лупата, тя е литературен „опит да се мисли криза на възможността да се произвежда смисъл в понятието „човек“ (Парушев, 2021: 157). Антиутопията тематизира „чувство[то] за изчерпване на парадигмите от възможни съчетавания между форми на субектност и форми на държавност“ (Парушев, 2021: 272), което се оказва свързано с множенето на въпросните форми в исторически и технологичен план. Замъгляването на лупата се равнява на разпада на човешкото, дефинирано като „ пълноценната симбиоза между субект и държава“ (Парушев, 2021 : 159).

Такъв подход към дефинирането на антиутопията запазва нейната фундаментална обвързаност с утопията, но същевременно я еманципира от нея – този прочит на антиутопията я мисли не просто като атака срещу утопичните модели, а като огледално изследване на хипотезата за съчетаемост между субект и държава. Тези две динамики – на разгръщането на човешките сили и на разпадането им – очевидно в исторически план се подхранват взаимно и заедно изграждат метамодел на човека като хронотоп, на „фундаментална[та] спрегнатост между човек и времепространство“, по думите на Миглена Николчина (цит. по

Парушев, 2021: 41). През човека се осъществява „порив[ът] на природата по нови форми“ (цит. по Парушев, 2021: 61), или в случая на антиутопията – през човека се установяват границите на тази спрегнатост, отвъд които намирането на човешки смисъл става невъзможно. Тук на преден план излиза друг от ключовите приноси на изследването на Парушев – целенасоченият му отказ да стабилизира йерархии между дефиниции и изследователски подходи. Западната теория често се опитва да стори именно това, обявявайки например утопията за „социополитическия поджанр на научната фантастика“ (Suvin, 2016: 76), или пък разглеждайки антиутопията като производна на утопията. Вместо това „*Срещу човешкото*“ изгражда сложна мрежа на взаимни оттласквания и привличания между четири жанра, които исторически се преплитат и продължават да се преплитат и до днес: утопия, антиутопия, сатира и научна фантастика. В духа на схващането, че взаимоотношенията между жанровете не са логически и семиотично предначертани под формата на твърди структури, изследването предлага две различни конфигурации, мислещи тези отношения: „западна“, при която „съподчинени“ биват съответно двойките научна фантастика – антиутопия и сатира – утопия, и „източна“, при която двойките са научна фантастика – утопия и сатира – антиутопия. Подобно разграничение, разбира се, е до голяма степен условно, предвид колко трудно могат да се прокарат подобни граници, както признава и авторът.[1] То е обаче полезно, доколкото позволява да бъдат откроявани различни взаимодействия между жанровете и въпросните да бъдат полагани в различни матрици, които да държат сметка на употребите им в исторически план, така че да се избегне втвърдяването

[1] Така например, голяма част от изследванията на научната фантастика и утопията на запад тръгват от работата на югославския литературовед Дарко Сувин, повлиян колкото от руските фантастични утопии (вж. напр. Suvin, 2016: 271–297), толкова и от марксическата теория, и по-конкретно трудовете върху утопията на немския философ Ернст Блох.

на теоретичен модел, монополизиращ ключовете към четенето на един или друг жанр. Матриците, които Парушев използва, черпят стратегии от феноменологията и рецептивната критика, от културологията и литературната социология, както и от утвърдените критически и формалистки методи в изследванията на научната фантастика.[2] Методологическо решение, което крие немалко рискове, но което в случая се отплаща, като разроява във въображението възможните провали на „Платоновата лупа“.

Кризите на човешкото, разгледани в изследването, покриват широк спектър, върху който целенасочено са набелязани няколко основни фокуса, що се отнася до литературната антиутопия – антиутопиите на Хърбърт Уелс, Станислав Лем и Маргарет Атууд. Въпросните точки на фокусиране, както посочва авторът в увода на книгата, очертават антиутопията на XX в. времево, географски и от гледна точка на вече споменатите взаимодействия с научната фантастика, утопията и сатирата. Към тези три режима на описание може да се добави още един, съсредоточен върху формите на държавност и субектност и тяхната историческа ко-еволюция: от империя, през тоталитарна държава, към биополитика и преливане на държавните функции в полза на корпоративни форми на управление. Заслужава си да се спомене обаче също така по-ранно появяващият се в книгата антиутопичен разказ за опитите за хибридизация на човек с шимпанзе от началото на века, дело на руския биолог Илия Иванов. Преразказът на този налудничав от днешна гледна точка проект се явява съвсем на място в изследването на Парушев, тъй като демонстрира

[2] Този подход напомня донякъде на работата на Джон Рийдър, който разглежда научната фантастика не толкова като формално определена жанрова категория, а по-скоро като постоянно обновяващ се набор от възможни употреби на група от текстове от страна на конкретни читателски общности. В този смисъл антиутопията не може да бъде строго дефинирана – тя постоянно пренастройва себе си като инструмент за преработване на опита в сътрудничество и в конкуренция с множества от алтернативни стратегии, групирани под шапката на научната фантастика, утопията, сатирата и пр. (Rieder, 2017).

липсата на предзададена йерархия по отношение на далеч по-фундаментална двойка, а именно тази на фикцията и реалността.[3] Утопията и антиутопията се оказват не просто податливи на изследване чрез методите на антропологията и социологията, самите те се явяват подходящи антропологически и социологически изследователски методи. Чрез тези разнообразни заходи „Срещу човешкото“ демонстрира големия теоретичен потенциал на „Платоновата лупа“ да разгръща и разпада човешкото по начини, които са проследими както аналитично, така и чрез „феноменологичното виртуално изпробване“ (Парушев, 2021: 275) на разнообразните технологии и политически форми, от които е направена лупата в литературната антиутопия и сродените ѝ жанрове. Инструмент от такъв порядък очевидно е ценен не само за литературните изследвания, но и отвъд симулациите на художествената литература, особено в настоящия момент, когато човечеството е на прага на това да реализира буквално скачеността между субект и държава в тялото на разумната машина , било то материално или виртуално. Това не е убягнало и на автора, чието изследване на антиутопията отваря много повече въпроси, отколкото тези, на които отговаря еднозначно – доколкото изобщо целта му е била да търси недвусмислени отговори. Тази радикална отвореност е белег за важността и широката приложимост на предложената теория. Тя дава и един от малкото сигурни отговори: от антиутопията и граничещите с нея жанрове днес има все по-голяма нужда – особено когато за тях се мисли със задълбоченост, сравнима с демонстрираната от Чавдар Парушев.

[3] Също толкова налудничав изглежда днес друг утопичен проект от сходен времеви период – този на съветския философ, революционер и фантаст Александър Богданов за постигане на дълголетие, и дори безсмъртие, чрез кръвопреливане, довел в крайна сметка до смъртта на Богданов (вж. Bannerjee, 2016: 141–155; Wark, 2016: 3–61).

Използвана литература:
ПАРУШЕВ, Чавдар. *Срещу човешкото: Антиутопичният жанр в литературата на XX век*. София: ВС Публишинг, 2021.[Parushev, Chavdar. Sreshtu choveshkoto: Antiutopichniyat zhanr v literaturata na XX vek. Sofia: VS Pablishing, 2021]
BANERJEE, Anindita. *We Modern People*. Middletown, CT: Wesleyan University Press, 2012.
Rieder, John. *Science Fiction and the Mass Cultural Genre System*. Middletown, CT: Wesleyan University Press, 2017.
SARGENT, Lyman Tower. “The Three Faces of Utopianism Revisited.” *Utopian Studies* vol. 5, no. 1 (1994): 1–37.
SUVIN, Darko. *Metamorphoses of Science Fiction: On the Poetics and History of a Literary Genre*. Bern: Peter Lang AG, 2016. First published in 1979 by Yale University Press.
WARK, McKenzie. *Molecular Red: Theory for the Anthropocene*. London: Verso Books, 2016.

Александър Попов е асистент към катедра „Англицистика и американистика“ във Факултета по класически и нови филологии на Софийски университет „Св. Климент Охридски“, където преподава езикознание, фантастична и утопична литература. Има докторска степен в областта на компютърната лингвистика от Българската академия на науките, където е работил по изследователски проекти, свързани с автоматичен езиков анализ. Дългогодишен автор и редактор в списанието за фантастика ‘ShadowDance’. През 2021 г. работи по интердисциплинарен проект, в чиито рамки изследва художествена литература, включваща изкуствени интелекти като герои и разказвачи. През 2022 г. завършва академична монография на тема съвременната утопия в контекста на климатичната криза.

Alexander Popov is assistant professor at the Department of English and American Studies, at the Faculty of Classical and Modern Philology, Sofia University ‘St. Kliment Ohridski’, where he teaches linguistics, science fiction and utopian literature. He has a doctoral degree in computational linguistics from the Bulgarian Academy of Sciences, where he has worked on various research projects related to natural language processing. He is a long-time author and editor at the science fiction magazine ‘ShadowDance’. In 2021 he worked on an interdisciplinary research project about the use of artificial intelligence characters and narrators in fiction. In 2022 he completed an academic monograph on the topic of contemporary utopias in the context of the climate crisis.

СЪВРЕМЕННИ НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ В ОБЛАСТТА НА ИНТЕРИОРНИЯ ДИЗАЙН

Борис Сергинов

CONTEMPORARY THEORETICAL RESEARCH ON INTERIOR DESIGN THEORY AND PRACTICE

Boris Serginov

Резюме: Настоящата рецензия представя книгата на д-р Биляна Калоянова „Структурен подход в интериорния дизайн през XX век“. Научната и приложна значимост на публикацията ще е от полза за изследователите и професионалистите, работещи в сферата на интериорния дизайн.
Ключови думи: интериорен дизайн, история на дизайна, културна индустрия.

Abstract: The review addresses the book “Structural Approach in Interior Design in the Twentieth Century” by Bilyana Kaloyanova, PhD. The scientific and applied significance of the publication will benefit researchers and professionals working in the field of interior design.
Keywords: interior design, history of design, cultural industry.

През месец април 2022 г. излезе от печат книгата „Структурен подход в интериорния дизайн през XX век“ с автор д-р Биляна Калоянова. Тази научна работа представя и изследва една значителна, незасягана досега теза и практически ориентирана теория, свързана с подходите в дизайна. Публикуваната научна работа отговаря по оригинален начин на редица въпроси в полето на интериорния дизайн, като например: „Какво се случва в сферата на интериорния дизайн в исторически и социален план?“, „Какви са подходите в етапите

на работа на интериорният дизайнер“, „Какво е структурен подход“ и много други теми, прекрасно осветени в този труд. Въпреки че еднозначни отговори в областта на изкуството са до голяма степен изключени, тъй като това е полето, в което творецът трябва да се чувства максимално свободен, да твори, то настоящото издание успява да освети и изолира отделни кътчета от това огромно художествено и научно пространство. Изкуството и дизайна в настоящия исторически период вече не са просто зависими от обществото. Дизайнът съдържа в себе си почти всички противоречия, съществуващи в това исторически формирало се общество и в тази социална конструкция. Основавайки се на нюансите в работата на дизайнерите, описвайки техните подходи в исторически и социален план, в същността си този труд представя нови, нестандартни, индивидуални, групови реакции и отношения. От средата на XVIII век започва развитието на промишлеността и засилването на комерсиализацията, които постепенно превръщат обществото в консуматорско. Подобна тенденция на комерсиализация се появява и в дизайна. Дизайнът започва да се купува, подобно на другите стоки, и донякъде загубва своя чист, отличаващ се от обикновеното всекидневие характер. Поради тези причини намалява възможността да бъде противоположност на баналното и ежедневното. За да бъде продавано, новото изкуство и дизайнът започват да се стремят да са функционални, полезни и приятни. Този процес е двупосочен – от една страна, това комерсиално изкуство и дизайн обхваща пазара и създава ниско-интелектуален вкус, но, от друга, то добавя възможността да се развива именно въз основата на потребителското търсене, ръководено от този некултурен вкус. Така се появява „културната индустрия“ – определение, формулирано от Теодор Адорно (1903 - 1969 г.) – философ, социолог, музиколог, един от най-значимите представители на критическата социална теория, развивана от Франкфуртската школа.

Настоящото изследване предлага специфичен прочит на развитието на интериорния дизайн в западноевропейските и северноамериканските изкуство и култура, и изследва съчетанието на модернизма в изкуството със структуралистката мисъл в интериорния дизайн. Трудът очертава и сигнализира приключването и превръщането в парадигма на един културен феномен в полето на интериорния дизайн. Структурният подход е изведен от Калоянова до пределна яснота като културен, исторически, иконографски образ, носещ се в полето на историята и практиката на дизайна. Колкото и да съм съблазнен от идеите за исторически разриви и епистемологични сривове, културологичните форми и иконически режими, осветени от настоящия научен труд, допринасят за изясняването на репресивното статукво на структурния и може би формалистичен подход. В същото време, социално-икономическите предпоставки на модерния свят в описания период са дълбоко проучени от автора в оригиналната им конфигурация и много от теоретичните модели, представени от Калоянова са вече парадигма в сферата на интериорния дизайн и са се превърнали в част от „великите разкази“ на модерността. Обобщенията, до които изследователят достига, са един вид самородно злато, до което авторът се е добрал със задълбочен интелектуален труд и дълбаене в твърдата скала на дизайнерската практика. Лиотар например казва, че диалектиката на духа, херменевтиката на смисъла, еманципира рационалното или още по-точно еманципира и възражда работата с предмети и така създават богатството на духа. В този смисъл, опирайки се на Лиотар, може да кажем, че този труд е материална и духовна ценност, която обогатява със знания и умения дизайнерската практика и практиката на творците, работещи в областта на визуалните изкуства, и допринася за по-ясното разбиране на ролята на дизайна в настоящата икономическа и социална ситуация.

Използвана литература

КАЛОЯНОВА, Биляна (2022). *Структурен подход в интериорния дизайн през XX век*. [Kaloyanova, Bilyana (2022). Strukturen podhod v interiorniya dizajn prez XX vek]

Проф. д-р Борис Сергинов е дългогодишен преподавател в Нов български университет и Национална художествена академия. Международно признат артист, с множество изложби на световни форуми за изкуство и дизайн. Автор е на монографиите „Дизайн проектиране“ и „Дизайн: диалог и монолог. Факти, методи, прогнози“.

Prof. Dr. Boris Serginov is a longtime lecturer at the New Bulgarian University and the National Academy of Arts. Internationally recognized artist, with numerous exhibitions at world forums for art and design. He is the author of two important monographs: ‘How to Design’ and ‘Design: Dialogue and Monologue. Facts, methods, forecasts‘.

„ЕДНА БЪЛГАРКА“: ТЕАТЪРЪТ – КАУЗА ИЗКУСТВОТО В ПОЛЗА НА ОБРАЗОВАНИЕТО

Елица Матеева

‘ONE BULGARIAN WOMAN’: THE THEATER – CAUSE ART FOR EDUCATION

Elitsa Mateeva

Резюме: Предмет на настоящата рецензия е връзката между театър и образование. Емпирична основа за разсъждения е представлението „Една българка“ - Театър „Азарян“, НДК. Чрез средствата на критическия анализ се представя същността на спектакъла, задачите и целите, които са си поставили режисьорката Десислава Шпатова и актрисата Снежина Петрова, както и екипът от експерти - участници в проекта на „Легал Арт Център“, автор и двигател на съвкупност от активности, посветени на творчеството на Иван Вазов. Рецензията се опитва да ни въведе в енергията на спектакъла, да разкрие неговата специфика, да повдигне дебат за необходимостта от подход и нови модели в обучението на седмокласниците по български език и литература при първата им среща с разказа „Една българка“ от Иван Вазов.
Ключови думи: „Една българка“, Иван Вазов, Снежина Петрова, Десислава Шпатова, Театър „Азарян“.

Abstract: The subject of this review is the connection between theater and education. An empirical basis for reflection is the performance 'One Bulgarian Woman' - ‘Azaryan’ Theater, National Palace of Culture. The means of critical analysis present the essence of the show, the tasks and goals set by the director Desislava Shpatova and the actress Snezhina Petrova, as well as the team of experts - participants in the project of 'Legal Art Center' - author and engine of a set of activities, dedicated to the work of Ivan Vazov. The review tries to introduce us to the energy of the show, to reveal its specifics, to raise a debate about the need for a new approach in teaching seventh graders in Bulgarian language and literature at their first meeting with the story 'One Bulgarian Woman' by Ivan Vazov.
Keywords: 'One Bulgarian Woman', Ivan Vazov, Snezhina Petrova, Desislava Shpatova, Azaryan Theater.

„Текстът понякога сам по себе си не ни е нужен, важна е ситуацията, за да ни помогне да го изговорим“, това споделя доц. Снежина Петрова в разговор с деца от Детско-юношеския театър (ДЮТ) „Златното ключе“ и кино школа „Братя Люмиер“ в рубриката ми „Децата

и Госпожата питат“ (Общински детски комплекс-Варна, 2021). Създаването на моноспектакъла „Една българка“ е именно повод да си отговорим на въпроса на кого е нужно творчеството на Иван Вазов и в частност разказа „Една българка“. През 2021 година актрисата Снежина Петрова в качеството на преподавател ни каза, че ако ни е трудно да намерим опора в развитието на един монолог, нека да го отправим към две важни сили: Бог или Смъртта.

В предпоследния ден от миналата година имах невероятната възможност да видя моноспектакъла „Една българка“ в препълнената с родители и деца зала на театър „Азарян“ в НДК. След събитието смятам, че третата стихия, заради която трябва да намерим сили и да говорим, са децата, защото те са основният ни мотив за живот. С „Една българка“ Снежина Петрова материализира отсъстващата душа на родното образование, материализира интереса на младото поколение към Вазов или по-точно материализира мисленето за Вазов и творчеството му по нов начин. В рамките на онлайн срещата ни с доц. Снежина Петрова си говорихме и за проблемите при преподаването и на класическите антични текстове – 8-ми клас се затрудняват при възприемането на „Илиада“. Снежина Петрова сподели: „Катастрофално е положението с „Илиада“ в училище! Със студентите ми по актьорско майсторство в НБУ сме в опит да прочетем „Илиада“ чрез средствата на театъра, за да могат учениците да схванат нещо. Оказа се, че е голям препъникамък и ще бъде трудно. Именно в митовете, които децата учат, са положени основните матрици. Ето защо и проектът „Една българка“ тръгва от мита. В мита са основните сюжети, конфликти. Срещам се с експерти, които подпомагат този проект, те са от сферата на литературата, историята и т.н. Георги Гочев бе разгледал „Една българка“ като версия на мита за отсъстващите мъже. Баба Илийца е сама жена в света. Вазов казва, че мъжете са се скрили. Всичко е в ръцете на една баба, която е почти светица. Снежина Петрова заедно с Десислава Шпатова решават

да намерят сценичен отговор на разказа „Една българка“, откриват го между вибрациите на празното пространство, енергията на театъра и киното като инсталация.

Снежина Петрова

„За какво говорим, когато говорим за една българка? За неподозирано много неща.“ (Курташева, 2021: 1). Така започва програмата „Азбучник“ на спектакъла, която помага за разбирането на съдържанието на разказа. Върху 70 страници са разположени значения на думи, предполагащи въпроси сред учениците, а последните страници представляват „място за бележки и открития на ученика“. В програмата се включват хора на словото, науката, културата: проф. Албена Хранова, проф. Миглена Николчина, проф. Виолета Дечева, проф. Веселин Методиев, д-р Георги Гочев, проф. Пламен Бочков, д-р Азиз Таш, д-р Румен Петров и др. Всички заедно сътворяват чуден свят, който се възприема с лекота от детското съзнание, съдейки от букетите, с които на финала на представлението децата възнаградиха Снежина Петрова.

„Планинските самотии спяха, дива тишина царуваше в природата; само реката все си шумеше долу нейде в бездната…“ - докато прелиствам отново разказа „Една българка“, въображението ми ражда различни филми. В същината си разказът е предпоставка за съвременно кино с разнообразни наративи: от филм за войната и как една жена се опитва да спаси своето невръстно дете, но заедно с това оказва помощ и на войник, през фантастичен филм за края на света и жена, натоварена със свръх сила, за която тя не предполага, но преоткрива, до „роуд муви“ - главният персонаж се опитва да намери спасение като бяга от определена катастрофа и осигурява помощ на втори персонаж, в допълнение на конфликта й с околния свят. Разказът задава интересни параметри за интерпретация, а това, което затруднява учениците, намира своето решение в програмата към спектакъла „Една българка“. Оказва се, че историята в „Една българка“ не е непосилна за разбиране, не звучи архаично, може би проблемът е в нас, че не съумяваме да намерим добрия подход към децата, за да им покажем смисъла, чрез който можем да подредим света.

Ето ме като зрител в прекрасната амфитеатрална зала на Театър „Азарян“, НДК. Снежина Петрова играе множество типажи, но сред тях се открояват образите на майката на седмокласник, който не прави разлика между Черепишкия манастир и Челопешката гора в разказа „Една българка“, и образа на учителката по „Български език и литература“, която е рускиня. Тези действащи лица ме спечелиха не само като зрител, но и като театрален критик - прекрасна находка! Учителката ни направи тест върху „Една българка“, скара се на зрителите в дясната половина на залата, че са се „сгъчкали, там встрани“, за да не ги вижда как си подсказват. И на нашата половина се скара, че много се смеем, но „пилците се броят наесен“. На някои от въпросите не можах да отговоря, защото не бях си прочела разказа. В отказа да прочетеш едно произведение се крие истината за обърканата схема: как да подтикнеш

един ученик да чете? Ако го отчуждиш от материала със сложни думи или пък го гълчиш като учителката от представлението, дали ученикът ще пожелае да свърши нещо просто така, заради себе си? След всички закачки с ученика, след рап изпълненията на Снежина Петрова за душата на съвремието ни, където българщина, Вазов, героизъм се нуждаят от изтупване на праха и поправка на хастара, най-голямото постижение на представлението е, че зрителят „прочита разказа“ по време на спектакъла. Прочита го с цялата му сериозност, значимост, без патетика и на финала дори се чувства леко неудобно, че никога не е имал тази възможност да прозре: величието е в обикновените неща, когато сърцето, а не материалните подбуди диктуват посоката на крачките ни.

Сцената е празна! Чудя се дали Питър Брук не трябва да допълни категориите на своя „Беден театър“ с пета – за актьора-ментор. След проекта „Медея“, където Снежина Петрова и Десислава Шпатова показаха, че театърът е място за изговаряне на нашите страхове и демони, място за любов и гняв, дъжд и барабани, място, където децата се чувстват уютно и са част от театралното чудо, идва ред на „Една българка“, на театъра като пространство за припомняне на Началото, за образование на малки и големи. В историята на българския театър просветата и грижата за единение с националното самосъзнание са изходните позиции за създаването на пиеси, театрални трупи и появата на спектакъла като феномен. Моделът, подходът към разказа „Една българка“ и намирането на сценичен език предлагат усет към актуалното. Изключително адекватно е изградена драматургията на представлението, която не разчита на буквално преповтаряне на разказа, а на идентификацията - ние сме или не сме ЕДНА БЪЛГАРКА. Актрисата е сама на сцената, т.е. е една - една майка, една учителка… една българка.

В началото споменах, че театър и кино се срещат. Правят го деликатно, разумно. Киното е възможност за множество гласове в

контекста на самотността на тази „една българка“, застанала срещу публиката и съвременното ни самосъзнание. В този спектакъл киното не е компромисна декорация, а посока с предварително зададени параметри. Снежина Петрова изиграва различни, множество образи на българки, които коментират „Една българка“, а в един епизод я виждаме под кожата на онзи самонадеян български мъж, който разбира от всичко - от футбол до политика, но и разбира от „Една българка“ , без която обаче едва ли ще се справи с подиума на делника си. Имаше един видео фрагмент, който асоциирах с работата на актрисата Кейт Бланшет в „Манифест“ - полиекранът, когато в множество прозорчета се появяваше Кейт Бланшет като всички жени, преминали през пиршеството и пъстротата на различни манифести за голямото изкуство. Този говорещ плакат-манифест интуитивно се е появил в представлението и ни подтиква към вторачване. Ако разберем коя и каква е „Една българка“, вероятно ще разберем и себе си.

В опита да запалим децата по високите дилеми на изкуството, забравихме, че можем да създаваме произведения заедно с децата и за децата, произведения, които да им помагат да преодоляват трудностите в училище, а оттам и в живота. Представлението „Една българка“ е добър пример, за това как да се справим с предъвкването на класиците по време на Националното външно оценяване. „Една българка“ обаче не е обикновено заглавие от театрален афиш, това е спектакъл-кауза, спектакъл-мисия, заради която си заслужава всяка минута театрален живот!

Използвана литература

КУРТАШЕВА, Биляна (2021). *Една българка, Азбучник – програма към спектакъла „Една българка*“, с. 1. [Kurtasheva, Biliana (2021). Edna bulgarka. Azbuchnik – programa kam spektakula ‘Edna bulgarka’ pp. 1].

Използвани източници

ОДК - ВАРНА. (2021). Актрисата Снежина Петрова и кинокритикът Деян Статулов бяха поредните гости на кино школа „Братя Люмиер“ в рубриката „Децата и Госпожата

питат“ [online]. 12.04.2021 <http://odk-varna.com/актрисата-снежина-петрова-и-кинокрит/ (последно посетен на 25 април 2022). [ODK-Varna (2021). Aktrisata Snezhina Petrova I kinokritikut Dean Statulov biaha porednite gosti na kino shkola 'Bratia Liumier' v rubrikata 'Decata I Gospzhata pitat',12.04.2021]

Елица Матеева е завършила „Театрознание“ в НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“ и е специализирала „Театрална режисура“. От седем години пише за сайта kinoto.bg. Член е на Обществото на независимите театрални критици в България, а също и на Международната организация на театралните критици IATC. Автор е на три книги, свързани с киното и театъра. Ръководител е на киношколата „Братя Люмиер“ към Общински детски комплекс в родния ѝ град Варна. В момента работи върху докторат, посветен на „Догма 95“ и рефлексиите на манифеста върху съвременното българско кино.

Elitsa Mateeva graduated in Theater Studies at the 'Krastyo Sarafov' National Academy of Theater and Film Arts and specialized in Theater Directing. She has been writing for www kinoto.bg for seven years. Elitsa is a member of the Society of Independent Theater Critics in Bulgaria and also of the International Association of Theater Critics IATC. She is the author of three books related to cinema and theater. Elitsa is the head of the 'Lumiere Brothers' film school at the Municipal Children's Complex in Varna. She is currently working on a doctoral dissertation on 'Dogme 95' and the reflections of the manifesto on contemporary Bulgarian cinema.

МЕДУЗАТА КАТО МУЗА
(ЗА „ЖИВОПИСТА КАТО НЕПРЕКЪСНАТ СЦЕНАРИЙ“. ИЗЛОЖБА НА БОГДАН АЛЕКСАНДРОВ В НХГ)

Венцислав Димов

JELLYFISH AS A MUSE
(ABOUT THE ‘PAINTING AS A CONTINUOUS SCRIPT’. ART EXHIBITION OF BOGDAN ALEKSANDROV IN NATIONAL GALLERY)

Ventsislav Dimov

Резюме: Рецензия за най-новата изложба на Богдан Александров в Националната художествена галерия, София, наречена „Живописта като непрекъснат сценарий“ (април-юни 2022). Живописец и концептуалист, художник и изследовател, Богдан Александров представя най-новите си маслени платна, рисувани през 2022 г. в цикъла „Живописта като непрекъснат сценарий (Протоколи за преживяването на идея)“. Изложбата, според куратора Диана Драганова-Щир, включва едни от най-значимите произведения на Александров и подчертава неговото място в съвременното българско изкуство. Част от нея има антологичен характер – включени са и по-ранни творби от периода 2010-2021 (циклите *Пургаториум*, *Палимпсест*, *Парейдолия – портрети в постановка*, *Вертиго*, *Непрекъснато писане* и др.), подчинени на основната концепция на автора – изследвания на граничните човешки състояние през собствен метод, който артистът назовава „визуален шум“.
Ключови думи: живопис, концептуално изкуство, визуален шум

Abstract: Review of Bogdan Alexandrov's latest exhibition at the National Art Gallery, Sofia, called ‚Painting as a Continuous Script‘ (April-June 2022). Painter and conceptualist, artist and researcher, Bogdan Alexandrov presents his latest oil paintings, painted in 2022, in the series ‚Painting as a Continuous Script (Protocols for an Idea)‘. The exhibition, according to curator Diana Draganova-Shtir, includes some of Alexandrov's most significant works and highlights his place in contemporary Bulgarian art. Part of it has an anthological nature - earlier works from the period 2010-2021 are also included (the cycles *Purgatorium, Palimpsest, Pareidolia – Staged portraits, Vertigo: Portraits without diagnosis, Continuous Writing,* etc.), subordinated to the artist's main concept - research into the liminal human condition through his own method, which the artist calls ‚visual noise‘.
Keywords: painting, conceptual art, visual noise

Живописец и концептуалист, художник и изследовател, Богдан Александров винаги е провокирал с пластичните си послания, с естетическите си търсения, с философските въпроси, които ги обуславят. Спомням си вълненията, предизвикани от предходни негови проекти, като акцията „Виадукт“ с огнените пещи на брега на Дунав (около Видин, 2000); живописната изложба „Моята глаголица“ (София и Лондон, 2002); синтеза на живопис и звукова инсталация „Шум“ (СГХГ, 2010) и т.н. Това е така, защото артистът Александров, по думите на изкуствоведа Свилен Стефанов, обича да проблематизира и иронизира „очевидните“ и „самопонятни“ стойности (Aleksandrov, 2018: 43). Прави го с неочаквани скокове на мисълта, които следват концептуални стратегии, но не се губят в имагинерното като повечето идеи, а се утаяват в преживявания, намерили пластичен израз в творби, майсторски рисувани и живописвани, за да бъдат споделени в акта на комуникация. Последното е верую на Богдан Александров, който споделя, че за него визуалното изкуство е невербална комуникация между хората и актът на създаване на естетически обекти следва целта артистът да общува с гледащия неговата творба (Aleksandrov, 2018: 46).

Най-новата изложба „Живописта като непрекъснат сценарий (Протоколи за преживяването на идея)“ може да бъде оценена високо в много посоки – една от тях е успешната комуникация с гледащите творбите. Пишещият тези редове е сред тези, които се връщаха пред картините по няколко пъти, за да си общуват през тях с художника. Други преди него бяха оставили следи от това общуване в паметната книга на галерията – едно семейство от Добрич бе написало: „Това не всеки го може – да го измисли и да го нарисува само както той може! И да го остави за съзерцание и размисъл!“.

Според куратора Диана Драганова-Щир, изложбата включва едни от най-значимите произведения на Александров и подчертава неговото

място в съвременното българско изкуство. Художникът преосмисля творби на класическата живопис, като ги рисува в нов контекст и това не е само анализ, а и самоанализ, включващ синтези на собствения ѝзразен концептуален код с творби, които обраснали с метафори, разширяват живописното пространство. То е широко и в прекия смисъл на думата – платната са мащабни (размери: 160/200, 200/250, 200/300 см.). Събира в общи измерения образи от миналото и високото изкуство (инфанти на Веласкес, папи на Веласкес и Тициан) с лица от нашата съвременност, популярни и разпознаваеми в публичното пространство (Айнщаин, Тесла, Стивън Хокинг, Кристо, Мохадес Мирзаи – първата жена пилот в Афганистан, сега бежанка в България). Синтезира метафорите на избраните живописни първообрази с метафоричните медузи, които плуват в пространства от нашия свят, но от неговото бъдеще. Световете, в които ни въвежда Богдан Александров, може и да носят в импулса на създаването, преживения възторг и усещането за празничност, както споделя авторът за спомена от срещата си с творба на Веласкес в Берлинската галерия, но излъчват и през светлинната игра на монохромното едно тревожно надникване в бъдещето (вж. „Преди излитане от Вавилон“).

Богдан Александров пред картината си „Преди излитане от Вавилон“ (м.б., платно, 200/300 см., 2022 г.)

Богдан Александров представя най-новите си маслени платна, рисувани през 2022 г. в цикъла „Живописта като непрекъснат сценарий (Протоколи за преживяването на идея)“. „Протоколите“ и „непрекъснатият сценарий“ се изразяват в идеята за приемственост и единство на търсенията и метода. Част от изложбата има антологичен характер – включени са и по-ранни творби от периода 2010-2021. При едни от тях художникът остава верен на своята акрилна техника в стила на поантилистите, която следва фотографски първообраз (циклите *Пургаториум*, *Палимпсест*, *Парейдолия – портрети в постановка*, *Вертиго*). При други използваното средсдство е маслената боя (циклите *Непрекъснато писане*, *Живописта като непрекъснат сценарий*). Това, което обединява творбите от различни времена и цикли, използващи различни медии и техники, е общият знаменател на големите формати, тежненията към портрета, следването на документа и документалния

образ, от който се тръгва, за да се постигне абстрактно изображение отвъд визуалния шум. Общото е търсене на метаобрази, в които личността (част от картините са автопортрети – цикъл *Пургаториум*) търси нови измерения. Техниката на снимане през определени секунди и наслагване на образите, които по-късно се живописват, изгражда тези метаобрази отвъд трите измерения, в динамичната пространственост на четвъртото – времето.

Питанията за времето и човека в него са изразени пластично през ясни образи и разпознаваеми метафори като „дръзка задача и сложна мистерия“. В специално написания, за да поясни концепцията му за изложбата, текст (и това е едно от отличителните качества на този артист, който вече познаваме и с опита за манифест на визуалния шум като живописен метод – не са много художниците, които могат да работят със словото като него!) Богдан Александров си общува с философи, физици, етимолози, невролози и писатели (Мартин Хайдегер, Алберт Айнщайн, Карло Ровели, Джоузеф Конрад, Марсел Пруст, Емил Андреев и др.), за да осъзнае позиционирането на проекта си в „коварно несистематизиран времеви процеп, в който протичащото линейно време си противоречи с имагинерно добавено извънвремие“ (Александров, 2022: 1). Признава, че търси художествен претекст за утопичната представа, че процесът се случва в далечно бъдеще. Ако четем този авторов текст като идейно-теоретичен „подтекст“ на изложбата, можем да разберем порива на художника към голямото надмогване на бита и житейското време, в което винаги сме обречени да догонваме идеите. Богдан Александров предлага стратегия за такова догонване през маркерите на личното художествено време, което винаги е „надникване“ и предсказване на бъдещето. Рисуването е „писание“ (етимологически в старобългарския език писането преди появата на писмеността е и изписване, рисуване, изпъстряне), Богдан Александров показва

пластически неговото „писание“ като Scripta Continua – „непрекъснато писане“. Така е назовал един от предходните си проекти (2021), част от който е включен и в изложбата „Живописта като непрекъснат сценарий“, за да покаже развитието на пластичните си решения на проблема за паметта и нейната реконсолидация. Паметта не е насочена към миналото, а към бъдещето; спомените се разбягват от фактите, за да намерят смисъла и свободата – това ни показва цикълът „Рисуване като непрекъснат сценарий“, най-новите творби на Александров, в които образите на Веласкес и Караваджо стават все по-фонови спрямо изображенията на вездесъщата Медуза – при него метафора на безсмъртието (полисемантичността на името провокира преди изображението – медузата като водно същество). Има един текст на Димитър Камбуров за медийните митове на популярната култура – „Медуза като муза“ (Камбуров, 2000). Това заглавие бе първата ми асоциация, изскочила в мен пред картините на Богдан Александров паронимно – те ми прозвучаха като контрапункт на онова, което беше предизвикало неудовлетвореността на Камбуров от медиаполитиката на музиката, която променя културата. След това дойде древногръцкият митологичен разказ за Горгоната Медуза (Медузата като смърт), споменът за изображението на Караваджо (Медузата като символ на триумфа на разума и куража да победиш). След това метафоричните образи извадиха от звуковите ми спомени един мадригал на Джан Карло Меноти: „Еднорогът, горгоната и мантикора“ и ме подсетиха, че медузата може да бъде домашен любимец на поета, негова ипостаза. Така стигнах до разбирането на внушенията на художника за медузата – визуализирана метафора на нашата утеха, че не сме загубени, а заедно със спомените ни сме потопени в материалното пространство, което по израза на художника (Александров, 2022: 3) „се кълдри, огъва, извива и

усуква, като гигантско пластично мекотело“ (вж. гигантската „Безсмъртната медуза“ - 200/300 см).

Богдан Александров. „Медуза (по Караваджо)“ (м.б., платно, 160/200 см., 2022 г.)

Живописта на Богдан Александров е непрекъснат и постоянно разрастващ се разказ. Последните му фрагменти продължават да осъществяват по нов начин основната концепция на автора – изследвания на граничните човешки състояние през собствен метод, който артистът назовава „визуален шум“. Във формулирането и творческото осъществяване на този метод художникът Богдан Александров се оказва неочаквано близко до нас, гилдията на изкушените от академичните медийни и комуникационни изследвания. В епохата на образа и иконичния обрат живописта губи привилегированата си позиция, от вертикалната скала тя слиза в хоризонтално нивелирания порядък и влиза в „епохата на технологическата възпроизводимост“ като медия, технологично или времево базирано изкуство, като хибрид на живопис и фотография. Да разберем тези метаморфози ни помага изкуството на Богдан Александров, за когото „визуалният шум“ не е просто техника и метод, а философско осмисляне на поливалентните възможности на индивидуалния авторски изказ, който може да стане ключ за разбиране на реалния и имагинерния свят, ентропията и четвъртото измерение.

Използвани източници

АЛЕКСАНДРОВ, Богдан (2022). *Живописта като непрекъснат сценарий. Протоколи за преживяването на идея (ръкопис на автора)* [Aleksandrov, Bogdan. 2022. Zhivopista kato neprekasnat stsenariy. Protokoli za prezhivyavaneto na ideya (rakopis na avtora)]

ДРАГАНОВА-ЩИР, Диана (2022). *Националната галерия представя Богдан Александров. Живописта като непрекъснат сценарий. 7 април-19 юни 2022 (ръкопис на куратора на изложбата)* [Draganova-Shtir, Diana. 2022. Natsionalnata galeriya predstavya Bogdan Aleksandrov. Zhivopista kato neprekasnat stsenariy. 7 april-19 yuni 2022 (rakopis na kuratora na izlozhbata)]

КАМБУРОВ, Димитър (2020). *Медуза като муза: медиаполитика на музиката (Полът като институционализирана трансгресия на след-постмодерната култура)*. **ЛОЗАНОВ**, Георги, Орлин **СПАСОВ** (съст.). Медии и митове. София: УИ „Св. Климент Охридски“, с. 173-200. [Kamburov, Dimiter (2020). Meduza kato muza: mediapolitikana muzikata. (Polat kato institutsionalnizirana transgresiya na sled-postmodernata kultura). Lozanov, Georgi, Orlin Spassov (sast.) Medii i mitove.]

ALEKSANDROV, Bogdan (2018). *Concept of painting. Visual noise. Portraits*. Sofia: Studio Aleksandrov.

Венцислав Димов [д-р (1999); дн (2018)] е професор в СУ „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация. Ръководител на изследователска група „Етномузикология” в Института за изкуствознание при БАН. Автор на над 200 научни изследвания и статии, сред които монографиите “Етнопопбумът” (2001); „Добруджа: памет и песен” (2012); “Музиката за народа на медийния фронт” (2019) и др.; съавтор с Лозанка Пейчева на книгите „Зурнаджийската традиция в Югозападна България” (2002 г.); „С хоро и песен, с перо и слово (120 г. от рождението на Райна Кацарова)” (2021 г.) и др. Области на научни интереси – социални и хуманитарни науки, медийни изследвания, етномузикология, антропология на традиционната и популярна музика, медии и записана музика, идентичност и музика, музикални традиции и малцинства, музика на Балканите и др.

Ventsislav Dimov [PhD (1999); DSc (2018)]: Professor at Sofia University ‘St. Kliment Ohridski’, Faculty of Journalism and Mass Communication . Head of the research group ‘Ethnomusicology’ at the Institute of Art Studies, BAS. Author of over 200 scientific studies and articles, author of the monographs “Ethnopopbum (The Ethnopopboom)” (2001); “Dobrudzha: pamet i pesen (Dobrudzha: memory and song)” (2012); “Muzikata za naroda na mediyniya front (Mekata vlast na narodnata i populyarna muzika v Sotsialisticheska Bulgariya) (Music for the people on the media front (The soft power of peoples and popular music in Socialist Bulgaria)” (2019) and others; co-author with Lozanka Peycheva of the books “The Zurna Tradition in Southwest Bulgaria” (2002); “With horo dance and song, with a pen and word (120th anniversary of the birth Rayna Katsarova)” (2021). Areas of research interests – social sciences and humanities, media studies, ethnomusicology, anthropology of traditional and popular music, media and recorded music, identity and music, musical traditions of ethnocultural communities and minorities, music in the Balkans, etc.

СКРИТИТЕ ПОСЛАНИЯ В АКВАРЕЛНИТЕ ПИСМА НА БИЛЯНА КАЛОЯНОВА

Руслан Лозев

HIDDEN MESSAGES IN BILYANA KALOYANOVA'S AQUARELLE LETTERS

Rosslan Lozev

Резюме: Представяне на изложбата „Акварелни писма" и на създаването ѝ в контекста на проблемите и предизвикателствата пред творците в пандемията от Ковид 19.
Ключови думи*:* изложба живопис, акварел, изкуство, общуване и преподаване в пандемия.

Abstract: The review addresses the exhibition "Aquarelle Letters" and its creation in the context of the problems and challenges artists have faced during the Covid 19 pandemic.
Keywords: exhibition, aquarelle, art, communication and teaching during the pandemic

През изминалата пролет в столичната галерия „Лампион" – Дом на културата „Средец" беше представена самостоятелната изложба на д-р Биляна Калоянова „Акварелни писма". Калоянова е дългогодишен преподавател в департамент „Дизайн" на Нов български университет (НБУ). Работата ѝ е фокусирана върху авангардния дизайн и концептуалното изкуство, по-малко позната е на широката публика като акварелист. През двете години на пандемия акварелната четка отново намира своето място в ежедневието на авторката. Пандемията проваля два големи международни проекта и един национален, за които Калоянова се подготвя със своите студенти цяла година, проваля се и преподавателската мобилност по програма „Еразъм" в Португалия. Предизвикателствата на дигиталното преподаване, липсата на личен контакт със студентите, тяхната несигурност предизвикват Калоянова да търси нови подходи, за да стимулира творческото им мислене и

нестандартни начини за общуване. Така се раждат акварелните писма, изпращани чрез социалните медии. Както самата тя казва: „Картините представят онова позабравено чувство да рисуваш заради самия творчески жест, без втори план, без концептуално послание, живописта като радост, освобождение и удоволствие. Акварелните писма са обяснения в любов, послания за приятелство, предсказание за живот. Те са цветни приказки, малки разкази, нежни поеми и позитивни послания, създадени с цвят и вода. Акварелните писма описват ситуации на радост и малко тъга, представят прекрасни места, значими събития и тайни пожелания“.

Тази изложба е поредното доказателство, че не съществуват граници между изкуствата и изразните средства, че дизайнът и живописта са неразривно свързани. Техниките, които използва авторката, са вдъхновени от експресионистичните акварели на Емил Нолд, както и от живописната класическа школа на Никола Маринов. Водещото в работата с акварел в картините на Калоянова е стремежът към овладяване на стихиите, в контролирането на случайността. Така както картината на нашето ежедневие е съвкупност от намеренията ни, обстоятелствата и неизбежните обрати, всеки акварел е създаден, подчинявайки се на същите сили. Акварелните писма разказват една утопична история, те са послания отникъде и отвсякъде, малки фрагменти реалност, изпратени до всички и получени от тези, които могат да ги прочетат. Основен метод при работата на Калоянова е техниката „мокро в мокро“, характерна за една акварелна школа в българската живопис, която води началото си от вече споменатия Никола Маринов, но е характерна и за други класически, а и по-съвременни автори, като например академик Дечко Узунов или работите на художници акварелисти като Фикрет Ислямов, Исмет Чаушев, проф. Васил Вълев и други. Характерно за тези художници е полагането на импримaтури преди началото на работата, подход, използван в италианската ренесансова живопис, но при работата с маслени бои. При работата с акварел импримaтурата е поставена на водна основа и се работи върху нея преди да е изсъхнала – по този начин художникът твори върху една жива пластична материя, фонът е податлив на намесите на художника, но и има собствено настроение, импримaтурата е жива – тече, променя формата си, непокорна е и именно в борбата на автора с непокорната течаща и изплъзваща се форма се ражда нежността и ефирният вид на акварелното произведение.

Последващите етапи на работа могат да се сравнят с полагането на велатури – прозрачни слоеве върху вече загатнатата форма в картината

– метод отново използван от класическите италиански автори от Ренесанса, но отново в маслената живопис. В работата на Калоянова велатурите са живи и са сравними с музикалното произведение, което живее във времето, за разлика от живописното произведение, което застива във времето. При Калоянова тези две времена се сливат в едно за да направят трети вид произведение на изкуството, в което имаме застинала музика във визуално послание. Докато работи по живописта на акварелните картини тя наслагва върху петолинието – акварелен лист различни изобразителни фрагменти сравними с музикалните фрагментни и в този смисъл акварелът се превръща в музика. От своя страна музикалното се визуализира и застива в образ. Акварелните писма се превръщат в акварелни пиеси и в посланието имат едновременно и пластичен, и линейно музикален характер.

В заключение можем да кажем, че Калоянова възражда тази специфична акварелна техникав българската живопис именно през съвременния музикален прочит, който влага в творческия жест.

Д-р Руслан Лозев е главен асистент в департамент „Дизайн“ на Нов български университет. Куратор е на множество изложби и фестивали в областта на съвременното изкуство и дизайн, с международно и национално значение.

Rosslan Lozev, PhD, is an Assistant Professor in the Department of Design at the New Bulgarian University. He is the curator of numerous exhibitions and festivals of international and national importance in the field of contemporary art and design.

Авторите в брой 11/2022

Александър Попов е асистент към катедра „Англицистика и американистика“ във Факултета по класически и нови филологии на Софийски университет „Св. Климент Охридски“, където преподава езикознание, фантастична и утопична литература. Има докторска степен в областта на компютърната лингвистика от Българската академия на науките, където е работил по изследователски проекти, свързани с автоматичен езиков анализ. Дългогодишен автор и редактор в списанието за фантастика ‘ShadowDance’. През 2021 г. работи по интердисциплинарен проект, в чиито рамки изследва художествена литература, включваща изкуствени интелекти като герои и разказвачи. През 2022 г. завършва академична монография на тема съвременната утопия в контекста на климатичната криза.

Анжела Георгиева е бакалавър по „Журналистика“ и магистър по „Дигитални комуникации“, Нов български университет. Автор на рубрика в българското списание „Роден глас“, издавано в Прага, Чехия.

Д-р Биляна Калоянова е артист, теоретик на дизайна с две издадени монографии в областта на концептуалния дизайн, дългогодишен преподавател в департамент „Дизайн“ на НБУ. Организатор на множество международни и национални проекти за иновативни подходи в областта на изкуството и дизайна.

Проф. д-р Борис Сергинов е дългогодишен преподавател в Нов български университет и Национална художествена академия. Международно признат артист, с множество изложби на световни форуми за изкуство и дизайн. Автор е на монографиите „Дизайн проектиране“ и „Дизайн: диалог и монолог. Факти, методи, прогнози“.

Боряна Матеева е филмов критик и преподавател по История на българската и световната анимация в НБУ и История на иберо-американското кино в НАТФИЗ. Работила е в Българска национална филмотека като съставител на месечната печатна програма и отговорен програматор на филмотечно кино „Одеон”. Има стотици публикации за българското и чуждестранно кино в специализирания печат. Автор на книгата „Анима.bg”, издание на НБУ, 2021. Сценарист на 4 документални филма. Докторант на самостоятелна подготовка.

Валерий Пърликов – театрален режисьор, сценограф и VJ, доцент по „Актьорство за драматичен театър“, доктор по „Театрознание и театрално изкуство“. Преподава в Нов български университет (Департамент „Театър“) и Театрален колеж „Любен Гройс“, при което разработва метод на спонтанна креативност за експликация на актьорския акт. От 1996 г. до сега е поставял в ДТ-Кюстендил, ДТ-Ловеч, ДКТ-Пазарджик и ДКТ-Шумен, носител на награди за режисура от национални форуми по изкуствата. В рамките на ръководените от него „Трупа за театрални експерименти“ (София, 2002 г.), „Ателие за сценични стратегии“ (ТК „Л. Гройс“, 2006-2020 г.) и Ателие VIA NEGATIVA (ФОНДАЦИЯ КЕРИГМА, от 2010 г.) разгръща своя изследователски подход в методология за работа с актьори, основаваща се на практики, провокиращи преживявания в изместено състояние на съзнанието.

Венцислав Димов [д-р (1999); дн (2018)] е професор в СУ „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация. Ръководител на изследователска група „Етномузикология” в Института за изкуствознание при БАН. Автор на над 200 научни изследвания и статии, сред които монографиите “Етнопопбумът” (2001); „Добруджа: памет и

песен” (2012); “Музиката за народа на медийния фронт” (2019) и др.; съавтор с Лозанка Пейчева на книгите „Зурнаджийската традиция в Югозападна България” (2002 г.); „С хоро и песен, с перо и слово (120 г. от рождението на Райна Кацарова)” (2021 г.) и др. Области на научни интереси – социални и хуманитарни науки, медийни изследвания, етномузикология, антропология на традиционната и популярна музика, медии и записана музика, идентичност и музика, музикални традиции и малцинства, музика на Балканите и др.

Диляна Кирковска е асистент в катедра „Радио и телевизия“ на Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет.

Д-р Евелина Гебрева работи в сферата на интериорния текстил. Нейните проучвания са фокусирани в проблемите на съвременния интериорен текстил, неговото място и значение в съвременния интериор. Преподавател в департамент „Дизайн“ на Нов български университет и текстилен дизайнер на свободна практика.

Еленица Маринова е докторант в Катедра „Радио и телевизия“ на Факултета по журналистика и масова комуникация към Софийския университет „Свети Климент Охридски“. Завършва магистърска програма „Международна сигурност“ в Юридическия факултет. Обект на научните ѝ интереси са журналистическите жанрове, радиожанровете, радиообщуването и др. Професионалният ѝ стаж е в сферата на радиожурналистиката.

Елица Матеева е завършила „Театрознание“ в НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“ и е специализирала „Театрална режисура“. От седем години пише за сайта kinoto.bg. Член е на Обществото на независимите театрални критици в България, а също и на Международната организация на театралните критици IATC. Автор е на три книги, свързани с киното и театъра. Ръководител е на киношколата „Братя Люмиер“ към Общински детски комплекс в родния ѝ град Варна. В момента работи върху докторат, посветен на „Догма 95“ и рефлексиите на манифеста върху съвременното българско кино.

Проф. Жоржета Назърска е историк, преподавател в Университета по библиотекознание и информационни технологии, София. Основни области на научни интереси: социалната история (история на етническите и религиозните общности, на жените и половете), историята на образованието и науката, историята на институциите. Основни публикации: *Българската държава и нейните малцинства, 1879-1885* (1999); *Университетското образование и българските жени, 1879-1944* (2003); *Религиозен плурализъм* (2013); *Културно-историческото наследство на етническите и религиозните малцинства в България: опазване, съхраняване и социализация* (2014); *Опазване на нематериалното културно наследство: религиозните ценности в съвременна България* (2016, в съавт.) и др.

Мария Даниел Иванова завършва 9 ФЕГ „Алфонс дьо Ламартин“, бакалавър е по „Културология“ и магистър по „Културна антропология“ в СУ „Св. Климент Охридски“. Докторант е по „Културна антропология“ в СУ „Св. Климент Охридски“, под научното ръководство на проф. Ивайло Дичев. Последните антропологични изследвания, по които работи, са свързани с ЛАРП, косплей и кибертворчество, в частност меметата като феномен на културата. Автор е на книгата „Ролевите игри на живо. Живот in и off game“, резултат от дипломната ѝ работа за придобиване на бакалавърска степен. Изследователските ѝ интереси са в областта на дигиталните медии, градската история, младежките култури и визуалните

изкуства. Член е на научния екип по проект „Поп-култура, поп-политика: дигиталният обрат. Интердисциплинарни анализи на пресечността между медии, култури и политики“.

Проф. д-р Мария Стефанова Нейкова е дългогодишен преподавател във Факултета по журналистика и масова комуникация, сега пенсионер. Основните ѝ интереси са в сферата на международните отношения,международната журналистика и глобалните медии, проблемите и развитието на Балканите. Автор е на книгите „Монолог или диалог? Противоречивият свят в обектива на глобалните телевизии” (2018), „Пресечна точка” (2003), „Двойно предизвикателство” (1998), на статии и изследвания.

Д-р Петър Айолов има две магистърски степени по „Литература” и „Кино”, и докторска степен в областта на масовата комуникация. Той е с над 10 г. опит като преподавател в Софийския университет “Св. Кл. Охридски”, над 15-годишен опит като режисьор и сценарист в телевизията и киното. Преподава Сценарно майсторство, а неговите изследователски интереси са пропагандният модел на медиите и медийната манипулация.

Петър Иванов Кърджилов (Стара Загора, 1950) – д-р и д.изк.н., е дългогодишен изследовател на ранното кино в България, киноисторик. Завършил ВИТИЗ/НАТФИЗ „Кръстю Сарафов” (1980), сега той е асоциран член на сектор „Екранни изкуства” към Института за изследване на изкуствата при БАН. Автор на над 3000 журналистически материала, на 140 научни публикации (някои от които са преведени на английски – в САЩ, на китайски, сръбски, румънски и македонски), на 23 книги, 11 от които са посветени на историята на българското кино, сред които: „Озарения в полите на Витоша. Летопис на ранното кино в София (1896–1915)” (2016) и „Загадките и времената на „Българан е галант” (2017) – и двете публикувани от Изд. на БАН „Проф. Марин Дринов”, „Кинохроники, заснети в Македония по време на три войни (1912–1918)” (2018, Македонски научен институт). Най-новата му книга излиза през 2020 във Великобритания (на английски език и в 2 тома). Озаглавена „The Cinematographic Activities of Charles Rider Noble and John Mackenzie in the Balkans”, тя е издание на „Cambridge Scholars Publishing”. През 2020 г. е награден от Министерството на културата с почетния знак „Златен век” (с огърлие) за „постигнати високи творчески резултати и принос в развитието и популяризирането на културата”.

Д-р Руслан Лозев е главен асистент в департамент „Дизайн“ на Нов български университет. Куратор е на множество изложби и фестивали в областта на съвременното изкуство и дизайн, с международно и национално значение.

Снежана Попова е професор във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет. Преподава „Радиокомуникация“ и „Медиен анализ”. Публикациите ѝ са в областите на електронните медии и медийните наративи. Автор е на седем монографии, сред които Медиен разказ (2017), Радио, публики, стилове (2004), Социално време и медиен разказ 1989-2000 (2001).

Юлия Владимирова е докторант в СУ „Св. Климент Охридски“, катедра БИН, с научен ръководител доц. Десислава Лилова. Занимава се с популярна култура, женска еманципация в епохата на държавния социализъм в България. Бакалавър и магистър по културология, Владимирова е практикуващ журналист в сферата на културата. Има публикации в научни издания като „Диверсия“, сп. „Медии и комуникации на 21 век“, както и в редица издания на популярните медии като в-к „Култура“, сайтът „Гласове“, списание „aspecto” и БНР. В момента води рубрика за култура в Dir.bg.

Alexander Popov is assistant professor at the Department of English and American Studies, at the Faculty of Classical and Modern Philology, Sofia University ‘St. Kliment Ohridski’, where he teaches linguistics, science fiction and utopian literature. He has a doctoral degree in computational linguistics from the Bulgarian Academy of Sciences, where he has worked on various research projects related to natural language processing. He is a long-time author and editor at the science fiction magazine ‘ShadowDance’. In 2021 he worked on an interdisciplinary research project about the use of artificial intelligence characters and narrators in fiction. In 2022 he completed an academic monograph on the topic of contemporary utopias in the context of the climate crisis.

Angela Georgieva holds a Bachelor’s degree in Journalism and an Master’s degree in Digital Communications from New Bulgarian University. Author of a column in the Bulgarian magazine “Roden Glas”, published in Prague, Czech Republic.

Bilyana Kaloyanova, PhD, is an artist, design theorist with two published monographs in the field of conceptual design, long-time lecturer at the Design Department of the NBU. Organizer of numerous international and national projects for innovative approaches in the field of art and design.

Prof. Dr. Boris Serginov is a longtime lecturer at the New Bulgarian University and the National Academy of Arts. Internationally recognized artist, with numerous exhibitions at world forums for art and design. He is the author of two important monographs: ‘How to Design’ and ‘Design: Dialogue and Monologue. Facts, methods, forecasts‘.

Boryana Mateeva is a film critic and lecturer at NBU and NATFA. Research areas: animation and Latin-American cinema. She worked at the Bulgarian National Film Archive as a film expert, compiler and editor of the monthly program and head of programming of the Odeon cinema. Author of hundreds of articles on the Bulgarian and foreign cinema. Author of the book „Anima.bg”, edited by NBU, 2021. Scriptwriter of 4 documentaries. Independent PhD student.

Diliana Kirkovska is an assistant professor at the *Radio and TV* Department, Faculty of Journalism and Mass communication, University of Sofia.

Elenitsa Marinova is a PhD student at the Department of Radio and Television at the Faculty of Journalism and Mass Communication at Sofia University “St. Kliment Ohridski”. She has a master’s degree in International security from the Faculty of Law. The object of her scientific interests are journalistic genres, radio genres, radio communication and others. Her professional experience is in the field of radio journalism.

Elitsa Mateeva graduated in Theater Studies at the 'Krastyo Sarafov' National Academy of Theater and Film Arts and specialized in Theater Directing. She has been writing for www kinoto.bg for seven years. Elitsa is a member of the Society of Independent Theater Critics in Bulgaria and also of the International Association of Theater Critics IATC. She is the author of three books related to cinema and theater. Elitsa is the head of the 'Lumiere Brothers' film school at the Municipal Children's Complex in Varna. She is currently working on a doctoral dissertation on 'Dogme 95' and the reflections of the manifesto on contemporary Bulgarian cinema.

Dr. Evelina Gebreva works in the field of interior textiles. Her research focuses on the problems of contemporary interior textiles, their place and importance in contemporary interiors. She is a lecturer at the Design Department of New Bulgarian University and a freelance textile designer.

Professor Georgeta Nazarska is a historian, lecturer at the University of Library Studies and Information Technologies, Sofia. Main areas of research interest: social history (history of ethnic and religious communities, women and gender), history of education and science, history of institutions. Main publications: *Bulgarian State and its Minorities*, 1879-1885 (1999); *University Education and Bulgarian Women*, 1879-1944 (2003); Religious Pluralism (2013); *Cultural and Historical Heritage of Ethnic and Religious Minorities in Bulgaria: Preservation, Conservation and Socialization* (2014); *Preservation of Intangible Cultural Heritage: Religious Values in Contemporary Bulgaria* (2016, co-authored), etc.

Julia Vladimirova is a PhD student at Sofia University ‘St. Kliment Ohridski’, Library and Information Studies Department, with supervisor Assoc. Prof. Dessislava Lilova. She deals with popular culture, women's emancipation in the era of state socialism in Bulgaria. Bachelor and Master of Cultural Studies, Vladimirova is a practicing journalist in the field of culture. She has published in scientific journals such as Diversia, Media and Communications of the 21st Century, as well as in a number of popular media such as “Kultura” newspaper, ‘Glasove’ website, ‘A-specto’ magazine and BNR. He currently has a column about culture in Dir.bg.

Maria Daniel Ivanova graduated from French Language School "Alphonse de Lamartine", has a bachelor's degree in ‚Cultural studies‘ and a master's degree in ‚Cultural Anthropology‘ at Sofia University ‚St. Kliment Ohridski‘. At the moment she is a PhD student in "Cultural Anthropology" at Sofia University "St. Kliment Ohridski". The latest anthropological research she is working on is related to LARP, cosplay and cyber-art, in particular memes as a cultural phenomenon. She is the author of the book "Live Role Playing. Life in and off game", a result of her diploma work for obtaining a bachelor's degree. Her research interests are in the fields of digital media, urban history, youth cultures and visual arts.

Prof. Maria Stefanova Neikova, PhD, is a long-time lecturer at the Faculty of Journalism and Mass Communication, now retired. Her main interests are in the field of international relations, international journalism and global media, of the problems and development in the Balkans. He is the author of the books ‘Monologue or Dialogue? The Controversial World in the Lens of Global Television’(2018), ‘Point of Intersection’(2003), ‘Double Challenge’ (1998), of articles and studies.

Peter Ayolov, PhD, has two Master's degrees: in „Literature“ and in „Cinema“, and a PhD in Mass Communication. He has more than 10 years of experience as an assistant professor at Sofia University and more than 15 years of experience working as a director and writer in television and cinema. Dr. Ayolov teaches university course in Creative Scriptwriting. His research topics include the propaganda model of the media, media bias, and manipulation.

Peter Ivanov Kardzhilov (Stara Zagora, 1950) - PhD (2010) and DSc (2018), is a long-time researcher of early cinema in Bulgaria, film historian. He is the author of more than 3000 journalistic pieces, 140 scientific publications (some of which have been translated into English, Chinese, Serbian, Romanian and Macedonian), 23 books, 11 of which are dedicated to the history of Bulgarian cinema, including: „Illuminations at the foot of Vitosha Mountain. Chronicle of early cinema in Sofia (1896-1915)“ (2016) and „The mysteries and times of „Bulgarian is a gallant“ (2017) - both published by the Bulgarian Academy of Sciences „Marin Drinov“, „Newsreels filmed in Macedonia during

three wars (1912-1918)“ (2018, Macedonian Scientific Institute). His latest book was published in 2020 in the UK (in English and in 2 volumes). Entitled “The Cinematographic Activities of Charles Rider Noble and John Mackenzie in the Balkans”, it is published by Cambridge Scholars Publishing. In 2020, he was awarded the Golden Century Medal of Honour (with necklace) by the Ministry of Culture for „excellence in creative achievement and contribution to the development and promotion of culture“.

Rosslan Lozev, PhD, is an Assistant Professor in the Department of Design at the New Bulgarian University. He is the curator of numerous exhibitions and festivals of international and national importance in the field of contemporary art and design.

Snezhana Popova is a professor at the Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University. She teaches “Radio communication” and “Media analysis”. Her publications are in the fields of electronic media and media narratives. She has authored seven monographs, among which ‘Media story’(2017), ‘Radio, audiences, styles’(2004), ‘Social time and media story 1989-2000 (2001).

Valeriy Parlikov (Assoc. prof., PhD - New Bulgarian University) is a theatre director, stage designer and VJ, Associate Professor of “Acting for Drama Theatre”, PhD in “Theatre Studies and Theatre Art”. He teaches at New Bulgarian University (Department of Theatre) and “Lyuben Groys” Theatre College, where he develops a method of spontaneous creativity for the explication of the acting act. Since 1996 he has staged at the State Theatre-Kyustendil, State Theatre-Lovech, State Theatre-Pazardzhik and State Theatre-Shumen, winner of awards for directing at national art forums. In the framework of the "Troupe for Theatre Experiments" (Sofia, 2002), "Atelier for Stage Strategies" (TC "L. Groys", 2006-2020) and "Atelier VIA NEGATIVA" (FONDATION KERIGMA, since 2010), he has developed his research approach into a methodology for working with actors based on practices that provoke experiences in a shifted state of consciousness.

Ventsislav Dimov [PhD (1999); DSc (2018)]: Professor at Sofia University ‘St. Kliment Ohridski’, Faculty of Journalism and Mass Communication. Head of the research group ‘Ethnomusicology’ at the Institute of Art Studies, BAS. Author of over 200 scientific studies and articles, author of the monographs “Ethnopopbum (The Ethnopopboom)” (2001); “Dobrudzha: pamet i pesen (Dobrudzha: memory and song)” (2012); “Muzikata za naroda na mediyniya front (Mekata vlast na narodnata i populyarna muzika v Sotsialisticheska Bulgariya) (Music for the people on the media front (The soft power of peoples and popular music in Socialist Bulgaria)” (2019) and others; co-author with Lozanka Peycheva of the books “The Zurna Tradition in Southwest Bulgaria” (2002); “With horo dance and song, with a pen and word (120th anniversary of the birth Rayna Katsarova)” (2021). Areas of research interests – social sciences and humanities, media studies, ethnomusicology, anthropology of traditional and popular music, media and recorded music, identity and music, musical traditions of ethnocultural communities and minorities, music in the Balkans, etc.

Списание „Медиалог“ е научно издание на свободен достъп, което споделя модела за безплатно използване в онлайн режим на научни публикации, т.нар. Златен път. Списанието е некомерсиално и следва инициативата “Отворен достъп” (Open Access Initiative) – свободен, открит достъп до научна информация чрез електронни публикации, достъпни в мрежовото пространство, освободени от лицензионни и правни ограничения и безплатни за потребителя. Авторите предоставят своите научни публикации за свободно четене, ползване и разпространение онлайн. Списание „Медиалог“ е рецензирано научно списание. Всеки предложен текст се допуска до публикация след две анонимни рецензии. Отговорност за публикуваните факти, данни и интерпретации носи авторът. Правата на интелектуална собственост върху статия, научно съобщение, рецензия или снимка, публикувани в списанието, принадлежи на автора, освен ако са предадени на работодателя му по сила на договора между автора и него.Редакцията не изисква писмено споразумение с автора. Текстовете са със запазено авторско право. Препубликуването им става само с едновременното разрешение на списанието и автора.

ISSN 2535-0846

Medialog is an electronic research journal on media research, media culture and communication. The journal is a platform for wider academic activities: a research area for academic dialogue and a learning field for media and communication education. Publications by PhD students and young researchers, to which special issues are dedicated, are encouraged. It is a platform for peer-reviewed books in Bulgarian and English. The journal is an open-access publication featuring texts published after two positive anonymous reviews. It was launched in 2016 by the Radio and Television Department at the Faculty of Journalism and Mass Communication of St. Kliment Ohridski University of Sofia, with funding from a research project under the university’s Scientific Research Fund (N 132/2016), and its sustainability was ensured under two other projects.

РЕЦЕНЗИРАНЕ

Списание „Медиалог" е рецензирано научно списание. Всеки предложен текст се допуска до публикация след две анонимни рецензии. Отговорност за публикуваните факти, данни и интерпретации носи авторът.

АВТОРСКО ПРАВО

Правата на интелектуална собственост върху статия, научно съобщение, рецензия или снимка, публикувани в списанието, принадлежи на автора, освен ако са предадени на работодателя му по сила на договора между автора и него. Редакцията не изисква писмено споразумение с автора. Текстовете са със запазено авторско право. Препубликуването им става само с едновременното разрешение на списанието и автора.

ИЗИСКВАНИЯ ЗА ПУБЛИКУВАНЕ И ПОЛЗВАНЕ

Списание „Медиалог"
Стандарти за оформяне на публикациите и начин на цитиране
ЗАГЛАВИЕ (ГЛАВНИ БУКВИ)

ИМЕ НА АВТОРА (ГЛАВНИ БУКВИ)

(Кратка информация за автора: имена, научни степени и длъжности, месторабота, основни публикации – до 500 знака).

ЗАГЛАВИЕ (НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК)

ИМЕ НА АВТОРА (НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК)

Резюме на български и на английски език – до 600 знака или 200 думи

Ключови думи на български и на английски – до 5 думи или словосъчетания

Основен текст: Обемът на предлаганите за публикуване текстове в списанието следва да е от 3 (рецензии, научни съобщения) до 25 (научни статии и студии) страници – между 5 400 – 55 000 знака. Текстовият файл да се представи в шрифт Times New Roman, 12 пункта, подравнен от ляво и от дясно (justified), във формати .doc и .docx или .rtf.

Цитирането на библиографски и информационни източници става по т. нар. „Харвардски стандарт", с позоваване на автори в текста: фамилия, година на издаване, страница, в кръгли скоби (Лаш, 2004: 31). В списъка с литературата се поместват всички монографии, студии и статии, като се подреждат по азбучен ред на фамилното име на автора, първо заглавията на кирилица, след това на латиница. В списъка с източниците се поместват електронни източници, сайтове, архивни материали, интервюта и др.
Електронните публикации се цитират с името на автора или качващия съдържанието (при клипове, музика, мнения във форуми и др.), като се посочва хиперлинк и дата на последното посещение. Хиперлинкът трябва да е деактивиран (remove hyperlink), така че да остане само като чист текст, поставен в скоби <…>. Архивните източници се въвеждат със сигнатури, а

интервютата – с име или инициали на интервюирания. Примерно цитиране: www.dbc

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

АНГЕЛОВА, Вяра (2007). *Световното радио – модели на развитие*. София: Камея. /монография/

АНГЕЛОВА, Вяра, Мария **НЕЙКОВА**, Жана **ПОПОВА** (съст., ред.) (2014). *Радио, разказ, реч. Юбилеен сборник в чест на проф. дсн Снежана Попова*. София: УИ „Св. Климент Охридски". /сборник/

БОЯДЖИЕВ, Георги (1967). Росна китка. Кръстев, Венелин (гл. ред.). *Енциклопедия на българската музикална култура*. София: Издателство на БАН, с. 381. /статия в сборник или енциклопедия/

ДЕЯНОВА, Лиляна (2005). 1948. Символна еуфория, символен терор. *Електронно издателство Liter Net*. Достъпно на: <https://literne t.bg/publish14/l_deianova/1948.htm> /цитиране на онлайн публикация/

ПЕТРОВА, Ангелина (2018). Словесният коментар на българските композитори спрямо канона на соцреализма и авангардния канон. *Българско музикознание*, №2, с. 59-69. /статия в научно списание/

ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

ФОНД №1Б – *Централен комитет на Българската комунистическа партия. Оп. 15. Отдел „Пропаганда и агитация" (1944-1964)*. А. е. 6, 8, 102, 519, 562, 607, 627. /архивни източници/

O'REILLY, Tim (2006). Web 2.0. Compact definition: Trying again. <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html> (последно посещение 25 април 2018). /сайтове/

БЕШКОВ, Илия (1940). Новият народен будител (карикатура). *Мир*, № 12075, 31 октомври 1940. /публикация в периодичен печат/

ЛОРД БЪНДИ ОТ СОФИЯ (2013). Документален филм, реж. Иван Трайков (You Tube видео, публикувано през 2016 г.). Достъпно на: <https://www.youtube.com/watch?v=6XjYBZL66-k&t=124s> . (последно посещение 23 май 2019). /клипове и филми в сайтове за видеообмен/

СПАСОВ, Божидар /име или инициали на интервюирания/ (2015). Интервю на Ангелина Петрова /интервюиращ/, осъществено на 25 май 2015 г. София: личен архив на Ангелина Петрова. /интервю/

Изображенията да са във формат .jpg, с резолюция между 150 dpi и 300 dpi, да се изпращат в отделен файл. Изисква се посочване на източника на визуалния материал (автор, източник, публикация, хиперлинк – ако е от интернет). Авторът следва да прати в текстов файл заглавие или пояснение към изображението, като подреди текстовете с арабски цифри: ил. 1., ил. 2., и т.н.