

Ния Нейкова

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ЛЮБОВТА:

В търсене на интимния друг



Издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“

Ния Нейкова

**ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ЛЮБОВТА:
В ТЪРСЕНЕ НА ИНТИМНИЯ ДРУГ**



БЪЛГАРСКА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ
Институт по философия и социология

Ния Нейкова

**ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ЛЮБОВТА:
В ТЪРСЕНЕ НА ИНТИМНИЯ ДРУГ**

София • 2025



Издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“

Тази книга представя изследване на трансформациите на любовта и интимната опитност в дигитализацията се социален свят. С фокус върху поколението на съвременните младежи в България, социализирани онлайн, тя разкрива динамиката в етическите ориентации и социалните отношения в съвременното българско общество като част от глобални процеси. Проследява междупоколенческия и вътрешнопколенческия трансфер на знания и ценности, усвояването на културни норми и светогледни представи, медийните борби за колективни репрезентации в полето на интимното, изграждането на поведенчески модели и идентичности под влияние на дигиталната среда.

При променящи се във времето доминиращи представи за любов и интимност в местен и европейски контекст и с помощта на примери от популярната култура, от практики в дигитални платформи за всекидневна употреба като Фейсбук, Инстаграм, Снапчат, ТикТок, на съветите на нови социални актьори като инфлуенсъри и дигитални общности за взаимопомощ, на обещанията за иновативни възможности за преживяване на близост във виртуалната реалност анализът проследява прехода от романтичен към постромантичен модел на любовта. Той не просто не е еднолинеен и еднозначен във формите на оценностяване, табуизация и трансгресия на определена нормативност от страна на младежите, но се вписва в сложни битки на политики, които реструктурират социални и морални хоризонти.

Както читателят на тази книга ще проследи в хода на разгръщането на промените в исторически доминиращите модели за любов и интимност (и като репрезентации, и като конкретни практики), да се говори за любов днес е едновременно клише и политически залог, със сигурност – маргинализирана тема в социалните науки, но и тема, която не може да остане ценностно неутрална нито колективно, нито индивидуално.

Рецензенти: проф. дсн Светла Колева, доц. д-р Жана Попова

Книгата се издава с финансовата подкрепа на Фонд „Научни изследвания“ към Министерството на образованието и науката по проект „Култури, практики и рискове на интимността на младите хора в България“ (2023–2026, Договор № КП-06-Н65/8 от 12.12.2022 г.).

© Ния Славчева Нейкова-Атанасова, автор, 2025

© Институт по философия и социология – БАН, 2025

© София Любомирова Попйорданова, художник на корицата, 2025

© Издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“, 2025

ISBN 978-619-245-516-3

DOI 10.7546/D.Love.2025

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД

Как емпирично да се изследва дигитализацията на любовта? / 7

ПЪРВА ГЛАВА

**ДИГИТАЛНАТА ЛЮБОВ И ИНТИМНОСТ КАТО
ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРЕН ОБЕКТ НА ИЗСЛЕДВАНЕ / 15**

Технологии и поколенчески специфики: собствено пространство и медийно потребление / 15

Социология на технологията, или доколко новите информационни и комуникационни средства създават нови форми на интимност / 24

Социология на любовта и интимността / 30

ВТОРА ГЛАВА

**СОЦИАЛНО-ИСТОРИЧЕСКИ ПРОМЕНИ В КРИТЕРИИТЕ
ЗА СЪОТНАСЯНЕ КЪМ ЛЮБОВТА / 40**

В търсене на Истината / 42

Индивидуални и колективни революции в любовта / 49

ТРЕТА ГЛАВА

**УСВОЯВАНЕТО НА ИНТИМНИЯ КОД: ПОПУЛЯРНА КУЛТУРА
И МОДЕЛИ НА ИНТИМНОСТ / 59**

„Омагьосана“ или „разомагьосана“ любов / 60

Откъде младежите черпят любовна и интимна образност? / 62

Популярната култура и социализацията в любовта: политически и морални измерения / 65

„Популярното“ обучение за любовта / 70

Романтичен и постромантичен модел на любовта / 85

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ЛЮБОВТА И ИНТИМНОСТТА / 88

Любовта в социалните мрежи / 90

Арени на интимност / 100

Дигиталната ритуализация на любовното чувство / 110

Полови и социални специфики на дигитализацията на любовта / 129

ПЕТА ГЛАВА

**АКТЬОРИ В СЪВРЕМЕННАТА ТЕРАПЕВТИЧНА КУЛТУРА:
ФОРМИ НА СВАТОСВАНЕ И ЛЮБОВНИ СЪВЕТИ / 138**

Лайфкоучинг, или за двете полукълба на любовта / 141

Мачмейкинг. „Осведоменият избор“ на експертността / 144

Онлайн и офлайн свалачи. Въобразената общност на разочарованите мъже / 147

Полови ролеви модели в съветите на българските дигитални инфлуенсъри / 157

ШЕСТА ГЛАВА

ВЛЮБЕНИ ТЕЛА ВЪВ ВИРТУАЛНАТА РЕАЛНОСТ НА МЕТАВСЕЛЕНАТА / 183

Ускорението на интимността / 183

От добавена към виртуална реалност / 186

Интегриране на интимността? По пътя към единен аватар /187

Не просто запознанство, а цялостно преживяване / 189

„Обезтелесеното“ тяло / 196

Хиперреалността на любовта / 197

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / 200

ЛИТЕРАТУРА / 209

ПРИЛОЖЕНИЕ

Изследователски въпроси и методи за изследване / 226

УВОД

КАК ЕМПИРИЧНО ДА СЕ ИЗСЛЕДВА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА НА ЛЮБОВТА?

Личността изгражда уменията си да обича в унисон или като алтернатива на водещите представи за любов, споделяни от съвременниците ѝ. Същевременно разбирането за любов отразява тенденции в колективното развитие на обществото като цяло, свързани с вяра, идеология, политика, икономика и култура.

Настоящият анализ тръгва от предположението, че всяка културна епоха извежда на преден план само част от огромното разнообразие от съществуващи опитности и начини на преживяване на любовта и интимността (прави водещи конкретни културни модели), нормализира ги, като по този начин предопределя и нагласите, очакванията и преживяванията на индивидите спрямо тези модели. Паралелно с това културно маргинализира индивиди или групи, които не следват доминиращите представи. В резултат се създава писана или неписана нормативност за комуникиране на чувствата, която може да бъде емпирично проследена и социологически анализирана.

Представеното тук изследване показва как темата за любовта, интимността и практиките във връзката в периодите на запознанство, ухажване, срещи и евентуални раздели се осъществява дигитално в живота на онова поколение български младежи, което от най-ранна възраст е социализирано онлайн. Под „дигитализация на любовта“ разбирам процеса на изразяване на чувства и отношения на близост, включително като част от всекидневната комуникация, чрез новите информационни и комуникационни устройства и онлайн платформи.

Натрупването на предбрачна интимна опитност не се развива само във физическото или само във виртуалното пространство, а в сложната им синхронизация. Ето защо наблюдението не тръгва от конкретно дигитално пространство (например даден сайт или апликация), а по-скоро се интересува от динамиките в медийното потребление на изследваната група. Поради овсекидняването на употребата на новите информационни и комуникационни технологии именно цялостният анализ на това медийно потребление във връзка с любовния и интимния опит би могъл да спомогне за очертаването на норми, модели на поведение, комуникационни кодове, йерархии и начини за изява на идентичността при младежите. Разглеждането на дигиталната опосреденост на тези любовни и интимни модели, норми и пряко или косвено регламентирани взаимоотношения налага да се постави под въпрос естественият характер на конкретните

репрезентации и практики. Такъв подход съдейства, от една страна, за по-голяма рефлексивност по отношение на връзките в съвременния свят (Cecchini 2015) и от друга страна – за очертаване на специфични поколенчески практики в дигитална среда. Подобен по-общ ракурс позволява да бъдат отчетени не само специфично медийните, но и редица социални, демографски, политически, икономически и културни фактори, които оказват влияние върху интимните отношения в съвременния български и по-широк европейски контекст.

В анализа търся да открия както практиките и дискурсите на социалните актьори, така и интерпретативните процеси, чрез които актьорите осмислят съответните практики и дискурси и ги организират в разказа за себе си. За целта използвам качествени методи и по-специално „меките“ интердисциплинарни подходи, ориентирани към анализа на конкретен случай. При тях заключенията не произтичат от дадена „чиста“ културна форма, а действат с разбиране и внимание към флуидността, движението и културните обмени между наблюдаваните обекти. Такъв е най-общо подходът на културните изследвания (*cultural studies*), който включва описание на наблюдавания терен и неговата динамика преди интерпретацията. Подобен аналитичен подход показва тенденциите в дълбочина, като откроява смисловите хоризонти и тяхното индивидуално преживяване и обяснение от страна на социалните актьори. За целта борави с методи на социологията, антропологията, медийните изследвания и изследванията на популярната култура. Представеното тук изследване съчетава няколко техники (включено наблюдение, дълбочинни полуструктурирани интервюта и фокус групи, тематичен анализ на сайтове и онлайн видеоматериали, медиен анализ на съдържание от традиционните медии), които целят да очертаят по-широк контекст на разглеждания феномен, както и да спомогнат за проверимост на резултатите от различни страни.

Културните изследвания са подходящ общ подход към задачата, която си поставям – да проследя как функционира определено явление спрямо въпросите на идеологията, поколенческия пренос на ценности и знания, идентичността, политическите динамики в съвременната култура и процесите на глобализация. Освен това методологическият акцент върху значението на културата за всекидневното създаване, отстояване и преинтерпретиране на поведенчески модели задава продуктивна аналитична рамка. Най-общо подходът на културните изследвания набляга върху конструирането на идентичността и я разглежда като динамичен социален и културен процес, въпрос на непрестанни индивидуални и колективни избори.

Разбирам културата в нейните две основни значения, свързани с „култивиране“ (първоначално – обработване на земя, а впоследствие – на човешкия дух) и с „отдаване на почит на, влизане в култово отношение към нещо или някого“ (CNRTL 2005). В този смисъл културата е пряко свързана с индивидуалната идентичност като признаване на същественото за всеки (това, което се култивира у човека) и едновременно с колективната идентичност – като поведенчески модели, които самият индивид „изповядва“ и към които иска да се причисли (култовото отношение спрямо избора на едни или други идеали и об-

разци на поведение, което винаги води до конкретни практики). Изследователският въпрос в този контекст е как любовта и интимните практики се обуславят от техническата среда, от борбите за колективни репрезентации в популярната култура, от исторически доминиращата етика и право и от моделите на междупоколенчески и вътрешнопоколенчески обмен.

Разглеждам идентичността, понятие с дълга история, в унисон с това, което днес най-общо социологическите и антропологическите теории наблюдават и описват – масови тенденции на преход от принадлежност (индивидът да бъде мислен като предопределен от група, към която поначало принадлежи, например класова, етническа, национална или др.) към идентичност (възможността да избира и да присвоява различни елементи от различни групи на принадлежност с цел изграждане на собствено самоопределение). Идентичността се свързва с идеята за гъвкавост (спрямо лоялностите, изборите, местата, времето и т.н.) и с търсенето на автентичност (да бъдеш изцяло и наистина себе си като резултат от прилагане на собствени критерии). Появата на специфичната дигитална среда – заедно с фактори като глобализацията, сриването на традиционните авторитети, загубата на утвърдени в годините механизми за пренос на знание и ценности, съвременния индивидуализъм и консуматорското общество – превръща борбата за индивидуална и колективна идентичност в игра на сцена, спектакъл, при който много често емоцията (включително любовното чувство) става ключ за публично легитимиране и признаване на Аза. Именно специфичните начини за изграждане на идентичност и идентифициране дават определението на съвременната културна епоха като ера на автобиографията, на автофикцията, на авторазказа (Bobineau 2011). Чарлс Тейлър обяснява подобни явления с възникването на специфичен инстинкт за себеизява, свързан с два модела на социално съществуване: от една страна, с понятието за всеобщо право (всеки трябва да има право и възможност да бъде себе си) и от друга – със значението, което се отдава на отношенията в интимната сфера (особено в любовните връзки, възприемани като основно място за себеизследване и себеоткриване) (Тейлър 2003). Така най-общо темата за интимността днес се оказва централна за изграждане на идентичността – от значение е както възприемането на частното пространство като градивна единица за обществени ценности и модели на поведение, така и публичното легитимиране на индивида основно чрез личното и интимното.

Изследването пресича и няколко различни дисциплинарни полета: социология на младежта и поколенията, социология на технологията (и в частност на новите информационни и комуникационни технологии) и социология на любовта и интимността.

Като основен метод за събиране на данни използвах дълбочинни полуструктурирани интервюта и фокус групи (вж. Приложението). Респондентите са на възраст 13–25 години, като долната граница бе определена спрямо относителната възраст, която се смята за началото на юношеския период и първите любовни чувства и интимни взаимоотношения, а горната – спрямо приближи-

телните години на завършване на образователния цикъл на висшето образование, започването на първа работа и осреднен културно приемлив за страната биографичен момент за влизане в съжителство на семейни начала, сключване на брак и/или начало на родителство и отглеждане на първо дете. Фиксирането на възрастови граници е условно, особено на горна възрастова граница, и служи за въвеждане на параметри на изследването. Следва да се отбележи, че нито един от респондентите нямаше актуален или предходен брак и/или дете към момента на интервюиране. Същевременно някои от тях на възраст 18–25 години бяха в съжителство на семейни начала. При подбора на респонденти са взети предвид разграничителни характеристики като възраст, пол, етнически произход, населено място и образователна степен. Според националните статистики достъпът до комуникационни и информационни технологии и интернет е масов сред младежите в България и не зависи или зависи в много малка степен от социално-икономическите условия на семейната среда. В извадката не са търсени изрично респонденти със специфична етническа или религиозна опитност (като тази на ранните ромски бракове например), тъй като изследването се основава на масово нормализирани практики, характерни за социализираните в образователната система младежи. Разкази за подобна специфична опитност отсъстваха сред интервюираните от всички етнически групи. Освен това не са търсени изрично квоти от респонденти по тип сексуална ориентация. В хода на интервютата само един от младежите разказа за изцяло хомосексуален опит. В този смисъл представеният по-долу анализ остава с фокус върху хетеросексуалните интимни практики.

Изборът на възрастовия диапазон за анализ до момента на сключване на брак или трайно съжителство и/или раждането на дете следва от разделението, което прави Ева Илуз, водеща изследователка в социологията на любовта, на два еднакво силни „репертоара“ в съвременната култура, които дават смисъл, изразяват или контролират различните етапи на интимната връзка. От една страна, е „репертоарът“ на началните периоди на привличане и романтично чувство, които се изразяват в културната институция на „запознанствата“ и според Илуз са свързани предимно с хедонистичните ценности на постмодерната култура. От друга страна, е „репертоарът“ на стабилността и дълготрайната любов, които се свързват с по-бавни темпове на протичане на връзката и с институцията на брака и днес са обговаряни предимно в терапевтични и икономически термини (Ilouz 1997). Интересът ми към първия „репертоар“ е определен от няколко причини: първо, заради научните ми занимания с младежите и младежките култури; второ, поради презумпцията, че ролята на социалното въображаемо за любовта и интимността е по-силна при социализирането на младежите, когато тези теми играят основна роля за изграждането на индивидуалната и колективната идентичност, а практиките са по-показни и в процес на осмисляне, т.е. по-експлицитно могат да илюстрират тенденции, характерни за развитието на темата като цяло; и трето, защото именно периодът на запознанствата и срещите се поддава в най-голяма степен на медиатизиране.

В България все още няма създадена традиция в изследването на дигитализацията на любовта и интимността. Темата е сравнително нова дори в световен мащаб. Досегашните изследвания върху любовните отношения в интернет, особено социологическите, са фокусирани предимно върху конкретни сайтове или дигитални приложения (Bergström 2019; Champagne 2006; Chaulet 2009; Dröge, Voirol 2011; Geser 2006; Lardellier 2014; Lawson, Leck 2006; Marquet 2009; Schmitz 2012). В по-малка степен интересът е върху виртуални места като социални мрежи, форуми, чатове, онлайн игри, виртуална реалност и други подобни или върху медийното потребление, свързано със създаването и поддържането на близост като цяло (Farrugia 2013; Slater 2013; Meenagh 2015). Ограничаването в конкретно дигитално пространство обаче не може да доведе до обобщение за случващото се в интернет средата в по-широка перспектива, нито може да надхвърли ограничен период на наблюдение – обикновено се разглежда само периодът от онлайн запознанството до физическата среща. Това често изключва ролята на интернет като посредник в дългосрочен план на сложно преплетени онлайн и офлайн взаимоотношения. Представеният тук анализ търси да отговори именно на подобни липси в изследователското поле, като предлага поглед върху овсекидняването на употребите на различни дигитални пространства за разнообразни индивидуални и колективни стратегии и цели.

Поради големия обхват на темата за любовта и интимността най-ценен за анализ ми се струва именно индивидуалният поглед на респондентите към нея. От значение са отпратките, които самите респонденти правят, особено във връзка със собствената си опитност и/или идеали. Освен това личните разкази за начина, по който се преживяват чувствата и връзките през посредничеството на новите информационни и комуникационни технологии, имат потенциала да очертаят плътна картина на потреблението на различни сайтове, мрежи, онлайн платформи и приложения, както и да дадат представа за свързването на набор от технически устройства, с които индивидът борави в цялостна медийна среда. От друга страна, изследването се съобразява и с факта на нормализиране на дигиталното потребление сред младежите, което предполага усядане и ясна видимост на определени комуникационни норми, които могат да бъдат съответно категоризирани и анализирани.

Полуструктурираните интервюта и фокус групите включват въпроси както за употребата на новите технологии, така и за конкретни действия, насочени към намиране на партньори, преживяване на любовните взаимоотношения, ритуалите на любовта и интимността. Анализът тълкува отговорите на респондентите в по-широкия контекст на сложните процеси на синхронизация между водещи културни репрезентации и практики в интимността, а така също и по отношение на политическия залог, който носи темата за любовта.

Като допълнения към основния корпус от дълбочинни полуструктурирани интервюта и фокус групи са представени и три анализа на случаи (вж. Приложението). Първият разглежда развитието на индустрията на експертната помощ в любовта и своеобразното институционализиране на флирт от нов тип.

Представя резултатите от включено наблюдение и интервюта със създателите на българската мачмейкинг агенция с най-голям брой клиенти, за да проследи *професионализацията на тази услуга*. В допълнение изследва съдържанието на конкретен онлайн сайт, свързан с изграждането на дигиталната група на майсторите свалячи в България (т.нар. пикап артисти), за да покаже начини за *дигитално капитализиране на форми на взаимопомощ*.

Вторият анализ на случай проследява подкасти в Ютюб, създадени от известни български инфлуенсъри и посветени на любовта, интимността и връзките. Интерпретацията на темите, които подкастите засягат, и аргументите, с които биват легитимирани определени представи и практики, показват модел на дигитално присъствие като част от сложна онлайн стратегия. Тази стратегия предполага едновременно да се говори за *индивидуалната опитност*, но и да се търси *успешно позициониране в спектър от вече налични ценностни позиции*. Тематичният анализ на видеосъдържанието от подкасти предлага възможност за извличане на конкретни представи и практики при съвременните интимни връзки и аргументите за тяхното налагане от самите модели за подражание на младите хора, каквито са инфлуенсърите.

Третият анализ на случай проследява водещи приложения за запознанства във виртуалната реалност, както и репрезентациите на връзки, интимност и любов, които тази виртуална реалност произвежда. Подобни репрезентации се разглеждат като важна част от *процеса на усвояване на доминиращите интимни модели на дадена епоха*. Като се има предвид, че виртуалната реалност все още е в период на техническо развитие, т.е. на социална легитимация за масова употреба, усвояването на тези специфични интимни модели в настоящия етап може да бъде наблюдавано преди всичко на ниво репрезентации. За целта представям тематичен анализ на видеоклипове в Ютюб, подбрани по ключови думи и посветени на интимността във виртуалната реалност, и на сайтовете на седем водещи приложения за виртуални запознанства. Анализът разкрива основните дискурсивни категории, през които понастоящем се представя любовта във виртуалната реалност, и начините, по които тези категории я конструират като алтернатива не само на преживяването на офлайн взаимоотношенията, но и на вече съществуващи онлайн възможности за интимна опитност.

Основните изследователски въпроси за това как е конструирано любовното и интимно преживяване онлайн и какво ни казва то за динамиките, предизвикателствата и противоречията, които характеризират съвременните връзки, разкриват както теоретични, така и методологични предизвикателства. Съчетаването на различни изследователски полета е продиктувано от спецификата на съвременната ситуация, при която социалните връзки, включително и личните, са все повече медиатизирани. Обединяването на различни методи в общата парадигма на културните изследвания цели да разбере в дълбочина разглеждания феномен като нов и незавършен процес (вж. Приложението).

Първа глава на този труд представя любовта и интимността като интердисциплинарен обект на изследване, който намира своите социологически

основания в презумпцията, че в различните исторически епохи съществуват доминиращи форми за осмисляне и практикуване на отношенията в двойката. Тези доминиращи форми са свързани с налични ресурси за опосредствано изразяване на чувствата, с форми, онаследени от предишни поколения, с нови форми, революционни спрямо традицията, както и с актуални за съответната епоха идеологии и политически проекти.

Втора глава предлага кратък исторически преглед на доминиращи за различни епохи любовни и интимни модели. Тези модели типологично предполагат различни критерии за съотнасяне спрямо характерен за дадено време идеал: трансцендентен, индивидуализиран и политизиран, което на свой ред води и до вариации изобщо в разбирането за любов и интимност.

Трета глава обвързва усвояването на подобни променящи се във времето водещи интимни модели с популярната култура и нейните механизми на убеждаване. Интимната социализация на младежите е разгледана като пресечна точка между социални и културни промени в разбирането за връзките, от една страна, и масово циркулиращи медийни дискурси и образи, които налагат определен прочит – от друга.

Четвърта глава разглежда конкретни форми на изразяване на любовното чувство и интимните практики в дигитална среда. Анализът стъпва на резултатите от полуструктурираните интервюта и фокус групите и представя своеобразна топография на дигиталните пространства за всекидневно общуване. Той показва както различията между реалното и виртуалното общуване и идентичностните стратегии в интимността, така и спецификите на отделните дигитални пространства, които са интерпретирани като арени на интимност. Проследени са основни ритуални моменти от развитието на връзката в дигиталното пространство (запознанство, публично обявяване на връзката, изневери, раздели и т.н.), както и по-общо празнуването на любовта – от страна на конкретната двойка и като обществено регулирани мероприятия (например празника на любовта Свети Валентин). Разглеждат се и всекидневни практики на дигитален тормоз, особено свързани с изневери, следене и раздяла. Частта завършва с проследяване на полови и социални специфики при изразяване на чувствата в дигитална среда.

Пета глава откроява социалните актьори в съвременната терапевтична култура, които са основни носители на любовни съвети и специфични нови форми на сватосване. Приведени са примери за специализирано посредничество, което постепенно замества традиционния междупоколенчески пренос на знания и модели на поведение (лайфкоучинг семинари, мачмейкинг агенции, съвети в общности на майстори свалячи, телевизионни риалити формати, подкасти, посветени на предизвикателствата пред съвременните интимни взаимоотношения и половите роли).

Шеста глава анализира репрезентациите на връзки, интимност и любов, които произвежда виртуалната реалност. В резултат на промени в стратегиите за дигитални иновации на големите технологични компании (разглеждам

конкретно случая с „Мета“) от 2022 г. насам, виртуалните светове се превръщат в инвестиционен приоритет и макар да не са толкова ново явление, вече се мислят не като ограничен опит за геймърски общности, а като всекидневна среда за масовия интернет потребител. Целта на изследването е типологизация на „обещанията“, чрез които тази реалност се продава спрямо други възможни опитности. Показвам, че репрезентациите на любовта и интимността във виртуалната реалност разширяват съвременните разбирания за връзки и в този смисъл имат потенциала да преосмислят редица концепции, предимно онези, които се отнасят до тялото и връзката с интимния друг.

ПЪРВА ГЛАВА

ДИГИТАЛНАТА ЛЮБОВ И ИНТИМНОСТ КАТО ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРЕН ОБЕКТ НА ИЗСЛЕДВАНЕ

Дигиталната любов и интимност е сложен обект за изследване, доколкото предполага разглеждането му през поне три добре обособени полета на социологията: социология на младежта и поколенията, социология на технологията (и в частност на новите информационни и комуникационни технологии) и социология на любовта, интимността и двойката. Именно като пресечена точка на тези полета, но и като новопоявил се в последните години обект със свои специфики, той изисква обзор на съществуващите теоретични рамки и в трите направления, а впоследствие – обособяване и очертаване на собствените му граници.

Технологии и поколенчески специфики: собствено пространство и медийно потребление

Виртуалната среда от последните години предизвиква разрыв между поколенията. За разлика от други подобни ситуации (като например контракултурните младежки движения от 60-те години на XX век), днес не наблюдаваме сблъсък и ясно генерационно противопоставяне, което прави този разрыв до голяма степен невидим за обществото. Всъщност става дума за радикално изместване на интереса и гражданската енергия, за „емиграция“ от света на възрастните и техните стари медии, каузи и ценности (Дичев, Спасов 2009). Последиците от този разрыв са трудно предвидими, но трябва да бъдат своевременно изследвани. Опит в тази насока е и настоящата работа, която чрез анализи със среден обхват цели да улови именно промените, настъпили сред младите при изграждането на тяхната лична идентичност, общностна принадлежност, консуматорски практики, светогледни представи и нови идеологии, пряко или косвено присъстващи в темата за любовта, интимността и любовния опит.

Въпреки че изследванията на младежките култури в страната имат традиция още от времето на комунизма, анализите се правят предимно чрез количествени методи и в много малка степен улавят мотивациите, ценностите и като цяло начините, по които младежите конструират собствените си представи за идентичност. Това в още по-голяма степен е валидно за темата за дигитализацията на младежкия интимен живот, която не е изследвана в дълбочина в България.

Както стана ясно по-горе, анализът изисква откриването на пресечната точка между няколко теоретични области, една от които са именно изследването на младежките култури и въпросът за поколението. Тази част представя процесите

на постепенно обособяване на младежите и младежкото като публично видима група/групи със свой специфичен регистър на изява. Подобно обособяване се приписва на различни фактори и социални промени: урбанизация, нови модели на семейни отношения, реформи в образованието, придобиване на собствени пространства, индивидуализъм и нови консуматорски практики, показност на интимния живот, преход от колективна принадлежност към творчески изградена идентичност, използваща на бриколажен принцип възможностите за избор, центриран около индивидуалните желания, и др.

Възприемането на „младежкото“ като определен етап от човешкия живот отговаря на необходимостта да се осигури преход между периода на „детство“, „открит“ едва в края на XIX век и възприеман като отделен период на „свобода“ и „невинност“, и отговорностите в света на възрастните. Филип Ариес (Ariès 1960) показва, че понятието за детство има социално-исторически корени и обозначава сравнително нов феномен, свързан предимно с налагането на специфичните изисквания на училището и на нуклеарното семейство. Авторът установява, че докато през Средновековието децата са били интегрирани в света на възрастните и са участвали в техните отговорности и работни занимания, процесите на модернизация налагат съвременната идея за детството като ясно обособен период на закрила. В условията на урбанизация и задължително училищно образование, успоредно с по-ниско ниво на раждаемост и спад на детската смъртност, социалната значимост на отношението към детето видимо се променя. Постепенното изграждане на културните фигури на детството и на младостта като различни от тези на зрелостта има за резултат създаването на съответни собствени „светове“. Това например се вижда в отделянето на специални пространства за децата – детската стая, детските градини, които служат за „подготовката“ на детето за живота. Този процес, започнал сред висшите прослойки на западното общество, се превръща в норма, като в края на XIX и през XX век се разпространява сред все повече социални групи. Различни изследвания поставят акцент също така върху промените, започнали още от XIX век и свързани с постепенната „романтизация“ в подхода към децата и придаването на по-голяма емоционална стойност на отношенията с тях.

Като отражение на тази еманципация на децата и младежите в обществото постепенно се отключват три дебата. Първият е свързан с *девиацията*, или отклоняващото се от нормите поведение. Придобиването на относителна културна и икономическа независимост на младежите води до проблематизацията на тази група като важна отправна точка за дискусия след Втората световна война. Терминът „субкултура“ в англосаксонската традиция на културните изследвания все повече измества фокуса от мисленето на подобни отклонения като криминални прояви към омокотената им интерпретация. Набляга се на факта, че от гледна точка на социалните актьори отклоняващото се поведение е „нормална“ реакция на средата (White 1943). Потенциалът на младежките култури изглежда в това да нормализират девиантното поведение на индивидите, които не притежават други социално допустими способности да постигат целите си.

Вторият дебат се концентрира върху потенциала на младежките групи да *оказват съпротива* – спрямо нормативно определеното поведение, доминантната култура, родителската традиция. В неомарксистката перспектива на Центъра за съвременни културни изследвания в Бирмингам младежките култури се разглеждат като специфична форма на съпротива спрямо ценностите на буржоазното общество, изразена предимно чрез средствата на стила на живот (лайф-стайла). Особено богат за експериментиране е тийнейджърският период, тъй като частичното отсъствие на социални отговорности предоставя на младежите възможност да индивидуализират своя път във възрастовото израстване.

Въпросът за съпротивата като част от междупоколенческите отношения се превръща във важно изследователско поле. От една страна, културните практики на младежите се осмислят в контекста на репродуктивната схема. В тази перспектива Пиер Бурдийо и Жан-Клод Пасрон подчертават (Bourdieu, Passeron 1964), че не толкова икономическите фактори, колкото неравнопоставеността в културната среда е онова, което обяснява трудностите на децата от по-ниските обществени слоеве да преминат през различните етапи на обучението в училище. Според Бурдийо и Пасрон елитната култура е именно онази, която е адекватна спрямо училищната култура: хабитусът на децата от водещите класи е в синхрон с този на преподавателите, т.е. културният капитал, който притежават висшите прослойки, улеснява успешното интегриране в училище. Освен официалната училищна програма на обучение съществува и неформална програма, която позволява на учениците да овладеят стила, вкуса, начините за действие и разбиранията за живот, които са естествени за дадена класа. Този модел вижда несправедливостта в неравенствата, които преносът на знания и ценности от страна на семейството само затвърждава. В тази перспектива единствено училището е способно да създаде капитал за скъсване с моделите на семейството.

От друга страна, в англосаксонската традиция се набляга в много по-голяма степен на реактивното поведение на младежите, мислено като опозиция спрямо родителската или дадена нормативна култура. Младежката култура се разглежда първоначално по-скоро като съпротива (1960–1970) (Hall, Jefferson 1975), а впоследствие – като носител на потенциал за творчески обмен между поколенията. Центърът за съвременни културни изследвания отменя вниманието от девиацията в поведението към въпроса за стила. В основополагащия в областта труд *Subculture: The Meaning of Style*, излязъл за пръв път през 1979 г., Дик Хебдидж (Hebdige 1979) описва по нов начин социалните конфликти като битки за присвояване и реинтерпретация на знаци. Инструменти за конфронтация се явяват стилове в музиката, дрехи, жаргони, ритуали, прически. За да се разбере появата на пънка например, отбелязва той, трябва да се отчете значението на диалога между стиловете на британската младеж и имигрантите: субкултурите говорят помежду си в сложна игра на обмен, на отнемане и цитати.¹

¹ За общ поглед върху историята на субкултурите и спецификите им в български контекст вж. например Колева, Георгиева 2010; Станоева, Джунс 2014; Барова 2017.

По същото време, в контекста на комунистическа България, като потенциална съпротива към установената система се счита липсата на участие в обществения живот от страна на потенциално подривната фигура на подрастващ, който не е политически или граждански ангажиран. На активно включените в изграждането на новата политическа система младежи комунистическата власт обещава освобождаване от моделите на техните родители и разрушаване на старите йерархии. Новото законодателство относно правния статут на децата прехвърля много от задачите за тяхната успешна социализация и обучение на държавата (Еленков, Колева 2010). В подобен силно идеологизиран контекст еманципацията на „сина“ от „бащата“ се тълкува като еманципация на младия работник „от историческия товар на патерналистичната традиция, на зависимостите, които са се сраснали със собствеността“, т.е. първи пробив, осъществен от работническата класа в изглеждащата непоклатима със своята „естествена“ стабилност идеологическа и социално-психологическа система на патернализма (Митев 1988: 18–19). В психологически план патернализмът се свързва с менторско, назидателно, поставящо в подчинение отношение към младежта, което следва да бъде преодоляно. В периода след Втората световна война управляващата Българска комунистическа партия се насочва към политическите модели на щастливото детство – много важен приоритет на системата. Новата политическа концепция пренася щастието и сигурността на децата от семейния дом към публични места като яслите, детските градини, училището и лагерите, поставяйки акцент върху колективното обществено възпитание. Именно чрез грижата на държавата към детето и добре организираното детство комунистическата идеология се опитва да покаже своето превъзходство спрямо буржоазната система (Еленков, Колева 2010: 12). Училището е това дисциплиниращо публично пространство, което налага легитимните модели на поведение, приемливите начини за разбиране и артикулиране на света, и по този начин поставя в подчинена позиция личното пространство на ученика и семейството. В новите условия обучението на младите хора протича при интензивно общуване между връстници – вече и от двата пола. Младежкият период се осмисля като универсален, независим от социално-класовата стратификация, удължава се във времето, като обхваща не само образованието, но и първоначалния етап на интеграция на пазара на труда (Митев 1988: 22). Петър-Емил Митев ясно подчертава, че младежката политика от периода може да се характеризира като държавен патернализъм, при който партията се грижи за младежта, осигурява ѝ образование и работни места, на което от своя страна младежта отговаря с политическа и идеологическа вярънност (Митев 2016: 167), както и че предизвикателствата в тези на пръв поглед идилични отношения между партията държава и младежта възникват предимно на територията на свободното време (Пак там: 168).

60-те и 70-те години на XX век и особено политически ангажираните младежки движения през 1968 г. на Запад засилват говоренето за междупоколенчески конфликт. Въпреки това комунистическата партия в България отхвърля по

категоричен начин съществуването на подобен въпрос в българска среда и го определя идеологически като проблем на западните общества. Същевременно през 70-те години и в страната настъпват редица промени при интерпретацията на фигурите на детето и подрастващия. Светлана Паунова (Паунова 2003) показва например как пионерските ръководители започват малко по малко да полагат усилия да направят свободното време на децата по-разнообразно, като си дават сметка, че работят не с „идеалните“ пионери, а с „реалните“.

Макар през 60-те години на XX век в България да се появяват последователи на битниците, а през 70-те години – на хипи движението, спонтанно възникващите младежки групи са явление, специфично най-вече за 80-те години, на фона на аналогични процеси и в други социалистически страни. Освен че става модерно да се участва в подобни групи, които вече са характерни не само за столицата и големите окръжни градове, но и за по-малки населени места, се променят и възрастовите граници на участниците – долната се снижава до 12–13 години, а горната се увеличава до 34–35 години (Митев 2016).

Младежите през 80-те години на XX век имат нови ценности и нужди. В началото на този период процесите на съпротива спрямо колективното и разграничаването от организираното комсомолско мислене и живот се задълбочават. Юношите предпочитат да прекарват свободното си време индивидуално или в малки неформални групи (Велев 1985, цит. по Методиев 2010). Така една от водещите идеи на системата – тази за добре организирания личен живот на подрастващите, започва да се обезценява, което е важен симптом за разрыв между младите и режима, както и за отварянето на повече възможности за практикуване на „бягство“ от идеологията на системата в подобни неформални групи.

Културната изолация, в която през 50-те и 60-те години на XX век са живели родителите на младите от 80-те, изглежда преодоляна и новото поколение се чувства по-образовано от предишното (тази поколенческа дистанция се задълбочава особено след появата на т.нар. езикови гимназии в страната) и по-информирано – то започва да „се отваря“ към света чрез западните филми, преводната литература и чуждестранните медии (радиостанции, списания и др.). Сред младежите, мислени и институционализирани по-скоро като хомогенна група, започват динамични процеси на разслоение на малки социални общности и неформални обединения.

Изследването „Барометър 86“ показва необичайно ниска оценка на българските младежи за отношенията им с родителите, като само една трета от учениците и студентите твърдят, че не са имали сериозни междупоколенчески сблъсъци. Интересно е, че подобни конфликти се развиват не заради разлика в политически и светогледни позиции (само 1,5% от учениците и 3,9% от студентите са имали тежки разногласия със своите родители по политически поводи), а предимно поради несъгласия относно различни аспекти на младежкия начин на живот (Митев 1988: 87).

В Западна Европа, особено след движенията от 1968 г., младежите, ставайки на свой ред родители, се опитват да не възпитават децата си съгласно

образователните принципи от собственото си детство. Съществен резултат от това е постепенният преход от авторитарния модел на възпитание към този на свободното изразяване и оценностояване на индивидуалността. В тази перспектива Франсоа дьо Сеингли (De Singly 2003) подчертава разгръщането от 60-те години на XX век насам на психологическа норма в подхода към младежите, която се различава от моралната норма. Родителите приемат и толерират младежката култура, която все по-малко се възприема като девиация от установените обществени норми. Осигурявайки необходимите предмети и услуги за изграждане на младежката идентичност, родителите подкрепят стремежа към индивидуализация, когато той е под формата на „страст“, и само се опитват да го контролират, за да не доведе до крайна автономност или криворазбрана свобода. Свободното време се превръща до голяма степен в лична територия, в която възрастните нямат или имат ограничено право на наблюдение и вмешателство. Това се свързва и със специфични младежки консуматорски практики, които имат значение за изграждането на идентичността. Тези практики на свой ред се променят във времето, за да достигнат възможно най-индивидуализирани форми на общуване с връстниците, както например се случва с употребата на новите информационни и комуникационни технологии в дома.

Социологически изследвания в България определят киното като най-„младежкото“ изкуство през 50-те и 60-те години, а през 80-те години – музиката. Именно музиката и музикалните вкусове в края на комунистическия период вече са натоварени с качествено нови функции – с установяване на неформални контакти, приятелски кръгове, спонтанно възникващи младежки групи, както и с процеси на разслояване на обществената група на юношите, дотогава считана за хомогенна (Митев 1988: 90). Малко по-късно в новия медиен контекст отношението към литературата също радикално се променя. През 2002 г. младите я поставят чак на четвърто място като изкуство, което биха избрали. Докато през 1987 г. 23% от лицата на възраст 19–25 години биха посветили на литературата времето си за общуване с изкуство, през 1995 г. този дял е 17%, а през 2002 г. – едва 8% (данните са според „Младежки барометър“ 1987, 1995, 2002, цит. по Митев 2016: 192).

Третият голям дебат във връзка с еманципацията на младежите акцентира на *отвоюването на собствено място* – като се започне от личното пространство, затворено за контролиращия поглед на другите, като детската стая например, мине се през публични пространства, които младежите си присвояват културно, за да се стигне до развитието на цели индустрии, посветени на новите потребности на детството и юношеството.

За целите на това изследване ще се спра по-подробно само на една от тези форми – отстояването на лично пространство в търсене на автономност и разграничение спрямо родителите. Според Ерве Глеварек моментът на встъпване в юношество в съвременния западноевропейски контекст съвпада с появата на „културата на стаята“, т.е. на постепенното присвояване от подрастващите на собствено пространство, в което те да изразяват това, което обичат или са и

чрез което да влизат в отношения с другите (Glevarec 2009). Оттук следва и пренасянето в домашното пространство на набор от практики, които преди са се осъществявали в публичното пространство (особено с помощта на новите информационни и комуникационни устройства), както и възможността членовете на семейството да живеят „заедно, но отделени“ (Livingstone 2002).

В представителното изследване „Младите хора в европейска България“ от 2014 г. техническата еманципация на младежите в домашното пространство е ясно видима (независимо дали е налице или не собствена стая), особено когато говорим за притежание на мобилни информационни и комуникационни устройства. Още тогава с един или повече стационарни компютри и/или лаптопи в дома разполагат 80% от младежите на село (значителна част от тях са от етническите малцинства); 88% в малките градове; 91% в областните центрове и 99,5% в столицата (Митев, Ковачева 2014). Младите хора разполагат със самостоятелна стая (88%), със семеен или личен автомобил (71%) (Митев 2016). През 2015 г. 100% от анкетираните на възраст 18–25 години притежават мобилни телефони (данни според „Галъп интернешънъл Болкан“, цит. по Митев 2016: 302).

Деветдесетте години на XX век предлагат постмодерна теория за младежките култури, която не ги разглежда толкова като ясно обособени и затворени субкултури, а по-скоро като мрежи, сцени, постсубкултурни стилове (Chambers 1987), клубни култури (Redhead 1997), неоплемена (Maffesoli 1996). Най-общо – като форми на слаби връзки в групирания с частично участие, с променливи вкусове и нестабилни граници (Bennett 1999). В този смисъл често се стига до заключението, че съвременната ситуация може да бъде по-добре разбрана чрез понятието за лайфстайл, с фокус върху консуматорски практики, свързани с утвърждаването на Аза.

Всички описани тенденции са променили значително мястото на децата и на юношите в днешното българско посткомунистическо общество, което е и част от глобалните процеси. Докато по времето на комунизма западните модели на младежки субкултури са приемани в страната като модели на висока култура и са свързвани най-общо със символна съпротива срещу комунистическия режим, в посткомунистическия период, подобно на тенденциите на Запад, тези субкултурни модели също преминават през сходен тип разпад, еkleктичност, флуидност и отслабване на идеологическата основа.

Социологическата картина по отношение на младежите в условията на прехода след края на комунистическия режим в страната е сложна и противоречива. Изследванията установяват фрагментация на житейските им траектории, свързана с фактори като безработица, стремеж към по-високо образование, принуда за работа не по специалността, увеличаване на материалната зависимост на младите хора от родителското семейство, отложена самостоятелност, която измества представата за времето на зрялост (Митев 2016). Паралелно обаче се наблюдава и по-често изявяван стремеж за независимост сред младите, което не води до конфликт с по-възрастните, а точно обратното – до избягване на междупоколенчески сблъсъци и до психологическа дистанцираност. Често све-

тът на родителите се обезценява, а моделите им на поведение се възприемат от младите като неадекватни (Пак там: 171). Ценността, която младите на първо място смятат за актуална/модерна, при това с пълно единодушие сред всички социални и етнически слоеве, е „да бъдеш независим“. Според преобладаващата част от младите модерно е също така да изглеждаш добре (85%), да имаш кариера (76%), да носиш маркови дрехи (61%), да се храниш здравословно (59%), да спортуваш (56%). Същевременно не е толкова актуално/модерно да бъдеш активен в политиката (24%) и да участваш в гражданското общество (27%). Опцията „да се ожениш/омъжиш“ вече се приема за модерна само от малка част от младите (38%) (Пак там: 301).

След този кратък преглед на развитието на представите за младежкото в европейски контекст следва да припомним, че именно новите виртуални възможности и социализирането на съвременните младежи в онлайн и хибридна среда поставят още веднъж на преден план въпроса за поколенията и за междупоколенческия пренос на знания, ценности и умения.

Понятието за поколение най-често се използва в три основни смисъла: като категория за диференциация в рамките на семейната система; като основа, през която се мисли процесът на пренос на знания, ценности и способности; или като инструмент за дефиниране на социални групи, които имат сходна социално-историческа опитност. В основополагащата си студия от 1928 г. „Проблемът за поколенията“ Карл Манхайм подчертава, че начинът на поставяне и осмисляне на поколенческия въпрос се различава в зависимост от страните, епохите и доминиращата в тях политическа воля. Целта на Манхайм да даде нов ключ към въпроса за поколенията, като помири крайностите на съществуващите вече позитивистки и романтико-исторически подходи, води до изработването на сложно определение. Поколението според Манхайм има три „модуса“. Първият е „поколенческа поместеност“. Сродна поместеност на дадено поколение по едно и също време, отбелязва той, може да има само когато става дума за потенциално участие на неговите членове в обвързващи ги събития и преживявания (Манхайм 2016 [1928]: 189). Вторият модус е „поколенческа взаимовръзка“ или участие в общата съдба на дадената историческа и социална единица (Пак там: 194). Накрая идват и „поколенческите единици“ – онези групи, които са част от една поколенческа взаимовръзка, но преработват опита си по различен начин (Пак там: 195), през сходна за членовете на всяка единица интериоризирана интерпретативна рамка. Тези модуси разкриват сложни обусловености, чрез които да се мисли поколението, и показват най-общо, че „активирането на дремещата в поколенческата поместеност потенциалност зависи от небιологични и невитални фактори, на първо място от спецификата на обществената динамика“ (Пак там: 202). С оглед на интересуващите ни в този текст младежки култури и форми за идентичностна изява трябва да подчертаем и едно друго негово заключение, а именно, че само много силна, изключителна личност е в състояние „да отстоява предразположеността на характера си срещу интелектуалното поведение на собствения си жизнен кръг, ориентирано към другия по-

люс (особено ако социалната му група се намира във възход)“ (Пак там: 210). Така Манхайм подчертава, че не хронологическата едновременност определя поколението, а извличането на смисъл от участието в едни и същи събития, които се натрупват върху специфичния слой на първите впечатления от детството и младостта като „естествена картина на света“ и имат ключова роля за поколенческата идентичност.

Тук следва да се допълни, че поколението може да бъде конструирано от социални дискурси на определени кръгове, групи, организации или от идеологическите дискурси и колективните времена на (само)назоваващите се „поколения“ (Гончарова 2018а).

За „новите млади“ в България се заговори около началото на ХХІ век, за да се обозначи онова поколение, което се ражда в период на криза – политическата, икономическата и демографската криза на посткомунистическия преход. Младежите, родени след 1990 г. и техните деца са свидетели на отварянето на страната към глобалните влияния, масовите миграционни движения, културата на новите медии и други важни процеси. Няколко заключения относно тези нови млади и междупоколенческите отношения остават общи за почти всички изследвания. За целта на това изложение ще спомена едно от тях, а именно констатацията за преобръщането на социални йерархии. Специфично за това преобръщане е, че то е резултат не от нов позитивен проект или кауза (като цяло въпросните младежи са гъвкави граждани, които реагират предимно ситуационно и емоционално), а по-скоро от технически компетентности, с които младежите превъзхождат своите родители. Познанията на новите млади в областта на новите информационни и комуникационни технологии са придобити най-често в приятелски кръгове, а не са предадени от по-възрастни членове на семейството. Това допринася за усилването на вътрешнопоколенческия обмен за сметка на преноса на ценности между поколенията (Pasquier 2005). Младите много по-често предпочитат да емигрират от света на възрастните, отколкото да се конфронтират директно с предишните поколения, тъй като най-общо интернет и отвоюваното чрез него собствено пространство позволяват индивидуални действия, които надхвърлят традиционните културни граници (Дичев, Спасов 2009). Вертикалният пренос, идващ от родителите, е по-слабо възможен, доколкото е в противовес на нормите на хоризонталната култура, тази на връстниците. Резултатите от качествени изследвания за медийното потребление сред българските младежи показват, че по-голямата част от тях се информират за случващото се в света именно чрез своите връстници (например информацията, която достига до тях, най-често е под формата на линкове, препратени от приятели) (Пак там).

Проучвания в България сочат за наличието на ясна стратификация – младежите реализират своето социално участие не като отделна и еднородна социална група, а като отделни сегменти от обществото, в рамките на които се възпроизвеждат особеностите на общата социална структура (Бъчварова, Гълъбов, Мирчев 2008). На този фон обаче потреблението на интернет е основна обеди-

няваща характеристика. Националните статистически данни сочат, че достъпът до интернет е възможен за младежи от всички социални категории.²

В крайна сметка, като се има предвид, че по принцип темата за любовта и интимността е особено важна при осмислянето на идентичността на младежите, въпросът как се променят представите, практиките и изобщо изразяването на любовта през дигиталните медии, а именно като обособено пространство на хоризонтално легитимиране и себеизява, е от изключително актуално значение за разбирането на поколенческата култура. Най-вече за тази на децата на „новите млади“, които са изцяло социализирани в дигитализирана среда.

Социология на технологията, или доколко новите информационни и комуникационни средства създават нови форми на интимност

В началото социологията на технологията, силно развита през 80-те години на XX век, не поставя потребителя в центъра на изследването. Тя го представя по-скоро като безсилен спрямо създателите на техническите устройства и вложените от тях намерения, като част от предварително зададен сценарий на възможни предначертани действия (Akrich 1992: 208). Сходни констатации се наблюдават и в предходни социални и медийни теории. Сред тях са теориите за прякото въздействие на масовите медии, за кризата на елитите и загубата на тяхната легитимност, довела до зараждането и въздигането на нови социални и политически прослойки и до появата на тълпата и масовия човек (вж. например Лъобон 2002 [1895]; Ортега-и-Гасет 2015 [1930]), теорията за масовата култура и за културната доминация на масовите медии (вж. например трудовете на Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер от Франкфуртската школа, Адорно, Хоркхаймер 1999 [1972]). Всички те говорят за сложните феномени на социалната атомизация и за загубата на общностна принадлежност, които правят хората по-лесно манипулируеми от страна на медиите, а самите медии се превръщат в новия опиум за народите.

Едва по-късно идеята за активна публика се появява в теориите за непрякото медийно въздействие и двустепенния комуникационен поток на Елиу Кац и Пол Лазарсфелд (Katz, Lazarsfeld 1955), които установяват голямото значение на лидерите на мнение за различните общности: тези лидери на мнение започват да се възприемат като „преводачи“ на съобщенията от масовите медии за аудиторията. Обръщането на погледа към самите потребители се извършва и в теорията за употребата и удовлетворението (*uses and gratifications theory*), която набляга на списък от социални и психологически нужди, които всеки индивид задоволява чрез масовите медии (когнитивни, афективни, социално интегра-

² Вж. например данните за 2023 г. на Националния статистически институт (НСИ) относно лицата, регулярно използващи интернет: 93,6% от всички лица в България на възраст между 16 и 24 години използват интернет всеки ден или поне веднъж седмично (НСИ 2023).

тивни и други потребности). Сходни тенденции са налични и в подхода на културните изследвания, които акцентират на неочакваните употреби на медиите и на заложените в тях културни норми от страна на публиката. Тук се вписват и по-новите изследвания върху индивидуалната употреба на дигиталните медии. Важно е да се подчертае, че новите технологии не предполагат задължително изцяло нови употреби, а често се включват във вече съществуващи практики или служат за легитимиране на отдавна налични традиционни деления и социални статуси.

В тази част накратко ще бъдат представени няколко основни теоретични парадигми (Baum 2010), свързани с осмислянето на социалното значение и влиянието на технологиите като цяло и на информационните и комуникационни технологии в частност.

Технологичният детерминизъм се интересува предимно от автентичността и развитието на „истинските“ взаимоотношения. В тази перспектива новите медии представляват начини да се подобрят или усложнят междуличностните връзки, които хората поддържат лице в лице. Влиянието на техниката и технологиите се мисли през потенциала им да трансформират обществото, неговите форми на организация и институции, но също така и всички социални взаимоотношения и дори самите индивиди. Говори се често за епохални промени (например идеята за „информационно общество“). Без да търсим изчерпателност, тук можем да споменем имената на Маршъл Маклуън (1911–1980), Жак Елюл (1912–1994), Нийл Постман (1931–2003) или Харолд Инис (1894–1952) като основоположници на подобен подход към техническите средства за комуникация. Така например телефонът е бил възприеман като средство хората да останат заедно, да градят общности и да намалят нивото на самота (Sola Pool 1977), или пък точно обратното – като средство на отчуждението, защото ще замени гостуванията по домовете (Fischer 1992). Автомобилът е провокирал мечтания за сплотяване на семейството – както в рекламите за щастливите семейни ваканции с колата (Fischer 1992). Радиото и телевизията, около които се събират членовете на семейството, също са били описвани като панацея за домашна близост. Печатарската преса, телевизорът или компютърът се смятат за изобретения, които са променили изцяло обществото.³

Днес с подобна революционна функция са натоварени новите информационни и комуникационни технологии. Утопичните реторики на технологичния детерминизъм подчертават целта на технологиите да освободят човека от пространствените и времевите ограничения, както и от затварянето му в маргинални социални идентичности, като го стимулират да обогати своите лични взаимоотношения с възможностите на допълнителен виртуален живот. По-

³ Вж. например „Въобразените общности“ на Бенедикт Андерсън и неговата идея за влиянието на печатарската преса върху произхода и разпространението на национализма (Anderson 1991 [1983]), както и идеите на Маршал Маклуън за медиите като продължение на сетивата ни, за медийното средство като съобщение и за глобалното село (McLuhan 1964; McLuhan, Powers 1989).

добни оптимистични визии се сблъскват и с редица антиутопични сценарии за затвърждаване на границите между различни социални групи. Тоест смята се, че новите технологии създават база за разделения по интереси и по-скоро втвърдяват границите между групите (расови, етнически, идеологически и др.), позволявайки на потребителите да търсят и намират само информация, която потвърждава собствената им идентичност и вярвания. И в двата случая технологията се мисли като автономна, а изобретяването ѝ – по-скоро като независимо от обществото и човешкия контрол. Властта на индивида спрямо приемането или отхвърлянето на технологичното развитие изглежда минимална: когато дадена технология му позволява да прави нещо, то сякаш следва той да го прави, т.е. да е под диктата на операционалистки императив (например продуктивност), морален императив или социална необходимост. Основният принцип на технологичния детерминизъм е свързан с твърдението, че технологията не е неутрална – самата тя влияе на своите потребители, обуславя техните действия и модифицира светогледите им.

Тук трябва да подчертая, че отвъд множеството критики спрямо този подход липсата на неутралност в употребата на различните технически средства ми се струва все още валидна (да вземем например случая с новите информационни и комуникационни технологии, които ще фаворизират конкретна представа за време, пространство, социална организация и т.н.).

Съществуват най-общо два типа детерминизъм: „твърд“, според който появата на всяка нова технология е необходимото и достатъчно условие, за да се наложат радикални социални промени (той има все по-слабо влияние днес), и „мек“, според който технологията е ключов, но не единствен фактор за социални промени (Fulk, Steinfeld, Schmitz 1987).

Друга теоретична парадигма, тази на *социалното конструиране на технологията* (*social construction of technology* – SCOT), разглежда детерминистичните постулати като неадекватни, защото всъщност хората, а не машините са актьори на промяната (Nye 1997). Един от въпросите, които си поставя, е как обществените сили влияят върху изобретяването на новите технологии (Bijker, Law 1992). Потребителите се опитват да внедрят технологиите в рамките на собствените си интереси и цели, което може да доведе до парадоксални резултати, необясними спрямо първоначално вложената логика в техническите устройства. В края на XX век учени поставят в центъра на своите изследвания засегнатите от дадена технология социални групи. Всяка група споделя очакванията си и назовава проблемите и решенията, които би искала да получи чрез употребата на определен технически предмет. Именно конфликтите между различните групи конструират социално „технологичната рамка“. Неудобството на подобен модел е в трудността да се определят тези групи, а и във факта, че някои от тях не са си изработили все още позиция спрямо новата технология. Отново, теорията за социалното конструиране предлага и по-мекa версия – теорията на структурата, повлияна от изследванията на Антъни Гидънс, според която хората са ангажирани всекидневно в множество дейности, произтичащи

от модели на взаимодействие, характерни за социалната система. Акцентът в този случай се поставя върху взаимното влияние между действията и структурните свойства на системата. Тук например можем да цитираме работите на Уанда Орликовски (Orlikowski 1992) и идеята за интерпретативна гъвкавост на актьора при неговата употреба на конкретна технология или тези на Стивън Барли (Barley 1986), според когото технологиите са по-скоро поводи за отключване на определена социална динамика, която на свой ред променя или поддържа дадена организация.

Въпреки че ролята на потребителите остава много важна, това не трябва да води до свръхнадценяване на тяхното влияние, тъй като, както подчертава Клод Фишер (Fischer 1992), други социални структури, свързани с достъпа, предлагането, цената и маркетинга по отношение на технологиите, също играят централна роля. Така, докато технологичният детерминизъм ситиуира причината за промяна в полето на технологиите, а социалният конструктивизъм – в полето на хората, съществува и трета перспектива, понякога наричана *социално моделиране на технологията* (*social shaping of technology – SST*). Тя се фокусира, от една страна, върху социалните възможности, които могат да бъдат развити чрез технологиите, и от друга – върху неочакваните начини, по които хората си служат с тези възможности. Според Робин Уилямс и Дейвид Едж (Williams, Edge 1996) перспективата на социалното моделиране на технологията показва, че съществуват избори (не задължително съзнателни), които засягат както индивидуалните употреби, така и траекторията на иновациите.

В употребите на технологиите в едно общество се преплитат няколко логики: технологичната логика се пресича със социалната, логиката на производството – с логиката на потреблението. Идеята е да се вземат предвид сложните взаимоотношения между техническо средство и контекст, предлагане и употреба, технология и социална среда. В тази перспектива следва да се отчита как социалните обстоятелства довеждат до съществуването на определени технологии, пред какви специфични възможности и предизвикателства тези технологии изправят социалните актьори, както и кои са практиките на употреба, когато въпросните възможности и ограничения са приети, отхвърлени или преработени във всекидневието. Джеймс Е. Кац и Марк Акъс (Katz, Aakhus 2002) говорят за технологии със свои собствени „логики“, които оказват влияние, но не определят напълно употребите. Машините могат да ускоряват тенденции, да усилват културни слабости, да укрепват някои социални структури, докато разрушават други. Индивидите по-скоро използват медията спрямо собствените си нужди и не се оставят тя да ги доминира (Katz, Naas, Gurevitch 1973).

Социолозите и антрополозите на дигиталната среда се интересуват не само от съдържанието и формите на обменените съобщения, но и от начините на употреба на самата медийна технология. В този контекст често се изтъква връзката с идеите на Мишел дьо Серто. Въпреки че той не се занимава конкретно с употребата на технологични устройства, неговите разсъждения върху четене-

то като браконьерство и върху пространствените практики (De Certeau 1980) вдъхновяват редица анализи. Мишел дьо Серто нарича четенето „браконьерство“. Според него свободата на читателя, независимостта му от текста и неговата креативност нарастват успоредно с отслабването на институцията, контролираща четенето. Този процес става видим по времето на Реформацията. Скрилата в четенето свобода е преходът от колективно канонични към индивидуални употреби и интерпретации. Дьо Серто свързва понятието „стратегия“ с институциите и структурите на властта, докато „тактиката“ според него се употребява от личността в стремежа ѝ да си създаде свободно лично пространство в средата, която е доминирана от стратегиите. Става въпрос за пространството като място на борба на тактики на потребителите и стратегии на структурите на властта.

И накрая, всеки индивид договаря специфичен смисъл във връзка със своята културна принадлежност. Подобен възглед се разгръща в критичния европейски подход на културните изследвания. Интересувайки се от контекстуалните процеси на консумация, изследователите, както отбелязва Дейвид Морли, откриват, че „локалните значения се създават често с или против символните ресурси, предоставени от мрежите на глобалните медии“ (Morley 1993: 17). Така изследванията на медиите и на новите средства за информация и комуникация поставят акцент не само върху изучаването на текста, но и върху контекста, не само върху семиотичния, но и върху социалния анализ. Развива се антропологичното изследване на употребите на медиите във всекидневния живот.

Британските и норвежките медийни изследвания от 90-те години на XX век развиват т.нар. теория за *доместикацията* (*одомашняването*) (*domestication theory*). Тя се доближава до парадигмата за социалното моделиране на технологията, като също отчита реципрочното влияние между техническите средства за комуникация и обществото, но се съсредоточава предимно върху процесите, които се наблюдават, когато новият технически инструмент се трансформира от непознат (изглеждащ често като застрашителен) в нормализиран като възприятие, овсекидневен предмет. Първите изследвания върху доместикацията показват, че в момента, в който по-голямата част от потребителите започват да си служат с дадено техническо устройство, то се превръща в носител на различни социални значения, дадени му от рекламата, дизайна и дискурса в публичното пространство. Впоследствие семействата и индивидите придават на въпросното устройство и други, лични значения. По този начин интерес придобива наблюдението на всекидневните взаимодействия, при които хората взимат решения къде да поставят техническото устройство, кой може да го използва, с каква цел и т.н. (Silverstone, Hirsh, Morley 1992). Когато нова техника влезе в динамиката на домашното пространство, тя бива подложена на специфичен процес на одомашняване, който включва различните етапи на нейната интеграция спрямо привичките в това пространство. В подобна перспектива Пиер Шамба и Ален Еренберг предлагат да се изследва телевизията като „морален терминал“ (Chambat, Ehrenberg 1991), вписвайки своите наблюдения в традицията на Ив

Стурдзѐ, който вече е предложил това понятие за пералнята като технически предмет, превърнал се в огледало, в което обществото би могло да се разпознае (Stourdзѐ 1980). Дейвид Морли говори за телевизора като новия заместител на домашното огнище, около което традиционно се събира семейството (Morley 1986). Роджър Силвърстоун (Silverstone, Hirsch 1994) анализира доместикацията във всекидневния живот в четири фази: присвояване, обективизиране, инкорпориране и преобръщане. Чрез присвояването техниката напуска търговския свят, индивидът или домашното пространство я правят своя. Потребителят трябва да придобие определено знание и способности, за да управлява предмета. Чрез процеса на обективизиране новата техника намира физическо място в семейната среда, което позволява да бъде използвана. Често се наблюдава пространствено разграничение според това кое е индивидуално или общо, за деца или за възрастни, за мъже или за жени. По време на третата фаза техническият предмет е използван и внедрен в рутинните действия на всекидневния живот. Този процес е придружен с постоянна работа по диференциация и обособяване спрямо другите технически предмети. И най-накрая, фазата на преобръщане е свързана с процеси на въвеждане на нови отношения между домашното пространство и външния свят (Пак там: 25).

Фрагментирането на света и потоците от образи превръщат социалното въображаемо в мощен инструмент за конструиране на социалната реалност. Именно способността на меките интердисциплинарни подходи да предложат по-плътното разбиране на новия глобален ред води до бум на културните изследвания в Европа. Представеното тук индивидуално изследване се вписва в амбицията от последните няколко години на група учени (Ивайло Дичев, Орлин Спасов, Валентина Георгиева, Десислава Лилова, Мила Минева, Владислав Петков, Юлия Роне, Иво Страхилов, Велислава Петрова, Жана Попова, Венцислав Димов, Николета Даскалова, Тодор Христов и др.) да утвърдят в България методите на културните изследвания, които са особено подходящи, когато става дума за разбиране на маргинални или невидими феномени или групи.

При разглеждането на дигитализирането на любовта и връзките заемам умерена интерпретативна позиция, която най-общо проследява две линии: търся как социалните обстоятелства създават условия за появата на дигитализираната интимност, какви специфични възможности и ограничения предлагат дигиталните технологии на своите потребители, като същевременно разглеждам и конкретните индивидуални и колективни практики на творческа и неочаквана употреба, които възникват от тези възможности и ограничения във всекидневието. Ето защо темата е представена както в перспективата на социалното въображаемо и популярната култура, на разкази, които потребителите често са интериоризирали независимо от спецификите на конкретните употреби, така и в перспективата на ежедневните действия на самите потребители и на начините, с които си служат, за да създадат чрез технологиите нов тип или да легитимират стари социални отношения.

Социология на любовта и интимността

Тук ще започна с едно интригуващо изследване на Карл-Лудвиг Ай, озаглавено „Макс Вебер и „сексуалната революция“ в Германия около 1900 г.“ (Ай 2013), което проследява как социологът класик Макс Вебер, въвличен лично в определени социални кръгове, изповядващи конкретни стилове на живот, взима отношение (интелектуално и като биографична конкретика) към цялото еротично движение, респективно към сексуалната революция в страната.

От интерес за настоящия текст са няколко детайла от това изследване. Първият е свързан с начина на разпространение на модели на поведение, първоначално авангардни и характерни само за група от индивиди, впоследствие – масови и засягащи всички социални прослойки: „На практика за няколко десетилетия сексуалната революция преминава от театъра, операта и Швабинг във всички слоеве на обществото“, заключава Карл-Лудвиг Ай (Ай 2013: 124), като показва чрез конкретни биографични истории как прогресивните социални кръгове в Германия (аристокрацията и образованата буржоазия) се превръщат в пример за останалите, а начинът им на живот обуславя канона от ценности, както и културните кодове, чрез които той се изгражда. Подобен пренос на ценности (на идеята за любовта и интимността) ще бъде от социологически интерес при разгръщането на цялото изложение в тази книга.

Вторият детайл е, че това е изследване върху Макс Вебер, което поставя в центъра си човека Вебер, а не научните му произведения. Именно човекът Вебер е представен чрез своите взаимоотношения с други значими фигури от въпросната прогресивна социална прослойка, както и чрез изказани публично или в лична кореспонденция мнения за тях и техния живот.

Сред тези значими обществени фигури е и противоречивата личност на Ото Грос, който се хабилитира като психиатър и чиято терапевтична практика, силно повлияна от Зигмунд Фройд, се основава на убеждението, че потиснатата, неизживяна сексуалност е причина за най-различни болести и душевни страдания. В своеобразен „харем“ Грос използва тялото си, за да „лекува“ своите пациентки в среда на свободно изразявана сексуалност. Специфична в случая е двойствената реакция на Вебер към подобен „харем“, в който участват и близки негови приятелки. От една страна, той атакува Грос интелектуално: че смесва ценностни съждения и научно изследване. Осъжда и конкретната етика и начин на живот на кръга около Грос: че терапевтът и следовниците му се противопоставят на обществените норми с аргумента, „че тяхното следване не е „здравословно“ за нервите“, а „потискането“ или съдържането на афективните желания и нагони е зло. Неодобрението на свободния полов живот на Ото Грос и партньорките му може да бъде проследено в оживената кореспонденция между Макс Вебер и съпругата му. В писмата си Вебер изразява принципното си отношение към еротичното движение: „Намирам цялото нещо за изключително противно... И тези хора, които градят отношенията си върху лъжа, искат да воюват срещу лицемерието на конвенциите!“ (Ай 2013: 122). Но острото

осъждане на въпросната лъжа от страна на Вебер не повлиява на мнението му за конкретните хора, които са в основата на това движение. Мярата, с която той съди за един човек, е верността към собствените му идеали, били те и абсурдни, отбелязва Карл-Лудвиг Ай. На това се дължат и противоречивите преценки на Вебер за жените около Ото Грос: в противовес на първоначалната си крайна позиция за движението социологът определя поведението им като част от „героична етика“ (Пак там).

През тази призма Вебер възприема и Елзе Яфе – видна за времето си обществена фигура, защитила дисертация при него, първата жена, която успява да получи назначение на висока държавна позиция в Германския райх, приета със съпруга си от Хайделбергското университетско общество като почтена семейна двойка от образованото бюргерство. Скоро след като се омъжва, тя спира да спазва задълженията си на съпруга според тогавашните обществени разбирания и поддържа редица извънбрачни връзки, макар съпругът ѝ твърдо да стои зад брака им. Елзе Яфе има и син от Ото Грос, като, между другото, тя и сестра ѝ са в паралелни връзки с Грос. При всичките си интелектуални съпротиви към дадено явление, очевидно възхищението на Вебер пред личността, която не изневерява на своите идеали, независимо какви са те, постепенно прокарва подобни табуизирани измерения на сексуалната революция и в собствения му живот. След връзка между Елзе Яфе и брат му Алфред Вебер, Макс Вебер, кръстник на детето на Елзе Яфе от Ото Грос, започва на свой ред сексуална връзка с нея, за която съпругата му Мариане, самата тя много добра приятелка на Елзе, си затваря очите.

Използвам този житейски фрагмент, за да наблегна на факта, че социологията на любовта и интимността е сложно изследователско поле, доколкото не може да остане ценностно неутрално или да раздели напълно наука от светоглед, от представи за правилни или неправилни начини за изживяване и показване на взаимоотношения, тъй като чувствата са универсална човешка опитност и имат пряко влияние върху личната биография. Видно и при движението около прогресивните социални слоеве в Германия в началото на XX век е, че участниците в него по един или по друг начин „изживяват“ различни форми на „освобождение“, характерни за сексуалната революция.

Третият детайл от изследването на Ай, на който бих искала да се спра, е свързан с промяната на представите за брака. Анализът му показва, че именно обвързването на брака с дадена идея за абсолютно любовно чувство, което обаче често не трае вечно, още по-малко сексуалното обаяние, води до редица социални промени, заложили като резултат от зараждащата се сексуална революция в Европа, описана от Ай. Сред тях са: увеличаване на броя на разводите и извънбрачните деца на всички социални нива и в небивал мащаб, придружено с премахване на социалната стигма към двете явления; създаване на множество партньорства за неопределено време; загуба на традиционната обвързваща сила на брака, и то още преди 60-те години на XX век, когато „противозачатъчното хапче ще доближи „сексуалната революция“ до всички“ (Ай 2013: 131).

Подобни въпроси очертава и социологическият прочит на верността, който прави друг класически германски социолог, Георг Зимел, също съвременник на описаните в анализа на Ай социални кръгове. „Без явлението, което наричаме вярност, обществото не би могло да просъществува по фактически познатия ни начин през която и да е епоха“, отбелязва Зимел (Зимел 2014: 124), като дори любовта не би могла да предпази от разпад социума, ако я няма верността. „Фактът, че безброй отношения запазват непроменена структурата си дори когато първоначално породилото ги чувство или практически повод вече са изчезнали, има огромно социологическо значение“, продължава той (Пак там). В самото определение, което Зимел дава за верността, се вижда именно загатнатата по-горе историческа трансформация в разбиранията за любов: „вярност е думата за специфичното чувство, което не е насочено към притежаване на другия като евдемонично благо за чувстващия, нито към добруването на другия като противопоставена на субекта обективна ценност, а към запазване на отношението спрямо другия“ (Пак там: 127). Верността много повече от всякакви други чувства, които връхлитат и си отиват, е подчинена на морални усилия, „ето защо при отказа да бъдем верни, упрекът към нас е по-силен, отколкото при липсата на любов или на социално чувство – без в случая да се има предвид задействането им като дълг“ (Пак там). Именно като трансцендентен критерий „верността е онази устроеност на подвижната, живееща в неспирен поток душа, чрез която тя се стреми да усвои в себе си стабилността на надиндивидуалната форма на отношенията...“ (Пак там: 131).

Предизвикателствата пред даването на определение за любов и интимни отношения са многобройни. Най-често социологическите определения съвместяват представи за едно сравнително стабилно отношение между поне двама души, висока степен на емоционална интензивност, субективна въввлеченост на социалните актьори, тематизиране на сексуалността, проблемите на пола, както и на различни културни „програми“ и модели на поведение. Гергана Ненова предлага следната дефиниция за интимни отношения: „отношения на близост между двама души, символно и социално организирани от нормата на „двойката“ (Ненова 2024: 16), като по този начин набляга на нормативните модели, спрямо които тази дефиниция се съотнася в един или в друг исторически момент. Така, „макар да изключва алтернативни, ненормативни форми на интимност като полиаморията, тя (дефиницията) отчита факта, че тези видове интимност се конструират в опозиция и като начин за оспорване на нормата на двойката“ (Пак там).

Трудностите, които любовта и интимността поставят при опитите да бъдат определени, от една страна, а и при разработването на конкретна методология на изследване, от друга, ги прави маргинална тема в социологията, за разлика от други теми. Това бе емпирично установено и в проведено пилотно проучване (по идея на Вероника Димитрова) в рамките на колективния проект с мое участие „Култури, практики и рискове на интимността на младите хора в България“ (2023–2026 г.), при което бяха извлечени пълни списъци от статии от последните години, публикувани във водещите платформи за оценка на фактор

на въздействие на научни изследвания в световен мащаб. Публикациите бяха подбрани по различни ключови думи (на английски език) от семантичното поле на любовта, интимността и сексуалността. Корпусът от статии впоследствие беше кодиран по основна тема на изследване. Ясно видима от тези списъци бе именно тенденцията за маргинализиране на темата за любов и интимност за сметка на фокусиране върху темите за домашно насилие, хомосексуалност, бисексуалност, сексуалност и здраве, сексуалност и образование, токсични връзки, пазарни принципи за регулиране на емоциите, полови неравенства и т.н.

Акцентът, който поставя класическата антропология върху въпросите за генеалогията, родителството и съпругеството, води до създаването на значителен корпус от познание върху системите на родство. Засиленият интерес на социологията към анализа на класовите отношения позволява да се идентифицират в детайли социалните логики, които ръководят избора на партньор, а интересът към анализа на половите динамики – до това да се установят редица граници, неравенства, властови борби. В последните години вече се правят и изследвания конкретно върху любовните отношения, техните форми на изява и тяхното въображаемо (Eraly, Moulin 1995; Kaufmann 2002; Ilouz 2012), върху връзките между любов, мобилност, глобализация и модерност (Bauman 2003; Ilouz 2007; Padilla et al. 2007; Hirsch, Wardlow 2006), както и по-широко върху въпроса за социалното конструиране на емоциите (Lutz, White 1986; Héritier, Xanthakou 2004; Charmillot, Dayer, Schurmans, Farrugia 2008; Fernandez, Lézé, Marche 2013).

Интересът към любовта в българската хуманитаристика също нараства. Той се развива особено в историко-философска (Василев 2006; Денкова 1999; Паницидис, Божков 2015) и в литературна перспектива.⁴ Антропологичният и социологическият поглед конкретно към темата за любовта и интимността остават слаби. Опит в тази насока, най-вече относно актуални явления като дигитализацията на любовта, може да бъде проследен в тематичния брой „Алгоритми на любовта“ на списанието за културни изследвания „Семинар_BG“ (Нейкова 2018). Количествени и качествени данни, включително за дигитализацията на интимността, бяха наскоро публикувани и в тематичен брой „Интимност – практики, дискурси и политики“ на списание „Критика и хуманизъм“ (Ненова, Коцева, Димитрова 2024).

Актуалността на темата за любовта и интимността се предопределя не само от нейната екзистенциална всеобхватност, но и от специфики на съвременната култура, които предполагат интерпретирането ѝ като част от рефлексивен проект за себе си (Giddens 1991), от публична интимна сфера, основана на демократичния компромис (Giddens 1993; Beck, Beck-Gernsheim 1995; Kaufmann 2010; De Singly 2003), или като видима изява на Аза през секуларни ритуали и на фона на различни пространства за консумация (Illouz 1997).

⁴ Вж. например книгата на Миглена Николчина, посветена на любовта в литературата на Средновековието и Ренесанса (Николчина 2014) или философското есе за любовта „Поетика на любовта“ на Валери Стефанов (Стефанов 2016).

Теорията за любовта на Никлас Луман (Luhmann 1986) дава пример именно за това как може социологически да бъде анализирано културното конструиране на любовната емоция, което е натоварено със задачата да разреши социалната неопределеност на интимните отношения и в този смисъл да позволи на онзи, който се посвещава на любовта, да формулира, изрази, симулира, припише на други или отрече чувства и да се приспособи към последствията от подобна комуникация. Авторът подчертава, че любовната семантика съществува като модел, който е наличен още преди да се обвържем, а любовните идеали създават структура на очакванията, която обуславя появата и разпада на любовното чувство и в голяма степен е част от специфична социална система. Една от централните хипотези на социологията на Луман е, че всяка семантична форма се появява сред социокултурни сътресения – като техен резултат, но и същевременно подготвяйки бъдещи промени. Така например според него семантиката на романтичната любов, зародила се през XVII век, е позволила да се помият домашното и сексуалността в рамките на брака там, където семантиката на страстната любов, доминирала преди това от XV до XVII век, ги е възприемала като стриктно разделени, а чувствеността е била мислена като съществуваща единствено извън брака, през трансгресията на домашното. От друга страна, желанието и изборът, станали по-значими като първични мотиви за брак в края на XVIII и началото на XIX век, са благоприятствали разрешаването на противоречието между нарастващата индивидуализация и ограничения избор на брачен партньор (за по-детайлен анализ на тези исторически трансформации вж. Luhmann 1986; Muchembled 2005). През XVIII век се наричат романите, в които героите представят страстта си като своя природа и в името на тази природа въстават срещу моралните конвенции на обществото (Luhmann 1986: 143). Романтичната вълна утвърждава принципа на индивидуализация чрез любовта. Въпреки че сред изследователите няма консенсус откога точно датира първата проява на романтична любов, всички те са съгласни, че именно това е характерната за модерното общество форма на любов. За антрополога Хелън Фишер (Fisher 2006) романтичната любов дори е универсално чувство. Тя прави това заключение, след като събира със свои колеги доказателства за съществуването на форми на романтична любов в повече от 150 общества, включително и в най-древните цивилизации, като шумерската например.

Най-общо можем да кажем, че разработките върху историята на любовта и произхода на любовното чувство се развиват в две перспективи: първата разглежда любовта като универсално чувство с трансисторически и транскултурен характер; втората я мисли като огледало за определени социално-исторически процеси, следователно като ситуирана във времето и пространството. Социологическият подход в тази книга прилага втората перспектива и макар да възприема любовното чувство като общовалидно, се интересува както от доминиращите модели в различни исторически епохи, които оформят неговото въображаемо и практики сред по-голямата част от хората, така и от социално-историческите основания за тяхната замяна с нови доминиращи модели.

Така например обусловени от индивидуализиращата роля на романтичната любов като модерната форма на любов, интимните практики ще отразяват желанието на индивида за неговата прогресивна еманципация от социалния контрол, за утвърждаването на „нова афективна реалност“, приписвана на „триумфа на индивидуалната свобода“ (Fournier 1992). В този контекст още през 80-те години на XX век Луи Русел (Roussel 1986) установява, че загубата на общо доверие към важните за модерността ценности като прогреса и бъдещето също играе роля в актуалните промени при любовните практики. Съвременното общество, пренебрегнало всяка сигурност и всеки дългосрочен проект, гледа на новостите първо с очите на консуматор, любопитен към промяната, който днес е съблазнен от едно, а утре е разочарован и го изоставя. Русел подчертава, че на това да се провъзгласяваш за влюбен вече не се гледа с толкова добро око, а по-скоро се счита за проява на известна социална наивност и неадекватност. Подобно превръщане на любовта в клише ще бъде аналитично разгърнато и в тази книга, в частта, посветена на популярната култура и моделите за интимност, които тя изгражда (вж. Трета глава).

Разбирането за тази нова индивидуалност изисква от всеки човек да се реализира напълно, да „бъде преди всичко себе си“, да е във връзка със собствените си цели и намерения, автономен, отвъд всякакви форми на зависимост. В това се крие и основното противоречие – как да се изгради връзка между двама, която да съчетае желанието за заедност (неизменна част от идеала за връзка) и императива за индивидуална свобода и лично щастие? Както отбелязва Зигмунт Бауман (Bauman 2005), любовните отношения са именно областта на човешка опитност, в която „втечеността“ на живота се изразява в цялата ѝ сила и е изживяна по най-болезнения начин. От една страна, казва той, в един нестабилен свят, пълен с неприятни изненади, всеки има нужда от лоялен и отдаден партньор. От друга страна обаче, отново всеки е уплашен от идеята да се обвърже, да не говорим за това да се обвърже безрезервно. Така желанието да се изживее истинска и дълбока любов е съчетано с противоположното искане тази любов да може да бъде отзована във всеки момент.

Акцентът върху себеосъществяването е проблематичен, доколкото ценността на Аза продължава да зависи от оценката на другия. Това предполага и развитие на нови специфични стратегии за търсене на „валидация“ в любовта, какъвто термин употребяват днес младежите. Тези стратегии ще бъдат разгледани по-подробно в частта, представяща конкретни дигитални практики сред респондентите от емпиричното изследване (вж. Четвърта глава), както и в частта, която представя полови ролеви модели в съветите на българските дигитални инфлуенсъри (вж. Пета глава).

Разкъсването на влюбените между нуждата да останат свободни и верни на себе си и нуждата от заедност във връзка провокира Франсоа Фурние да говори за нов вид любов, която вече не се изгражда по образа на романтичния идеал. Съвременният период е маркиран от разпад на романтичните репрезентации на любовта, което според него може да се обясни със следните фактори: деле-

гитимация на модела на сливането, критика към разбирането за любовта като фундамент на идентичността и условие за щастието, позитивна репрезентация на живеенето сам, преобръщане на идеята, че любовта към другия е условие на любовта като уважение към себе си (идеята днес е, че трябва да се обичаш, преди да можеш да обичаш друг, а не обратното), и преувеличаване на ролята на сексуалното желание и еротиката (Fournier 1992). Според Фурни невиджаният и радикален култ към личната автономност се развива в специфичния контекст на навлизане на политиката в частното пространство, при което идеите за свобода, равенство и демокрация започват с пълна сила да бъдат прилагани към междуличностните отношения – нещо, което от своя страна предполага и че всяка форма на страдание в тези отношения трябва да бъде изключена (Пак там). Настоящият анализ също ще покаже, че макар да не е изчезнал, самият романтичен модел вече не е доминиращ за съвременното европейско общество и в частност за България. По-конкретно подобен преход от романтичен към нов, постромантичен модел в репрезентациите на любовта и интимността ще бъде разгледан подробно чрез примери от популярната култура – филми, сериали, песни, любовни романи и други (вж. Трета глава), както и чрез приложения за запознанства във виртуалната реалност (вж. Шеста глава).

Ева Илуз, защитник на тезата за институционалната предопределеност на любовта, определя подобни трансформации като настъпването на края на „омагьосаната любов“, подтиква хората към ирационалното, разтърсвала живота им и възприемала обекта на любов като единствен и безценен. Тя прави паралел между „разомагьосването на любовта“ и описаното от Макс Вебер „разомагьосване на света“ като процес на рационализация, присъщ на модерността, при който представите за познание и наука слагат край на всяка възможност да се запази публичната легитимност на вярата. Трудовете на Илуз са посветени предимно на разкриването на социално-историческите фактори за тези трансформации в любовта. Най-общо тя очертава капитализма като специфичен институционален контекст, в който икономическите отношения са станали дълбоко емоционални, докато интимните отношения все повече се определят от икономически и политически модели на договаряне, обмен и справедливост. Според нея мъката в любовта не е свързана толкова с индивидуална отговорност, а е резултат от институциите, които структурират емоционалния живот. Макар любовта често да е тема, игнорирана от социологическите изследвания, според Илуз тя всъщност е колективна арена, в която се проявяват социалните разделения и културните противоречия на капитализма и в този смисъл може да бъде обсъждана във връзка с публични ритуали, социални конфликти, полови или класови отношения (Illouz 1997).

От една страна, на индивидуално ниво, отбелязва Илуз, съществува проблемът за признанието. В съвременното общество признанието на личната идентичност е станало по-важно от признанието на социалния статус например, което означава, че сексуалността и любовта се оказват основни съставки на оценката за себе си. „Свободата да обичаш“ се свързва със зависимостта на

Аза от интимните отношения за изграждането на усещането за лична значимост (Illouz 2012). Това от своя страна води до избуяване на специфична терапевтична култура, която предлага книги, видеоклипове, обучителни семинари за самопомощ, които да възпитават предимно увереност в себе си и в собствените си чувства у един крайно нестабилен и фрагментиран късномодерен Аз. Тази ситуация поощрява и развитието на съвременната психология, която на свой ред свежда любовта до ключови понятия: несъзнаваното, сексуалния нагон, оцеляването на вида или просто химия, но и патологизира любовната мъка като недопустим симптом, появил се в ранното детство и дължащ се на дисфункции или на недобро себепознание, убеждавайки индивидите, че единствено те носят отговорност за нещастieto в романтичния и еротичния си живот (Пак там). Като специфичен пример от български контекст анализът ще проследи съветите на подобна терапевтична култура в лайфкоучинг семинар, посветен на търсене на любовната половинка, във водеща мачмейкинг агенция в София и в две специфични общности: едната – на майсторите свалячи („пикап артистите“), другата – на българските дигитални инфлуенсъри (вж. Пета глава).

Докато в романтичната традиция сексуалната възбуда е била сублимирана и поради това е легитимна в сценария за „любовта от пръв поглед“, днес любовта от пръв поглед се възприема като предлог за онова, което вече може да бъде признато открито, а именно сексуалното желание, отбелязва също Илуз. Това от своя страна предполага, че любовта и сексът сега могат да формират основите за отделни и паралелни разкази за живота (Illouz 1997). Дерегулацията на сексуалния и любовния пазар, освобождаването на нравите, трансформацията на отношенията между мъжете и жените и консумеризмът са основните фактори, които предопределят водещата динамика на вкуса при избора на партньор. Тя предполага по-отворено сексуално състезание и по-наситени съперничества на новите пазари за интимни срещи (Illouz 2012). Именно ролята на пазарната логика за откъсването на сексуалността от любовта и за културния възход на „освободената сексуалност“ чрез силното влияние на медийната, рекламната, модната или порно индустрията води до процъфтяването на саморегулиращите се пазари за срещи (сексуални полета).

Тези сексуални полета се развиват на фона и на един друг фактор за рационализация на любовта, който е от техническо естество. Според Ева Илуз превръщането на секса в пазарна стока в онлайн пространството допълнително провокира дерегулацията на любовния пазар, тъй като самият интернет помага да бъдат оценени и тествани най-голям брой партньори и в този смисъл той е технология на рационалния избор (Illouz 2012). Най-общо, според нея, става въпрос за превръщането на серийната сексуалност в източник на социален статус за мъжете и паралелно – за ерозия на традиционните източници на статус като семейството или работата. В резултат старите неравенства между половете се пресъздават в тези нови пространства (Illouz 2007), а асиметрията е свързана със символно насилие при модерната любов, при което предимно мъжете държат правата върху признанието и обвързването (Illouz 2012). Подобни заключе-

ния ще бъдат частично оспорени за съвременния български контекст в анализа, посветен на представянето на „мъжката“ и „женската“ гледна точка върху интимността и връзките в дигиталното пространство (вж. Пета глава), както и в частта за популярната култура и нарастващото значение на постромантическия модел за любов и интимност (вж. Трета глава).

Емпиричните изследвания относно конкретни интимни практики днес, включително и настоящият труд, най-често реферират към понятието на Антъни Гидънс за „чиста връзка“, с което той описва започващата да се променя още през 80-те години на XX век интимност. Идеализираната от края на XVIII век романтична любов според Гидънс е „феминизирана любов“ (Giddens 1993: 43), свързана с майчинството, мекотата и сексуалното убеждение – умения, приписвани на нормативната женска личност. „Чистата връзка“ идва постепенно да замести романтичната любов, като задълбочава някои от нейните обещания: съвременният идеал за връзка е всъщност преследването на отношение на стриктно сексуално и емоционално равенство (Пак там). Гидънс показва как личният живот се превръща в отворен проект, рефлексивно организирано начинание за конструиране на себе си, като говори за „пластична“ сексуалност, освободена от нуждите на възпроизводството, както и от дълго просъществуващите социални форми на преобладаващ мъжки опит.⁵ Отново в терминологията на Антъни Гидънс „чистата връзка“ обозначава ситуация, при която социалното отношение съществува заради самото себе си – връзката продължава единствено при положение че и двамата партньори смятат, че тя дава достатъчно удовлетворение на всеки от тях. Това предопределя нов тип любов, свързана с отварянето към другия, активно и в опозиция на романтичната любов, която говори за „избрания“, единствен и неповторим любим/любима. Тази любов отстоява представи за равенство между двата пола по отношение на емоционално отдаване и получаване, т.е. отвежда към нов поглед върху пола и към демократично възприемане на интимността. Днес индивидите търсят не толкова идеалния партньор, колкото перфектната връзка, доколкото тя е в унисон с трудната работа по конструиране на идентичността, осъществена до момента от тях. Любовта започва да се основава на търсене, при което индивидът цели да утвърди своята личност благодарение на откриването на другия. Трансформацията на интимността, за която Гидънс говори, е следствие от редица социални промени в областта на сексуалността, включително масово достъпните възможности за контрол върху раждаемостта, сексуалната революция, откъсването на сексуалността от въпроса за възпроизводството и др. И докато преди жените са използвали сексуалността като средство за контролиране на бъдещето си и ангажиране на мъжете в сериозни връзки, то в новия контекст видовете интим-

⁵ Вж. „Мъжкото господство“ на Пиер Бурдийо и неговия анализ за социалните отношения между половете, който търси да обясни причините за предетерминирани роли и доминацията на мъжете (Бурдийо 1998).

ни връзки, достъпни за жените, се разширяват. Функцията на сексуалността се явява една от ключовите разлики. При романтичната любов сексът е второстепенен спрямо рефлексивния разказ за мистична съпричастност, а сексуалното удовлетворение се мисли за гарантирано именно заради силата на романтичната връзка. В налагащия се модел на „чистата връзка“ женското сексуално желание, редом с мъжкото, се възприема като основен компонент на живота заедно (Giddens 1993: 67). Гидънс отбелязва изместването на езика и практиките на интимността от любовта и семейството към „връзката“ като по-неустойчива форма на интимност, която вече не е задължително организирана от нормата на хетеросексуалността или моногамията (Пак там: 63).

Подобни теории очертават съвременните проблеми пред дигитализираната интимност в перспективите на по-широки социални дебати, които идеологически означават края на периода на романтичната любов като доминираща форма за осмисляне и изразяване на чувствата, и променят представите за взаимоотношения, полови роли, степен на индивидуална въвлеченост в отношенията, начин за изява на идентичността чрез връзката и т.н. Специфичният контекст на социализация на младежите в хибридно онлайн и офлайн пространство предполага необходимостта от контекстуализиране на полето на любовта и интимността спрямо глобални тенденции, които днес много по-бързо и безпрепятствено навлизат като представи и поведенчески модели чрез новата медийна среда. В този смисъл настоящата книга се явява естествено продължение на социално-историческите прочити на любовта в български контекст, каквито например можем да видим в сборника „Любовта при социализма“ (Колева 2015) и в изследването на Татяна Коцева и Дора Костова „Младите хора и интимността в условията на социална промяна“ (Коцева, Костова 2007). Въпросните публикации свидетелстват за обвързването на любовта и интимността с конкретна идеология, за наличието на допустим репертоар от предбрачни и брачни отношения и за доминиращи стилове на осмисляне и изразяване на чувствата.

В следващата глава ще направя кратък исторически преглед на конкретни представи за любовта и интимността, избрани спрямо други с точно определената цел да дадат исторически контекст на формирането на широко разпространени репрезентации и практики у съвременните младежи в България. Тази част от изследването цели схематично да разгърне пред читателя идеите, които обосновават въпросните представи за любов във времето, и паралелно с това да илюстрира идеологизирането на прочитите на любовта в различни контексти. Този подход ми се струва важен с оглед на необходимостта от критично осмисляне, особено спрямо най-съвременните форми на изяви на любовта. За периодите, за които са налични, главата представя данни от количествени изследвания на предбрачните взаимоотношения в страната с цел да покаже взаимната обусловеност на идейните и социално-историческите трансформации.

ВТОРА ГЛАВА

СОЦИАЛНО-ИСТОРИЧЕСКИ ПРОМЕНИ В КРИТЕРИИТЕ ЗА СЪОТНАСЯНЕ КЪМ ЛЮБОВТА

Една от основните предпоставки, от която тръгва това изследване, е, че през всички исторически епохи съществуват различни форми за осмисляне и конкретна изява на любовта и интимните практики, като предпочитането на едни форми пред други е въпрос на личностен избор. В този смисъл трудно можем да говорим за тяхно еволюционно развитие. Това обаче, което видимо се променя във времето, са репрезентациите и практиките, които доминират в обществото, като едновременно отговарят на духа на времето и го задават. Защото, както вече са установили редица изследователи, различни култури и епохи поставят човека пред разнообразни идеали за интимна връзка (Furman, Simon 1999), които се превръщат в норма (Ferris et al. 2007), биват интериоризирани (Franiuk, Cohen, Pomerantz 2002) и стават когнитивни конструкции, разкриващи общи очаквания от идеалното любовно отношение (Furman, Simon 1999). Тези идеали дават критериите за оценка на партньора и връзката, регулират я и влияят върху развитието ѝ (Fletcher, Simpson, Thomas 2000; Hefner, Wilson 2013). Те са създавани едновременно „отдолу“ като част от индивидуални или групови решения в контекста на различни социални трансформации, но и „отгоре“ – като културни „програми“ и социални скриптове, независимо дали институционализирани или не.

Примерите, които ще приведа тук, не целят изчерпателност – нито времева, нито географска. Те служат на изложението за илюстрация на три основни типа отношение към любовта и интимността, свързани с различни критерии, през които се оценява „правилната“, „истинската“, „добрата“ интимност, а оттам и на исторически обосновани форми на контрол и дори репресия върху други модели, маргинализирани в даден културно-исторически контекст.

Бих казала, че търсенето на универсален критерий е задължителна съставка за онази пълнота, която индивидите първоначално задават като очакване за идеален любим и идеална връзка. Въпросът, свързан с културните промени, е спрямо какъв критерий те поставят своя идеал за любов – спрямо Истината, Божията любов, собствените чувства, представата за себе си, някаква форма на демократично равенство или нещо друго. Според едни представи за любовта критерият може да бъде мислен по-скоро отвъд двамата влюбени, еднакво силен и задължаващ за всеки един от тях. Такъв пример е платониче-

ското, неоплатоническото и християнското понятие за любов и в голямата си част понятието за любов в патриархалната култура. Според други представи основен критерий за съотнасяне са чувствата (на единия или на двамата). Пример за това е романтичната любов, свързана с индивидуалното чувство на любов като романтично бленувано условие за брачни и сексуални взаимоотношения. В основен критерий могат да се превърнат и демократичните идеи за равенство и справедливост. Това е ясно видимо при разгърнатите в цялата книга идеологически и практически измерения на „чистата връзка“ в съвременен контекст.

Уговорката, която би следвало да се направи, е, че анализът остава изцяло в европейска перспектива и няма претенции да обсъжда разнообразни културни форми на изява на любовта по света. Нещо повече, рамкираните тук типове отношения към любовта са избрани спрямо други с точно определената цел да дадат историческия контекст именно на процесите на дигитализация на любовта сред българските младежи. Неслучайно акцент се поставя върху християнската представа за любов като основа на европейското и в частност на българското светоусещане векове наред (и която впрочем и днес служи на различни социални групи като силна идеологическа референция за нормативност, спрямо която често се конструират колективни идентичности); върху романтичната представа за любов като доскоро доминиращ модел за обяснение и преживяване на чувствата, свързан изключително с процесите на индивидуализиране; и върху комунистическата и неолибералната представа за любов като модели, които в голяма степен обвързват интимността с политическите си разбирания за равенство, еманципация и справедливост.

Макар и да са търсени конкретни примери от предбрачния интимен период, не за всеки социално-исторически контекст е възможно те да бъдат конкретизирани извън идеята за брака, съответно бракът често присъства като основна нормативна рамка в описанието.

Подобна историческа перспектива ми се струва важна, защото има потенциала да покаже как новите социални, медийни и изобщо културни условия, в които днес е поставен любовният опит, оказват влияние върху формите на изразяване и преживяване на интимността. Както и обратното – как доминиращите представи за любовта и интимността, които индивиди или групи отстояват, пренареждат йерархията на различни съвременни социални проблеми. Следва също така да се отчете, че ценностното натоварване на самата идея за любов също търпи промени през различните епохи или култури в рамките на една и съща епоха – в едни периоди е върховна ценност, а в други е обвита в скепсис. Както и че подобно на всяка история, могат да се определят повратни моменти, в които една господстваща представа за любовта и интимността може да бъде изместена от друга.

В търсене на Истината

По-ясни и подробно анализирани писмени сведения за древните представи за любовта в европейски контекст имаме за Древна Гърция. Любовта е свързана с няколко различни чувства – ерос (любов, страст), филия (приятелство, обич), сторге (привързаност, семейна любов), агапе (Божествена, безусловна любов, любовта към ближния), всяко от които с различни емоционални специфики и интензитет. Във всички случаи любовта е пряко свързана със свободата. Както отбелязва Николай Гочев, в античната литература няма нито един случай, при който роб да е бил представен като влюбен. Робът може да има положителни качества като интелигентност, смелост, добро възпитание и вяност, но не и да бъде влюбен, защото именно любовта е способна да го изведе от състоянието на робство и да го направи свободен (Гочев 2015). Според Платон интересът на роба е винаги към разхвърляни и несвързани неща – тела или души, отделни знания или отделни занимания, докато свободният се интересува от цялостността и причастността на нещата към Красивото, в резултат на което не е изкушен да следва сенки, т.е. отделни неща, които са несвършено причастни към него. Поради тази му причастност към Красивото, а оттам и към Истинното, всичко, което прави, ще бъде красиво, а той – свободен.

Античността оформя няколко модела на любов: асиметричният модел между влюбения и обичания с фокус върху желанието и еротиката; модела на брачната привързаност у Омир (Хектор и Андромаха в „Илиада“, Пенелопа в „Одисея“); модела на любов, която извежда влюбените към по-високи цели и придобива мистични очертания.

Различни визии за любовта са представени и в диалога „Пир“ на Платон (2015), обикновено датиран малко след 385 г. пр.Хр. и съставен от речите на няколко говорители, които обсъждат каква е ползата да се почита Ерос и да се практикува любовта. Именно този диалог е повлиял изключително върху европейската идея за любов и по-конкретно – върху тази за любовната двойка. Преразказвайки речта на аркадската жрица Диотима, героят Сократ, който в Платоновите диалози е носител на Истината, изразява позиция, която дава начало на платоническата концепция за любовта. Преминала през по-късни неоплатонически интерпретации, тази концепция започва да се отъждествява с идеалната, надмогнала плътските желания любов.

Благата, които носи любовта, според участниците в диалога, са свързани с удоволствието, по-малко телесно, в по-голяма степен удоволствие от допира на душите, от приятелството. „Това са блага държавнически (че е хубаво в държавата да има приятели – за самата държава е добре); или културни (хората да общуват помежду си по възвишен начин, да се възпитават един друг в разни добродетели); или цивилизационни (че любовта подтиква хората да създават красиви неща във всички области на живота; да кажем, да пишат хубава поезия)“ (Гочев 2013).

Според представите на Федър и Павзаний, изложени в „Пир“, любовта е пряко свързана с доброто съотношение изобщо между елементите. Аристофан

от своя страна обвързва любовта с желание и копнеж, разказвайки историята за хора с четири крака, четири ръце и две лица, които някога били разрязани от боговете и затова търсели изгубената си половина. За него любовта е търсене на единение, възстановяване на първичното единство между двама души, които в началото били едно същество, но впоследствие били наказани и разделени на две половини. Оттам и идеята за сродната душа – намирането на сродната душа води до повторно съединение и осъществяване на любовта.

В речта на Сократ Ерос е свързан едновременно с желанието и с липсата. Любовта е недостиг и желание да притежаваш нещо вечно (за Платон – устрем към Красивото), влюбеният е и нещастен, и търсец безсмъртие. Любовта е липса на пълнота и стремеж към онова, което човек желае – любов към идеите.

Ерос е наречен даимон, дух, който не е бог, но притежава свръхестествени сили, той не е нито смъртен, нито безсмъртен, нито красив, нито грозен. Ето защо любовта при Платон изразява човешкото условие в неговата основна дуалност и е свързана със самото движение от не-божественото към божественото, път за изкачване, който позволява да се осъществи единство между личната идентичност и идеята за Красивото в неговата универсалност. Диалектиката на любовта помага на този, който обича, да премине от любовта към красивите тела към любовта спрямо душата, за да достигне Красивото – това Красиво, което се превръща за душата в неизчерпаем източник на вдъхновение. Краят на пътя е съзерцанието на Красивото, от обичания и от обичашия. Така любовта в „Пир“ се оказва метод, който ориентира душата в съзерцанието на идеите, т.е. има ролята на посредник.

Още в древността можем да видим разнообразни отговори на въпросите за любовта и интимността, които, както споменахме, представляват резултат от ценностни критерии за съотнасяне. Така например в своята дидактическа поема „За природата на нещата“ (Кар 1950) древноримският поет и философ Тит Лукреций Кар от I век пр.Хр., последовател на Епикур в материалистическите му схващания за човека и обществото, говори с ужас за любовната страст, свързана със зависимост и страдание, и съветва да се избягват нейните капани чрез отдаване на множество любви. Един век по-късно Овидий, почитател на Лукреций, пише „Изкуството да обичаш“ (Ovide 2016 [2]) – дидактическа поема, в която предоставя поредица от съвети за любовните отношения. Тя представлява инициация към изкуството на любовта и предимно към съблазняването. Текст, който поощрява хитростта в завладяването на любимия, като говори не за чувства или нежност, а за практически насоки за успех в отношенията. Съдържа съвети за мъжете: къде да намират жени, как да ги ухажват, как да поддържат любовта и т.н. Както и конкретни предписания – например как да предпочитат обещанията пред подаръците, защото излиза по-евтино, как да бъдат откраднати първи целувки, как да се толерират няколко съперници без прояви на ревност и да се прощават малките изневери, как да се крият и отричат собствените изневери, как да се грижат за физическото удоволствие на партньорката и т.н. Включва и съвети за жените относно съблазняването на мъжете – чрез прическа, грим,

облекло, поведение, включително и чрез игра на светлосенки, която да ги представи по най-добрия начин по време на сексуалния акт.

За да се завърнем към трансцендентния критерий за любовта в Античността, можем да споменем и трудовете на египетския философ Плотин, който основава философското течение на неоплатонизма. Доразвивайки идеите на Платон, в своите „Енеади“ (Плотин 2005) той твърди, че мястото на Ерос не е в душата, както при Платон, но в Единия, без когото нищо не съществува. Еросът се разпръсква, когато Единият се обръща към Себе Си и с това движение създава, без Той Самият да се обезсилва, тоталността на реалността, която произтича от Него. Любовта следователно е едновременно източник на всичко създадено, произтичащо от Единия, и двигател на промяна у всяко нещо като стремеж към Него, като любов към Доброто – защото всичко търси Доброто като естествена необходимост, без която нищо не може да съществува (Pigler 2002). И докато при платоническия интелектуализъм целта на любовта е да отведе душата до Красивото, за да изчезне в полза на съзерцанието му от интелекта, при Плотин е точно обратното – любовта не е метод, а динамика, сила и живот. Тази динамика е преливането на Единия, което структурира умопознавателния свят и трансформацията на всичко към Доброто. Любовта му е източник на съществуващото, онова, което свързва всички помежду им, както и източник на промяна чрез силата на желанието за Доброто. Източник на промяна, защото отразява отношението на създанието към своя Създател – всяко създание желае и обича Онзи, Който го е създал. Тоест любовта за Плотин структурира умопознавателния свят.

Тракийското наследство по българските земи е свързано с легендарния Орфей и с една много по-ранна любовна история от историите за Тристан и Изолда, Ланселот и Гуиневир, Ромео и Жулиета и други, които са станали емблематични за западната култура, превърнали са се в част от вариативно творчество с множество интерпретации и са представяни и до днес от различни изкуства. Митът за Орфей и Евридика, разпространен от древните елини и познат на широката публика, говори за изкушението на Орфей да погледне назад към своята любима, докато я извежда от света на мъртвите, като тази негова слабост я праща завинаги в подземното царство на Хадес. Други източници обаче предлагат съвсем различна версия, която в много по-голяма степен съответства на образа на Орфей в традицията на тракийския орфизъм и е по-близка до интерпретацията на любовта в платонизма и неоплатонизма. Според нея, именно владеейки тайните на вярата, Орфей успява да изведе Евридика от смъртната сянка и да я направи своя съпруга (Томашова-Иванова 2019).

Християнската доктрина е тази, която в пълнота ще утвърди идеята за мъжко-женската любов в огледалото на трансцендентния критерий на Божията любов, свързан с три измерения: да обичаш Бога, себе си и другия като себе си. В този смисъл мъжко-женската любов е само част от идеята за Любовта, онази любов, която е пряко свързана с вярата, „която Христос хвалеше“ (Маринов 2016), но както ще покажем по-долу, интимната любов между двама души следва да отразява в частност идеята за любовта между човека и Бога.

В определяните като „химн на любовта“ думи на апостол Павел в „Първо послание на свети апостол Павел към Коринтяни“, 13 глава от Библията, можем да проследим именно тази идея за любовта като виждане на Създателя като всичко във всичко:

Любовта никога не отпада, а другите дарби, ако са пророчества, ще престанат, ако са езици, ще замлъкнат, ако са знание, ще изчезнат./ Защото донейде знаем и донейде пророчествуваме;/ но, кога дойде съвършеното знание, тогава това „донейде“ ще изчезне./ Когато бях младенец, като младенец говорех, като младенец мислех и като младенец разсъждавах; а като станах мъж, оставих младенческото./ Сега виждаме смътно като през огледало, а тогава – лице с лице; сега знай донейде, а тогава ще познай, както и бидох познат./ А сега остават тия три: вяра, надежда, любов; но по-голяма от тях е любовта (1 Коринтяни 13: 8–13⁶).

От този трансцендентен и за двамата влюбени критерий произтичат представи, които ще се превърнат в основа на идеалите в европейската брачна култура в продължение на векове: за различните, но равнопоставени благодати на мъжкия и женския пол, за моногамията, за консенсусния брак за цял живот, за верността между влюбените, за трайното единство и свещения съюз, за семейството като проект и като най-малката социална единица. Отново според думите на апостол Павел:

Любовта е дълготърпелива,/ пълна с благодет, / любовта не завижда,/ любовта се не превъзнася,/ не се гордее,/ не безчинствува, не дири своето,/ не се сърди, зло не мисли,/ на неправда се не радва, а се радва на истина;/ всичко извинява, на всичко върва, на всичко се надява, всичко претърпява (1 Коринтяни 13: 4–8).

Контекстът на Новия завет ясно показва конкретно идеята за любовта в брака като отражение на любовта на Христос към църквата и към човешката душа-съпруга:

Вие, жените, покорявайте се на мъжете си, като на Господа,/ защото мъжът е глава на жената, както и Христос е глава на църквата, и Той е спасител на тялото./ Но както църквата се покорява на Христа, така и жените да се покоряват на мъжете си във всичко./ Вие, мъжете, обичайте жените си, както и Христос обикна църквата и предаде Себе Си за нея,/ за да я освети, като я очисти с водната баня чрез словото;/ за да я представи на Себе Си славна църква, която няма петно, или порок, или нещо подобно, но да бъде света и непорочна./ Тъй са длъжни мъжете да обичат жените си, както обичат телата си: който обича жена си, себе си обича./ Защото никой никога не е намразил плътта си, а я храни и съгръзва, както и Господ – църквата,/ понеже ние сме членове на тялото Му – от плътта Му и от костите Му./ „Затова ще остави човек баща си и майка си и ще се прилепи към жена си, и ще бъдат двамата една плът“./ Тази тайна е велика; но аз говоря за Христа и за църквата./ Тъй и всеки един от вас така да обича жена си, както обича себе си, а жената да се бои от мъжа си (Ефесяни 5: 22–33).

⁶ Всички използвани цитати от Библията са според синодалното издание на Българската православна църква от 1993 г.

Но все пак нито мъж без жена, нито жена без мъж бива в Господа./ Защото, както жената е от мъжа, тъй и мъжът е чрез жената, а всичко е от Бога (1 Коринтяни 11: 11–12).

Обикновено именно тези цитати от Евангелието се дават днес като пример за установяването от страна на християнската доктрина на патриархално господство и легитимиране на подчинената роля на жената. Подобни четения обаче противоречат на контекста и виждат в утвърждаването на „мъжка“ и „женска“ благодат форми на неравенство, защото определят равенството като взаимозаменяемост, а не като равнопоставеност на различни елементи, които заедно изграждат едно благодатно цяло (в християнски контекст – стават една плът).

За целите на анализа тук трябва да се отбележи, че християнската идея за мъжко-женската любов – такава, каквато е описана в „Песен на песните“ от Стария завет, в посланията на апостол Павел от Новия завет и в други части от Библията, макар и често да е съотнасяна като „традиционна“ за българското общество – никога не е била масова или цялостно определяща за социалната система като практики, още по-малко днес. Наблюдават се по-скоро различни форми на придаване на смисъл, които често са свързани с колективно признати за „ценни“ и „традиционни“ символи, днес много често мобилизирани политически от различни националистически или консервативни партии в страната, макар и изпразнени от първоначалното им съдържание. Същевременно е важно да споменем основни постулати на християнската идея за мъжко-женска любов поради факта, че векове наред християнството е рамкирало идеалите за любов и интимност не само в България, но и в цяла Европа – дори и като норма, спрямо която са се разграничавали други, алтернативни форми. Така например християнството се използва като референт не само за „традиционната“ българска култура, но и в контекста на актуални дебати относно правата върху тялото на жената, половата идентичност и т.н.

Освен с *израстването на личността* и откриването на вложения в нея образ и подобие Божие, християнската любов е пряко свързана и с идеята за *подчинение* или, както показва самата дума, с това да влезеш под властта на „чина“ на някого (жената – под чина на мъжа си, мъжът – под чина на Христос). Това е част и от концепцията изобщо за неповторимост и незаменяемост на любимия/любимата като специфичен „чин“ в едно благословено цяло:

Възлюбеният. Каквото е крин между тръне, това е моята възлюбена между момите./ Възлюбената. Каквото е ябълка между горски дървета, това е моят възлюбен между момците. Под сянката ѝ обичам да седя, и плодовете ѝ са сладки за гърлото ми./ Той ме въведе в къщата за пируване, и знамето му над мене беше любов (Песен на песните, от Соломона 2: 2–4).

Основополагаща характеристика на любовта е и *жертвата* – най-общо отиване отвъд себичността и задоволяването на собствените плътски нагони и егоистични желания, за да се търси чрез любовта утвърждаването на най-доброто у другия. В този смисъл християнската любов е воюваща – тя се бори за извеждането на другия от измеренията на заблудите и на смъртната сянка.

Тя не е безусловна, а под условие – в Завет с Бога и в изпълнение на Божиите заповеди за добруването на човека.

Това на свой ред обуславя и представата за любовта като *раждаща* – тук не говорим задължително за раждането на деца (макар това да се възприема като благословение и знамение за семейството), а в много по-голяма степен за раждането на нещо качествено ново, което носи и същевременно надхвърля съставните си единици: „Затова ще остави човек баща си и майка си/ и ще се прилепи до жена си, и ще бъдат двамата една плът; тъй че те вече не са двама, а една плът“ (Марк 10: 7–8). В този смисъл християнската любов е ревнива към това, с което се съединява.

Подобни определения за любовта в християнското учение ясно определят и недопустимите прекрачвания на границите на тази любов: *духовна леност и неспазване на Божествените закони* (като изневеря спрямо израстването на личността); *блудство и прелюбодееие* (като изневеря спрямо чина на единствения съпруг/съпруга); *плътска похот и разпътство в себичност* (като изневеря спрямо жертвоготовността, пряко свързана с цената на любовта); *мъжеложство* (хомосексуални практики) и *скотоложство* (сексуални практики с животни) (като изневеря спрямо вложените от Създателя характеристики на половете и спрямо естествения раждащ потенциал в любовната двойка).

Както вече стана ясно, християнската концепция за любов между мъжа и жената е отражение на триизмерната представа за любов – любов към Бога, към ближния и към себе си, частите на която са невъзможни за изпълнение отделно една от друга. Неслучайно делото на любовта минава както през единичното израстване на личността, така и през отношението към социалното. Или според трактовката на Владимир Соловьев (Соловьев 2002 [1894]) смисълът на любовта не може да бъде определен извън извеждането ѝ на по-високо общностно ниво, тъй като под смисъл на някакъв предмет се разбира именно връзката му с всеобщата истина.

Така бегло схематизирана тук, християнската концепция за любовта е на практика по-скоро алтернатива спрямо разбиранията, доминиращи в различни исторически епохи. Въпреки това може да се каже, че християнските идеи захранват куртоазната и рицарската традиция, а впоследствие и част от представите за романтична любов – като незаменимо, облагородяващо чувство на преодоляване на егоизма и отдаване на живота заедно, както и на творческа потенция.

Християнският идеал за любовта, най-често в неговата „традиционализирана“ версия (използвана предимно за символна легитимност), за дълъг период от време, включително и до днес, е рамка за осмисляне на интимния опит в България. Патриархалната семейна идеология на българската традиционна култура има за своя висша цел женитбата и продължаването на рода, които се свързват пряко с благословието и благополучието в живота, а това на свой ред създава културни критерии, през които да се разбират категории като пол, възраст, социален успех. Петко Христов (Христов 2019) говори за ясна нормативност, свързана с времето за предбрачна любов – превръщането на момчето в „ерген“

и на момичето в „мома“, като това време зависи както от възрастта, така и от останалите деца в семейството, защото се предполага, че те минават през периода на съзряване в последователността на появата си на този свят. Непристойното предбрачно поведение е грях, който обаче не остава строго индивидуален, а се пренася към цялото семейство и може да попречи на други негови членове в предбрачната и брачната социализация. Предбрачното общуване се развива на две нива, отбелязва Христов – както на ниво на ритуалите от празнично-обредния цикъл (коледуване, маскарадни игри, лазаруване, кумичене и др.), така и във всекидневните нормативни практики на публично общуване между младежите (на хорото, седянката, тлаката). Става въпрос за организирана любовна игра. Свободата на общуване между мъжете и жените е в строго регламентиран символен контекст: „Ергенът може да стигне в ухажването си най-много до момината пазва. Любовната игра се изчерпва с „волности“ като взета китка, открадната целувка, бъркане в пазва при „гасенето на лампата“ на седенките...“ (Пак там). Онези ергени и моми, които не участват в подобни ритуализирани форми на предбрачно общуване, ограничават възможностите си за брак и биват социално наказвани или унижавани под една или друга форма (в своя анализ Петко Христов дава примери като „женитбата за беневреци“ в Средна Западна България, „женитбата за калпак“ в гурбетчийските райони на Източна Стара планина или унижението на мома, която страни от закачките на връстниците си, с отрязване на колана, престилката или дългите ѝ коси) (Пак там).

Иван Хаджийски (Хаджийски 2002 [1936]) констатира процеса на разпадане на старата славянска задруга още преди освобождението на страната от османската власт и обособяването на семейството като отделна стопанска единица, макар и с остатъчни традиционни форми на взаимопомощ и солидарност: комшулуци, помощ при строеж на къщи, сватбени подаръци за обзавеждане на младоженците и др. Бракът по правило е условен и зависи предимно от етнически характеристики (етническа хомогамия) и материално положение, отбелязва той, но двойката вече познава индивидуалната предбрачна любов. Същевременно в неговия анализ от 30-те години на XX век семейството е описано като патриархално и потискащо жената. От една страна, тя няма свободата за инициатива в личния и обществен живот, зависима е от баща си, а после от съпруга си. От друга страна, тя е и помощничка в труда, което често се превръща в средство за отвоюване на достатъчна равнопоставеност в семейството. Според Хаджийски емпиричният изследователски материал на народните песни дава идилична представа за предбрачната любов, но говори съвсем слабо за съпружеската любов. Предбрачната любовна ритуалност е свързана с песните, хората и седенките, където се случват „заиграванията“ под формата на невинен флирт (в нормата са любовните целувки, но не и предбрачните сексуални взаимоотношения) и търсенето на брачен партньор, често с помощта на роднини. Обратното на истинската любов в описанието на Хаджийски е бракът по сметка, характерен според него предимно за еснафите.

Индивидуални и колективни революции в любовта

Стремежът към получаване на лично удовлетворение в брака се превръща в основно изискване и се свързва с дълъг процес на утвърждаване през Просвещението. От запазени исторически сведения за конкретни правни случаи на спор – обикновено между младежи, които искат да бъдат заедно, и техните родители, които не одобряват – става ясно, че съдът отсъжда в полза на правото на любов (Walch 2016: 166). Уредените бракове били по-разпространени сред по-висшите социални слоеве, докато хората от по-нисшите прослойки имали повече свобода в избора. Анес Валш илюстрира тази свобода чрез примери за сходства във възрастта на брачните партньори и за сключване на брак на относително по-късна възраст (Пак там).

Постепенно полето на интимността става и поле на лекарите, които изземват мястото на свещениците и изповедниците и предлагат нови парадигми, през които да утвърдят значимостта на семейството и особено на детето. В края на XIX век вече ясно се очертава нов вид двойка, обхващаща по-осведомена в интимно отношение жена и по-загрижен за емоционалното и сексуалното удовлетворение на партньорката си мъж (Walch 2016: 167).

Най-общо редица анализи показват, че съвременният интимен опит в европейски контекст не удържа християнския идеал за любовта и по-скоро е силно повлиян от други феномени, сред които промяната в разбиранията за домашно пространство и майчинство (Ariès 1960), употребата на сексуалността като самостоятелна практика и обект на интерес и експериментиране (Foucault 1976), придаването на централна културна роля на връзките (Giddens 1993).

Няколко разказа за любовта

В български контекст имаме спорадични изследвания на проявите на доминиращи предбрачни форми на любов и интимност (акцент на настоящата работа) в отделните исторически епохи. Трябва също да се отбележи, че наличните изследвания не са представителни, а се опират на частични анализи на отношения в различни социални прослойки и проследяват някои откъслечни феномени. В такъв контекст Милена Кирова отбелязва, че липсата на многопластов разказ за връзките често ограничава идеите за любовта и интимността. Тя поставя въпроса дали например образите на строгите патриархални норми през Българското възраждане всъщност не са продукт на изкуството и етно-историческите науки от първите десетилетия след Освобождението, когато тези норми са в упадък и затова се запечатват в съзнанието чрез силата и крайностите на носталгията (Кирова 2003). Тезата на Кирова е в унисон с тази на Иван Радев, според когото зад „високия проект“ на Българското възраждане може да се открие (поне) още един, слабо представен спрямо традиционно интересния за литературознанието проект, който показва „удоволствено, приключенски-увлекателното, еротично обсебващото“ (Радев 2002). Представите за любовта и интимното в ритуалността, всекидневната нормативност и в канона на изкуството

илюстрират сложната синхронизация между идеал и конкретни практики, както и по-общо културните представи за редно и нередно. В своя анализ на любовната тема през Българското възраждане Катя Станева (Станева 2006) също показва как темата е упорито разработвана в унисон с тенденциите на европейската ренесансова литература, но и „още по-упорито омаловажавана/изтласквана от тогавашното стратегическо писане“, пропито с националноосвободителната идеология, която превръща личното в политическо и подчинява индивидуалния избор на общото благо (Станева 2006). Паралелно съществува и друг дискурс за любовта – „задължен на „свенливия реализъм“ на народната любовна песен“ израз на личното и интимното в неговите всекидневни и често неуверени проявления“ (Пак там). Едновременното съществуване на тези различни дискурси за любовта провокира изследователския интерес на Станева към архивирани всекидневни прояви на интимност, каквито са например песнопойките. През тях може да се направи своеобразна картография на актуални преди Освобождението тематични и жанрови предпочитания в области от живота, които иначе остават идеологически прикрити (Станева 2016).

Българската етнология също съвместява няколко разказа за любовта. Петко Христов (Христов 2019) откроява два по отношение на ритуализираните форми на предбрачно общуване в традиционната българска култура – „просветителско-патриотичния разказ за патриархалната простота и чистота на нравите в българското село, създаден още през Възраждането“, и онзи за „българския предбрачен хетеризъм и свободата на нравите в България“, за който настояват някои слависти (Пак там).

През 30-те години на XX век Иван Хаджийски изрично съветва, че привличането на мъжете и жените би трябвало да се случва не толкова заради външния им вид, а на основата на обща идеология и бит (2002 [1936]). При Хаджийски виждаме ясно откроен морализаторски регистър, който разглежда развитието на различни форми на любовта еволюционно – от по-нисша към по-висша. В контекста на зараждащите се тогава в България нови революционни нагласи към любовта и любовните отношения между мъжа и жената Хаджийски критикува доскорошната норма за моногамия. Според него тя установява полово робство на жената, правейки мъжа господар в стопанско и интимно отношение, а жената – „едно социално и полово пасивно същество“ (Пак там: 18), чиято по-слаба полова темпераментност се оказва резултат от „историческите задръжки на нейния общ любовен живот“ (Пак там: 20).

В първата половина на XX век жената в България все още е възприемана изключително чрез нейната функция на крепител на семейството. През 1937 г. право на избиращелен вот получават омъжените жени, разведените и вдовиците, т.е. както отбелязва Красимира Даскалова, съвсем новите политически права на жените са подчинени на връзките им именно със съпрузите им и като функция от семейния им статус. Аргументите за необходимостта от образование на жените още през Възраждането са свързани не само с желанието те да са по-добри майки, съпруги и домакини, но и със задачите на българското общество от

онова време, а именно да се обучат в патриотизъм и да станат по-добри възпитателки на своите деца, в унисон с европейската идея за гражданско участие на жените и майките по френския модел от XVIII век, като дълг към нацията (Даскалова 2010).

В студията си за любовта Иван Хаджийски (2002 [1936]) обяснява неравенството между половете с несправедливостта в класовите общества. Той дава нова естетическа алтернатива на идеала за жена: вместо бледа, ефирна и с фина нежност, жена, която е близка, защото е трудеща се другарка – „бялата и червена мома, лъхаща на здраве и сила“ (Пак там: 48). Хаджийски свързва началото на индивидуалната предбрачна любов от неговото време с наченките на капитализма. Авторът представя намирането на любим като все по-сложен процес именно заради голямото обществено разслоение и защото бракът във всяко класово общество е класов (Пак там: 100). Дори историята на любовта за него е по-скоро история на господстващата класа.

В следвоенна, все още твърде селска България до голяма степен остава валидна ситуацията, описана от Иван Хаджийски, заключава и Петър-Емил Митев. Постепенната промяна в представите и ценностните нагласи, и то в сравнителна перспектива между поколенията, може да се види от резултатите на емпиричното социологическо проучване „Нравственото възпитание на младежта“, проведено през 1977–1978 г. от Центъра за научни изследвания на младежта (ЦНИМ) под ръководството на Кирил Василев (данните са цитирани по Митев 2016). Проучването обхваща поколението на младите хора и контролни групи от поколенията на родителите и прародителите (поколения, родени съответно в периодите 1885–1905, 1905–1922, 1923–1937, 1947–1963, 1964–1977 г.). Данните са красноречиви: докато 74% от прародителите и 60% от родителите не одобряват половите връзки преди брака, при младежите от 70-те години на XX век процентът на неодобрение спада рязко на 36%. Същевременно по отношение на въпроса за ролята на любовта като мотив за сключване на брак е налице консенсус между поколенията: 79% от родителите и 83% от младежите споделят, че именно тя е в основата на успешния живот заедно, което показва, че ценностното отношение към любовта се възпроизвежда и дори увеличава (Пак там: 234–235). Все по-рядко се търси младото семейство да е „по образ и подобие“ на родителското. Във възприятията на младите се разкриват три основни типа отношение към родителското семейство: на удовлетвореност от условията на семеен живот и от неговите форми (13,3%); на приемане на формите на семейни отношения, съществуващи в родителското семейство, със стремеж да се подобрят условията на семеен живот (34%); на стремеж да се създаде семейство с нов тип отношение между съпрузите, между децата и родителите (48%), като водещ мотив има възприемането на семейството като форма на реализация на личността (Пак там: 236).

Социологическите проучвания (вж. например „Нравственото възпитание на младежта“ (1977–1978; 1988); поредицата „Младежки барометър“ (1986; 1987; 1995; 2002; 2007); „Как съвременната младеж вижда себе си“, „Днешната

младеж през очите на възрастните“ 2010) регистрират „общ процес на разкрепостяване на отношенията между половете“ и тенденция към широко разпространение на добрачните връзки, която разграничава и противопоставя поколенията (Митев 2016: 188). Още от 70-те години на XX век социологическите изследвания показват променени ценностни нагласи спрямо добрачната сексуалност, която е приемлива за по-голямата част от анкетираните, защото е легитимирана през дълбоките взаимни чувства (Спасовска 2000: 126–127). Именно фактът, че жените не възразяват срещу добрачните сексуални връзки, води Лилияна Спасовска до заключението, че още тогава може да се говори за навлизане на единни норми за сексуално поведение на мъжа и жената. Спасовска цитира данни, според които 41,8% от анкетираните млади семейни са заявили, че са имали, а 53,1% – че не са имали полов живот с настоящия си брачен партньор. Нагласите по пол показват, че: 34% от младите несемейни мъже непременно държат бъдещата им съпруга да е девствена; 47,6% не държат много на това, но биха предпочели да е така, и 15,7% никак не държат; съответно 29,9% от младите жени непременно държат бъдещият им съпруг да не е имал полов живот преди брака; 39,8% не държат много на това, но биха предпочели да е така, и 27,3% никак не държат (Пак там). Подобно либерализиране на възгледите се асоциира първоначално с по-културни и високообразовани среди, интелекциите и живеещите в големите градове (Пак там).

Променените нагласи към добрачните връзки се свързват със социалистическата модернизация, промяната на статута на жената, образованието, новите професии и социалната хомогенизация, постепенното популяризиране на противозачатъчните средства (Митев 2016), както и с културни промени на всекидневно ниво като забавленията и различни консуматорски практики през свободното време (Еленков 2014). Според Иван Еленков именно културата на всекидневието се превръща в огледало на „социалистическия начин на живот“ от началото на 60-те години на XX век (Пак там). Той проследява изграждането на всекидневни публични интегративни пространства, като например появата в София през 1954 г., а десет години по-късно и във всички окръжни центрове, на „Парково-клубно предприятие „Културен отдих и художествена украса“ – нов тип идеологически места на открито „за локална и поселищна интеграция на градските маси при свободното им градско движение извън тяхната конкретна социална, професионална или обществено-политическа определеност“ (Пак там). Друг пример, който дава Еленков, е началото на дейността на ДСП Бюро „Естрада“ от 1960 г., което контролира изявиите на оркестровите състави и групите за хумор, сатира и танцови изпълнения – „едно предприятие, на което е вменено да има определящ и водещ дял в интимността на приватното общуване на социалистическите граждани“ (Пак там). Еленков описва как в условията на новата социална и икономическа ситуация, която вече не позволява прякото политическо насилие както през първите десетилетия на комунистическото управление, всекидневието и частният живот дават възможност на отделния човек за известна степен на отклонение от обществените задължения. Идеоло-

гията се опитва да удържи в заложената от нея рамка новите вкусове и нагласи и универсалните ценности на популярната култура, но мерките са недостатъчно ефективни. Включително и мерките на другарските съдилища като част от плана на идеологическите вмешателства в семейството и санкциите за „морална разпуснатост“ (Пак там).

Интересно в този контекст е да се види социално нормализираната продължителност на предбрачното общуване. Репрезентативното изследване „Семейството на младите офицери“, проведено през 1988 г. от Информационно-социологическия център на Министерството на отбраната под научното ръководство на Страхил Михайлов (резултатите са цитирани по Спасовска 2000), показва, че продължителността на предбрачните връзки на млади офицери с техните бъдещи съпруги е съответно: до един месец (4,2%), до три месеца (9,4%), до шест месеца (14,7%), до една година (27,6%), до две години (19,4%), до три години (8,5%), до четири години (5,0%) и над четири години (11,2%). Паралелно според типологичното изследване „Представите на юношите за брака и семейството“, проведено през 1988–1989 г. в Бургас от Лиляна Спасовска и Татяна Коцева сред ученици, техните майки и прародители (предимно баби), най-добрата възраст за сключване на брак за жената е в диапазона 21–24 години, а за мъжа – над 25 години (резултатите са цитирани по Спасовска 2000).

Тук следва да се отбележи, че в българския комунистически контекст и в сферата на предбрачното и брачно общуване става въпрос за сложно удържане на две противоречащи си логики. За да ги опише през настъпилния „жизнерадостен аскетизъм“ в представите за любовта и еротиката в социалистическа България, Гергана Попова (Попова 2010) цитира писмо на Владимир Ленин до Инес Арманд от 1914 г. по повод на подготвяна от Арманд брошура върху пролетарските възгледи по женския въпрос, в което той настоява да се извади искането за „свобода на любовта“ от списъка с другите пролетарски искания. Тази „свобода на любовта“ според Ленин не би следвало да се разбира като работническо, а като буржоазно желание, което носи потенциал за всевъзможни последващи тълкувания, в това число свобода за изневери и освобождаване от отговорност за раждането и отглеждането на деца. Сред важните женски проблеми са поставени по-скоро постигането на материално-финансова свобода в любовта, свобода от религиозни и социални предразсъдъци, свобода от различни ограничения на закона (Пак там). Това уточнение на Ленин показва противоречивия идеологически контекст: докато Карл Маркс и Фридрих Енгелс говорят за буржоазията като за социална прослойка, която възприема жените и децата в качеството им на обикновено оръдие на труда, както и за естественото отмиране на семейството в резултат от премахването на частната собственост върху средствата за производство, „на практика подобни визии за разрушаването на моногамното семейство и общност на жените изправят бъдещите комунистически идеолози пред трудния избор – или да поставят в основата на строящото се ново общество тези по същество социално подривни възгледи, или негласно да се отрекат от класиците на социализма“ (Пак там). Става ясно, че се формират

две идеи за „свободна любов“: едната на комунистите, неясно свързана с „бодрост и жизнерадостност“, а другата – на неразбиращите и непокорни младежи, които я изопачават и ѝ придават „антимарксистка, антиобществена, декадентска“ форма. В резултат, както отбелязва Гергана Попова, социалистическият семеен морал е едновременно близък както до модерната буржоазна етика, така и до традиционните ценностни модели и патриархалните норми (Пак там).

В началото на комунистическия режим различни по-свободни интимни практики са инкриминирани от закона или обществено стигматизирани – това важи за порнографията, хомосексуалните отношения, абортите по немедицински причини, както и за липсата на семейство след определена възраст (чрез Указа за насърчение на раждаемостта и многодетство от 1951 г., който облага всички неженени и бездетни мъже на възраст от 21 до 50 години и жени на възраст от 21 до 45 години с „ергенски данък“). Подобна държавна политика е съпроводена от представи за несемейните интимни контакти като „лекомислени“ или „нечестни“, любовните жестове на открито – като хулигански прояви, а техните извършители – като „разложени елементи“ (Попова 2010). Откъм средата на 60-те години на XX век това се променя в полза на романтичната представа за истинската и чиста любов като противовес на животинската сексуалност, придобила допълнителна идеологическа плътност след сексуалната революция на Запад и комунистическата идея за моралното разложение на капиталистическия свят. От репрезентативното изследване „Социални и психофизиологични проблеми при избора на брачен партньор“, проведено през 1974 г. сред несемейни и семейни млади хора на възраст от 14 до 30 години от Центъра за социологически изследвания на младежта под научното ръководство на Кирил Василев (резултатите са цитирани по Спасовска 2000), става ясно, че изборът на интимни партньори през 70-те години вече се мисли предимно като индивидуално, а не като родителско решение. Запитани дали трябва да послушат родителите си, ако им забранят да сключат брак с избрания партньор, само 9,2% от несемейните и 7,1% от семейните отговарят положително, за сметка на 68,1% от несемейните и 74,7% от семейните, които не биха ги послушали. Отново там става ясно, че анкетираните са срещнали лицето, което впоследствие им е станало брачен партньор: на местоработата – 14,6%, в квартала – 14,5%, случайно на улицата – 14,4%, на младежко увеселение – 12,6%, в училището – 12,1%, по време на почивка – 3,8%, във висшето учебно заведение – 3,7%, или на друго място – 21,6%.

Според цитираното по-горе типологично изследване „Представите на юношите за брака и семейството“, проведено през 1988–1989 г. от Лиляна Спасовска и Татяна Коцева, със смяната на поколенията варира както процентът на онези, според които е нужна външна помощ при избора на брачен партньор, така и на онези, които е редно да я оказват (родители, роднини, приятели, обяви за запознанства и т.н.). Всъщност още през 70-те години на XX век става ясно, че за повече от половината несемейни млади хора в страната (52,7%) въпросът за хомогамия по критерий населено място не е от значение. Мощните

миграционни и урбанистични процеси заличават териториалната изолираност и водят до по-лесно отпадане на междуселищни и съсловни бариери. Сред основните личностни ценности, които обикновено се вземат под внимание при избора на брачен партньор, на първо място е характерът на партньора, следвано от моралните му добродетели, външния вид, интелекта, обноските и възпитанието, а най-маловажно е социалното и материалното му положение (под 0,1%). Хомогамията (склучване на брак вътре в определена селищна и социална общност) е била приписвана на патриархалното минало и необходимостта от взаимно „опознаване“ и „проучване“, което е улеснено, ако става въпрос за една и съща селищна общност, особено ако тя е по-малка (Спасовска 2000: 122–123).

Любовта в преход

Демократичното управление на страната след 1989 г. ускорява процесите на либерализация на личния живот. Според националното изследване „Жените и мъжете в България в преход към пазарна икономика“, проведено през 1995 г. от Института по демография при БАН и Националния статистически институт под научното ръководство на Пенка Найденова (данните са цитирани по Спасовска 2000), делът на населението, което одобрява предбрачните връзки (45,6%), е по-голям от този на неодобряващите ги (34,5%). Сред неодобряващите повече са жените, по-възрастните, по-нискообразованите и жителите на селата. Младежкото одобрение на ученическата любов, извънбрачния и нестандартния секс получава съществени стойности: така например 41% от младите (15–25 години) смятат за нормални и естествени сексуалните връзки между непълнолетни, срещу едва 7% от най-възрастните („Младежки барометър 2002. Новите млади“, данните са цитирани по Митев 2016). България е на първо място сред европейските страни, наблюдавани от ООН, по показателя „младежка раждаемост“ (15–19 години) и наред с Румъния – на едно от първите места в Европа и в света по броя на абортите (Спасовска 2000: 128).

Повишава се разбирането за подходяща възраст на жената за встъпване в брак, легитимира се конкубинатът, който в течение на времето започва да измества самия брак. През 2002 г. консенсусно мнозинство от младите (84%) смята за естествено и допустимо мъж и жена да живеят като семейство, без да са сключили брак (Спасовска 2000: 128), като през 2007 г. и повечето от най-възрастните (58%) приемат съвместното съжителство без брак („Младежки барометър 2007. Младите хора в европейска България“, данните са цитирани по Митев 2016).

Социалните трансформации на прехода към демокрация в България провакират нови стилове на живот, на светоусещане, на целеполагане, установяват Татяна Коцева и Дора Костова в своето социологическо проучване „Младите хора и интимността в условията на социална промяна“ (Коцева, Костова 2007). Те обвързват този исторически период с измененията в практиките и представите за любовта и интимността, като определят като агенти на новото именно младите поколения, които се опитват да заемат и утвърдят своята житейска ниша.

Едно от заключенията на Коцева и Костова е, че промяната в сексуалните норми, нагласи и поведения на младите хора се изразява в намаляване на контрола от външната среда (родители, роднинска среда, обществено мнение), която е налагала унифицирани модели на поведение и същевременно различни стандарти по отношение на сексуалното при мъжете и при жените. Тези млади хора в много по-голяма степен се влияят от приятелската си среда и са ориентирани към „ценностен и поведенчески плурализъм“ (цит. по Кон 1997). Сексуалното образование и възпитанието им според авторките следва да се разбира по-широко и да се вписва в цялостната култура на комуникационни умения и умения за съвместен живот. Този плурализъм в разбирането за любовта и интимността може да се проследи като косвен резултат в многобройни статистики относно драстичното намаляване на хората, встъпили в брак, както в България, така и по-общо в Европа, в масовизирането на социални форми като рекомпозираните семейства, серийната моногамия и т.н.

По време на посткомунистическия период в България еманципиращата за жената комунистическа логика, която същевременно е носител и на традиционалистки семеен морал, се среща с модерните интелектуални неолиберални идеи, навлезли в страната предимно от Запад, които, макар и в сходен прогресистки стил, се борят именно срещу подобен традиционалистки семеен морал. Това води до криза не само в „женската“, но и в „мъжката“ идентичност. Жената става все по-малко обвързана с традиционно приписваните ѝ функции на майка и пазител на дома. Като конкретен статистически резултат от подобна промяна, започнала да се наблюдава още в периода на комунизма, но силно изострила се през 90-те години на XX век (и съчетана тогава с огромни нива на миграция, особено към Западна Европа и САЩ), България се превръща в една от страните в света с най-нисък коефициент на раждаемост (коефициент на обща раждаемост за 2021 г. – 8,5‰, НСИ 2021) и сред страните с най-висок процент на извънбрачни деца (през 2018 г. близо 59% от родените деца са извънбрачни в сравнение с общо 42% новородени извънбрачно деца в ЕС през същата година – факт, който доближава страната ни до страните от Западна Европа и много по-малко до други балкански страни, където този процент е наполовина по-малък, Eurostat 2020). Тези тенденции ясно показват както в България, така и в Европа промяна в традиционния модел за брачно съжителство и отглеждане на деца в семейство. Броят на сключените бракове в България намалява непрекъснато от 1945 г. насам, като най-значителен е спадът след 1990 г.; средната възраст при сключване на брак трайно се покачва и при мъжете, и при жените; съвместните съжителства се утвърждават като предпочитана форма на заедност (НСИ 2022). Средната възраст при сключване на първи брак се покачва и при мъжете, и при жените: през 2000 г. за мъжете тя е 28,1 години, а през 2014 г. достига 30,6 години; при жените ръстът е дори по-висок – от 24,7 на 27,5 години, или покачване от 2,8 години. Силно нараства и дялът на неженените – както във възрастовия диапазон 20–29 години (през 2011 г. техният дял вече е 82,2%), така и при лицата на възраст 30–39 години (42,1%, или покачване от 2,3 пъти в

периода между двете преброявания на населението, през 2001 и 2011 г.). Броят на бракоразводите в България се променя по-малко през годините. През 2014 г. от всички прекратени бракове 82% се отнасят за населението в градовете, като сред посочените причини на първо място е „по взаимно съгласие“ (62,6%), следват „несходство в характерите“ (27,4%) и „фактическа раздяла“ (7,5%). През 2014 г. средната продължителност на брака до неговото прекратяване е 15,1 години, а средната възраст за развод е съответно 43,6 години за мъжете и 40,1 години за жените. От края на 60-те години на XX век раждаемостта в България непрекъснато намалява, с много кратко изключение през 70-те години, когато се провеждат мерки за стимулиране, които обаче остават краткотрайни. През 1997 г. е регистрирана най-ниската стойност на броя на живородени деца в цялата демографска история на страната. Констатиран е постоянен прираст в дела на извънбрачните раждания – през 2000 г. той е 38,4% от всички живородени, а през 2013 г. достига пик от 59,1%, като след 2006 г. делът на тези раждания трайно надвишава дела на брачните, като в селата относителният дял на извънбрачните раждания е по-висок, отколкото в градовете (Евростат 2019).

В днешните свръхдинамични условия на глобални промени изследователите на брака в България (вж. например Динкова 1997; Спасовска 2000; Коцева, Костова 2007; Пампоров 2009; Митев, Ковачева 2014) говорят за нови представи, нагласи и отношение към брачната институция.

Представително изследване на Институт „Отворено общество“ от началото на 2008 г. показва, че едва 22,6% от населението на страната смята, че бракът е обвързване за цял живот и не може да бъде прекратен, докато 73,8% не са съгласни с подобно твърдение (цит. по Пампоров 2009). Нещо повече – дори наличието на деца, създадени по време на брака, не се възприема като пречка за неговото разтрогване. Същевременно въпреки кризата на брачната институция семейството продължава да бъде ценност за българите и се очертава като едно от водещите условия за личното щастие. На въпроса „Доколко следващите неща са важни във вашия живот?“, анкетиранияте отговарят: семейството – 98,5%, приятелите – 90,7%, работата – 88,5%, свободното време – 81,8%, религията – 51,7%, политиката – 31,4%. Според Алексей Пампоров това привидно противоречие между високата ценност на семейството и намаляването на броя на сключените бракове има социално обяснение, а именно фамилизма, с други думи, ограничаването на доверието, лоялността и социалния капитал до кръга на най-близки родственици. Липсата на доверие към институциите и на доверие на междуличностно ниво като цяло е една от основните причини за възникването на трайна социална несигурност, а оттам и за търсенето на сигурност в онтологични социални структури като семейството. Като продължение на тези тенденции проучването на Петър-Емил Митев и Сийка Ковачева от 2014 г. (Митев, Ковачева 2014) показва, че над 80% от младите българи желаят да създадат свое собствено семейство и само 5% виждат себе си в бъдещето без партньор и задължения, но това, което се променя, е, че това семейство не е непременно закрепено с брачна връзка, не е задължително основано на партньорство между

двама индивиди от различен пол, нито непременно включва деца. Висшистите са с най-висок дял на желаещите собствено семейство с брак (69%), следвани от младежите със средно образование (60%) и тези с основно (56%). Като съпоставят резултатите с предишни изследвания, които установяват високата степен (84%) на приемане на съвместния живот без брак като „нормално и естествено“ (Митев 2005), авторите стигат до заключението, че планове за формата на бъдещото семейство на младите хора са по-скоро отворени и те разчитат предимно на преценката на конкретната жизнена ситуация да решат дали ще сключат брак и кога – преди или след като заживеят заедно. Предимствата на брака според младежите се свързват с повече сигурност в отношенията между партньорите и със сигурност по отношение на децата, значително по-малко с финансова сигурност и обществен престиж. Тези тенденции се вписват в контекста на заключенията и на други европейски социолози, според които съвременната двойка е подложена на странен парадокс: от една страна, изглежда изключително крехка (с безпрецедентен брой раздели и разводи), а от друга страна – става обект на нарастваща идеализация, при която съвместният живот се мисли като основен източник на щастие (Buisson, Lapinte 2013).

Представените тук критерии за съотнасяне спрямо любовта и интимността, изследователските теории, които ги интерпретират, както и взаимната обусловеност между новите идеи и конкретни всекидневни практики, уловени от статистиките, отварят въпроси, през които и по-нататък осмислям съвременни тенденции в интимността на младежите в дигиталното пространство. Анализът дотук показва, че изследователското поле е с много липси, особено за българския контекст, и че темата за любовта и интимността е свързана както с идеологизирани дискурси, така и с различни разкази, някои от които са маргинализирани спрямо други. Става ясно, че тези дискурси носят политически залог, а и лежат в основата на поколенчески разделения. В следващата глава ще продължа тази нишка, за да проследя специфичното поставяне на интимността на сцена и политизирането ѝ посредством конкретни механизми на популярната култура.

ТРЕТА ГЛАВА

УСВОЯВАНЕТО НА ИНТИМНИЯ КОД: ПОПУЛЯРНА КУЛТУРА И МОДЕЛИ НА ИНТИМНОСТ

Моделите в интимните взаимоотношения са обусловени от различни фактори. От една страна, от значение е преносът на знания и ценности между поколенията, между приятели или в училищна среда. От друга страна, роля играят нововъзникващи практики, създадени от самите младежи в тяхната лична опитност (офлайн и онлайн). И от трета страна, влияние оказват широко разпространени репрезентации в популярната култура, които формират конкретни възприятия и интерпретативни модели, считани за модерни или културно приемливи за дадена епоха. Тук ще стане въпрос по-подробно именно за третия аспект, свързан с потреблението на културни продукти (книги, сериали, филми, риалити предавания и т.н.). Те имат потенциала както да отразяват исторически преобладаващи концепции за любовта, интимността и връзките, така и на свой ред да създават масови представи и практики сред своята публика.

Популярната култура обикновено се определя като съвкупност от идеи, образи и поведение, свързани с водещите тенденции в дадена култура, и се съотнася към продукти, които се харесват на повечето хора (филми, музика, телевизионни предавания, храна, дрехи, спорт, но също така – знание, философия). Приема се, че днес нейното съдържание се конструира предимно от културните индустрии и масовите медии. Най-общо популярната култура се разбира като опозиция на елитарната култура, която се насочва към по-малък, избран кръг от хора, и на фолклорната култура, която се мисли като традиционна и консервативна (Delaney 2007).

В днешен контекст подобни разграничения стават все по-трудни, доколкото популярната култура не само е бриколаж от символи и практики с различен произход, но и потребителите ѝ вече не са аудитории, строго разграничени по класов или образователен признак (Peterson 1992; Donnat 1994; Lahire 2004). Освен това тя не се свежда единствено до съдържание от масовите медии, но вече и до съдържание от социалните медии, което също се превръща в обща референция за мнозина. В допълнение популярната култура обхваща не просто голямо стилово разнообразие, но и различен тип продукти в зависимост от създателите им – както комерсиални продукти, внимателно проектирани и разпространявани от легитимни икономически участници, така и аматьорски произведения, предлагани в неформални мрежи.

Анализът на популярната култура е необходим, защото, както твърдят културните изследвания, тя има роля за изграждането на индивидуални и колективни идентичности, а така също и заради факта, че в хода на изследването интервюираните младежи най-често реферираха към популярни видеоклипове в социалните мрежи. Особено по време на общите дискусии във фокус групите беше ясно видимо, че макар младите да интерпретират медийното си поведение като строго субективно, във връзка с лични интереси и намерения, културните продукти, които групата като цяло познава, са т.нар. вайръл съдържание („заразно“ или масово разпространено) в Ютюб и ТикТок. Разглеждам „вайръл“ съдържанието в социалните медии, което младежите често цитират и което си обменят като колективна практика сред връстници (Дичев, Спасов 2009), като част от популярната култура. За мен то има всички нейни белези: публикациите на потребителите в социалните медии стъпват основно на информация от масовите медии, която преработват, коментират, разширяват творчески с хумористични и други похвати; посланията в социалните медии боравят с емоции; съдържанието обуславя масови поведенчески практики; и не на последно място – авторите на публикации са подвластни на рейтинг по популярност.

„Омагьосана“ или „разомагьосана“ любов

Нагърбена със задачата да „дава смисъл“, популярната култура през последните десетилетия често се опитва да „омагьоса“ отново любовта, която е „разомагьосвана“ от фактори като сексуалната революция от 60-те години на XX век, развитието на съвременната психология и терапевтична култура, феминизма, интернет като технология на рационалния избор, различни пазарни механизми на съвременния капитализъм (Illouz 2012). Именно защото едновременно „отразява“ и „задава“ културни тенденции, на популярната култура се приписва масовото разпространение на много от образите на романтичната любов – например „любовта от пръв поглед“ или „щастливия край“. С популярната култура се свързват и процесите на интериоризиране на неписани норми на любовни ритуали, които тя изобразява – например страстната целувка от холивудското кино от 50-те години на XX век (Lagrange 1998) или доминиращите скриптове от романтичните комедии за това какво се прави или не се прави на първа, втора или пета любовна среща.

Както видяхме от представените в Първа глава теории за осмисляне на съвременните интимни практики, много от тях констатираха преход от романтичен модел за интимност към друг тип модел, който тук ще наричам постромантичен. В този дух са заключенията на Фурниер относно социалните фактори, които определят разпада на романтичните репрезентации на любовта (Fournier 1992), както и наблюденията на Илуз за „разомагьосване на любовта“ и за нови форми на нещастие в любовта, които тя интерпретира не като индивидуална отговорност, а като резултат от ролята на институциите, които структурират емо-

ционалният живот (Illouz 1997, 2012). Сходна перспектива отразява и описаната от Луман любовна семантика, съществуваща като модел, който е наличен преди още индивидът да се обвърже. Както и заключението му, че всяка семантична форма се появява сред социокултурни сътресения – като техен резултат, но същевременно и подготвяйки бъдещи промени (Luhmann 1986).

Романтичният модел е свързан с ирационалната любов, която възприема обекта на любов като единствен и безценен, а интимната връзка – като изградена на принципа на щастлив живот заедно както в приказните сюжети. Когато говоря за постромантичен модел, ще употребявам представката „пост-“ към „романтичен“ сходно на утвърдени вече традиции в социалните науки: тя ще очертава едновременно преход към някаква различаваща се форма, но и период на усилване или забързване на вече съществуващи специфики на предишната форма, които биват изведени в крайност. Постромантичният модел тук е интерпретиран като ускорение на тенденции на индивидуализация, характерни за романтичния модел, и същевременно като модел, който предлага и нови прочити на любовта и интимността. В тази глава илюстрирам подобен преход с конкретни примери от популярната култура. Разглеждам незавършения процес на постепенно изместване на романтичния от постромантичния модел на интимни отношения.

Характерен за модерното общество, романтичният модел утвърждава индивидуализацията чрез любовта. Същото в крайна сметка прави и постромантичният модел, макар и на друг принцип. Романтичният модел е изградена предимно около усещането за необходимата при всяка любов *жертва* в името на отношенията с другия (на време, на ексклузивност, на отдаване). Постромантичният модел отговаря на усещането за необходимото при всяка любов *себеоткриване* (свързано със собственото усъвършенстване и заявяване). Анализът не цели да покаже носталгия заради отминаването на едната форма и изместването ѝ от другата, тъй като възприемам и двете като частични, защото не може да има заедност без едновременно жертва и себеоткриване, и като половинчати, защото не може да има нито жертва, нито себеоткриване без трансцендентен критерий. Такъв критерий дава възможност на влюбените, поотделно и като двойка, да градят заедност и им позволява да отидат отвъд отдаването на летливи лични страсти, привични за романтичната любов, или на твърде рационализирани идентичностни борби за власт, характерни за постромантичната.

Тази част от книгата не развива въпроси, свързани с агентите на промяна във водещите интерпретации на любовта и интимността в популярната култура – например конкретни закономерности в развитието на обществото или ролята на определени социални групи, които държат инструментите за производство на популярни културни продукти. По-скромната задача, която си поставям с оглед на фокуса на изследването, е да дам примери на ниво медийни образи и съдържание, които да покажат популярната култура като терен на конкуриращи се модели за интимност. Под модели за интимност разбирам широка съвкупност от идеологически влияния, които се превръщат в доминиращи начини на

осмисляне и практикуване на връзките спрямо друг набор от възможни интерпретации и се налагат като водещи в дадено общество (под формата на обществени очаквания и/или интериоризирани от индивида норми). В този смисъл от значение са функциите, които тези модели имат за социализацията на индивидите, както и за конструирането и поддържането на индивидуална и колективна идентичност.

Откъде младежите черпят любовна и интимна образност?

Редица локални изследвания в различни страни все още констатираят преобладаващи препратки към романтичната любов и нейното идеализиране от младите хора. Но когато младежите разказват за всекидневието си, ясно се очертават практики, които се разминават с това идеализиране. Недвусмислено доминира стремежът към индивидуалност, личен интегритет и лично удовлетворение, което се реализира като съпротива именно срещу идеализирания модел на романтична любов (Bergeron 2004). До сходни изводи стига и Радостина Безева (Безева 2019) в хода на проведени от нея интервюта с младежи от големи градове в България. Наблюдаваната двойственост е свързана със символната значимост на модели, конструирани чрез примера на предходните поколения и под формата на дискурсивна носталгия към идеализирана представа за любовта в миналото, но едновременно и с идеята, че тези модели са неприложими в рамките на собствения опит.

Една от задачите, които и аз си бях поставила с емпиричното изследване на съвременни практики на интимност сред български младежи бе именно да проследя откъде младите хора черпят образи и представи за любовта и интимността. В хода на интервютата обаче въпросите по тази тема се оказаха изключително трудни за моите респонденти.

Определенията, които те дават за любовта и интимността, са кратки и по-скоро в дискурса на романтичната любов:

Според мен любовта е едно от най-трудните неща за определяне и най-кратко би могла да бъде обяснена като... един човек, за да обича друг, трябва да се интересува от него и от неговото благосъстояние, без значение дали има някаква полза и изгода от това... Аз мисля, че това е много важно за един човек (И., момче, 23 г., голям град, 2023)⁷.

Ами да се чувстваш добре с някого, да се чувстваш разбран, да се чувстваш естествено с този човек, да държиш на него, ако нещо лошо на него му се случи, и ти да го усещаш, да сте свързани по някакъв начин, емоционално, физически, психически (М., момиче, 25 г., голям град, 2023).

⁷ Всички цитати от проведените дълбочинни интервюта и фокус групи за целите на изследването са описани в скоби, както следва: инициал на респондента, пол, възраст, тип населено място, година на провеждане на интервюто/фокус групата.

С малки изключения респондентите като цяло не посочват конкретни културни произведения, персонажи или продукти, които според тях рамкират представите им за любов и интимност. Споменати са единични примери, които по-скоро показват липса на осъзната обща поколенческа културна рамка на потребление (става въпрос за филми като „Титаник“, „Ромео и Жулиета“, „Тетрадката“, „Мистър и мисис Смит“, „Гордост и предразсъдъци“, сериали като „Приатели“, „Сексът и градът“ и „Откраднат живот“, списание „Браво“, риалити предавания като „Ергенът“, рубрики на инфлуенсъри). Почти никой не реферира към книга. В едно от интервютата любовните романи дори са ясно определени като част от потребителските практики на родителите и в опозиция със съвременните американски филми, откъдето се взимат идеи за различни ритуали в любовта: например връчването на „промис ринг“ – пръстен, който не е годежен, но представлява вид обещание за намерение за сериозна връзка (П., момиче, 22 г., голям град, 2023).

Конкретни сравнения с интимни отношения от предходни поколения в рода също почти липсват в интервютата. В единици от тях се споделя, че връзките се определят в корелация с тези на родителите, но и тогава, дори и при много хубави междупоколенчески отношения, по-възрастните са поставени в ситуация да приемат „личния избор“ на младежа, който е по-скоро „съобщен“, отколкото „дискутиран“ (с нюанс, че според респондентите контролът спрямо момичетата е малко по-засилен):

В началото родителите не бяха много въодушевени, но няма какво да правят, мое решение си е (К., момиче, 22 г., голям град, 2023).

Винаги като си имам гадже, винаги е идвала въщи и майка ми никога няма против, винаги я е посрещала... най-важното е да има разбирателство между семейството и приятелката ти (Д., момче, 16 г., голям град, 2022).

Нещо повече – когато на свой ред някои от респондентите се сравняват с по-младите, говорят за поколенческа разлика, дължаща се предимно на честотата на употреба на социалните мрежи, което според тях е пряко свързано и с възможности за умножаване на предбрачните интимни практики:

Имам чувството, че поколението след нас, родено 2004 г. и нагоре, е по абсолютно всички социални мрежи, абсолютно цялата интимност, която се излива: ТикТок, Инстаграм, Ютюб, абсолютно всичко... виждат някакъв тип поведение, те не си дават сметка дали това е подходящо за тях, за тяхната възраст или не – те просто го виждат и искат да се държат по такъв начин (К., момиче, 23 г., голям град, 2023).

Аз това също съм го забелязала, понеже аз имам поглед и върху предишни поколения, малко по-големи от мен... Имам наблюдения, че когато ние бяхме по-малки, на тийнейджърска възраст, да кажем 14–15, да, имаме си гадженца, но като сме си говорили, никога не е ставало въпрос, примерно, веднага, че трябва да правим секс, веднага трябва да сме супер интимни. Всичките мои връстници и преди това, малко по-големи, сме имали връзки, в които не е имало секс, не е имало толкова интимни отношения, не сме си ходили по къщите да се натискаме например. Докато сега, по-малките от нас,

имам чувството, че нямат връзка, при която да нямат интимен контакт. За всичко това наистина си мисля, че тези социални мрежи отварят възможност (Д., момиче, 22 г., малък град, 2023).

То забавлението е под различна форма, имам предвид това, което чисто се консумира като шоу. Да кажем, ние израснахме с „Джстикс“, с някакви такива филмчета, какво ли не. Докато в момента дори съвсем малки деца са постоянно на телефон, таблет. Това е формата на забавление. И имат достъп до такъв тип съдържание. Ние въобще не сме си задавали на 12 години такива въпроси като „кога е моментът за тая целувка?“, докато сега това седи като въпрос, защото те си следят инфлуенсъри в Инстаграм, в ТикТок, навсякъде. Много често тези инфлуенсъри в момента, дори и това да не им е цялата насоченост на канала, засягат тази тема. И то често не по образователен, по лек начин... (П., момиче, 22 г., голям град, 2023).

Представата за любовта и интимността в очите на младежите най-често изглежда като себеизградена въз основа на индивидуални светогледи и практики. Самото поколенческо отдръпване от масовите медии в полза на информираност и общуване основно чрез социалните мрежи за тях е свързано именно с индивидуално контролирано медийно потребление и преодоляване на влиянието на масовите медии.

Същевременно в разказите на младежите могат ясно да се открият сходни представи за връзките, което свидетелства за поколенческо усвояване на конкретни интимни модели и косвено показва влиянието на местни и глобални продукти на популярната култура.

Почти всички от респондентите определят като неадекватни конкретни педагогически опити за въвеждане на темата за интимността в училище. Често подобни опити са оценявани като прекалено стерилни:

Все покрай секса никога не са ни говорили за добрата страна, за чувствената страна, винаги са го минавали през: „днес ще си говорим за спин“. Точка. И това е цялото нещо, и теб ти спада всичко. И ти: „Друго има ли, или това е всичко?“. Отиква ти се (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

Ролята на семейството, училището и връстниците, както и на културните продукти в интимната социализация (Diter 2019) е осъзната, особено от респондентите на години, близки до горната възрастова граница на изследването:

И смятам, че за това каква представа има един човек какви да са връзките в живота му, както казах, семейството има голяма роля, но също така има и самата среда около него – като почне от училище, от телевизия, някои неща, които се гледат. И каквото се нормализира, няма да си точно това, но и няма да си твърде далеч от него. Ако си по-консервативен и по телевизията дават съвсем разкрепостени неща, ще си средно консервативен. Ако си много разкрепостен и си в супер християнска ограничена среда, пак ще си умерен (И., момче, 23 г., голям град, 2023).

Мисля си, че донякъде това, което виждам от приятели – техните връзки, особено за това какво трябва да правим, как трябва да си изразяваме любовта... (М., момиче, 25 г., столица, 2023).

Сега се сецам как редовно гледахме с бившата ми съквартирантка епизоди на „Сексът и градът“ и си обсъждахме и се идентифицирахме с някоя от четирите. И ние с нея май се идентифицирахме с тази, писателката, която постоянно проблематизира любовта, Кари, постоянно някакви такива теми задава модерни... И ние по-скоро като някакви воайори гледахме, отколкото да създаваме наши концепции за любовта каква трябва да бъде. И всъщност просто ни се случваше, но без сякаш предварителни очаквания и начини на поведение от наша страна (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

Като визии за реалността, споделени от голям брой хора и наложени през процеса на социализация, репрезентациите обхващат цялата съвкупност от информация, поведения, вярвания, които индивид или група създава във връзка с обект, ситуация, понятие, други индивиди или други групи. Именно в този процес на социализация младежите усвояват конкретни интимни кодове, с които впоследствие боравят и на ежедневен ниво. Поставянето на фокус дори само върху ролята на продуктите на популярната култура за културния пренос на образи и разбирания за интимността е сложен обект за анализ, защото често не може пряко да бъде изследван, а по-скоро може да бъде предполагаан като резултати във времето. Елоди Омел ни предоставя пример за подобен тип изследване върху репрезентациите за любов при деца на възраст 8–13 години, направено посредством дълбочинни интервюта. Анализът ѝ показва, че децата осъзнават фикционалната природа на културните образи на любовта, спрямо които се дистанцират, но и едновременно с това във всекидневието си вътрешно присвояват нормите, заложили във въпросните образи (Hommel 2019).

До сходни заключения достигнах и от интервютата с моите респонденти. Макар и да наблягат на индивидуализираното си медийно потребление, както и на дистанцираността си спрямо културните образи на популярната култура, младежите паралелно споделят, че ценностните им разбирания са силно маркирани от медийните репрезентации на любовта и интимността. Някои от представите им са изградени като бриколаж от символи, а други – директно повлияни от формати на популярната култура.

Популярната култура и социализацията в любовта: политически и морални измерения

Механизмите, чрез които различни форми на социализация в любовта се комбинират, нюансират или се усилват взаимно, изискват мащабно изследване. Само анализът на образите на любов и интимност, преобладаващи в популярната култура, не е достатъчен, за да се проследи влиянието на тези образи върху личната опитност. Опитността се предопределя и от много други социални фактори, а освен това варира спрямо различните социални групи (макар, както вече беше споменато, много по-слабо, отколкото преди появата на интернет).

Същевременно характеристики на популярната култура, които ще представя тук накратко и които я определят като култура на промяната или „прогресивна“ култура, и нейният ясен политически и морален залог я превръщат в изключително интересно поле за изследване на потенциала на символната власт за конструиране на идентичности, за борби за влияние и за масово разпространение на светогледни модели, които задават рамките за „правилно“ осмисляне на реалността на любовните и интимни връзки.

„Даването на смисъл“ като залог за колективна идентичност

Социолози като Емил Дюркем и Макс Вебер възприемат аномията, или отслабването на значението на традиционните морални и правни норми за обществено регулиране, като един от централните социални проблеми на модерността, които в секуларно време биват „решавани“ от хобита, литература за самопомощ, грижа за тялото чрез диети, спорт и други подобни, или казано най-общо – от консуматорски практики, които целят да запълнят усещането за празнота и самота. Социалният дебат около културните индустрии свидетелства как, особено след Втората световна война, популярната култура навлиза чрез медиите във всекидневния живот именно със задачата да минимизира подобни усещания. В този смисъл популярната култура е натоварена със задачата да даде масово решение на екзистенциални проблеми, най-вече посредством възможностите, които предлага за конструиране на идентичности и преживяване на силни емоции чрез своите сюжети и образи.

И макар развлекателната, повтаряща се и предвидима популярна култура да не изглежда предназначена да повдига сериозни политически въпроси или да предлага задълбочено представяне на дадена социална реалност, оказва се, че тя и чувствата, които отключва, редовно биват мобилизирани именно политически. От значение в този смисъл са сложните взаимовръзки между масова публика, фен общности и социални групи, които се борят за видимост, от една страна, и институционално мобилизираните или спонтанни политически движения, от друга. Политическият залог на популярната култура може да бъде разкрит посредством анализ на ценността (или липсата на ценност) на даден културен продукт не само през неговите естетически качества или етични послания, но и чрез значението, което определена публика му придава, за да се ориентира във всекидневието си. Анализът в подобни случаи проследява как социални сектори и групи си присвояват този културен продукт отвъд артистичната му стойност, като го контекстуализират спрямо собствената си специфична социално-политическа ситуация и го превръщат в своеобразна интерпретация на конкретен конфликт от социалния си живот. Тоест популярният културен продукт се разглежда като семиотичен носител, готов да бъде натоварен с допълнителни значения. Става въпрос за колективна интерпретация и интерпретативна общност (Fish 2007) – на всички онези, които споделят обща стратегия за осмисляне на един и същ културен продукт.

Как нечию истории могат да се превърнат в основни социални наративи?

Способността за представяне на алтернативи на настоящите културни, социални, политически или икономически условия чрез популярната култура Хенри Дженкинс и колектив наричат „гражданско въображение“ (Jenkins, Peters-Lazaro, Shresthova 2020: 5–6). Изследванията на гражданското въображение се фокусират върху политическите последици от масово разпространяваните медийни репрезентации и културните корени на политическото участие. „Гражданското“ измерение подкрепя обвързването на общността със споделени цели, но и поражда специфични политики. Примери от последните години показват, че активистки движения могат да възникнат в колективи, създадени първоначално за други цели, независимо дали са потребители или производители на културно съдържание. Илюстративен е активизмът на феновете на Хари Потър, при който групата мобилизира младежите около споделения интерес; използва политически уменията на феновете (знания и компетенции); създава им споделена идентичност на социално грижовни същества; изгражда подкрепа за ангажирана дискусия по социални въпроси; превежда това ново гражданско знание в споделен набор от практики (Пак там: 7). Изобщо, авторите разглеждат популярната култура като провокация към гражданска ангажираност, а не като бягство от реалността, припомняйки, че културата винаги има политическо измерение.

В новата медийна специфика, при която под оригинално произведение започва да се разбира не толкова текст, колкото цял въображаем свят, не толкова конкретен автор, а общност от фенове, и не толкова индивидуално, колкото колективно авторско право (за подобни практики при фенфикшъна вж. Лилова 2011), популярната култура създава усещането за поле на споделеност, включително и на споделена отговорност, в перспективата на споделено „гражданско въображение“. Ето защо много от онези, които налагат културни промени, търсят пряко взаимодействие с популярната култура, използвайки този културен речник за посредничество в отношенията между различни политически групи. Примерите са красноречиви: местното население във филма „Аватар“ става символ на съвременните битки на еколози (Brough, Shresthova 2012); поздравът с три пръста от сериала „Игрите на глада“ се използва като знак на съпротивителни движения в Тайланд и Хонконг; медийните производители в мюсюлманския свят и Русия разработват свои супергерои, за да олицетворят собствени борби (Jenkins, Peters-Lazaro, Shresthova 2020: 8).

Стъпвайки на тезата на Лорънс Гроссберг (Grossberg 2010, цит. по Минева 2022), че именно на терена на популярното хората имат силата да въобразяват и експериментират, Мила Минева също набляга на изследователския потенциал, който дава популярната култура като поле, в което можем да видим битките в момента на тяхното протичане, а не само резултатите и значенията, които им приписват победителите (Минева 2022). Както Минева отбелязва във връзка с емпиричното си изследване на визуални коментари на пандемията от коронавирус,

различните проигравания на извънредното всекидневие могат да послужат „като ключ, през който можем да интерпретираме популярната култура и употребите ѝ като тактически ресурс на социалните актьори за справяне в кризисни ситуации“ (Пак там). В този ключ популярната култура не просто придава смисъл на случващото се, а показва „как се конструира идентичност, ориентирана към практическо действие“ (Пак там), и то свързано с най-прости всекидневни въпроси. Анализът на доминиращи модели на любов и интимност също цели да постави акцент върху ролята на популярната култура за убеждение, нормализиране и интернализиране не само на големи битки, но и на практически действия във всекидневието.

Популярната култура има значение за социалните движения, отбелязват Дженкинс и колектив: защото е обикновена/всекидневна; защото може да бъде присвоена и трансформирана достатъчно свободно; защото представлява сферата, в която хората имат възможност да си представят алтернативи; защото насърчава споделени желания, които имат потенциал да подхранват борби за социална справедливост; защото се отнася към чувства, които понякога не могат да бъдат изразени по друг начин; защото може да послужи за преодоляване на културни различия. Осъзнавайки, че и други истории, например религиозни разкази, народни приказки и исторически епоси, също изпълняват някои от тези функции, Дженкинс и колегите му заключават, че днес за много млади хора именно образите от популярната култура са особено ценен ресурс за гражданско въображение, защото просто се оказват от малкото общи референции за това поколение (Jenkins, Peters-Lazaro, Shresthova 2020).

Изключителната сила на популярната култура е в умението ѝ да инвестира в хората, стратегиите, продуктите и преживяванията, които ще превърнат нечий истории и ценности в масови наративи (Van Slyke 2014, цит. по Jenkins, Peters-Lazaro, Shresthova 2020). Подобна идея за културата като бойно поле е добре илюстрирана и днес от поведението на много малцинствени групи, които се надпреварват за включване и представителство в образността, разпространявана сред масова публика. Такъв е примерът с наскоро наложените изисквания за многообразие на наградите „Оскар“, основен глобален социален актьор в полето на популярната филмова продукция: за да могат да кандидатстват за най-добър филм, продукциите трябва да отговарят на поне два от четири нови критерия за оценка, сред които присъствие в сюжетната линия на жени, цветнокожи, хора с увреждания или представители на ЛГБТ+ общността. Това са централизирано въведени очаквания към авторите във връзка с тяхната продукция. Макар и изискванията на Академията за филмово изкуство и наука на САЩ да влизат в сила от тази година (2024 г.), включването на изброените по-горе тематични изисквания като условие за творчески успех е ясно видимо няколко години преди това в голяма част от филмовите продукции.

Неслучайно ролята на популярната култура е от първостепенно значение именно като поле, на което частни визии (в конкретния случай за това какво е любов, сексуалност, интимност, връзка, мъж, жена и т.н.) са наложени (от едни или други групи) в борбата за доминиращи културни знаци.

Политическият потенциал в характеристиките на популярната култура

Можем да откروим три основни специфики на популярната култура, които имат пряко значение за осмислянето на нейния политически потенциал. Първата е, че именно характеристиките ѝ, които я правят арена на възможни форми на протест срещу доминантната (елитарна или не) култура (предимно работа с емоции на сравнително повърхностно ниво), са същите, които превръщат протестните форми в масови, а популяризирането им – в предизвикателство спрямо статута им на алтернативна култура. Така популярната култура е благоприятна среда за процеси на комодифициране (превръщане в стоки) и за преобразуване на алтернативни, маргинални или табуизирани културни форми в „безопасни“ чрез постепенното отпадане на структурната критика към системата, която те първоначално носят. По-долу например ще видим как най-силното оръжие на популярната култура срещу любовта, която много често исторически е носила антисистемен смисъл, е да я превърне в клише.

Втората характеристика на популярната култура е, че самото „популярно“ днес се подхранва и структурира от специфична динамика на включване и изключване. Конкуриращи се образи и послания се разгръщат в акции и реакции, усилват взаимно своите послания и в известна степен отричат всякакъв друг идентичностен избор (Banet-Weiser 2018). Разбира се, не всяка политика на видимост води до социална промяна, но самата видимост в популярната култура се мисли като значима част от политическата борба.

Третата специфика на популярната култура, пряко свързана с нейния политически потенциал, е способността ѝ да интегрира сцени от всекидневието в живота на самите зрители, често легитимирайки се чрез педагогическата задача за субективно възпитание посредством обмяна на опит. Да вземем пример с риалити форматите, които почти винаги се представят като „социален експеримент“, показателен за състоянието на обществото, а участниците в него – като типаж и поведенчески модели, които публиката оценява чрез собствени морални критерии, често под формата на дебат след предаването, където подобни критерии се излагат. Особеното поставяне на сцена на етиката като форма на изразяване и импровизация на индивидите в тяхното разрешаване на всекидневните проблеми се откъсва от класическата идея за морала и неговите трансцендентни норми и се отклонява в посока на етика на споделеността и етика на грижата като специфични форми на разбиране и привързаност между зрителите и героите (Laugier 2019). Също така предвид факта, че глобалните продукти на популярната култура имат все по-голяма и разнородна публика, дебатите, породени от подобно съотнасяне със сюжетната линия, често са свързани със специфични форми на обучение на себе си и субективизация, потенциално интегрирайки образи и послания в личното всекидневие. Този морален залог се съдържа и в самата характеристика на популярната култура, която най-общо се определя като култура на промяната. Подобни морални реинтерпретации могат да бъдат проследени в заключени-

ята на Жана Попова относно специфичния случай с българската естрадна музика, нейния „морален“ образ преди и след 1989 г. и падането на комунистическата власт в страната. Създавана с помощта и под контрола на държавата по време на комунистическия режим, естрадната музика постепенно губи своите възпитателни функции и идеологическа натовареност след политическите промени от 10 ноември 1989 г., за да придобие нови след 2001 г., особено след появата на глобалните формати на телевизионни музикални състезания през 2008 г., когато „българска естрадна музика“ става синоним на качествена, професионално направена попмузика, изпълнявана на български език (Попова 2019). Нещо повече, в интервютата на Попова с естрадни музиканти най-често се откроява именно фигурата на родителите, които не възпитават в „правилните ценности“ и „правилните вкусове“ децата си. Всъщност тези родители са именно „бившите младежи“, които музикантите са възпитавали със своите песни (Пак там).

„Популярното“ обучение за любовта

Тук трябва да се отбележи, че освен да задава, популярната култура също така отразява и символно утвърждава вече наложени в практиката поведенчески модели. Образите на любовта в популярната литература, да кажем в масово тиражираните любовни романи, варира през различни епохи и в различни контексти. Така например повечето от популярните произведения на американската литература през XIX век постепенно започват да се отказват от темата за прелюбодейната любов, но поставят препятствия от всякакъв друг вид, които да попречат на влюбените да осъществят страстната си връзка. Обикновено тези любовни романи приключват с брак, като рядко се обсъжда самият брак. Тъкмо обратното се случва от началото на XX век, когато очакванията за лично удовлетворение в брака нарастват, а броят на разводите се увеличава (Shumway 2003). В сходен контекст Стенли Кавел описва появата на нов жанр в холивудската комедия от 30-те и 40-те години на XX век – „комедията на повторния брак“, която се развива като своеобразна алтернатива на класическата сюжетна линия за това как млад мъж и млада жена преодоляват препятствия, преди да сключат брак. Комедията на повторния брак, която отразява вътрешни, а не толкова външни препятствия, резонира с делегитимизирането на традиционната брачна структура и с нормализирането на разделите (Cavell 1981).

През 40-те години на XX век Дени дьо Ружмон защитава тезата, че страстната връзка има много конкретен исторически произход – XII век във феодална Европа, когато се създава литературният мит за куртоазната любов. Според него този голям разказ или мит е разрушителен, защото страстната любов е само литературна фигура, илюзия, в която влюбените не се обичат един друг, а обичат самата любов, обичането само по себе си. Свободният човек не трябва да се превръща в роб на подобна страст, твърди той, и добавя политическо пос-

лание: страстта е опасност за социалния ред, а човек може да се опази от нея в семейството и като защитава християнския морал и етиката на отговорността (Дьо Ружмон 2003 [1939]).

В сравнителен анализ на данни от интервюта с групи американски жени, четящи любовни романи съответно през 1980 и 2016 г., изследването на Мълеа Фекете (Fekete 2022) също се опитва да улови кодифицирани норми за любовта и вариациите им във времето, при това сред публика със сходен социално-демографски профил. Търсейки връзката между разказите за интимните отношения, които тези читателки намират за емоционално удовлетворяващи, и социалния контекст, в който те самите живеят, авторката си поставя въпроса защо в днешната епоха, когато равенството между половете в американски контекст е до голяма степен извоювано, жените продължават да четат популярни любовни романи. Резултатите ѝ показват, че най-драматичната промяна е в желанието за повече и по-експлицитно сексуално съдържание. За читателките и през 1980, и през 2016 г. изображенията на удовлетворяваща интимност са свързани с емоционално уязвими героини, използващи любовните си умения, за да превърнат емоционално дистанцираните герои в грижовни партньори. Някои традиционни полови роли в сферата на интимността остават афективно интуитивни и търсени сред читателките и днес – например феминизираната емоционалност или романтизирания и маскулизиран стоицизъм. Това, с което са се променили обаче любовните романи, е по-широкото разгръщане на идеята за женска сексуална независимост. И за двата пола е позволено да търсят сексуални отношения заради самия секс, извън емоционалната връзка.

В свое изследване на корпус от седемдесет телевизионни филма, излъчени по френски телевизионни канали през 1995 г., Сабин Шалвон-Демерсе (Chalvon-Demersay 1996) разкрива симптоматично еднообразие в представянето на социалния свят. Това ѝ дава основание да разглежда изследвания материал като кохерентна система, свидетелстваща както за катаклизмите в отношенията, които обществото преживява, така и за когнитивните ресурси за справяне с последиците от тях, които хората си набавят чрез популярната култура.

Първото заключение, което Шалвон-Демерсе прави още тогава, е свързано с твърде ограничения брой филми, чийто сценарий е посветен на любовна връзка между мъж и жена, а второто – с липсата на романтични описания на любовта. Почти не се наблюдават класически сценарии за осуетена любов, истории за страст, отчаяни завоевания, холивудски целувки; телевизионните филми вече са започнали да изоставят дискурси и образи, доскоро традиционни за подобни фикционални разкази. Хипотезата на авторката е, че репрезентациите не само на двойките, но и на общуването между хората като цяло се изграждат върху един основен въпрос: как може да се живее в свят, в който всички взаимоотношения са „избираеми“, или казано по друг начин, в условията на модел на взаимоотношения, който избягва каквато и да е форма на институционалност и обвързване в полза на съгласие, непрекъснато потвърждавано и свободно от всякакви ограничения. Анализиранияте телевизионни филми, които се фокусират върху семей-

ните трансформации и разглеждат последиците от новите семейни модели (деца, изправени пред развода на родителите си, повторни бракове, рекомпозирани семейства, семейства с един родител, бащи, търсещи дете, деца, търсещи баща и т.н.), представят нова граматика на връзките, която отразява този утопичен идеал за избираем свят с неговите модалности, последици и усложнения, които провокира. Егалитарната динамика, която води до премахване на йерархиите и различията, подрежда не само отношенията между половете, но и между поколенията, като цената за мъжете, жените, възрастните хора и децата не е еднаква (Chalvon-Demersay 1996). Така например в повече от две трети от телевизионните филми, в които участват деца или тийнейджъри, те не живеят с двамата си родители. Въпреки това може да се отбележи, че катаклизмът на семейството не е възможност да се изпрати детето да изследва света както при класическата фабула; напротив, филмите разглеждат по-скоро последиците от промяната в интимната позиция на детето в рамките на дома, при това предимно чрез перспективата на възрастните, които отработват ситуация на раздяла (Пак там).

Насърчаваната стилистика на интимността

Ролята на популярната култура в подобен тип вътрешно присвояване на очакванията към интимността е характерна за различни исторически епохи. Така например в комунистическия период в България популярната култура придобива ключовата роля на идеологическо оръжие за задаване на „правилните“ начини на възприемане и изживяване на любовта. Паралелно с това „пробивите“ в официалната идеологическа линия на сюжетно или на образно ниво, отново на терена на популярната култура, се оказват едни от най-силните и завладяващи съзнанието на аудиторията културни политики на меката символна власт. Примери за подобни процеси можем да открием в сборника „Любовта през социализма“ (Колева 2015) и представените в него анализи на случаи. Публикуваният в сборника текст на Виолета Дечева разглежда начините за цензуриране на любовните сюжети в драматургията от страна на комунистическия идеологически филтър. Става ясно, че тези начини се променят във времето, както и че са множествени: докато през 40-те години на XX век в синхрон с новите постулати любовните сюжети показват предимно „любовта към Партията/Идеята и чрез нея – победата на революцията и любовта към Родината, която е вид любов към Партията/революцията“, то през 60-те години вече говорим за доста по-широк спектър от любовни сюжети (Дечева 2015: 25). В стилистиката на режисьори като Кръстьо Мирски и Моис Бениеш влюбеният се превръща в универсален романтически герой, обръща внимание Дечева, представен е като нормален човек (Пак там: 48), става възможна и появата на еротика на сцената (Пак там: 50). През втората половина на 50-те и 60-те години се оформя и нова парадигма на влюбения като страдащ и на любовта като екзистенциално интимно преживяване (Пак там: 51). В този контекст Надежда Александрова установява своеобразен преход в комунистическия репертоар от куртоазната любов в по-дълбоките ѝ измерения, като любов към висшето благо, трансформиращо

индивидуалните емоции в човеколюбие по Божий образ, към късна просвещенска версия на идеалистичната любов, изместила стремежа към сливане с Бога с колективно чувство, близко до национализма, за да го умножи в комунистическата идеология и „с изискванията за обществено устройство и нормативно поведение на Партията“ (Александрова 2015: 68).

Анализирайки звездите и техните фенове по време на зрелия комунизъм в страната, Галина Гончарова се спира на различни текстови единици по любовни въпроси в българската преса от 60-те и 70-те години на XX век. Тя обрисова сложна среда на популярната култура, която е натоварена с ролята да изгражда „всестранната и хармонична“ социалистическа личност в противовес на личността, повлияна от „капиталистическата масова култура“, но едновременно с това и с превантивната роля да не позволява културните вкусове да се умножават, а практиките на потребление да се еманципират от комунистическия държавен/партиен контрол. Наред с конформизма Гончарова наблюдава и оригинални начини на субективизация и социализация в подобен контекст, които на свой ред са допускани от властта само ако отговарят на програмата за възпитание на чувствата. Именно властта преобразява идеологически позицията на фен спрямо определени културни продукти в неясните „широки културни интереси“ и „художествена самодейност“ (Гончарова 2018б).

Сексуална революция без сутиени

Четейки популярната култура от българското комунистическо минало в съвременна феминистка перспектива, Боряна Росса твърди, че много от българските филми от 60-те и 70-те години на XX век, които най-често биват интерпретирани днес като мека критика към тогавашната комунистическа власт, представляват всъщност пример за критика към патриархалната власт и въвеждане на нови представи за любовта, интимността, сексуалността и ролята на жената. Според нея от 60-те години на XX век патриархатът е проблематизиран кинематографски във филми като „Понеделник сутрин“ (1966, режисьори Ирина Акташева, Христо Писков, сценарист Никола Тихолов), „Отклонение“ (1967, режисьори Гриша Островски, Тодор Стоянов, сценарист Блага Димитрова), „Последната дума“ (1973, режисьор Бинка Желязкова, сценаристи Бинка Желязкова, Стефан Цанев). В тях новите женски образи провокират не само физически – стават по-момчешки, с по-обрани вторични полови характеристики, но и като действеност – младата жена се явява основен подривен герой, носител на леви идеи и лява критика и всъщност на едно неразбрано според Росса феминистко послание (Росса 2022). Ето защо за нея киното „е свидетелство за перформативното изразяване на тази източноевропейска сексуална революция, макар клишираните образи на сутиените да липсват“ (Пак там). Тя отбелязва именно политическия потенциал на популярната култура, за който става въпрос тук, като подчертава, че репрезентациите в киното не са само отражения на действителността, а имат значима роля в създаването на конкретни социални практики, т.е. са средства за прокарване на нови идеи. Според основната хипотеза на Росса

обикновено популярните женски образи в киното от онова време се интерпретират чрез ключа на ненужно еманципираната жена: тази, която е оставила детето си заради кариера („Търси се съпруг за мама“, 1985, режисьор Мариана Евстатијева-Биолчева, сценарист Калина Ковачева), онази на лов за мъже („Дами канят“, 1980, режисьор Иван Андонов, сценарист Георги Мишев) или пък слабата жена и жертвата („Всичко е любов“, 1979, режисьор Борислав Шаралиев, сценарист Боян Папазов; „Комбина“, 1982, режисьор Никола Рударов, сценарист Владимир Ганев), но почти никога чрез идеите за равенството на половете и спецификата на женското послание на героините бунтарки (Пак там).

Един от филмите, които служат за илюстрация на тезата на Боряна Росса, ми се струва особено интересен като сюжет с оглед на новите представи за любов и интимност, които се налагат на широката аудитория. Той е създаден по книга и сценарий на Блага Димитрова („Отклонение“, 1967) като разказ за сексуален експеримент на двама студенти през 50-те години – един от най-консервативните периоди по отношение на сексуалността. В сценария главният герой определя пет характеристики на истинската любов: общност в идеите, еднакъв класов произход, професионална връзка, сходство в характерите и накрая – физическо привличане. Сюжетната завръзка и конфликтът във филма между мъжа и жената се изграждат чрез въпроса дали физическото и емоционално привличане между двама души е достатъчното условие за възникване на любов. В края на сексуалния им експеримент героинята получава покана за специализация в чужбина, а героят не приема възможността да продължат връзката си от разстояние. Въпреки че след години те се срещат случайно и установяват, че чувствата помежду им все още са живи, любовта им отново остава нереализирана, тъй като и двамата не са склонни да я поставят като приоритет в живота си. В сюжетната линия ясно се виждат резултатите именно от прогресистките възгледи за любовта (съответно комунистически и феминистки, и двата в опозиция на патриархата), които изповядват героите. Връзката между двамата започва, след като мъжът заявява на публична лекция партийни позиции за истинската любов, обусловена според него предимно от класови, професионални и идейни сходства, а жената, отново публично, го провокира с възгледи за сексуалната свобода и отдаването на порива на привличането. В края на сексуалната им връзка жената говори за дълбоко влюбване, но избира да замине на дългогодишна специализация в чужбина (т.е. жертва любовта си в името на кариерното си развитие), а мъжът не я последва. Срещайки се след години и припомняйки силата на чувствата си, този път мъжът предлага да не се разделят, но жената на свой ред не тръгва с него, защото вижда, че и той не може да се откаже от кариерата и публичния си образ, заради което тя и тяхната любов биха били маргинални, скрити, епизодични. Основната пречка изглежда въпросът дали любовта може да бъде приоритизирана или не в индивидуалния живот (както на жената, така и на мъжа). В случая изборът на прогресистки принципи се оказва равнозначен на отказ от любовта като романтична заедност.

„Транзит минавам през любовта...“

През 90-те години на XX век – т.нар. период на преход в България след падането на комунистическия режим – излиза романът на Георги Мишев „Дунав мост“, който веднага бива екранизиран от режисьора Иван Андонов по поръчка на Българската национална телевизия и под формата на телевизионен минисериал („Дунав мост“, 1999, режисьор Иван Андонов, сценарист Георги Мишев). Репрезентациите на интимността, които той предлага тогава, влизат в конкуренция с изключително популярните и за пръв път масово разпространени в страната сапунени сериали, основно латиноамерикански, с тяхната блудкаво сантиментална визия за любовта и все още изцяло издържани в семантиката на романтичния модел. В тях основен акцент е именно предбрачният период, като част от множество предизвикателства пред влюбените да бъдат заедно, и винаги с щастливия край на решението да встъпят в брачен съюз. На този фон сериалът „Дунав мост“ успява да предизвика бурна дискусия сред българските зрители, които го посочват като водещ сред филмовите културни продукти на времето, отразяващи именно духа на десетилетието 1989–1999 г., дори като своеобразен документ за периода и неговите ключови характеристики (Вачева, Папучиев 2022). Създателите му също разкриват намерението си да илюстрират случващото се в България по време на прехода от комунизъм към демокрация и да обрисуват в натуралистичен стил основните му социални типажки. Чрез „новите“ герои на времето, всъщност бивши кадри на Държавна сигурност, с изобилие от сексуални сцени и със симптоматичното заглавие, рефериращо към моста, по който българите емигрират към Западна Европа, сериалът сякаш се опитва да обхване всички наболели социални теми, и то на един таблоиден и вулгарен език.

Интимната сюжетна линия в „Дунав мост“ е едновременно трансгресивна за възприятията на част от публиката, която е свикнала с цензурираните версии на интимността и еротиката от близкото комунистическо минало, и нормална за друга част от публиката, потопила се по-бързо в порнографското съдържание, заляло свободния пазар в България веднага след края на комунистическия режим основно чрез медиите и популярната култура. В обяснителния режим, в който е принуден да влезе сценаристът на сериала Георги Мишев в отговор на широкия обществен дебат, развихрил се около сериала, той твърди, че е целял да покаже пълната разюзданост в страната, общия климат на поквара, падането на граници и табута от този период. Погледнато в конкретика, тази поквара се реализира в сюжетната линия с изневяра на булката с кума точно преди сватбата, а малко по-късно и на кумата с младоженеца. Главната героиня Стела всъщност има сексуални контакти с много мъже в сериала – с мъжа си, девера си, брата на кумата си, чужденец – шофьор на тир, който трябва да я изведе от България. Прекрачването на традиционните граници в интимността не се свежда само до прелюбодеяние и блудство. Показан е и сексуален контакт между циганина Ачо и бременната съпруга на сина на бившия шеф на Държавна сигурност в града Павлина, което освен сексуалните табута прекрачва

и табута относно етническата хомогамия, както и такива, свързани с властови позиции. Сериалът показва и сцена на плътска наслада между двама мъже, единият от които бивше ченге, прикрило се след демократичните промени като монах в манастир.

Според резултатите от анкета от 2022 г. относно популярните образи на прехода, българите свързват 90-те години на XX век с масовото навлизане на сравнително нови за публиката продукти на порноиндустрията под различни форми (видеокасети, списания и вестници) (Вачева, Папучиев 2022). Александър Кьосев обръща внимание на отхвърлянето през този период на софистицирания алегоризъм и установяването на друг режим на публично езиково поведение, което назовава нещата с истинските им имена, без забранени теми, сякаш за да покаже, че между литературното (символното) и политическото действие няма ясна разграничителна линия (Кьосев 2000: 262). Подобно освобождаване на езика през периода на прехода се дължи според него и на конкретен факт – едновременната поява на „свободата на словото“ и на частната комерсиална преса в България (своеобразна алтернатива на електронните медии, които остават държавна собственост и съответно в по-голяма степен подвластни на цензура). Свободното слово се прелива в слово, непознаващо ограничения – на колективни страсти, агресия, порнография, а под натиска на пазара започва да продава „не толкова информация, а един твърде специфичен продукт – собствения си особен медиен език“ (Пак там: 262). В историческия контекст „на продължаващата загуба на престиж на бившата тоталитарна „висока култура“, медиатизацията на публичното пространство и инвазията на западните масови попкултурни модели, които заемаха мястото на идеологически дискредитирания роден културен авторитет“ (Пак там: 264), разкрепостяването на вестникарския език е легитимирано чрез неговото отваряне към езика на улицата (Пак там: 265). От по-специфичен интерес за моето изследване са анализирания от Кьосев заглавия от български вестници от втората половина на 90-те години. Според него образът на семейството се появява твърде често в тях – симптоматичен елемент за феномена на публичност, която описва себе си чрез антипублични термини: традиционни семейни или роднински позиции – майка, баща, брат, сестра, син, дъщеря, баба, дядо, внук, племенник, чичо, леля, останали „*ultima ratio* на балканското подсъзнателно“ (Пак там: 269). Семейството в тези заглавия е далеч от идиличните патриархални семейства, то е „семејство-мутант, полукриминален клан от перверзници“. Социалното пространство на това семејство не е изградено от любов, солидарност, сигурност, а от диви и брутални актове – отвлечане, убийства, мъчения. „Журналистическият жаргон слива имагинерното пред-модерно голямо семејство (носталгичният Друг на Модерността) с неговия тъмен и трансгресивен Друг – със света на лудия, престъпника, сексуалния насилник, екстремния, асоциалния елемент“, заключава Кьосев (Пак там: 270).

Анкетираните за периода на прехода в България (Вачева, Папучиев 2022) виждат и ясна взаимовръзка между порнографията и текстовете на етнопоп

или попфолк песните от този период (т.нар. пейоративно чалга музикална индустрия).⁸ Темата за свободната любов е ключова сюжетна линия в тях, както и в попфолк песните от следващото десетилетие: не само като текст – „Транзит минавам през любовта със тебе“ („Нали ти казах“, изпълнител Магда, албум „Спаси ме любов“, 2005), но и като визия – все по-разгопени жени, възпяващи се като способни да завоюват или пък да преживеят отдръпването на всеки един мъж. Макар и със съществуващи изключения, които пряко реферират към сексуалната мощ на мъжа и могат да бъдат изтълкувани като форми на обективизиране на жената, трябва да се отбележи, че главна роля в чалга индустрията в страната има жената, а не мъжът – жената е тази, която пее за любов, секс, връзки, изневери, раздели. Освен чрез красотата, типично свързвана със сексапил, еманципацията на жената тук се гради и чрез финансови критерии, лично усещане за независимост, сексуално надмощие, успешна професионална реализация, известност. Неслучайно образът на чалга певицата (и като външен вид, и като богатство и кариерно развитие) става идентификационен модел за много млади момичета в страната. В първите години на демократичния преход в България кодът на съблазняващата женска образност е валиден за почти целия регистър на българските медии, от еротичните издания до женската преса и спортните вестници (Попова 2009), както и в популярната култура като цяло, особено в музикалния жанр на попфолка, но и във филми, книги, шоупрограми и др.

Освен това тук следва да се отбележи, че преди чалгата в България да се професионализира и да се превърне в контролирана култура (преименувана с времето в „попфолк индустрия“), явлението изглежда по-скоро спонтанно и стихийно. Маркирало из основи популярната култура на българския преход, то също претърпява развитие в сюжетната линия и в образността – в началото твърде сексуализирано, с комерсиализацията си сякаш се „романтизира“ – и като текст, и като образност. Разбира се, тази романтизация се свежда до сюжетната линия – пее се за любов, любовна мъка, страдание, както и до известно туширане на вулгарния език и образност, но не и до преосмисляне на определенията за любов, полови роли, интимни практики и т.н. Така или иначе, макар да стъпва на по-стари традиции, като например тази на мръсните градски песни, чалгата от този период извежда едно скрито и маргинално говорене пред широката публика на телевизията (Дичев 2005) и най-вече се превръща в образец за естетика и етика в интимните отношения за новите поколения.

Разбира се, не само чалгата предлага модели за идентификация. Мартин Петров (Петров 2013) си поставя за цел да реконструира различните противопоставящи се образности на любовта и половите роли в популярната култура от 90-те години на XX век. Редом с чалгата, която според него изгражда „консер-

⁸ Подробно изследване на корените на подобни феномени в меката власт на народната и популярната музика в социалистическа България предлага Димов (2019).

вативна“ образност на интимната връзка, затвърждаваща традиционни полови роли, той поставя рок културата с нейната „либерална“ образност (например в песента на група „Тангра“ „Бъди какъвто си“, 1984) и пънк културата с нейната „карнавална“ образност (например в песента на група „Контрол“ „Най-щастливият ден“, 1992).

Отвъд обикновения репертоар

Днес културните продукти, които младежите консумират, не са само национално специфични и трябва да бъдат изследвани в глобален аспект, особено когато говорим за дискурси от популярната култура и за страни като България, които в посткомунистическия си период са повлияни основно от популярната култура на Западна Европа и САЩ. Въпросите за дигитализацията на интимните практики и предизвикателствата, които тя крие, ясно се виждат например в българския филм „Love.net“ (2011, режисьор Илиян Джевелеков, сценаристи Матей Константинов, Нели Димитрова). Сюжетната линия е структурирана около четири истории за връзки: между родител и дете, между съпрузи, между двама младежи и между българка и чужденец. Историите илюстрират опасностите за младежите при слабо контролирано от родителите дигитално потребление, показват форми на дигитална изневяра, виртуални запознанства и създаване на реални връзки.

Валентина Георгиева откроява няколко модела на любовна връзка в изключително успешния сред аудиторията съвременен български телевизионен сериал „Откраднат живот“ (излъчван от 2016, продуценти Евтим Милошев, Габриел Георгиев, Иван Спасов) и показва, че намаляването на интереса на сценаристи и продуценти към образователната роля на телевизията води до нови специфични изисквания към успешния търговски продукт, а именно да разшири възможните форми на показване на любовта, за да се обхванат най-голям брой опитности, различни гледни точки и общественозначими полемики, като например дебатите около хомосексуалните двойки, транссексуалните и т.н., и съответно да предизвика интерес сред най-много зрители (Георгиева 2018). Тук следва да се отбележи и нещо друго: подобно разширяване на репертоара може да бъде тълкувано не само като част от успешни пазарни механизми, но и през конкретна социална роля на популярната култура – в случая да „нормализира“ табуизирани до този момент опитности, т.е. да им даде дискурсивна/образна легитимност, като част от по-широка политическа легитимност.

Подобен сериал е просто локален пример за глобални тенденции, при които съвременни популярни филми и сериали или пък популярни произведения на художествената литература нормализират немислими в други исторически епохи образност и сюжетни линии, свързани освен със споменатите хомосексуални и трансгендър практики, също със социално легитимиране на отказа от създаване на деца като екологична кауза, със суингър практики, инцест, серийна моногамност или полигамност, полиамория и др. Отново, тук не става въпрос за липсата на подобни форми на интимност в други исторически епохи

и контексти, а за тяхното масово обговаряне, показването им на сцена и по този начин – социалното им легитимиране. Според проучвания на съвременни кинематографични представления на влюбени двойки „обикновеният“ сексуален репертоар днес – за разлика от романтичните комедии, които преобладаваха допреди две-три десетилетия – включва повечето от практиките, които Зигмунд Фройд нарича „перверзии“: хомосексуализъм, мастурбация, садомазохизъм, содомия и т.н. (засага с едно твърдо изключение – педофилията) (Pharo 2016).

Всъщност с трансгресивни за любовта практики е характерен още глобално популярният сериал „Приятели“ (1994–2004, създатели Дейвид Крейн и Марта Кауфман), който звучи съвсем безобидно с хумора си. Макар основното усеждане от сериала да е свързано с популяризирането на романтични кодове за любовта, в сюжетната линия вече се прокрадват и нов тип паралелни практики: на серийна моногамност (приятелите имат „ексклузивни“ любовни връзки за определен период от време, но в крайна сметка с множество партньори, често и в рамките на самата приятелска група); суингърски тип размяна на партньори (една от сюжетните линии показва как двама от приятелите са влюбени съответно в партньора на другия и водят „паралелни“ връзки); на „приятелство с привилегии“ (чисто сексуална връзка между приятели); на инцест в рамките на сурогатно майчинство (една от главните героини изнася бебетата на брат си) и т.н.

Един от най-анализираните в световен контекст примери за политическия залог на популярната култура, и по-конкретно на сериалите, е изключително харесваният от поне две поколения жени от цял свят (включително и в България) „Сексът и градът“ (1998–2004, създател и изпълнителен продуцент Дарън Стар). В него животът на четири приятелки през 90-те години на XX век в Ню Йорк е представен чрез техния разнообразен сексуален опит в търсене на любовта.

Деветдесетте години на XX век са свързани с появата на т.нар. чиклит вълна в популярната култура. Етимологията на понятието идва от жаргонна дума за млада жена и съкращение на „литература“ на английски език и обозначава жанр на художествената литература, който представя съвременния свят на жените и женствеността, често хумористично и в лековат стил. Жанрът е определен като постфеминистки (Gerhard 2005), тъй като отива отвъд възприемането на жената като жертва и представя нейната себerealизация под формата на множество интимни преживявания като ухаждане, секс, романтика, любов (всички те свързани с определени консуматорски практики). Популярните в световен мащаб книги, по които има и направени филми, „Дневникът на Бриджет Джоунс“ (1996), „Бриджет Джоунс на ръба на разума“ (1999) и „Бриджет Джоунс: бебе на хоризонта“ (2016) на Хелън Фийлдинг, се възприемат като образци в този жанр.

В тези произведения се подчертава връзката между сексуалното освобождение и финансовата независимост на жените. Въпросът за свободната сексуалност не се поставя като морален проблем, свързан с непрекъснатата смяна на партньорите или изневерите, а като мъжко-женски проблем, който препраща

най-вече към властовите отношения и по-точно към въпроса могат ли жените да имат сексуални отношения като мъжете (негласно се подразбира – множество и несериозни, без обвързване) и да бъдат щастливи от това. Романтическият дискурс остава наличен единствено в идеята за щастливия край, но едва след натрупването на дълъг опит с многобройни партньори.

Както показва и анализът на Селин Морен (Morin 2014a) за американските телевизионни сериали от последните петдесетина години, образите и посланията в тях видимо се променят, за да отразят духа на времето. През 70-те години на XX век героините вече се заиграват с половите стереотипи и ги деконструират, а женската сексуалност се преживява по-скоро като пространство за еманципация, откъснато от всякакъв сантиментализъм, морализъм или брачна легитимност. Същевременно в телевизионни сериали от 90-те години (от които най-познати за българската аудитория са „Сексът и градът“ и „Али Макбийл“) трийсет и няколко годишни героини превръщат предполагаемата слабост на своята женственост в голямо предимство, въпреки че невинаги успяват достатъчно да контролират действията си, отбелязва Морен. В този смисъл сериалите от 90-те поставят под въпрос последствията, които феминизмът има върху романтичните и сексуалните практики. От една страна, женската душевност се представя чрез монолози („Али Макбийл“) или интроспективни монолози („Сексът и градът“), които по индивидуалистичен и експресивен начин се фокусират върху чувствата на героините. От друга страна, на практика жените се държат все по-освободено и екстатично: вече не се нуждаят от чувства, за да имат сексуални контакти, общуват с многобройни партньори, владеят различни техники на себе си (по Мишел Фуко), които насърчават субективизацията. Тук отново можем да говорим за пряка връзка между репрезентации и реални практики в областта на сексуалността и интимността: в тази насока Селин Морен отбелязва, че в медийното въображаемо сексуалността се мисли именно като възможност да се постигне „чистата връзка“ на пълно емоционално и физическо равнопоставено удовлетворение (така както я определя Антъни Гидънс), в рамките на утвърждаването на себе си и в демокрация на отношенията. Според Морен рефлексивната сексуалност е ясно проследима и в сериали като „Отчаяни съпруги“ (също добре познат от години на българската аудитория), в които тя вижда преразпределение на властта и преобръщане на половите роли във връзката. Дори установява преход от героини, които традиционно са били мислени като подвластни на „мъжкия поглед“ (Mulvey 1975), към такива, които създават нов, „женски поглед“ (Morin 2014c).

Прогресистката линия в популярната култура е ясно видима и в продължението на сериала „Сексът и градът“ – „Просто ей така“ (2021, продуцент Майкъл Патрик Кинг). Търсейки да развие традицията на провокация, продукцията засяга и нормализира нови теми, някои от които са били само загатнати през 90-те години, но сега се превръщат в основна сюжетна линия: небинарно идентичностно самоопределение, хомосексуални връзки на главните героини, замяна

на „заживели щастливо заедно“ с край, в който героините остават сами, с обещанието за любов един ден, когато обстоятелствата са по-благоприятни, и т.н. Подобни продукти на популярната култура днес все по-често бягат, по един или друг начин, от определянето на жената чрез връзката ѝ с мъжа (в представата за „сродната душа“ и за взаимното допълване на двама сами по себе си незаменими партньори), както и връзката ѝ с децата (чрез даването на живот и отглеждането, грижата като основни ценности на женската природа в семейството), т.е. в дълбочина променят романтичните представи за любов и интимност.

Подобно на „Сексът и градът“, популярната култура в дигиталното пространство, например посланията, които излъчват водещите български инфлуенсъри (Нейкова, Колева 2022), също съдържа много препратки към жените като „момичета“, които изграждат дигиталния си образ посредством грим, прически, мода. Същевременно емпиричното изследване на Ели Александрова (Александрова 2019) на постове на български майки в социалните мрежи показва, че по отношение на характерната практика за превръщане на женското тяло в стока трябва да се отбележи и нещо ново: във виртуалните женски общности често мъжкото тяло се представя и обсъжда като обект на желание и е третирано като стока от страна на жените. Става ясно, че еманципираната съвременна жена прилага същия стереотипен модел към мъжа, през който тя е била определяна от мъжа в миналото, заключава Александрова.

В последните три години риалити предаването „Ергенът“ (излъчвано в България от 2022 г.) също илюстрира противоречивите резултати от постфеминистките послания върху образите в популярната култура както на жените, така и на мъжете. Според медийно оповестени данни на различни национални маркетингови агенции „Ергенът“ е най-гледаното предаване по водещия за страната телевизионен канал Би Ти Ви, а конкретно във възрастовата група 13–25 години през 2023 г. – и за целия телевизионен ефир. В него много жени се борят за сърцето на един ерген, който видимо по сценарий има за цел да покаже телевизионно две основни позиции в любовното поведение на мъжа като цяло: първо, че има единствено и неповторимо отношение, разбиране и уважение към всяка една от претендентките за сърцето му в отделените за това моменти и докато другите жени съответно чакат своя „момент“; второ, че в края на предаването би избрал единствената и неповторима жена за себе си и би ѝ се врекъл в любов за цял живот на принципа на приказките „и заживели щастливо“. Тези заложи в сценария кодове са на романтичния модел за любов. Те обаче функционират в един постромантичен контекст: контекст на публично капитализиране на съблазняването и от страна на мъжа, и от страна на жените (не само чрез сексуализирани визии и за двата пола, но най-вече чрез себепромотиране на медийния пазар). В такъв смисъл флиртът в шоуто е насочен много повече към публиката, отколкото към някой от участниците.

Самите сезони видимо се променят. Докато ергенът от първия сезон е малко по-консервативен в поведението си, ергенът от втория вече се целува с почти всички участнички с аргумента, който се среща много често и в про-

ведените при теренното изследване интервюта с български младежи – чрез целувката (а в повечето случаи и чрез сексуалния контакт) следва да се провери принципната „съвместимост“ между двама души, необходимо условие за последваща емоционална близост между тях. Във връзка с това ергенът от третия сезон успява да постигне абсолютен „рекорд по целуване“ със сто и тридесет целувки, излъчени в ефир (според данни от предаването „Преди обед“ по Би Ти Ви).

Условията в телевизионния формат насърчават и по-настъпателното отношение на жената към мъжа, т.е. тя също става носителка на кодовете на флирта. „Женското“ в тези кодове е, че следва да се „влюби“ (което се изиграва успешно от почти всички жени), както и едновременно да влезе в ясна стратегия на терена на сексуалните полета и на изграждания чрез сексуалността социален статус (Illouz 2012). И докато за едни предаването изглежда видим регрес спрямо феминистките движения и пълно самоволно връщане на жената в подчинена роля на мъжа, според други (включително и според самите участници) то е възможност за самопродуциране в интимен и в професионален аспект.

Според моите респонденти риалити формати като „Ергенът“, които повечето от тях гледат, изискват емоционална дистанция:

От шегаджийска гледна точка по-скоро го гледаме. Обаче виждам, че тънката граница е, че ние го разбираме как не трябва, но при подрастващите вече е друг въпрос. И това със свалянето на бельото в ефир, това доста малки момичета, като са го гледали, според мен са си изградили някакъв вид разбирания. Защото след това те виждат, че когато завърши самото предаване, нагласено или не, тези момичета от формата стават много известни, викат ги навсякъде, за всякакви рекламни цели и навсякъде ги виждаш. И си мисля, че тия риалити формати много влияят, дори подсъзнателно (П., момиче, 22 г., голям град, 2023).

Те осъзнават и опитите на участниците за добро позициониране на пазара на печеливши идентичности, особено като се има предвид, че включването в шоуто често е свързано с превръщането им в успешни инфлуенсъри:

Според мен животът, който създават инфлуенсърите в социалните мрежи, е тотално фалшив. Те си имат дните, в които изглеждат добре, когато се чувстват добре, снимат различни неща, които въобще не са така... Много бях впечатлена, тъй като гледам „Ергенът“, от Виктор – ергена, който в предаването е представен като някой супер нахакан, богат, води ги по скъпи срещи напред-назад. А реално въобще не е така в истинския живот. Работи в някакъв фитнес, нали – нищо лошо. Въпросът е, че не е нищо общо с това, което е в предаването. Представя се един лъскав и бляскав живот, който не е реален (Р., момиче, 16 г., столица, 2023).

Защо днес е неудобно да се говори за „голямата“ любов?

Безспорно любовта е сред големите теми на културата и изкуството, но ясно видима тенденция днес както в интервютата на респондентите, така и в произведенията на популярната култура е, че говоренето за нея е силно дискредитирано. Това важи в най-голяма степен за „истинската“ или „голямата“ любов между мъж и жена, доскоро употребявани в романтичните дискурси. То бива възприемано като патетично и сладникаво, избягват се силните думи или твърде романтичните жестове, самото (дълго)очакване в любовта, което е било една от основните движещи сили за развитие на творческия потенциал (вж. например теорията за сублимацията на Зигмунд Фройд), вече е силно маргинализирано, ако не и почти изчезнало.

В своя анализ върху съвременния танц Демна Димитрова отбелязва, че днес темата за любовта видимо отсъства, поне като любовна история, романтично преживяване или наратив; темата не е категория, върху която се поставя акцент, не е желана оптика, през която да се анализира творчеството (Димитрова 2017). В сравнение с класическия балет, при който именно тази тема (за мъжко-женската любов) има основополагащо място, съвременните перформативни практики според Димитрова сякаш не намират пространство за романтиката, защото тя изглежда като капан от клишетата на популярната култура. Докато танцовият дует, възникнал в края на XVIII и началото на XIX век, символизира именно любовта, онази неприкосновена и съграждаща интимност между двама, днес изборът на темата за любовта в танца изглежда странен, а творческото осмисляне на интимността се осъществява чрез приплъзване покрай любовта: много от темите са по-скоро около пазарната логика в чувствата, любовната тройка, насилието, еротиката, равноправието между половете, техническите условия за възникване на интимност и т.н. (Пак там). Подобни тенденции не остават ограничени само в полето на танца, но обхващат и други сфери на изкуството. Макар и много интересен обект за бъдещо изследване, те не могат да бъдат разгърнати по-подробно тук. Целта на този анализ обаче е да обърне внимание на факта, че първоначално авангардното избягване на „романтичното клише“ за любовта засяга не само сцените на елитарното изкуство, но впоследствие бива нормализирано и в самата популярна култура.

Интересен в това отношение е разказът на Ариан Емон, една от създателките на квебекското феминистко списание „Животът в розово“ (La Vie en rose) (с общо 50 броя от 1980 до 1987 г.), която разсъждава защо всъщност е писала малко за любовта. Тя признава, че си е представяла любов на равенството, при която феминистката ангажираност може да се превърне дори в афродизиак за мъжете (Emond 2005). Всъщност, отчита със съжаление Емон, с времето феминизмът, наред с редица положителни и масово видими днес резултати, в крайна сметка е довел до отдръпване у мъжете, чиято интимна ангажираност в продължение на векове е била поддържана чрез институцията на брака. Това практически означава, че стремежът на жените да завладеят собствена икономическа и сексуална свобода се превръща при много мъже в аргумент също

да поискат живот без ограничения. По-конкретно Емон говори за появата на фигурата на „самотния каубой“, най-общо мъж с циничен изказ, който презира емоционалните връзки, задушавачи собствената му свобода, и който вижда най-големия затвор в грижата за съпруга, деца, осигуряване на благоденствие за семейството (икономическо, физическо, емоционално); но и на нова категория млади жени, които, водени от културата на абсолютна мобилност, не са склонни да се откажат от приключенията в интимността. Съзнавайки, че любовта изисква динамиката на допускането и отдаването, Емон обяснява подобна масова тенденция за неангажираност в любовта с повишеното недоверие между мъжете и жените днес.

Както споменава и Ева Илуз в своята теория за разوماгьосването на любовта, не само интернет, съвременната терапевтична индустрия и различни механизми на капитализма, но и социални течения като феминизма се оказват също толкова важни за новата фаза, в която навлизат репрезентациите на любовта и интимността (Illouz 2012). Завръщайки се и днес към лозунга „интимното е политическо“, макар и по специфичен начин, политизирането на любовта, т.е. на най-интимното, започва все по-често да означава да се осигури в пълнота нейната освобождаваща цел (Arbrun 2021).

Освен че представлява заплаха за равенството, любовта, обвита в сантиментален кич (включително и от страна на популярната култура), изглежда за френския философ Рювен Ожиен (Ogien 2016) като опасна възможност за отхвърляне изобщо на модерния индивидуализъм и неолибералния социален модел. Според него именно сладникавата идея за голямата любов подпомага да бъдат легитимирани публично зловредни процеси като отказа от правна промяна в областта на брака, двойката, сексуалността и възпроизводството. Подобна репрезентация на любовта не позволява да бъде оспорена доминацията на хетеросексуалната любов от страна на бисексуалната или транссексуалната перспектива. Тази репрезентация също така пречи и за разширяването на сексуалните договорености (включващи садомазохистични отношения, проституция и др.), както и за развитието на нови начини за достъп до „сексуалния пазар“ чрез сайтовете за запознанства в интернет. С подобни твърдения Ожиен се обявява против вековна философска традиция, която гледа морализаторски на любовта. Тази традиция според него предлага интелектуалистко разбиране за доброто и усъвършенстването на човека, като пренебрегва други, „по-телесни“ представи (Пак там).

В своя анализ на телевизионните филми и в унисон с цитираната по-горе теза на Кавел за жанра на холивудската комедия за повторния брак от 30-те и 40-те години на XX век, Сабин Шалвон-Демерсе (Chalvon-Demersay 1996) показва, че влюбените в сюжетната линия вече не се опитват да преодолеят брачната криза, а се отделят един от друг, за да потърсят, всеки на свой ред, как да формират нова двойка. Именно защото любовта вече не е мислена като единствена и незаменима, тя не може да бъде описана с речника на романтичната любов. Това според Шалвон-Демерсе е и причината обясненията в любов да преминат на заден план, на тях да се гледа с по-малко доверие и героите да ги избягват, за да не из-

глеждат твърде наивни (Пак там). Социалните промени в отношението към любовта са проектирани и кинематографски: анализираните телевизионни филми имат специфична темпоралност, която не е нито тази на приключенските филми, нито тази на семейната сага, не е времето на живота, още по-малко това на династията, а само времето за установяване на нова връзка, на практика най-често един сезон; героите – мъже или жени – са в изравнени позиции, нюансирани, липсва персонаж с изключителни таланти, а ако даден герой има особени качества, то те са свързани по-скоро с уменията да поддържа връзки, персонажът не е смел или героичен, а по-скоро топъл и приятелски настроен; поставя се нов тип акцент върху социалната диференциация – вече не върху класови измерения например, а върху възрастови категории – параметрите и тонът на разказа във филмите се влияят единствено от позицията на героя в жизнения цикъл, която предполага различно психологическо преживяване на любовта (Пак там).

Така, поставена в полето на властовите борби за индивидуални и колективни репрезентации, днес сюжетната линия на романтичната любов между мъжа и жената все повече се превръща в следващото сладниково клише, което трябва да се избягва. Политическото измерение на популярната култура намира нови образи на интимното и навлиза в авторовото и зрителското полезрение предимно чрез социалното: разглеждайки теми като насилието, изолацията, самотата, властта, правата. Нещо повече, настоящият анализ поставя въпроса и за една актуална трансформация в образите на популярната култура – трансформация, която отива отвъд образите на жената и женската сексуалност или на маргинализирани сексуални групи и се опитва да предефинира изобщо любовта и любовната връзка. Като част от нови политики за интимност на меката власт, които тепърва кристализират в доминиращи репрезентации в популярната култура, това би бил интересен бъдещ обект за изследване.

Романтичен и постромантичен модел на любовта

Противно на предположението, че модернизацията прави интимността или любовта по-малко политическа, тъй като става все по-индивидуална, редица етнографски изследвания в разнообразни културни контексти показват точно обратното – че в посттрадиционните условия любовта е по-политическа.⁹ Тя се превръща в централно място за оспорване в ежедневните отношения на сексуалност, брак, пол и родство и едновременно предопределя и е определяна от медиите, правото, политиката, национализма и др. Изследователите се стремят да идентифицират как любовта и интимността съществуват в контекста на различни традиции, конвенции и норми и как различни социални актьори оформят, управляват и институционално контролират емоциите. Така, от една страна, водещите репрезентации в популярната култура могат да бъдат разглеждани като културен ориентир.

⁹ За подробна литература с различни антропологически изследвания вж. например работата на Первийз Моди (Mody 2022).

От друга страна, доминиращите репрезентации са трансформиращо се поле. Проследяването на променящия се курс в представянето на любовта и интимността отчита въздействието на тази политизирана област върху всекидневния живот и върху това, което се възприема като „добре да бъде обичано“.

От трета страна, преобладаващите репрезентации на интимността и връзките участват в специфична процедура за получаване на знания. Както знанието, така и признанието играе роля в любовта, мислена като основополагаща за придобиване, разпространение и трансформиране на умения с най-висока социална стойност. Фикцията и особено популярната култура и нейните истории, пренесени в реалния живот, са за модерните общества това, което е била генеалогията за обществата с уредени бракове – начин да се създадат отношенията, от които зависи социалният живот (Gell 1996).

В обобщение, чрез представянето на конкретни примери анализът в тази глава показва постъпателното отпадане на водещите романтични репрезентации на любовта в популярната култура и съответно на функцията на любовта да „омагьосва“ интимните връзки. Вместо това днес все по-често се наблюдава своеобразна синхронизация на разминаващи се практики и репрезентации в полза на въвеждането на нови водещи модели на интимност. Тези нови репрезентации едновременно „догонват“ масови поведенчески практики в интимните взаимоотношения, особено сред младежите, които в голяма степен съответстват на модела на „чистата връзка“ на взаимно и равнопоставено удовлетворение от страна и на двамата партньори (Giddens 1993), но и задават нови тенденции за всекидневното осмисляне на интимността, доколкото нормализират определени авангардни или алтернативни визии за нея сред широката публика.

Анализът също така свързва прехода към постромантичния модел с основни характеристики на самата популярна култура. В глобалния медиен контекст, в който границите на културните йерархии на вкуса са размити както на индивидуално, така и на групово и класово ниво, а социалните актьори черпят на бриколажен принцип и от елитарни, и от популярни културни форми, популярната култура тук се изследва отвъд естетическата ѝ стойност. Подчертава се моралният ѝ залог за колективна идентичност и се обръща внимание на гражданското въображение, което помага на групи от разпръснати индивиди да се идентифицират с послания и модели, които популярната култура предлага. Тя е представена като култура на промяната и културно поле на борби на едни наративи над други. Тези борби канселират, маргинализират или стигматизират някои теми и сюжети в полза на други, много често дори не като конкретни забрани, а на принципа на пазарното поощрение.

Акцент в този смисъл е поставен върху силата на популярната култура да нормализира за масовата публика визии за любовта и интимността, които доскоро са били по-скоро авангардни практики сред определени социални кръгове. Политическият залог на популярната култура е разгледан в две перспективи. От една страна, чрез способността ѝ да бъде благоприятна среда за процеси на преобразуване на алтернативни/маргинални/табуизирани културни форми в

„безопасни“, като нивелира системната им критика. От друга страна, през политиката на видимостта и възможностите, които тя предлага за колективно, но и за индивидуално извоюване на символно нормализиране и приемане (дори и само на ниво прости жестове като „харесване“ и „споделяне“), като вид участие в общи процеси за насърчаване на тенденции – бърза съпричастност, мислена като морален залог и част от по-широко политическо действие.

Анализът откроява и три основни характеристики на постромантичния модел, който днес влиза в конкуренция с романтичния в репрезентациите на популярната култура. На първо място, това е разширяването на репертоара на възможните интимни опитности, които могат да бъдат показани; на второ място, значителното припокриване на половите стереотипи за мъжка и женска сексуалност; на трето – замяната на основни елементи от романтичния дискурс, например темата за единствения и неповторим друг, за заживяване заедно след преодоляване на всички препятствия пред любовта и т.н., с нови елементи, представени основно в парадигмата на демократичност, рационализиране на ползите и опасностите от интимността и пълно полово равенство. Изследването показва също, че конкуриращите се образи от романтичния и постромантичния модел не засягат само темата за сексуалността, а се разширяват до предефиниране на репрезентациите за любов, любовна връзка и семейство, предполагайки по-общо поле за изследване на нови модели на интимност.

Описаните дотук вариращи във времето представи и модели на любовта, допълнени там, където има налична информация, със статистически данни и конкретни примери, които да илюстрират подобни представи, са важни в сравнителна перспектива – за да се види доколко и на базата на кои елементи от тях се изграждат практиките днес. Дигитализацията на любовта в следващите две глави е проследена чрез разказите на самите респонденти за тяхното всекидневие, както и чрез наративите на новите лидери на мнение в дигиталното пространство – инфлуенсърите.

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ЛЮБОВТА И ИНТИМНОСТТА

Под дигитализация на любовта и интимността тук се разбира процес на навлизане на тези полета на човешка опитност в дигиталното пространство, като конкретни начини за комуникиране на чувства, като практики и норми. Анализът поставя акцент върху дигитализацията именно като процес, който обхваща както виртуалното продължение на форми на взаимоотношения лице в лице, така и всекидневното практикуване на специфични нови онлайн форми на интимност. Това цели да представи процеса в неговата сложност – като комбинация от традиционни модели за пренос на ценности и знания в областта на чувствата (като тези модели най-често предполагат поддържане на принципа на хомогамията във формирането на двойките, т.е. относителна затвореност в етнически, образователни, социални групи), от една страна, и влиянието на хоризонталния принцип на общуване сред новото дигитализирано поколение, отворено към експерименти с глобални модели (които идеологически предполагат преодоляване на подобна затвореност), от друга.

Тази част от книгата проследява както по-общите въпроси, които поставя интерпретацията на любовта и интимността чрез комуникационните теории, така и конкретни резултати от индивидуалното емпирично изследване на начините, по които младежите присвояват дигиталното пространство за целите на интимните си преживявания. Темата за интимните отношения е представена в няколко перспективи: чрез местата, в които се случват (направена е своеобразна топография на дигиталното пространство за всекидневна употреба, а различните територии понятийно са определени като арени на интимност); като конкретни ритуали за интимност, които респондентите осмислят като символни форми на признание (например публично дигитално оповестяване на факта на обвързване) или символни форми на насилие (например дигитални унижения в резултат на ревност или прекратяване на връзката); посредством различни демографски разграничителни линии, които респондентите чертаят в интервютата (например поколенчески, полови и социални специфики на преживяването на интимността); и накрая, чрез стратегии за конструиране на имидж в дигиталното пространство (например изграждане на конкретно виртуално тяло или дигитално капитализиране на любовната връзка).

В своя теоретичен преглед на развитието на концепциите за интимността Селин Морен ясно подчертава необходимостта от интерпретирането на любовта чрез теориите на комуникацията (Morin 2014b). Научното поле на изслед-

ванията на любовта се структурира в две противоположни парадигми, отбелязва Морен. От една страна, е критичната парадигма, която мисли любовта като раздирана от тираничните изисквания на междуличностната комуникация. Така истинската любов според Ален Бадиу (Badiou, Truong 2009) е опорочена, защото не се практикува и преживява през различието, а през идентичността логика, която според него е в спектъра на егоизма, заплашващ другостта. В същата парадигма Славой Жижек (Žižek 1995) говори за мултиплицирането на любовните и сексуалните възможности, налични благодарение на новите медии и допринасящи за доминацията на политика на удоволствието и в крайна сметка води до невъзможността да се свържем с другия. Ева Илуз мисли любовта като източник на признание и говори за „емоционален капитализъм“ – процес, чрез който емоционалните и икономическите взаимоотношения започват да се определят и оформят взаимно и който присвоява емоциите до степен да ги трансформира в стоки (Ilouz 2007), особено в интернет.

Другата парадигма, през която се интерпретира взаимовръзката между любовта и общуването, е разбиращата парадигма, която се вписва в рефлексивните теории и вижда изход от напрежението между индивидуалната защита и брачното споделяне в създаването на публична интимна сфера, основана на демократичния компромис. Въпреки че не са равнозначни, любовта и комуникацията са в интимна връзка. От Георг Зимел (Simmel 1988) и Франческо Алберони (Alberoni 1981), минавайки през Едгар Морен (Morin 1997), Франсоа дьо Сеингли (De Singly 2003, 2011) и Жан-Клод Кофман (Kaufmann 2010), разбиращата традиция се опитва да улови любовните динамики, които свързват Аза и другия. Тя не забравя, че любовта е част и от конкретно социално въображаемо, видимо в романите, киното, телевизионните сериали и т.н.¹⁰

Различни емпирични изследвания се опитват да отговорят на въпросите, които възникват от подобни аналитични парадигми. Редица от тях отбелязват промяна в практикуването на любовната ритуалност във всекидневието. Говорят за комуникационни асиметрии, които могат да се изразяват съвсем тривиално: резултати от анкети например показват, че повече от половината интервюирани си лягат в различен час от партньора си поради употребата на информационни и комуникационни устройства; прекъсването на семейни събирания заради паралелно общуване по смартфони се превръща в изключително честа практика; много бащи пропускат началото на семейното хранене по същата причина (Le Douarin 2002, цит. по Demonceaux 2014) и т.н. Подобни изследвания насочват към извода, че е налице преход от интимност, свързана с идеята за домашно огнище, което е опазващо и центрирано около самото себе си, към домашно огнище, което постоянно комуникира навън, предоставяйки достъп и ново място на трети участници вътре в сърцевината си (Пак там). Като пример от етнограф-

¹⁰ Вж. например анализите на Бруно Пекиньо (Réquignot 1991) за сантименталния роман, на Стенли Кавел (Cavell 1981), Вероника Хефнър и Барбара Уилсън (Hefner, Wilson 2013) за киното, на Селин Морен (Morin 2012, 2014a) за телевизионните сериали.

ските ми наблюдения на интернет пространството мога да спомена честа практика на двойки (съпрузи или дългогодишни партньори), които обменят любовни послания един към друг на стените на фейсбук профилите си – нещо, което илюстрира именно подобно включване на трети страни (публиката на техните послания) в домашното огнище. Основният въпрос, който си задават учените в този контекст, е дали не наблюдаваме „хиперинтимност“ (Casilli 2010), която ще бъде мислена като по-дълбока от интимността лице в лице (или във всеки случай като по-легитимна интимност в социален план), или точно обратното – налице е „бягство от интимното“ и навлизане в сферата на интимното на други социални актьори, което може да се окаже заплаха за самата двойка (Neuburger 2000).

Най-общо казано, дигиталните практики допълнително усилват вече съществуващи социални промени в полето на личния живот. Усложнението идва от това, че индивидът се придържа едновременно към много мрежи от взаимоотношения, които се развиват в различни рамки и при различни норми, но действията в тях са медиатизирани, публично видими са и следва да бъдат удържани чрез интегритета на цялостната личност.

Любовта в социалните мрежи

Тази част представя дигиталните пространства за всекидневно общуване, каквито са социалните мрежи за младежите, като по този начин осмисля не само различията между реалното и виртуалното в комуникацията и идентичностните им стратегии, но и откроява спецификите на отделните дигитални платформи, които предполагат неписани и едновременно интериоризирани кодове на поведение, четени и разбиращи от потребителите именно в контекст.

Медиатизирана интимност: реално и виртуално

Историята на възникване на дигиталната опосреденост на запознанствата и връзките е кратка (Punyanunt-Carter, Wrench 2017). Същевременно предисторията е дълга и датира от началото на XVIII век, когато във вестниците се появяват личните обяви. Следващата стъпка се свързва с налагането на употребата на телефонно базираната чат линия през 1981 г. През 1985 г. вече има редица чат линии, посветени изрично на това да помагат на мъжете и жените да се срещат, а през 1999 г. чат линиите започват да интегрират и видеокамери. През 80-те и 90-те години се развиват компании, които помагат за свързването на двойките чрез видеосрещи и приканват потребителите да запишат персонално видео, в което да се покажат по най-добрия начин пред потенциални партньори (Mulshine 2015). Съществена промяна в онлайн достъпа настъпва през 1996 г., когато потреблението на интернет започва да се таксува не на час, а на месец, което допълнително допринася за овсекидняването на дигиталните възможности за запознанства и интимно общуване. С основаването през 1995 г. на Match.com, който е първият голям играч в света на онлайн срещите, вече можем да говорим и за бързото нормализиране на подобни услуги. Големите

уебсайтове за запознанства като Match.com, впоследствие eHarmony и OkCupid, а за България Sladur.com (пуснат през 2000 г.) и Elmaz.com (пуснат през 2001 г.), комбинират профили, снимки и алгоритъм, базиран на отговори на въпроси, и са определяни като първа фаза от еволюцията на индустрията на онлайн запознанствата (Slater 2013), която в голяма степен е фокусирана върху търсенето на (въобразения) идеален друг (Александрова 2018).

От края на 90-те години сайтовете за запознанства и форумите ясно илюстрират и измененията в стратегиите за съблазняване. Съблазняването на другия, което включва да го накарам да ме желае, означава най-общо умението на индивида да борави със знаците, които биха провокирали това желание. Проблемът със съблазняването на виртуалния друг, пред който потребителите се изправят в сайтовете за запознанства, е, че за разлика от личните срещи, запознанствата онлайн са прицелени, първо, в множествен друг и второ, в друг, чието желание или множество желаниа са непознати (Христов 2018). Стратегиите за справяне с този непознат и множествен виртуален друг са свързани с установяването на консумеристка сантиментална логика на намаляване на рисковете: с математико-технократски подбор, с компютърно генерирани алгоритми за търсене и предлагане, включващи ясни предварително зададени критерии, изобщо – с маркетинг на любовта (Lardellier 2016).

Следващата радикална технологична промяна в контекста на връзките настъпва с пускането на пазара на първия смартфон iPhone през 2007 г. Това трансформира уеббазираните опитности в мобилно базирани, като води и до въвеждането на софтуеър, който позволява на потребителите да се срещат с потенциални партньори чрез геолокацията на телефона. През 2009 г. на същия принцип възниква и световноизвестната апликация Гриндър (Grindr) за гей мъже. През 2012 г. стартира Тиндър (Tinder) и започва да предлага сходна възможност, но за хетеросексуални, като добавя съвсем нов акцент в света на онлайн срещите: вместо да се показват всички налични профили в даден географски ареал, евентуалните партньори са представени със снимки и профилите им се изреждат един след друг, така че потребителят има възможност да ги хареса или не, докато не разбере, че има „съвпадение“ (т.е. че е „харесал“ онзи, който също го е „харесал“). Изобщо, технологията отваря възможности за среща по начини, които не са въобразими за предишните поколения: например запознанства в игрови виртуални светове като Second Life или World of Warcraft. Интересното е, че дори гиганти, какъвто е Ютюб, започват като своеобразен сайт за запознанства: през 2005 г. Чад Хърли, Стив Чен и Джауед Карим решават да влязат на арената на видеосрещите – първоначалната им идея е да позволят на потребителите да качват видеа от личното пространство на домовете си, концепция, сходна на старомодния вече феномен на видеосрещите. Същевременно, макар да не са замисляни като платформи за любовни връзки, приложението Скайп (от 2003 г.), което подпомага общуването от разстояние в реално време, или платформата Фейсбук (от 2004 г.) и нейните възможности за мрежи от приятели също имат огромно влияние върху начина, по който хората се запознават и общуват.

Както отбелязва Дана Бойд, когато се появяват ранните социални мрежи като Френдстър (Friendster) и Майспейс (MySpace), те са проектирани по-скоро за да позволят на потребителите да се запознаят с нови хора – предимно приятели на техни приятели със сходни интереси, вкусове, страсти, т.е. те са по-близки до идеята за мачмейкинг услуга. Но вместо да се съсредоточат върху приятелите на своите приятели и изобщо върху нови запознанства, много от ранните потребители наблягат върху социализирането с техните собствени приятели. В този смисъл социалните мрежи променят основата на онлайн общностите: докато ранните способности за изграждане на онлайн общности са организирани около интереси, социалните мрежи намаляват значението на интересите и превръщат вече съществуващото приятелство в организационен принцип на този жанр общуване (Boyd 2014: 7). Към средата на първото десетилетие на ХХ век с общодостъпния интернет и с възхода на социалните медии като Майспейс, Фейсбук и Туитър споделянето на информация и свързването с приятели онлайн става неизменна част от всекидневието за мнозина, особено за младежите. Употребата на социалните медии преминава от субкултурна практика в норма, а първоначалният им заряд за създаване на нови връзки, подобно на медиатизирани агенции за запознанства, придобива, както ще покажа и с изследването си, по-различна форма, като по-скоро превръща тези дигитални пространства в места за всекидневно практикуване на интимни и любовни отношения.

От своя страна апликациите, посветени изрично на онлайн запознанства, също все повече се стремят към жанрови сходства със социалните мрежи, което означава, че търсенето на най-подходящ партньор минава на заден план спрямо опции като презентирането на идеалния Аз и разработването на социалната мрежа на индивида. Подобно разширяване на онлайн сайтовете и апликациите за запознанства практически води до техническото свързване например на Тиндър с Фейсбук, Инстаграм и други, което дава възможност за директен пренос на лична информация и проследяване на индивида в различни дигитални пространства. Културните последици от този процес са засилена игровост и развитие на сложни идентичностни тактики – както от страна на отделния потребител, така и от страна на групата на неговите „приятели“ – при разчитането и интерпретацията на дигиталните му действия.

Резултатите от теренно изследване на Росица Болгурова, проведено през 2016 г., върху употребата на приложението Тиндър в България показват, че притежанието на апликацията към момента на провеждане на изследването е белег за известна елитарност, дължаща се на специфичния контекст на дигиталната иновация, при която престижът се гради върху постоянната информираност и ранното използване на всяко нововъведение. Макар и легитимирано като възможност за търсене на интимен партньор, приложението Тиндър се използва основно не от самота, а от скука, а употребата му изглежда безопасна, доколкото единственият видим статус е на „харесан“. Игровият характер е наличен не само в комуникационната ситуация, но и в позицията на самите потребители: много от тях вече са във връзка и следователно търсят чрез употребата

на апликацията просто някаква форма на независимост (в място, отделено от интимното пространство на вече съществуващата двойка), форма на личностна самооценка (базирана предимно на броя на харесванията на ден, които получава потребителят), но и форма на социализиране (като поддържане пред другите на успешна ролева позиция на добрия любовник) (Болгурова 2018).

В интервютата, които проведох с младежи, стана ясно, че апликацията Тиндър често се явява трети играч във връзката, чието присъствие или отсъствие става симптоматично за сериозността на отношенията:

Спомням си с предишната ми връзка как се разбра, че сме заедно. Когато, мисля, че аз го изманипулирах да си изтрие Тиндър. И с изтриването на апа (апликацията), сякаш всичко се затвърди. Даже не само едно, изтри и едно второ приложение, гей приложението. – А ти как знаеше, че ги има, запозна ли сте се през тези приложения? – Да. – Ти изтри ли си твоите? – Да, един пред друг го направихме. Показахме си как си ги трием. – А после върна ли се към тях, като приключи връзката? – Да... (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

По-нататък в същото интервю става въпрос и за принадлежната стойност на „приключението“ и „фантазията“, което предоставя тази апликация:

Така се получи и с гаджето ми – той ми писа нещо мръснишко и аз бях: Ок, I am in the mood. Излязохме и не правихме нищо мръснишко, просто се държахме за ръце. – А после се задълбочи и стана нещо неочаквано за теб? – Да, защото в аповеите по-скоро трилът е да търсиш и да е интересно, как чати, нали, интересна е фантазията. Но след като се приведе в живия живот вече, след като излезете, което впрочем се случва трудно... – Така ли? – Да, така ми се струва, трудно е да се излезе отвъд тях, те са някакъв краен продукт или някаква крайна цел дори. Защото те са едно такова много приятно гъделичкане на интелектуално, на сексуално, на всякакво ниво, което прави срещата на живо излишна – няма нужда – ние сме се видели, ние сме си писали, всичко сме направили. И излизането е едно такова „риск печели, риск губи“. И трябва да си в много приключенска форма или твърде отчаян, не знам. Моята беше твърде приключенска и ако някой друг ми беше написал това, което той ми написа, пак бих излязъл (смее се) (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

Както и за сигурността от „потвърдената“ взаимност:

Бях наскоро в гей бар, в който не се гледаме ей така и да се сваляме, и да дойде и да каже: „Здрасти, готин си!“, а с един приятел до мен, който беше в такава нужда от внимание, просто ей така си пише с някой и казва: „А, това е той!“ и му пише, вместо да отиде до него “... Това е подстъпът към него. Телефоните се превръщат в някакво поле на сигурност, защото имаш увереността, че поне физически сте се харесали, одобрили (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

В сходна перспектива, разкривайки биографичните обстоятелства, които карат хората да се регистрират в сайтове за запознанства, Мари Бергстрьом от-

кроява както икономическата приватизация на романтичните срещи (свързана най-общо с нормализиране на посредничеството), така и ролята на тези сайтове в изпълнението на съвсем други социални потребности – като желанието на жените да легитимират собствената си привлекателност, а на мъжете – да усъвършенстват техниката си за флирт, или и при двата пола – да обърнат нова страница след по-тежки раздели (Bergström 2019: 171). По-слабо двусмислени, отколкото срещите с колеги или с приятели, дигитално опосредените срещи ограничават периода на съблазняване спрямо този на срещите на живо: една трета от двойките, създадени онлайн, са имали сексуален контакт през първата седмица от запознанството (Пак там: 173). Тези взаимоотношения не са непременно изключителни (Пак там: 177) – партньорите се тестват взаимно, преди да се заявят във връзка.

Дигиталната преселекция при тази опосреденост на връзките е свързана с различни етапи, при които се оценяват елементи от партньора: обективни дадености (пол, възраст, професия), начин на живот (свободно време и вкусове) и най-накрая – физическото изпълнение на тези характеристики (при личната среща). Подобен сценарий изисква от потребителите рефлексивност относно природата на техните любовни и сексуални предпочитания. Това води до трансформирането на тези предпочитания в категориални критерии, и то на елементи, които при традиционната среща са комуникирани директно от физическото тяло и излъчването на личността. Вероятно именно чрез тази преселекция може да се обясни и констатацията, че дори и да реорганизируют процеса на протичане на любовните срещи, сайтовете за запознанства не успяват да преодолеят социалната хомогамия. Според Мари Бергстрьом (Bergström 2016) тези процедури на селекция и елиминация са добре описани с понятието за вкус, т.е. те са схеми за класификация по Бурдийо (Bourdieu 1979) и са свързани най-общо със сходни разбирания за това как е редно да се правят нещата (норми на дигиталната комуникация, на хибридната онлайн и офлайн комуникация, на любовната ритуалност, на дигиталния флирт).

Едновременно онлайн и офлайн

Съвременната социалност е комбинация от онлайн и офлайн живот, при която използването на онлайн социалните мрежи функционира като разширение на офлайн мрежите (Boyd, Ellison 2007). Новият тип комуникационна среда се свързва както с разделение между онлайн и офлайн, така и между синхронно и асинхронно общуване. Бързо се установява, че културата на интернет няма да остане само виртуална, но ще бъде силно преплетена с връзки, йерархии и норми на традиционните контакти, т.е. че ще се наложи да бъде анализирана като хибридна среда, включваща няколко регистъра на общуване. Предложеният тук анализ констатира именно факта, че всекидневното на българските младежи съчетава различни институционални нормативности, като тези на семейството, образованието и забавлението, но ги преплита в обща комуникационна рамка в дигиталното или хибридното пространство за ежедневна комуникация. Пора-

ди спецификата на техническите устройства, които позволяват на потребителя да бъде едновременно поне в две комуникационни ситуации (на физическото пространство, в което се намира, и на общуването), най-често на всички тези формални и неформални сфери се налага общ регистър на комуникация: в случая на младежите – по-скоро неформален (Нейкова 2020).

Въпреки че навигирането между различни социални контексти не е ново явление, технологията прави по-лесно бързото преминаване между тези контексти, създавайки усещането, че те са едновременно налични на множество места. Теренното изследване, което проведох за целите на анализа, показва, че всяко приложение или платформа има различни емоционални значения за младите хора и се възприема като различно ниво на интимност в комуникирането на взаимоотношенията. Крайна форма на интимност всъщност е съвсем новата културна ситуация, дефинирана от идеята за разширена среща (Ito, Daisuke, Misa 2005), при която физическата среща е само част от много други комуникационни практики преди, по време и след срещата лице в лице:

Имала съм един, който ме беше харесал в рейса, беше ме видял още веднъж в тролея и тогава е решил, проследил ме е до гимназията, след това е влязъл... аз тогава няхах Фейсбук... влязъл е в група във Фейсбук на гимназията и е написал: „момиче с панделка – издирвам я“. Дали са му скайпа ми и там ме беше намерил (А., момиче, 24 г., столица, 2019).

Или сходна ситуация, развиваща се след няколко години и вече медиатизирана през по-нови дигитални платформи:

Ами то не беше запознанството онлайн, ние не се познавахме-познавахме, ходехме в едно и също училище, и просто там той ме последва в Инстаграм и ми писа. Тоест по физиономия се знаехме, но никой нищо не знаеше за другия повече от това, че сме се засичали по коридорите. Когато имате общи познати, платформата дава съдъжесчънс (предложения) за хора, с които да се запознаете. Аз щях да ходя на един концерт и си постнах билета, че ще ходя, защото бях много щастлива. И той нещо като: „Слушааш метъл, в същото училище си, пиеш бира и не се познаваме, ха-ха?“. И след такъв тип закачки в крайна сметка отидохме на концерта заедно (Р., момиче, 21 г., столица, 2023).

Един ден отидох в една много голяма компания от познати и той беше там. И реално оттам нататък ние сме се видели, и след това той ме е последвал в Инстаграм... Аз не вярвам, че в днешно време има много случаи, в които виждаш момичето по улицата и отиваш при нея: „Е, много си готина! Искаш ли да излезем?“. Първо трябва да си супер смел и трябва да си супер уверен, за да го направиш... (Д., момиче, 22 г., малък град, 2023).

В същото време обикновено не става въпрос за изграждане на отделни реални и виртуални идентичности, а на една сложна идентичност, развиваща се чрез различни платформи, но и непрекъснато проверяема, проследима и постоянно проблематизирана от интимния друг. Тук можем да дадем пример с една основна дискусия за любовния живот в платформата Second Life, като спорът

има поколенчески характер: „старите“ потребители остро критикуват поведението на „младите“, които започват да търсят продължение на виртуалните си запознанства и офлайн. Според първите такова поведение „денатурализира Second Life“ и обръква „истинско“ и „виртуално“. Същевременно за новите потребители реалното вече не изключва присъствието на виртуалното, а по-скоро едното усилва другото в по-пълно социално преживяване (Cecchini 2015).

Неслучайно преплитането на реалния и виртуалния живот при младежите е ясно видимо и в една конкретна стъпка, за която те говорят и която се тълкува като висша форма на интимност – става въпрос за акта на предоставяне на всички онлайн пароли на другия, което прави и дигиталната идентичност контролируема от любимия/любимата.

В периода на преход между родителската култура и изграждането на индивидуалната идентичност (Galland 1991) социалните мрежи предлагат на подрастващите възможност да получат определена независимост в отношенията си със семейството и да работят за своята автономност (Metton 2004). Респондентите ми например предпочитат да пишат лични съобщения заради невидимостта, която си осигуряват спрямо заобикалящата ги среда. Това е още по-важно при любовните отношения: „Защо писане, а не говорене? – Защото живея с родителите си“ (К., момиче, 16 г., село, 2018); включително и при по-големите: „Пишем си, понякога по два часа. – А защо си пишете? – Може би така е по-лесно. Пък и може нещо друго да се върши, докато пишем... Много хора предпочитат да си пишат, вместо да говорят“ (М., момиче, 25 г., столица, 2023). Така дигиталният свят и особено писменият дигитален свят представлява онази „собствена стая“ на подрастващия, която му осигурява автономност на действията.

Интересен пример за това обособяване на любовни пространства дава Амаранта Чечини със Second Life (Cecchini 2015). Виртуалната топонимия и специфичните характеристики на местата, предназначени за любовни дейности там и наречени Love Paradise („Любовен рай“), Sexy Islands („Секси острови“), Sweethearts („Сладури“), Loves and Dreams („Любови и мечти“), позволяват на аватарите (дигиталните тела) да бъдат анимирани в еротични и сексуални пози и жестове и приканват към развитието на виртуални „любовни“ интеракции. Същевременно авторката отбелязва, че много от любовните практики се развиват извън изрично предназначени за тези дейности дигитални територии. Това я води до заключението, че любовните и сексуалните взаимодействия са по-слабо свързани с конкретно онлайн пространство, отколкото с употребата изобщо на комуникационните канали, които осигуряват определена дискретност. Можем да допълним, че именно използването им става онова интимно пространство за изява на близост, защото то не е контролирано от значимите възрастни. Тоест паралелно с факта, че любовните отношения обикновено са публично достояние, партньорите търсят известно уединение (макар и само от определени групи) чрез вписването на връзката в онлайн пространството и чрез избора на точно определени комуникационни устройства, мобилизирани във взаимоотношенията им.

Родители и деца в онлайн пространството

Анализът на дигитализацията на любовта и интимността е част и от друг значим социален проблем – предаването на знания и ценности от възрастните към децата, който е свързан със семейството, но и с образователната и най-общо със социалната система. Тенденциите за избягване на конфликти с предишните поколения най-често поради възможностите за еманципиране на подрастващите в контекста на отделни онлайн и виртуални светове са ясно регистрирани от националното представително изследване на Петър-Емил Митев, Борис Попиванов, Сийка Ковачева и Първан Симеонов относно съвременните ценностни мотивации на българските младежи, включително и техните представи за любовта и брака (Митев, Попиванов, Ковачева, Симеонов 2019). То показва, че младите хора извършват прехода от образование към заетост по-бързо, отколкото другия важен житейски преход – от родителския дом и семейство към брак или съжителство. Съвместният живот на младите с техните родители е несъмнено улеснен от относително доброто разбирателство помежду им (положителните отговори за това категорично доминират – общо 90%). По-голямата част от младежите посочват, че има разбирателство между поколенията въпреки различията. Същевременно, отново според изследването, младите хора имат висока степен на доверие в социалните мрежи, в частност заради „отговорното“ използване на личните данни на потребителите. Една трета се доверяват във висока или най-висока степен на социалните мрежи, докато онези, които не се доверяват „напълно“ или „по-скоро“ се доверяват, са два пъти по-малко – 17%. Трите най-разпространени причини за честото използване на интернет от страна на младежите са достъп до социалните мрежи; комуникация с познати; споделяне на снимки, видео или музика (Пак там). Това ясно свидетелства за развитието на хоризонтална култура за пренос на знания и ценности сред връстниците.

Предизвикателството, пред което са изправени поколенията днес, е свързано с факта, че родените с дигитални технологии (*digital natives*), както ги нарича Марк Пренски (Prensky 2001), навлизат отрано в дигиталния свят, а техните учители и роднини са „дигитални имигранти“ в него (т.е. хора, които не са изцяло социализирани с тези дигитални технологии) и съответно говорят на език, който изглежда неактуален за младите (Morgan 2014). Като конкретен пример можем да дадем дори разминаванията в интерпретациите на възрастните и на децата относно публичното показване на всекидневието в социалните мрежи. Според Дана Бойд, докато първите смятат онлайн публикуването на тривиалности за губене на време, техните потомци имат усещането, че не те, а самата им аудитория трябва да филтрира всичко онова, което може да бъде ирелевантно като съобщение (Boyd 2014: 60–63). Говорим за две различни разбираня за функционирането на медийната среда изобщо.

Подобна специфика е в основата на заключенията на редица изследвания сред деца и родители относно тяхното онлайн поведение. Проведено през 2016 г. в България (Георгиев, Кънчев, Хайдиняк, Апостолов 2016) национално представително проучване сред деца на възраст 9–17 години оценява именно подкрепя-

щата намеса на родителите по отношение на развиването на дигиталните умения: умението за намиране и оценка на информация, умението за комуникация чрез дигиталните канали, умението за създаване на дигитално съдържание, умението за поддържане на онлайн безопасност, умението за решаване на проблеми. Данните показват либерално отношение на родителите към активността на децата им в интернет дори когато става дума за деца под 9-годишна възраст. Така например една трета от децата на възраст 9–11 години могат да използват уебкамера по всяко време, без наблюдение и специално разрешение, а този дял достига 82% сред тийнейджърите на възраст 15–17 години. Изследователите установяват занижаване на родителския контрол при повечето дейности на децата в интернет. Налице е например значително увеличаване на дела на децата, които имат позволение по всяко време да гледат видеоклипове в интернет – от 61,5% през 2010 на 75% през 2016 г.; могат да ползват социалните мрежи по всяко време – от 49,8% през 2010 на 66,8% през 2016 г.; могат да качват снимки, видео и музика без родителско разрешение – от 36,4% през 2010 на 60,9% през 2016 г.

Изследването набляга и на факта, че ролята на родителите по отношение на комуникационните умения на децата включва както контролираща функция, така и въвеждане в конкретни комуникационни умения. Във втория тип намеса от страна на родителите (изразяваща се в обсъждане на различни теми около употребата на интернет или правене на нещо в интернет заедно) се забелязва относително нисък дял на активно подпомагане на децата. По-висок процент от респондентите (около и над половината от родителите) по-скоро разговарят с децата си по теми относно онлайн общуването, докато по-малка част (36,1%) правят нещо в интернет заедно с децата си (най-много при деца под 9-годишна възраст и на възраст 9–11 години); 61,5% окуражават децата си да изследват и учат в интернет, а процентът на родителите, които дават конкретни съвети на децата си за действие, в случай че нещо в онлайн средата ги притесни или разстрои, е значително по-нисък – 39,8% (Георгиев, Кънчев, Хайдиняк, Апостолов 2016).

Същевременно българските деца рядко използват интернет за цели, свързани с образованието, въпреки че ясно осъзнават ползите от това за собственото си развитие. Самите те определят учебните дейности в интернет като второто най-полезно нещо онлайн за деца на тяхната възраст, но е по-вероятно да се занимават с други дейности в мрежата (общуване с връстници, гледане на видеоклипове, слушане на музика онлайн, игри и т.н.) (Национален център за безопасен интернет, Маркетлинкс 2016). Само половината от тях използват веднъж седмично или по-често интернет за цели, свързани с училище, като този процент не се е променил между 2010 и 2016 г. (Пак там). Интересна констатация на изследването, която ясно илюстрира преобръщането на ролите за пренос на знание, умения и ценности в дигиталното пространство, е фактът, че процентът от деца, които са помагали на родителите си за проблеми, свързани с интернет, е повече от два пъти по-висок (66%, като стига до 75% при децата на възраст 15–17 години) от дела на родителите, които са помагали на децата си – 29,5% (Пак там).

Емпиричните данни от цитираното количествено изследване потвърждават тенденцията възрастта, на която децата получават по-голяма самостоятелност в дигиталната среда, да спада и реално вече да е по-ниска от възрастта, в която децата придобиват самостоятелност за свои офлайн дейности. Това, разбира се, крие рискове, породени от липсата на дългосрочна подкрепяща намеса от страна на възрастните за развиване на дигитални комуникационни умения от различно естество. Дигиталната среда се очертава като поле, в което родителската намеса е по-слаба спрямо тази в останалите сфери. Проблемът, както отбелязват и авторите на изследването, е, че това поле непрекъснато се разширява и заема все по-голяма част от живота както на децата, така и на възрастните (Национален център за безопасен интернет, Маркетлинкс 2016).

Във връзка с това Дана Бойд откроява важен елемент, свързан с достъпа на младите до различни обществени пространства. В американския контекст, който тя описва в своите изследвания, подрастващите нямат или имат ограничен достъп до барове, клубове, ресторанти (Boyd 2014: 18) и най-вече до онзи социален живот сред връстниците, част от редица носталгични спомени на техните родители – на улицата, в градинките и т.н. Това често прави младежите зависими от кооперативността на родителите, за да организират срещите си с приятели. Дана Бойд показва как тази нарастваща регулация от страна на родителите на младежките събирания на живо естествено води до засилено онлайн общуване, което всъщност отговаря на традиционни нужди от социализация. Според нея ако родителите поемат повече отговорност в това да възпитават децата си в ценности, морал и стандарти (вместо да разчитат за същото предимно на образователната система, телевизията и новите медии), част от загубената свобода на младежите (да излизат със своите приятели) би могла да бъде възвърната. Подобна визия се включва в по-широкия дебат за ролята на родителите и институциите в преноса на знания и ценности, който обсъдихме в Първа глава. В случая виждаме, че решенията за това как да се моделира този пренос оказват пряко влияние върху формите на социализация, налични за подрастващите.

По думите на моя респондентка (С., момиче, 13 г., село, 2020), за разлика от родителите ѝ, които преди са имали много повече свобода да излизат навън с приятели, сега тя се чувства изключително контролирана и непрекъснато проверявана от тях посредством мобилния телефон. Този факт беше интерпретиран в интервюто като силно ограничаващ възможността за пълноценно развитие на отношенията ѝ с гаджето.

Това ми се струва изключително важен аспект от съвременния живот на младежите, при който вече е трудно да се открие причинно-следствената връзка: дали ограниченият живот офлайн води до прекалено разширяване на онлайн практиките, или обратното – злоупотребата с онлайн практиките води до ограничаване на живота офлайн. Вероятно двата процеса текат паралелно. Нещо повече, за изследваните български младежи най-характерно остава съвместяването на реалното и виртуалното пространство в непрекъснат онлайн контакт, когато не са заедно, но и когато са заедно (като част от съвместни практики на

групата). Що се отнася до социалните мерки, които би следвало да бъдат предприети от родителите, учителите и други значими възрастни, подобни мерки изискват преосмисляне на формите на регулация на личния и публичния живот на младежите. Както показват и цитираните статистически данни, родителите остават много по-строги по отношение на офлайн, отколкото на онлайн пространството, което означава, че те възприемат потенциалните заплахи към децата си предимно като физически заплахи и много по-малко като заплахи от влияние (медийно, идеологическо, поведенческо, свързано с емоционален тормоз в дигитална среда и т.н.).

Арени на интимност

Свързаността в мрежа е социално-технологична възможност, която улеснява и обуславя различни форми на интимност. В този смисъл тя действа като ресурс. Самата свързаност се превръща в инфраструктура, като инфраструктура на интимността (*infrastructure of intimacy*) (Paasonen 2017), която играе роля в поддържането на приятелства, сексуални уговорки, любовни отношения, както и в изразяването на техния интензитет. Интимността се определя не само от връзките между хората, но и от онлайн мрежовата среда, в която тези връзки се развиват, както и от взаимодействията между самите дигитални устройства и приложения. Андре Янсон (Jansson 2013: 289) предлага понятието за медиатизация, за да опише как различни социални процеси в широк диапазон от полета и на различни нива стават неразделни от технологичните процеси и ресурсите на медиация.

Особено важно за запазването на сложната конфигурация от онлайн и офлайн комуникация и идентичностни стратегии, която подрастващите удържат, е „подходящата форма“ на виртуалното тяло:

Когато беше в периода да се гради имидж, гледаш сега – постваш някакви песни, ама много често ли поствам, почваш, връщаш се назад, триеш някакви неща, които изглеждат не толкова яки, нали, снимки... (А., момиче, 24 г., малък град, 2019).

Потребителите смятат, че социалните мрежи могат да пречат на връзката, ако се използват неправилно. Изпращането на прекалено много съобщения, неспазването на разумен срок за отговор или липсата на обратно съобщение – всичко това се възприема като нарушение на комуникационните норми и съответно като прекомерна пълнота или прекомерна слабост на виртуалното тяло. Като цяло можем да говорим за съществуването на специфични комуникационни йерархии, които се изграждат на принципа на по-доброто или по-лошото познаване на негласно приетите правила за присъствие в дигиталното пространство. Значение се придава и на уменията да се пише грамотно и на кирилица.

В същото време има специфични изисквания за комуникационно поведение на различни етапи от любовната връзка. Респондентите подчертават корек-

лацията между тези етапи и интензивността на дигиталното присъствие, както и между качеството на връзката и комуникационната активност.

За тях съществува своеобразна йерархия на интимността. Различните платформи за комуникация с романтичен партньор се използват на различни етапи от интимната инициация и отговарят на различни „пластове на електронна интимност“ (Yang, Brown, Braun 2014), при което, когато връзката стане по-сериозна, се сменя и преобладаващата употреба на комуникационния канал за интимен обмен.

Тук ще интерпретирам различните онлайн пространства като арени на интимност – места за изразяване, взаимодействие, възмездие, символично или материално, за социализация и контрол. Макар и в съвсем различен контекст, този на професионалните отношения, Паскал Рагуе използва понятието репутационна арена (*reputational arena*), за да опише пространството, в рамките на което се създават връзките на обмен, сътрудничество и състезание за трофеи (Ragouet 2000: 329). Понятието за арена ми изглежда подходящо да бъде приложено и към сферата на дигитализираната любов. Тези не една, а множество арени на изразяване на интимността са публични. Действията в тях не са насочени само към обекта на чувствата, но и към въобразена публика, пред която се гради индивидуална и колективна репутация.

Все още липсват достатъчно изследвания за това кои медийни канали са най-полезни за отделните етапи от развитието на връзката и как употребата им може да бъде определена от контекстуални фактори (като степен на интимност например). По-долу привеждам част от резултатите от проведеното от мен емпирично изследване сред български младежи. Наблюдението позволява да бъдат символно диференцирани различни дигитални интимни пространства за всекидневна употреба, както и конкретните практики, които предполага всяко едно от тях. Каналите за комуникация, които респондентите споделят, че най-често използват в ежедневните си любовни практики, са Фейсбук, Снапчат, Инстаграм, Месинджър, Дискорд и ТикТок. Ето защо анализът се спира по-подробно именно на тези платформи. Трябва да се отбележи, че употребата на различните платформи остава в известен смисъл определена и от социално-демографски характеристики: за Снапчат например говорят като цяло учениците, а за Дискорд – повече момчетата или момичетата геймъри.

Фейсбук: арена на драмата

Фейсбук е арена на драмата в смисъла на „драма“, определен от Алис Марвик и Дана Бойд – новопоявило се понятие, описващо перформативен междуличностен конфликт, който се разиграва пред активна аудитория, често чрез социална мрежа (Marwick, Boyd 2014: 1187). Любовната история се развива пред свидетели, личното отношение се разиграва в публичната сфера, на дигиталния площад. Любовните дискурси във Фейсбук функционират като посвещения и винаги остават като „плакат/постер на връзката“ (Genette 1987: 126).

Фейсбук обикновено се използва в началото на интимните отношения – като фаза на инициация и взаимно опознаване:

И това е – като харесаши някое момче, веднага отиваш и гледаш дали е обвързан. Ако пише „необвързан“ – супер, но не бързаш! Имам много приятели, на които приятелката им пише, че е обвързана, а те пишат, че са необвързани, защото никога не са го сменили. Ако пише „обвързан“, също не бързаш, защото така веднъж се сгаджосах с едно момче, което пише, че е обвързан, но те всъщност са скъсали толкова нелепо, че им е било неудобно и на двамата да махнат това, че са във връзка... Има вариант нищо да не пише. – Тогава какво правиш? – Започваш, гледаш му всичките снимки, гледаш дали има момиче, което е хартвало (реагирам на дадено съобщение с иконичен образ под формата на сърце) всичките снимки. Ако момичето е хартвало абсолютно всяка снимка, гледаш дали му е писало надолу върху стената някакви неща. Ако не му е писала, влизаш в нейния профил, гледаш дали той ѝ е хартвал нещата. Ако и той ѝ е хартвал някакви неща, или са много добри приятели, или най-вероятно има нещо. И общо взето, като се увериш, че най-вероятно е свободен и има шансове, тогава вече започваш да го сваляш (А., момиче, 24 г., малък град, 2019).

Фейсбук е най-популярната социална мрежа в България. Средната възраст на потребителите постоянно се увеличава през последните години. Респондентите ми споделят, че прекарват около три часа на ден в нея, като онлайн присъствието им е разпръснато във времето и е налице постоянно дразнение. Всеки от тях има средно между 500 и 1000 контакта. Описват платформата предимно като средство за наблюдение, а не за общуване с най-близките, т.е. като „обществения им живот“. Приятел е всеки, чийто профил е атрактивен за наблюдение. Публикуването и съответно коментирането на публикации се възприемат като форма на социализация. В този смисъл фейсбук постът често се еманципира от първоначалния си контекст, за да се превърне в сюжет на широк разговор, който много повече прилича на ритуал за удържане на топли връзки в общността.

Необходимостта от повече фейсбук приятели е свързана както с изграждането на социален статус, така и с форма на завоалиране на по-интимни съобщения в специфична любовна младежка игра. Това често е и обяснението за изпращането на дигитални целувки, сърчица и прегръдки към повече от един адресат – жестът е към голямата група, но винаги реферира към някого конкретно, който следва да се досети, като същевременно жестът е безопасен, в случай че чувствата не са споделени. Платформата намалява еротичното въздействие: големият проблем, който открояват част от респондентите, е свързан с факта, че Фейсбук лишава потребителите от очакването и постепенното откриване на другия, каквито са налични при традиционните форми на запознанство и флирт, защото чрез него технически те имат възможността да разберат големи подробности от живота, в настоящето и в миналото, на обекта на емоционален интерес.

Обикновено при запознанство и обмяна на контакти се дава фейсбук профилът, което означава интимна дистанцираност, за разлика например от номера на мобилния телефон. Подобно отношение към комуникационното значение на общуването във Фейсбук се вижда и в обезценяването на жестовете, направени в платформата – честитенето на рождени дни например се възприема като твърде масов жест, т.е. не личен, не интимен.

Един от основните ритуални моменти, свързани с Фейсбук, е очакването двойката да бъде официално призната като такава в платформата. Потребителите имат възможност да уточнят публично, че са обвързани, но така също и типа на тяхната обвързаност – във връзка, в брак, в отворена връзка, сгодени, дори опцията „сложно е“ и т.н. Всеки може да свърже профила си с този на партньора си (да го „тагне“), като по този начин увеличи размера на социалната мрежа, която има достъп до публичното оповестяване на любовните отношения. Впоследствие самите онлайн зрители на връзката имат възможност да харесат („лайкнат“) или коментират публичното заявяване на обвързването (Lane, Piercy 2017).

Същото важи и за последните фази от връзката – раздялата също може да подлежи на публично оповестяване, а профилът на вече бившия партньор да бъде следен и след прекратяване на връзката. Тези действия отново се осъществяват основно чрез Фейсбук и за тях ще стане дума по-подробно в следващата част, свързана с любовната ритуалност.

Като цяло платформата се свързва по-скоро с негативни конотации за показност и фалшиви отношения. Респонденти от малък град (момичета и момче, 13–14 г., 2020) например ми разказваха за много техни връстници с гаджета, с които се познават само във Фейсбук, но не и в реалния живот. Всъщност според тях са възможни две сюжетни линии на подобни онлайн фалшификати. Едната е да си станеш гадже с някой само за да се покажете заедно във Фейсбук: „И се снимат само, примерно са се целунали и т.н., та след една седмица да скъсат. Познавам също и хора, които си имат гадже и през това време си пишат с някой друг, случайно ако скъса с това, да е с другото“ (П., момче, 13 г., малък град, 2020). Другата сюжетна линия е да капитализираш присъствието си във Фейсбук чрез измислена връзка: „Много е странно, когато някой има статус с гадже, което никога не е виждал на живо... и просто са се запознали във Фейсбук... или да си го измислиш“ (К., момиче, 13 г., малък град, 2020).

Инстаграм: арена на любовните модели

Освен платформа за ежедневна комуникация чрез споделяне на снимки и видеа Инстаграм е и място за консумация на модели на поведение: говорим за света на инфлуенсърите – хора, които представят чрез своите мрежи начин на живот, като съветват за покупки, стил на обличане, модни места за заснемане на селфита и т.н. Според мои респонденти, ученици от столицата на възраст 13–15 години (2022), момчетата следят в Инстаграм предимно теми за коли и спорт, момичетата – за гримове, а всички заедно – какво правят приятелите им, както и много известни личности, предимно от чужбина.

Темата за любовта също е представена в Инстаграм, онагледява се особено от щастливи двойки, които служат като модел за успешни връзки.

Хората, които си пишат по Инстаграм, са тийнейджъри, които се свалят най-вече на сторита и снимки. Като покажеш някое стори или снимка, и той ти пише на лично, нали цитира например тази снимка: „У, много сладко...“, сърчица, бла-бла-бла... (А., момиче, 24 г., малък град, 2019).

Използването на Инстаграм за моите събеседници е свързано с атракция на новото (или мода в консуматорските практики) – това е характерно като цяло за младежите, които са най-големите експериментатори в онлайн пространството. От друга страна, употребата на тази социална мрежа се свързва с лоялност към потребителските практики на младежката група – респондентите говорят за своеобразно „оттегляне“ на връстниците им към по-нови платформи спрямо Фейсбук и съответно за необходимостта да ги последват в новите места на комуникация:

Защото на мен не ми е вече толкова интересен Фейсбук. Много малко хора на моята възраст го използват. И за да се информирам какво става с другите и кой къде е ходил, какво е правил... и всеки си качва в Инстаграм, снимат, качват, тоя е пил еди-какъв си коктейл днеска, бил е с еди-кой си човек (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

Инстаграм нахлува преди около година вече и може би половината не влизат вече толкова във Фейсбук, а си влизат в Инстаграм... Стана по-модерно, отколкото Фейсбук (К., момиче, 16 г., село, 2018).

Понякога общуването в Инстаграм е интерпретирано и като форма на дискретност (в сравнение с Фейсбук) – според респондентите личните инстаграм профили съдържат информация за автора си, която той невинаги би бил склонен да сподели във Фейсбук:

В Инстаграм има малко повече дискретност, отколкото във Фейсбук, защото във Фейсбук могат всички да прочетат на колко си години, кога си роден, къде живееш, а в Инстаграм е по-дискретно някак си – просто пращаш... просто качваш снимки и хората ти ги харесват (П., момче, 13 г., малък град, 2019).

Аз питам всеки, който ми стане една идея по-близък за фейсбук профила му или пък за този в Инстаграм. В Инстаграм сякаш искаш да видиш повече от хората, добавяш тези, които смяташ за по-близки, отколкото във Фейсбук сякаш. Или напълно непознати, които едва ли някога в реалния ти живот биха имали контакт с теб. В Инстаграм хората споделят повече лични моменти и подбират кой да бъде свидетел на това съдържание (К., момче, 17 г., столица, 2021).

Мисля, че Инстаграм е по-интимно пространство, защото няма статии или пък спам съобщения, или фалшиви новини, което пък във Фейсбук напоследък се превърна в доста често срещано съдържание (Р., момче, 20 г., голям град, 2021).

Инстаграм е и място за избягване на родителския контрол, тъй като родителите почти винаги са „приятели“ на децата си във Фейсбук, но не познават и не употребяват други платформи като Инстаграм и Снапчат например. Според някои от респондентите Инстаграм осигурява и по-висока степен на реализъм (заради необходимостта коментарите да се визуализират):

Пишеш си както в Месинджър, но не можеш да качиш пост, в който да има само нещо написано, трябва да е снимка и под снимката вече можеш да напишеш книга направо, но трябва да има снимка (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

Снапчат: арена на флирта и сексуалните съобщения

Снап (от англ. snap – моментна снимка) се отнася до неформална снимка, направена, за да илюстрира даден миг. Снапчат позволява на потребителите да изпращат изображения, видеоклипове и текст за ограничен период от време: получателят има точно определен времеви интервал, за да прегледа съдържанието, преди то да стане трайно недостъпно за него. Изпращащият съобщението определя колко дълго получателят може да го гледа (между една и десет секунди). Въпреки това възможно е получателите да направят скрийншот (снимка на екрана на своето устройство) и да запазят съобщението, но в такъв случай подателят бива уведомен. Според Силвия Петрова (Петрова 2018) Снапчат е изразител на специфичен страх – „иконофобията“ – страх от оставяне на следи, обвързан с опазването на частното пространство в условията на интернет среда. Освен това Снапчат използва алгоритъм, за да изчисли кой потребител изпраща най-много снапове (единици съобщения), което позволява идентификация на технически принцип на „най-добрите приятели“ на всеки потребител.

Снапчат изглежда за респондентите по-интимно пространство в сравнение с Инстаграм. От една страна, използването на Снапчат също се свързва с влечение към новото и лоялност към практиките на употреба на младежките групи. От друга страна, когато двама души показват връзката си в това приложение, те имат възможност всекидневно да проявяват внимание един към друг, като това внимание изглежда по-лично, защото се прави само с близките и същевременно поддържа форма на тайна (постът се изтрива само след две отваряния):

Във Фейсбук само ще разглеждам, евентуално ще коментирам нещо, но това е рядко. Иначе от Снапчат бих пратил някакъв черен фон, на който пише „Добро утро!“ или нещо такова (С., момче, 17 г., малък град, 2018).

В Снапчат пращаш снимка и пишеш „Лека нощ“, или просто черен тапет и пращаш на всички. И после всички пращат на теб (К., момиче, 13 г., малък град, 2018).

През Снапчат младежите споделят вътрешни шеги, глупави картинки и образи, които са били смешни само в даден момент, т.е. не разглеждат снимките като архивна продукция, а като ефимерен жест (Boyd 2014: 64).

Някои от респондентите изрично подчертават, че Снапчат не е свързан с показност, а с интимност и по-голяма искреност. Така например момче от малък град (С., 16 г., 2018) използва Снапчат, тъй като във Фейсбук трябва да „се цензурира“ – там той е „приятел“ и със строгия си баща, заради когото внимава да не разкрива някои части от всекидневието си в снимки и постове. Родителите му нямат Снапчат, така че там може да си позволи да е „по-искрен“.

Една от най-специфичните характеристики на Снапчат, спомената от всички респонденти, е възможността за създаване на виртуална история на близост, която, за разлика от Фейсбук, трябва да се „поддържа“ и „доказва“ ежедневно:

Ами при Снапчат по принцип трябва да си пращаме всеки ден, примерно аз и тя, трябва всеки ден тя да ми праща по две снимки и аз на нея, независимо дали ще снимаме това дърво, просто трябва да имаме изпратена снимка... Защото така се правят „дни“ в Снапчата. Ето днес например правя 100 дни с един приятел, с който от сто дни редовно си пращаме снимки (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

Тази нова форма на онлайн „приятелство“ е по-активна спрямо декларативното приятелство във Фейсбук. Така във всекидневието на младежите снапчат постове им изпращат най-близките им, главно от училище. Можем да говорим и за ясно изградена нормативност при употребата на този комуникационен канал: „Ако не ти отговори до няколко часа или не си отвори Снапчата, все едно на другия човек не му пука“ (К., момиче, 16 г., село, 2018).

Самият факт, че всяко съобщение се изтрива само след две отваряния, бива интерпретиран от потребителите като възможност за своеобразна тайна комуникация:

Снапчат пращам за дните, нали, и евентуално да видя дали някой е правил нещо интересно – само с близките, с които искам да си споделям нещо, но не искам да остава следа някаква. То не че не остава като следа, но поне ни лъжат, че не остава. Когато се праща една снимка, може да се прати от една до десет секунди и за безкрайно дълго време, но до момента, в който е отворена. В момента, в който я отвориш, имаш право да я отвориш само още веднъж и после изчезва (Г., момче, 16 г., столица, 2019).

Когато става въпрос по-конкретно за интимни отношения, установено е, че Снапчат се явява основен източник и на сексуални съобщения (Poltash 2013) именно поради описаните по-горе специфики като тайнственост и изтриваемост. Освен това функцията за „най-добри приятели“, която включва списък от трима души, с които най-често се обменят снапове, внася напрежение в интимните отношения. Това често става повод за раздор във връзката, когато партньорът вижда, че той/тя не е включен в този списък, т.е. че е на по-задни позиции в комуникационната йерархия на потребителя.

Месинджър: арена на дълбоките чувства

Месинджър, каналът за лични съобщения към Фейсбук, се възприема от моите респонденти като възможно най-интимното дигитално комуникационно пространство за всекидневна употреба. Там най-често те изпращат или получават първоначални любовни обяснения или последващи любовни съобщения в контекста на вече съществуваща връзка. По-широко Месинджър се употребява като формат за споделяне на тайни между двама, когато приятелската група е на едно и също физическо място:

Месинджър най-вече ползвам, когато искам да кажа нещо, което не искам другите да знаят и сме в стая – никой не гледа в екрана и можеш да пишеш на някого и няма да излезе като информация... (Г., момче, 16 г., столица, 2019).

– Какво друго ползваш на телефона? – Месинджъра, който е към Фейсбук. Много често, той е един от главните неща. Докато си разглеждам някакви снимки в Инстаграм или кой какво е правил днес или вчера, си пиша и с хора, с които сме в една стая, докато имаме час, най-вече при класната по български (смее се). – Какъв тип съобщения? – Ами, разбираме се какво ще правим след училище, дали някой ще ходи до лавката и кой какво ти е казал сега, някой, който те харесва... (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

Именно тази специфична употреба на комуникационния канал, свързана със споделянето тайни или обособяване на интимно пространство в рамките на по-широката група, напомня характерните за времето преди новите информационни и комуникационни технологии практики на размяна на бележки в училище (обикновено под формата на малки листчета със съобщения, предавани от ръка на ръка и най-често по време на училищния час). В този смисъл можем да определим съобщенията по Месинджър като форма на съвременни бележки с хора, с които индивидът се среща най-често, и като начин за споделяне на тайни. Както се вижда и от представените цитати, подобен комуникационен обмен е трансгресивен спрямо установени за класната стая норми и в този смисъл носи допълнителен психологически заряд. Употребата му в частност за любовни съобщения обикновено се свързва с характерови специфики на изпращащия, който би се срамувал да направи подобни изявления лице в лице, както и с възможността, която предлага по този начин на получателя да обмисли добре своя отговор.

Дискорд и ТикТок: арена на колективните сватосвания

Интимни практики на ежедневно ниво се развиват и в привидно по-необичайни за целта места в дигиталното пространство – например на фона на виртуалните светове на компютърни игри и в предимно геймърски комуникационни канали като платформата Дискорд. Дискорд е социална платформа, която позволява комуникация чрез гласови обаждания, видеообаждания, текстови съобщения и образи. Общуването може да бъде лично или във виртуални общности. Една от моите респондентки понастоящем е във връзка от разстояние, а срещата с любимия, който е чужденец, започва именно така:

Играх с една приятелка и оттам се запознах с приятеля ми и с негов приятел... Буквално, играем на видеоиграта и понеже сме в един отбор, говорихме с войс чат, и оттам – те минаха към Дискорд сървъра ни и започнахме да си говорим... – А как излязохте от темата за играта? – Ами, тогава, след като свърших да играя, и започнах да слушам музика – и те ме питаха какво слушам и започнаха да говорят за музика. И оттам започнахме да говорим за музика и за всякакви теми... (К., момиче, 22 г., столица, 2023).

Постепенно се изграждат и споделените за двойката онлайн практики, подходящи за връзка от разстояние: споделят си екрана през Дискорд и заедно слушат песни, гледат филми, играят игри, говорят си, докато всеки паралелно си „върши своята работа“. Във видима заявка, че и двамата имат желание да задълбочат отношенията, се превръща преминаването на комуникацията в личен чат. След две-три седмици общуване по личния чат момичето поема инициативата за определяне на статуса на връзката: „Аз го питах реално дали сме официал или не, защото на мен ми е нужен този лейбъл (статус)“ (К., момиче, 22 г., столица, 2023) (с включването им в най-новите възможности на дигиталното пространство младежите използват и все повече терминология директно на английски език, което допълнително прави изказа им по-неразбираем за онези, които не принадлежат към геймърската общност).

В конкретния случай връзката от разстояние не се проблематизира с оглед на пространствената отдалеченост, а се мисли по-скоро като възможност за успешно съвместяване на живота в двойка и на индивидуалните потребности на всеки един поотделно:

В началото го имахме този разговор и двамата бяхме наясно, и се радвам, че въобще този разговор го имаше, че реално и двамата сме си индивидуални хора, които си имат собствените си работи – аз си имам моя си университет, той си има собствения, има си работа, която трябва да се свърши за университета. И за работата в бъдеще, когато аз имам работа и той има работа. И това разбирателство, че, въпреки че сме във връзка, имаме си време да сме си индивидуални хора, някак си е като римайндър в моментите, в които примерно той ми липсва или аз му липсвам, че пак ще има време, в което да се съберем, пак да прекараме време заедно (К., момиче, 22 г., столица, 2023).

Обратното, това желание за време за самостоятелни занимания, когато впоследствие за пръв път се виждат на живо във Великобритания, на свой ред се изразява в обособяването на пространство за собствено дигитално потребление:

Да, и ние това лято си имахме „тикток тайм“ (време за ТикТок) – просто има си моменти, в които искаме да имаме алоун тайм (време за самостоятелни занимания) и си гледаме ТикТок, всеки на своя си телефон, и от време на време си показваме нещо (К., момиче, 22 г., столица, 2023).

Споменатата тук платформа ТикТок е понастоящем (2024 г.) най-новото дигитално пространство за масова употреба сред младежите. Наред с други то подхранва нова, но изключително разпространена сред българските тийнейджъри мечта за професионална реализация като дигитални инфлуенсъри и за бърз и лавинообразен успех:

За да бъдеш в днешно време криейтър за ТикТок например, демек да правиш видеа, които имат една и съща тема, накрая това нещо бива заплащано. И парите, които се печелят от Ютюб, вече са еднакви с ТикТок. Затова по-

вечето хора започват да правят акаунти в ТикТок, защото първо няма кой да те измести, защото първоначално можеш да станеш... не мога да кажа известен, но видеата ти да се гледат от много хора... и да станеш известен. Много бързо се развиваш по този начин (Т., момче, 14 г., голям град, 2022).

Макар на свой ред да предоставя на потребителите си по-кратки видео-клипове спрямо Ютюб с разнообразно, но неособено задълбочено съдържание, ТикТок също интегрира темата за любовта в специфичен модел на колективно сватовничество, на фона на което връзката започва, за да премине впоследствие към по-лична комуникация:

На колко клипчета в ТикТок съм попадала, в които примерно някакво момче видяло в градския транспорт много хубаво момиче. И качва клип, в който описва как изглежда момичето, къде я е видял и т.н., и отдолу агитира, нали, да успеят да я намерят, да достигне този клип до нея и т.н. Значи той в автобуса я забелязва, хваща му окото, ама няма смелостта да отиде да я заговори, той трябва да качи през социалните мрежи нещо, та така да я намери (Р., момиче, 21 г., голям град, 2023).

Добре имаше много случаи, аз съм виждала примерно в някаква дискотека: тя е там, той я снима отдалече и пише: „Която е била в „33“ вчера, да ми пише...“ Той я е снимал в дискотеката, след това качва в ТикТок и така я подканва... – А какъв е шансът тя да види клипчето в ТикТок? – Ами в ТикТок е голям, защото там при For you page излизат предложения за клипове и има доста голяма вероятност да се попадне, ако сте на едно място например, по локация. Да, алгоритъмът на ТикТок е много сериозен (Д., момиче, 22 г., малък град, 2023).

Според респондентите ТикТок се оказва и социализиращо дигитално пространство. От една страна, платформата използва принципа на геолокацията – издирва и дава като „предложения за следване“ профили на хора, с които индивидът е имал само бегли и епизодични контакти – и така предоставя възможност за „развитие“ на връзката:

Запознавам се с едно момиче във влака, прибирах се аз към П., и беше много забавно. И си говорим с нея, тя идва тук да записва в С. някакъв музикален клип, тя е певица. И ние седим заедно, не се познаваме, дори имената си не си разменихме... И аз само се прибирам вкъщи и си отварям ТикТок и виждам профила на това момиче как пее... Тоест успява контент (съдържание) да нагласи спрямо локейшън (местоположение)... (Р., момиче, 21 г., голям град, 2023).

От друга страна, платформата предлага технически и „възможност“ за изграждане на сходни интереси при двойката:

При ТикТок интересното е, примерно аз съм тук, тук е приятелят ми, двамата сме, гледаме си ТикТока. И в един момент – поредица от 5 до 10 клипчета еднакви. Еднакви, едно към едно! Ние имаме различни профили, различни неща харесваме, аз съм по-към момичешките, той е по-към момчешките, но изведнъж – еднакви неща, еднакви (Р., момиче, 21 г., голям град, 2023).

Както стана ясно, анализът почива на базата на онлайн платформите, споменати от самите респонденти по време на разказа за комуникационното им всекидневие. Според резултатите от национално представително количествено изследване от 2016 г. комуникационните канали, към които интервюираните от мен младежи реферират, съвпадат с водещите канали за ежедневната комуникация сред младежите в страната като цяло. Фейсбук е най-популярната социална мрежа сред българските деца на възраст 9–17 години (често използвана от 71,7%), следвана от Месинджър (53,6%), Инстаграм (29,9%) и Снапчат (16,2%) (Кънчев, Георгиев, Хайдиняк, Апостолов 2016: 11).

Според Дана Бойд (Boyd 2014: 40) тийнейджърите се обръщат към различни комуникационни опции, защото чуват, че дадена платформа е добра за конкретна практика: свързват се с хора, които познават, наблюдават ги как използват дигиталното пространство и след това доразвиват или оспорват тези норми чрез собствените си действия. Резултатът от това според Бойд е, че нормите на социалните медии са оформени от мрежовите ефекти: връстниците си влияят един на друг относно това как да употребяват конкретна опция и след това помагат колективно да се създадат нормите на сайта, платформата, апликацията (доколкото позволява техническият дизайн).

Видно от разказите на респондентите е именно придаването на различни емоционални значения на употребата на тези комуникационни канали и разширяването на комуникационния репертоар с „по-интимни“ пространства за общуване с напредване на връзката. Това съответства и на заключенията на Ерик Рупел (Ruppel 2015), че употребата на средства, които обслужват предимно асинхронна комуникация и ограничена обмяна на реплики, намалява със задълбочаването на любовните отношения. Тогава интимността при двойката се свързва с по-оживено онлайн общуване, т.е. с такова, което се доближава най-много до общуването лице в лице. Паралелно се състои и публичното показване на връзката сред различни аудитории като сложна комуникационна стратегия, която се развива основно в социалните мрежи.

Дигиталната ритуализация на любовното чувство

В тази част проследявам нормативно зададените очаквания към развитието на дадена връзка онлайн или най-общо нейната ритуалност: какви са практическите действия в описаните по-горе пространства на социалните мрежи при встъпване в интимни отношения, при поддържане на връзката и при евенчуална раздяла.

Себепредставянето на младежите в индивидуалните онлайн профили е изградено чрез съдържание, което те самите показват, което приятелите им показват, както и чрез всички отговори/реакции на подобни споделяния. Тези действия могат да бъдат интерпретирани чрез теорията на Ървинг Гофман, който описва социалните ритуали в представянето на себе си като управление на впечатлението (Гофман 2000 [1956]). Това, което разкриваме пред другите, е това,

което избираме да споделим, за да направим добро впечатление, и също онова, което неволно разкриваме като вторичен продукт от това кои сме и как реагираме на другите. От своя страна нормите, културните динамики и институциите определят по-широкия контекст на разбиране на тези действия. Когато интерпретираме себепрезентацията на другите, четем експлицитното съдържание в светлината на имплицитната информация, която се дава, и в контекста, в който това се случва. Напрежението между експлицитните и имплицитните сигнали ни позволява да получим много по-богата информация относно намеренията на индивидите да оформят начина, по който са възприемани. А нашите реакции на техните опити да ни впечатлят им позволяват да нагласят поведението си спрямо тях. Част от предизвикателствата във връзка с подобно управление на впечатлението в мрежова среда е, че контекстите, в които се намират младежите, също са свързани в мрежи, а синхронизирането на присъствието онлайн и офлайн често остава въпрос на сложни стратегии.

Илюстративен пример в тази насока ми бе разказан от приятел, който работи в голяма международна фирма. Колегите от неговия отдел имат чат, който използват, за да си обменят неформална информация – предимно снимки от екскурзии, снимки на сготвени от тях ястия, на домашните им любимци и др. Докато един ден не получават съобщение от една от колегките си – снимка на друг техен колега, който спи в леглото ѝ, с текст: „Шуши спинка“. След известно време следва гневно съобщение от въпросния колега от снимката, който очевидно се е събудил и е видял своя образ в общия чат: „WTF?“ (съкращение на нецензурен израз на английски език, може да се преведе като „Какво по дяволите?“); отново в общия чат жената отговаря: „Шуши май се ядоса...“. Въпросните колеги не са в официална връзка, подобен дигитален жест представлява начин за жената да съобщи публично, че е прекарала нощта с колегата си. Публиката е съвсем конкретна, жестът – целенасочен, а визуалното доказателство – неоспоримо. Можем да кажем, че подобна дигитална ритуалност е нещо ново. Разбира се, такава ситуация би могла да се разиграе с традиционни методи като клюката например, но тук жестът е много по-категоричен, образен, незабавен.

Както вече беше отбелязано, всекидневният онлайн живот, свързан с изживяването на любовта и интимността, не е само виртуален, той е отворен и към реалния свят. В този смисъл, когато не се концентрираме върху ясно обособено онлайн пространство, каквото например са сайтовете за запознанства, а разглеждаме любовните практики като ежедневна комуникация през различни посредници, то тогава виждаме, че ритуалността е в много по-голяма степен отражение на традиционни очаквания за стъпки в развитието на взаимоотношенията като обяснение в любов, флирт, обмяна на интимни съобщения, публична театрализация на връзката, ревност, раздяла. Дигитализирането им е свързано с конкретни онлайн действия, които следва да бъдат направени и най-често видени от по-широката публика на връстниците.

Дигитален флирт: откриването на другия като онлайн проучване

Както отбелязва Франческо Алберони, ако вземем думата „съблзняване“ в най-широко значение – от латински *sé-ducere*, което е свързано с „убеждавам“, ще разберем, че в комуникацията изобщо сме въвлечени в някаква дейност по съблзняване (Alberoni 1981: 280). А предвид факта, че при процеса на съблзняване индивидът се опитва да покаже най-доброто от себе си, чрез анализа на този процес можем да разберем много за съвременната култура.

Все по-често обяснението в любов става в социалните мрежи. Както видяхме, първите любовни съобщения са по Месинджър, като канал за комуникация между двама души, и се интерпретират като форма на свенливост от страна на подателя, но и като предоставено време за реакция. Обяснението лице в лице е предпочитаната от всички респонденти възможност, но любовното съобщение по социалните мрежи не е табуизирано:

Според мен в социалните мрежи е по-лесно да си намериш гадже... на мен ми се е случвало да се срещна с момиче, нали, мен да ме е срам да говоря с нея, обаче когато отидем вече в социалните мрежи, започнем да си комуникираме заедно, опознаваме се по този начин и следващия път, когато излезем, вече си говорим като нормални хора... Със социалните медии е много по-лесно да опознаеш човек, отколкото на живо (К., момче, 16 г., столица, 2022).

– За теб един ден, когато получиш обяснение в любов, ще има ли разлика дали то ще бъде по телефона, като съобщение, във Фейсбук или като писмо? – Да. Не мога да ги подреда като слабо и като силно, но мога да ги подреда като някакъв начин да се изрази самият човек като личност. Ако изпрати съобщение през социална мрежа, това означава, че се притеснява от това да застане пред мене и да го каже, не знае как точно да ми поднесе информацията. Ако ми го напише на съобщение, може петнайсет пъти да изтрие, да го пренапише, да прочете харесва ли му, не му ли харесва, което до някаква степен дава сигурност, че няма да се обърка посланието и няма да стане конфузна ситуация, да доведе до някакви депресии, да го кажем най-общо. Ако дойде и ми каже лице в лице, може би аз ще се притесня, чисто, защото не знам как да отговоря на момента, буквално, тъй като е неочакван момент и няма кой да ме предупреди. И аз ако наистина харесвам този човек, ще отговоря веднага, ако не го харесвам толкова много, ще кажа, че ще си помисля (Г., момче, 17 г., столица, 2018).

Два пъти ми се е случвало по Месинджър да ми се обясняват в любов, но те в чата го правят, когато не са сигурни дали и ти ги харесваш. И ти става едно неудобно, защото наистина не знаеш как да реагираш (Б., момче, 15 г., голям град, 2022).

Страхът от онлайн обяснение при някои от респондентите е свързан с лесната възможност за мултиплициране и препращане на съобщения клишета:

Много е важно съобщението да е лично, защото, ако е в Месинджър, не знаете дали не е просто взето от Инстаграм, Снапчат, Фейсбук. Един човек ми написа нещо като стихотворение и ми каза, че сам го е написал, и два дни по-късно го намерих във Фейсбук и го изпратих обратно към него... (К., момиче, 16 г., село, 2018).

Или с несигурност по отношение на подателя: „А също не знаеш дали те го пишат или някой приятел... и накрая ти се подиграват“ (Т., момче, 16 г., голям град, 2022).

Гранични форми на подобна първоначална комуникация, които стават все по-редки в съвременен контекст, като изпращането на писмо например, имат за респондентите допълнителна стойност и „романтизират“ жеста:

И, нали, за писмо – мисля, че е много мило, защото е нещо old school, нещо като винтидж, да речем. Има някаква атмосфера в цялото това, защото сме слушали истории, гледали сме по филми за старата, истинската любов и това в голяма степен вдъхва надежда, че всичко ще се получи добре (К., момиче, 23 г., голям град, 2023).

Една от важните специфики на съблазняването онлайн е, че социалните мрежи комбинират много различни аудитории, които могат да включват както близки приятели, познати и роднини, така и хора от миналото или непознати от мрежи на познати. Това създава напрежение върху потребителите с оглед на поддържането на образ, подходящ за всички групи от тази въобразена аудитория. Ето защо младежите си служат със скрити кодове, които целят да завоалират информацията и да оставят тя да бъде разбрана правилно само от искания от тях кръг. Същото важи и за даването на обратна връзка под формата на лайкове или коментари, като в тази практика се зараждат редица знаци, разбираеми само за „експертите“, т.е. ползвателите, запознати с детайлите в младежката култура на общуване в платформите.

Достъпът до профилите на другия в социалните мрежи дава на младите хора почти незабавна представа за цялото му минало (или поне дигиталното му минало). Много от моите респонденти разказват как правят щателно проучване на профилите на обекта на интерес – не само минавайки през различните платформи, но и връщайки се исторически назад във времето от момента на съществуване на виртуалното му тяло. Дигиталното минало се превръща в първото впечатление за човека:

Но не го правиш, ти си го обясняваш сам и чак като сте много напреднали във връзката, започваш: „Ама има едно момиче...“, започваш да ги питаш тези неща от пъзела, който си си направил (А., момиче, 24 г., малък град, 2020).

Още преди да тръгнем, трябва той да бъде проверен. – Как се случва? – Ох, много е маниашко. Ами, най-яко е като има малко приятели във всякакви мрежи, или в Инстаграм, или във Фейсбук, защото можеш да провериш всички момичета, кой е в приятели, съответно да видиш дали имат някакви общи допирни точки, това е първото (Р., момиче, 21 г., голям град, 2023).

Дигиталното проверяване на любовния статус на другия е сравнително лесен жест и често се възприема като част от дееротизацията на процеса на флирт, който вече не изисква дълго очакване и постепенно опознаване, а е възможен незабавно и в подробности:

Когато фолуъш някой във Фейсбук и да видиш първи какво е качил, и направо ти излиза известие, когато той е коментирал статус, и има едни статуси в страниците „тагни човека, който обичаш“ или нещо такова, и отдолу като тагне човека, и ти веднага разбираш кой е. Това е един от най-лесните начини... (К., момиче, 14 г., малък град, 2020).

Другият вариант е да отворя Фейсбук, за да видя снимки, да видя всъщност откъде е започнало всичко. В смисъл под започнало – откакто има Фейсбук досега. Какво се е променило и евентуално ако е имала предишна връзка и не е изтрила, нали, снимките да видя към какви си пада повече (Г., момче, 16 г., столица, 2018).

– Освен през Фейсбук, има ли и друг вариант да разбереш човекът къде е и какво прави? – Ами, през Инстаграм, всичките тези социални мрежи, на които могат да се качват снимки и евентуално да се пишат някакви статуси или нещо, което да намекне, че между двама човека има някаква връзка (П., момче, 17 г., голям град, 2023).

Ако например има някоя снимка с момиче и се целува с нея, това означава, че или му е бивша, или са заедно. Макар че като цяло снимките на бившите се скриват, те си ги виждат, но другите не (К., момиче, 16 г., село, 2018).

Харесването или коментирането на публикации се възприема като основен инструмент за привличане на вниманието на другия и заявяване на интерес. Това най-общо означава оценка на неговото онлайн его.

Публична театрализация на връзката: официализирането като дигитална показност

Обявяването на връзката

Редица количествени изследвания анализират значението на това връзката да бъде заявена „официално“ във Фейсбук и разкриват, че младежите оценяват подобен жест като изява на обвързване, свидетелство за интензитет на отношенията и социална заявка (Fox, Warber 2013). Съществуват и изследвания (Knobloch, Donovan-Kicken 2006), които показват, че динамиката в интимната двойка е пряко свързана с присъствието в социалните мрежи: при истинска близост опосредената от социалните мрежи комуникация е по-рядко, но става много по-полезна при средно ниво на интимност. Най-общо проучванията сочат, че процесът на разкриване на информация за връзката в социалните мрежи има значение за функционирането ѝ.

– Как ще стане ясно, че си гадже с някого в социалните мрежи? – Ами, много лесно – качваш на стори, тагваш момичето или момчето и казваш: „Обичам те, бебе!“... Моите сторита ги гледат сто човека и ако кача, че съм приятел с някоя, те ще кажат на още десет, те ще кажат на още... (Д., момче, 15 г., голям град, 2022).

Джеси Фокс, Кейти Уорбър и Дейна Макстолър (Fox, Warber, Makstaller 2013) провеждат фокус групи, за да оценят личните и социалните въздействия

от официалното заявяване на връзката във Фейсбук, и установяват, че индивидите често използват платформата именно като средство да се намали несигурността по време на първоначалните етапи от формирането на любовните отношения. Освен това количествени анализи разкриват, че жените вярват по-силно, че дигиталното официализиране на отношенията е свидетелство за тяхната ексклузивност и сериозност (Fox, Warber 2013). Индивидите отдават голямо значение и на факта на смяната на статуса на обвързаност (влизване във връзка, излизане от връзка или дори когато информацията относно статуса става недостъпна) (Fox, Warber, Makstaller 2013). Например ако някой смени профила си от „необвързан“ с липсващ статус, се предполага, че е в началото на връзка, която още не е готов да оповести, както и обратното – изчезването на статус „във връзка“ е скрита заявка за процес на раздяла (Fox, Warber, Makstaller 2013: 783). Официалното обявяване на връзката в социалните мрежи може да бъде проблематично и често е въпрос на полови различия: жените в много по-голяма степен са склонни да съобщават любовния си статус (Lejealle 2014).

По-младите ми респонденти споделят, че промяната на статуса на профила на „обвързан“ се налага само когато някой ще сключва брак. Освен на подобни формални според тях жестове те разчитат много повече на скрити знаци, които търсят в дигиталното поведение на обекта на своя интерес и които лесно разпознават:

Можете да кажете дали някой е във връзка от реакциите към публикациите, които поставя – ако някой коментира със сърца, значи това е неговата приятелка, ако е приятел, той ще сложи лайк... Ако реагира на всички публикации, това също означава, че ви харесва. И това е очевидно за всичките ви приятели... (Г., момче, 16 г., малък град, 2019).

Ако под поста много хора са сложили сърчице, момчето гадже може да сложи ядосано човече, за да покаже, че не му е приятно (С., момиче, 13 г., малък град, 2020).

Колкото по-показно е поведението чрез новите технологии, толкова по-фалшива изглежда връзката. Като цяло за сериозни отношения се възприемат онези, които намаляват медийното потребление: „Ще ти е по-важно да се виждате всеки ден, а не да се снимате...“ (С., момиче, 13 г., малък град, 2019).

Постоянният контакт

Още с масовото разпространение на мобилните комуникационни устройства, а впоследствие и на умните мобилни устройства (смартфоните), започва да се говори за принципна промяна, която засяга живота и взаимоотношенията на хората до степен, немислима досега: постоянният контакт (Katz, Aakhus 2002) или логиката на непрестанна свързаност с другия, която в изследвания тук случай се възприема и като форма на интимност.

Респондентите често разказват за подобен постоянен контакт (под формата на разговор или на чат комуникация). Смартфоните и социалните мрежи се

превръщат в техническата среда за общуване с часове, дори когато няма специфичен обмен на комуникация, или на принципа „заедно в мълчание“, но дигитализирано мълчание:

Всяка вечер си правим видеочат, в началото си говорим за 20 минути и след това мълчим няколко часа. Тя си готви, аз си готвя, от време на време казвам например: „О, това е пълна простотия!“, той вика: „Какво?“, нещо помрънка... и все едно сме заедно (А., 24 г., момиче, малък град, 2019).

Приятелят ми замина за Холандия, всяка вечер преди заспиване си комуникирахме през Фейстайм. Когато някой си готви например, и си пускаме и си хенгаутваме (прекарваме времето си заедно): имаше си някакъв чар в това... Ами играли сме игри заедно. „Конкистадор“ например. През цялото време си играем и си говорим, цъкаме си. – Говорите си по Фейстайм? – Да, и си цъкаме на телефона. И сме заедно, и сме там... И на други игри, доста игри (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

Ревността

Неслучайно онлайн поведението в социалните мрежи най-често се свързва с разнообразни практики на ревност. Самата му характеристика да се играе постоянно на сцена неизбежно води до предизвикателства пред взаимното договаряне за показване на чувствата в различни контексти:

Примерно: имам гадже, нещо не се разбираме, той ми прави този номер – поставя някаква песен, в която ясно е за мене, че не ни вървят нещата, и някаква мацка, която му се сваля, отдолу примерно му пише: „Ох, много харесвам тази песен!“. Всички знаем за какво става въпрос! И тогава и ти също се включваш: по принцип момичетата отговарят, но има и такъв момент, в който може да си запазиш достойнството и нищо да не отговаряш, да се оправя (А., момиче, 24 г., малък град, 2018).

Обаче в някакъв момент това момиче, с което сме имали взаимоотношения преди, ми харесва някакъв пост. Който пост не е аз по бански, постът е някакъв цитат на Достоевски, в смисъл най-неромантичното нещо, което е възможно. И много ѝ беше неприятно на моята приятелка. И много ѝ беше тъжно, много неприятно, че тя едва ли не пак ще ми е в живота по някакъв начин. А ние не сме приятели с онова момиче във Фейсбук, обаче аз като постна, то всеки може да го хареса. И може би тя е влязла да го види... За мен това нищо не значи – аз нито ще я потърся, нито нищо... И аз не мога да я спра да го прави това нещо... пък и мисля, че няма нужда – в смисъл, че аз съм сигурен в себе си, сигурен съм във връзката ми сега... И после на същия ден тя ми праща и покана за приятелство, аз след два дена го забелязвам, абсолютно нищо не се е случило за мен, за мен това няма никакво значение, но на приятелката ми ѝ беше много емоционално и гадно, но вече като изтрих поканата за приятелство, ѝ стана по-добре (И., момче, 23 г., голям град, 2023).

Както и в традиционните изяви на любовта, публичното общуване на двойката често минава през намеци и носи скрити послания. В нормативността на

дигиталното пространство те също се разчитат и от по-широка публика, която разбира общото значение на подобни комуникационни жестове. Следенето става възможно и благодарение на една специфика на дигиталното пространство – състоянието на визуализирано отсъствие (Нейкова 2015):

Знаех, че няма да направи нищо, но винаги исках да знам с кого е. И винаги намирах начин да го разбера. – Как? – С приятелите му... чрез социалните мрежи. Влизах във Фейсбук и проверявах какви снимки са качили приятелите му от предния ден, от същия ден... И ако го видях на снимка, вече знам с кого е бил... (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

На Снапчат има карта и винаги можете да видите къде е тя (приятелката). Тя може да се скрие, но ако се скрие и вие сте нейното гадже, ще знаете, че има какво да крие (П., момче, 14 г., село, 2020).

Основният въпрос в комуникацията на интимните отношения е свързан със социалните измерения на отсъствие/присъствие, нещо, което Кристиан Ликоп ще нарече „свързано присъствие“, изразяващо се в кратък, но чест комуникационен обмен (Licorre 2012) и отпращащо към тиранията на незабавното, както и към фрагментация на времето (за едновременно присъствие тук и там), което се отразява на двойката и на начините на показване на внимание.

Дженифър Бивън (Bevan 2013) определя четири причини, поради които социалните мрежи са основно място за проява на ревност: 1) те предлагат централизирано пространство за достъп до информация за връзката; 2) връзката е постоянно видима за останалите; 3) в съдържанието на социалните мрежи често липсва контекст и по този начин то е по-отворено за недоразумения; 4) разширена е възможността за контакт с бивши любовни партньори и за потенциално съперничество.

Така освен за промяната на дигиталния интимен статус можем да говорим и за други жестове, които провокират ревност – например комуникация със съперник (под формата на лайкове, постове и т.н.), невербални жестове (като пост под атрактивна снимка или реакция на снимка с емотикони), включване в списъка с приятели в социалните мрежи на бивши или бъдещи потенциални партньори, както и тагване на конкретно съдържание.

Всъщност, както отбелязват моите респонденти, дигиталното следене на другия е напълно нормализирано поведение и започва да се възприема като нездравословна реакция едва когато води до предприемането на конкретни действия (спор, забрана и т.н.):

Той си постиваше много, пък аз съм много ранобуден. И му взех телефона, „я да видя с кой си чати?“. И отидох в друга стая и започнах да си разглеждам... Влизам в Инстаграм, защото той основно Инстаграм ползваше, и знам кой е бившият му, защото той ми е разказвал. Говорили сме си, това е още в началото на връзката. И хоп – гледам съобщение от бившия. Няколко съобщения. Сега да ги отворя ли, но ще излезе, че съм ги прочел. Викам си, не, ще ги отворя, не мога, не издържам... Съобщения от през нощта. И отварям да

видя, и той написал: „Абе новото ти гадже всъщност е много сладко“... И после правя го на „Ънсий“, „Ънрийд“, има такава опция..., върнах телефона и повече не го докоснах отново (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

Чрез Снапчат. Чрез локация – например момичето да е забравило да си я изключи и да я питаш къде е, тя да ти каже, че е вкъщи, а да я видиш на другия край на С., с твои приятели, и ти си казваш: „Абе, ясно!“ (Т., момиче, 15 г., столица, 2022).

Раздялата: да напуснеш е по-малко от това да изтриеш

Обикновено дигиталната раздяла се извършва чрез съобщение, защото това е най-лесният начин. Често тя се развива първо през по-лични комуникационни канали и след това като драма във Фейсбук. Всъщност основната борба за дигиталното пространство по време на раздялата е кой ще коментира пръв това, което се е случило, а също и кой пръв ще получи достъп до общата дигитална памет/история:

Ами конкретно за тази двойка, те вече се разделиха, тя го блокира почти отвсякъде, не му беше блокирала само номера, беше махнала всички общи снимки от неговия профил, преди да си смени паролата, и от нейния профил. В момента, в който си говорят и се разделят, буквално се завърта, влиза в неговия профил и изтрива всичко (Г., момче, 17 г., голям град, 2020).

То когато блокираш такъв човек, и те стават много изобретателни. Тя буквално абсолютно навсякъде го блокира... и беше много смешно, защото тя един ден ми звъни и ми вика: „Получих имейл!“ Никогa на акъла на мен може би няма да ми дойде да изпратя имейл (Р., момиче, 21 г., голям град, 2023).

Тъй като дигиталният материал лесно се получава, съхранява, мултиплицира и препраща, информацията онлайн е свързана с техническата възможност да бъде достъпна дълго след момента, който е отразявала, а често и неподатлива на окончателно изтриване. Така съдържание от интимен характер може да бъде широко разпространявано без съгласието на другия и да се превърне в оръжие за отмъщение. Разказите на моите респонденти бяха свързани с истории като тази за блокиране на профила на другия след раздяла, защото при скъсването на отношенията той започва да коментира всички нови снимки на бившата си любима с „Ха-ха“, или с онази за разгневено момче, което започва да пише под постове на момиче: „Е, заради този ли ме заряза...?“. Младежите възприемат подобни реакции като недопустима цензура спрямо свободната публична изява и предприемат рестриктивни мерки, каквато именно е блокирането на възможността за отваряне на онлайн профила.

Самата специфика на новите информационни и комуникационни канали прави по-трудно да се скрият различни форми на трансгресия в любовта, тъй като всеки индивид се движи в приятелска мрежа, която също е в процес на непрекъснат контакт и визуализация, и може да запази и да сподели сред своите мрежи съдържание, което първоначално е било замислено като строго интимно. Така например момче от столицата на 17 години (2020) тагва снимката на

бившето си гадже, така че и нейните приятели да я виждат, а върху снимката ѝ слага обидни знаци и думи.

Тъй като освен личното съобщение за раздяла се приема за нормално да има и публично оповестяване на тази раздяла, социалните мрежи предоставят възможности както за по-явно, така и по-често за завоалирано заявление, което обаче е с ясно значение за всички по-близки:

Да, само че не е директно (раздялата), никога не е директно, по име примерно, за да не може да стане някакъв по-голям скандал. То идеята е да има скандал, но новината да е тиха и да не се разбира много-много от тези, които не трябва да знаят. Защото хората имат по 500–600 приятели във Фейсбук, не е необходимо всички да знаят кой с кого е бил и какво е правил, когато не са си близки или не се познават. И всъщност обикновено съобщенията са от типа на: „Има много лоши момчета на тая земя и има такива боклуци, които те лъжат еди-колко си време...“. И всъщност когато кажат точни някакви моменти, които просто не са директно с името на човека, на всички, които знаят за тези техни истории, им става пределно ясно. Всички останали не знаят за кого става въпрос. Знаят, че нещо се случва, но не знаят за кого става въпрос (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

По едно време се бяхме разделили и бях сложила снимка на разбито сърце. – Къде? – Във Вайбър и в Уотсап, защото може да го види и да разбере, че е свързано с него... На самата профилна снимка (М., момиче, 25 г., столица, 2023).

От сравнително нов изследователски интерес в световен мащаб са и специфични практики, свързани с т.нар. гоустинг (*ghosting*), или необявено едностранно прекратяване на общуването (временно или за постоянно), което води до разпадане на връзката (внезапно или постепенно), поддържана чрез един или няколко технологични носителя (LeFebvre 2017). Всъщност самата липса на интеракция или нерегулярността в комуникацията, а понякога и внезапно изцяло прекратената комуникация водят до постепенното осъзнаване от страна на другия, че вече не е във връзка. Докато развитието на връзката включва употребата на социалните мрежи в процеса на инициация и поддържане на отношенията, за да ги определи, уточни и оповести, то раздялата също е приспособявана към технологичните възможности:

И вече те точно трябваше да правят три месеца и се разделиха по този начин... по социалните мрежи... те не си бяха писали абсолютно нищо, докато той беше там, а той на мен ми пишеше (смее се). И аз знаех какво става, как си прекарва, но той не ѝ пишеше на нея, тя не му пишеше... (К., момиче, 16 г., село, 2018).

Анализира се и практиката за последващо наблюдение на бившия партньор, която се оказва сравнително честа сред младежите (Brody, LeFebvre, Blackburn 2017), тъй като освен възможност за събиране и архивиране на лична информация социалните мрежи дават достъп и до информацията за мрежите на общи приятели, чрез които подобно следене остава възможно, дори и при официално прекратяване на общуването:

Аз с моя бивши, ние още не сме се блокирали, приятели сме във Фейсбук, само снимки сме махали и това е. И сме прекъснали комуникация, не си говорим. Обаче много странно, защото той първоначално ми гледаше сторитата, които качвам, и сега изведнъж спря, обаче сега братовчед му по някаква причина, аз го познавам, започна да ме следва. И той ми следи сега всяко едно нещо, което качвам... (К., момиче, 22 г., голям град, 2023).

Интимна връзка и справедливост

В интервютата с респондентите ясно се вижда, че в специфичните условия на дигиталното или хибридно пространство тенденцията за обективизиране на другия не изчезва, а по-скоро започва да се репродуцира като модел, включително и от страна на жените. В това отношение показателна ми се струва една от историите, в която мъж харесва жена във Фейсбук, и двамата от страницата (2022), и я заговаря. След две-три обменени изречения тя, както вече е културно нормализирано, иска негова снимка. Изпращайки ѝ я, с учудване за самия него, получава разяснението: „Гол, де!“. След като ѝ изпраща своя гола снимка, получава следващото изискване: „И в гръб“. Макар въпросният мъж отдавна да е в полето на любовния пазар и да е натрупал опитност в спецификите на дигиталния флирт, той остава изненадан и наранен от подобна постъпка на тази 25-годишна непозната. След обменени по изискванията снимки двамата имат интимни отношения за няколко месеца и всичко приключва. В разговора ни обаче става ясно, че той се е почувствал в крайна степен „обективизиран“ от страна на жената. Заключениета от подобен пример се потвърждават и от резултатите в цитираното в предишната глава емпирично изследване на Ели Александрова за процесите на обективизиране на мъжете в постове на българските майки в социалните мрежи. Както и от „женската“ гледна точка към любовта и интимността, представена в следващата глава на книгата, в която разглеждам интимните съвети на съвременни български инфлуенсъри (вж. Пета глава). Обективизирането на половете невинаги се случва с еднакви способности, по-често остава предимно посредством образи от страна на мъжете и като дискурс от страна на жените, но психологическите и емоционалните измерения на процеса са сходни.

Количествено емпирично изследване (национално представително) показва, че подрастващите осъзнават нормите на интимността в дигиталната среда в контекст, в който преобладаваща част от родителите (72,4%) изразяват увереност, че децата им са способни (напълно или в голяма степен) да се справят и сами с нещата, които ги притесняват в интернет (Георгиев, Кънчев, Хайдиняк, Апостолов 2016), а 62,9% от децата споделят, че никога или почти никога не са казвали на родителите си, че нещо ги е разтревожило там. Същевременно изследователите отбелязват известно разминаване между заявеното от децата доверие към родителите и реалното обръщане към тях при проблем в онлайн пространството. Това се допълва и от факта, че половината от децата (52,1%) споделят, че са имали спорове с родителите си заради времето, прекарано в

интернет. Подценяването на специфичните опасности и предизвикателства в дигиталната среда е видимо и в свободния и публичен достъп до дигиталните профили на децата – през 2016 г. 33,8% от профилите на децата, регистрирани в социалната мрежа Фейсбук, и 35% от профилите на децата в Ютюб са публични, т.е. всеки може да ги види (Пак там).

В сравнителен анализ между онлайн потреблението на децата в България от 2010 и 2016 г. виждаме, че през 2016 г. има значително повече на брой подрастващи, които са готови да се срещнат на живо с хора, с които първо са се запознали в интернет. Една трета от българските деца са общували онлайн с човек, когото не са срещали на живо. Тук няма разлика между момчетата и момчетата; може да се каже, че подобно поведение се превръща в норма за децата над 15-годишна възраст (Национален център за безопасен интернет, Маркетлинкс 2016: 4).

Като цяло резултатите от количествените изследвания сочат значително нарастване на тормоза, онлайн и офлайн (прираст с 10 процентни пункта за шест години). Почти еднакъв брой момчета и момчета са били жертви на тормоз. Случаите на тормоз в интернет през 2016 г. са 38% от общия брой, което е огромен скок спрямо 25% през 2010 г., а според изследователите съотношението 2:1 между жертви и извършители е притеснително заради тенденцията самите жертви на тормоз да се превръщат в извършители в дигиталното пространство (Национален център за безопасен интернет, Маркетлинкс 2016: 4). За практиките на секстинг (изпращане и получаване на текстово или визуално съдържание със сексуален характер) споменават 10% от българските деца, като очаквано най-значителен процент от тях е в тийнейджърската възраст (около 20%) (Пак там).

Един от проблемите, на които наблягат самите анализатори, е заобикалянето на законовите ограничения, според които потребителите на социални мрежи трябва да бъдат над 13-годишна възраст. Съвсем малки деца не просто имат техническата възможност да декларират фалшива възраст, но и най-често да се регистрират като лица „над 18 години“ – факт, който практически премахва дори специалните филтри, които биха ги предпазили от известен тип неподходящо съдържание (Георгиев, Кънчев, Хайдиняк, Апостолов 2016). В допълнение с времето подрастващите стават все по-малко предпазливи по отношение на личната информация, която споделят в профилите си в социалните мрежи, разкривайки данни като името на училището си, списък с хобитата и интересите си и т.н. (Пак там).

Според резултатите от изследването „Опазване на интимните отношения между тийнейджъри“ (Апостолов, Шахбазян 2015) за честотата и въздействието на преживяно междуличностно насилие и злоупотреба в интимните отношения между млади хора, включително изпращането и получаването на сексуални изображения, в пет европейски страни (България, Кипър, Великобритания, Италия и Норвегия) подобен тип тормоз се е случил на между половината и две трети от момчетата и на една трета до две трети от момчетата на

възраст 14–17 години от петте страни. Като практики на онлайн емоционално насилие най-общо се смятат: съобщения, които съдържат форма на унижение; публични публикации на лични съобщения; изпращане на заплашителни съобщения; онлайн следене; кражба и злоупотреба с чужда дигитална идентичност и др. Преживяваните форми на тормоз и за двата пола са свързани предимно с контролирането на поведението от страна на партньора (измерено чрез въпроса за това дали партньорът „контролира с кого Вие ставате приятели...“) и наблюдаването на партньора (измерено с въпроса „постоянно проверява дали...“) (Пак там).

Като характеристики на „уязвимата интимност“, според съвременните младежи в България, Татяна Коцева и Елица Димитрова открояват не само „прекалено“ ранното начало на сексуалния живот сред юношите, но и ранния им достъп до представяно по неподходящ начин от дигитални инфлуенсъри видеосъдържание, което ги информира за интимни практики. Респондентите от извадката, която авторките анализират, проблематизират характерното желание за следване и повторение на модели на поведение на популярни личности, криещи значителни рискове в ранна, а и в по-зряла възраст (Коцева, Димитрова 2024: 70).

Категоризирайки някои интимни връзки като „токсични“, младите хора вписват по-широко отношенията си в сложни стратегии за оценка на риска, изградени изключително на базата на усещания: за липса на емоционална и психологическа подкрепа, за обезценяване, за изчерпване, за невъзможност да бъдеш „най-добрата версия на себе си“ (Ненова, Василева 2024). Тази идея за токсична връзка и нейните „червени флагове“ е част от популярнопсихологически дискурси, видими и в посветените на любовта и интимността подкасти на инфлуенсъри, които ще бъдат представени в следващата глава на тази книга. Като разглеждат „токсичната връзка“ като „културна категория, очертаваща границите между „здраво“ и „патологично“ в един силно психологизиран и индивидуализиран модел за „добра връзка“, Гергана Ненова и Илияна Василева установяват, че прилагателното „токсичен“, отнесено към връзка, любов или интимност, е разпознаваемо за всички респонденти, включително и за тези от ромски произход или пък за тези под 18-годишна възраст (Пак там: 105). Авторките подчертават, че „токсично“ не е непременно равнозначно на насилие, а по-скоро на разпространено сред младите хора „интуитивно схващане за отношенията и за целостта на личността като подлежаща на неясна заплаха, която е сходна с опасността от замърсяване“ (Пак там: 106), но и като „негативна референтна категория, чрез която се утвърждават културните очаквания и нормите на интимността, структурирани около представата за едно фиксирано „себе си“ (Пак там: 107).

Банализирана еротика

Особен дебат в тази насока предизвиква и появата през 2016 г. на дигиталната платформа Онли фенс (Only Fans). Създадена във Великобритания, тя се представя като „сайт с абонамент, който позволява на създателите на съдър-

жание да монетизират своето влияние“. Въпросните създатели на съдържание публикуват ексклузивни снимки и видеоклипове от личния си живот, за които феновете им могат да се абонират. На пръв поглед Онли фенс е социална мрежа, която борави със сходни на Инстаграм естетически кодове, но при нея е налице директна печалба от всичко, което се публикува. Това „естествено“ води до генерирането на предимно еротично и сексуално съдържание. И свидетелства за специфичната не само за дигиталното пространство, но особено за него, дуалност: да крие превръщането на телата в стока зад високо пропагандираните идеи за овластяването и свободата на изразяване на нов вид дигитални предприемачи. По-нататък ще стане въпрос за българските дигитални инфлуенсъри и за една тенденция, при която някои от тези звезди правят открита реклама на Онли фенс, използвайки специфични методи за „оневиняване“ на подобна еротична биографична опитност. Моделите в Онли фенс често биват разглеждани като пример не само за инфлуенсъри, извършващи сексуализиран труд, но и като такива, които се възползват от социално приемливата част на своята дигитална идентичност (тази на инфлуенсъри), за да рекламират достъп до допълнително, скрито съдържание (Стоянов 2024). Според резултатите от теренно изследване относно практики на споделяне на сексуално съдържание сред мъже в дигитални български групи потребителите си разменят три основни типа порнографски единици, последните от които са пряко свързани със спецификите на подобни платформи: материали, (само)заснети за секстинг, които впоследствие се споделят без знанието и/или без съгласието на заснетото лице; такива, създадени със или без знанието на заснетото лице по време на сексуален акт, които впоследствие се споделят без неговото знание или съгласие; снимково или видеосъдържание, предназначено за професионална дейност – като секс труд в Онли фенс (Пак там: 166).

Освен от инфлуенсъри със значителен брой фенове и с възможност да предоставят на последователите си по-индивидуализирано съдържание платформата се използва и от онези, които тепърва се опитват да капитализират своята дигитална привлекателност. Това води до парадоксални разкази на мои респонденти в горния диапазон на изследваната възрастова група (момчета, 24–25 г., голям град, 2022) относно поведението на техни познати момичета: например как тези момичета създават своя фен общност, като изпращат покани за присъединяване към профила си в Онли фенс на свои колеги, приятели или близки познати. Практика, която силно се различава от традиционното табуизиране на индивидуалното участие в създаването на еротично и порнографско съдържание, каквото участие се крие особено от личното обкръжение. Напротив, тук става въпрос по-скоро за банализирането на подобно съдържание, като вид добавена стойност на „по-индивидуализираното“ и „по-ексклузивно“ дигитално присъствие в сравнение с други платформи. Оказва се, че границата е тънка, тъй като сред голяма част от младежите ексхибиционизмът е все по-малък проблем. Снапчат и Инстаграм в голяма степен са подготвили този терен на показване на всичко в социалните мрежи.

Тук отново, както при други дигитални пространства за комуникация с фенове, дигиталното присъствие изисква постоянство и регулярност, иначе образът на създателя се изгубва сред морето от други образи. В значим социален въпрос се превръща и самата техническа структура: как може създателят на съдържание да бъде сигурен, че когато даден потребител закупи въпросното съдържание, то ще остане „ексклузивно“ за него, а няма да бъде монетизирано, като на свой ред бъде насочено към други потребители. Практика, за която вече стана въпрос в контекста на темата за всекидневната употреба на социалните мрежи и която е използвана от някои български младежи като дигитално отмъщение в случаи на ревност, кавга, раздяла, като тук не говорим само за порнографски образи. Както видяхме, насилието може да е овсекидневено предимно когато юношите извадят определено дигитално съдържание от първоначалния му контекст на споделяне, предназначен за ограничена аудитория, и започнат да го употребяват като символно наказание. В подобни случаи трудно можем да говорим за „мъжко“ насилие, защото ресурсите за подобно насилие са достъпни и на двете страни и се употребяват в зависимост от личностни и в много по-малка степен от полови характеристики на притежателя на компрометиращото дигитално съдържание.

Интимната празничност. Случаят с празника Свети Валентин

Преместването на двойката в обществената сфера на потребление пресструктурира границите между частните и обществените пространства, като създава места на интимност в сърцето на публичното. Любовните срещи са свързани с времеви, пространствени и емоционални граници, предпоставени от технологиите и формите на свободно време, предлагани от все по-мощни индустрии. Кратък поглед към празнуването на любовта е важен за проследяването, от една страна, на изграждането на публична нормативна ритуалност сред младежите, която може да свидетелства за доминиращия мит (обяснителен разказ) за любовта днес, и от друга страна, за вписването на тази ритуалност в контекста на консуматорски практики и за глобализирането на тази празничност.

Новият тип ритуалност е особено видим в съвременните срещи като повтаряемо преследване на приятни преживявания (Illouz 1997). Най-често респондентите отпразнуват своята влюбеност, като излизат с приятели по заведения, на кино или остават в домашното пространство. Обикновено си подаряват подаръци за рождените дни и за всеки месец от връзката:

На шестия месец си разменихме вече така по-скъпи подаръци, а за другите месеци – нормалните подаръци – бонбони, букети, излизания някъде заедно (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

Като цяло младежите срещат разбиране от страна на родителите относно осигуряването на материалната база за развитието на връзката. Училището също не изглежда табуизирано пространство за празнуването на любовта; мер-

ките за контрол, въвеждани от учителите, не са строги. Предвид възрастта на респондентите трудно могат да се определят ясни норми при консуматорските практики във връзката – например фиксирани представи за това кой трябва да плаща сметката, да подарява подаръци, да комуникира пръв любовта. Тоест не става въпрос за ясно обособени полови роли, което се дължи вероятно и на културните промени, свързани с трансформиране на традиционните модели на ухажване.

Като основен празник на любовта, който младежите честват, еднозначно се налага празникът Свети Валентин на 14 февруари.

Историята на празнуването на Свети Валентин има различни версии, най-популярната от които го свързва с края на Средновековието и с поезията на приятелски кръг, сред който твори и Джефри Чосър. Както отбелязва Брус Форбс (Forbes 2015), изглеждащото на пръв поглед странно твърдение, че няколко поетични строфи на Чосър биха могли да бъдат толкова влиятелни, че да се започне ежегодно празнуване на любовта, всъщност се обяснява с факта на вече добре установената традиция на куртоазната любов. Според него иновацията на Чосър се състои по-скоро в свързването на пролетта, разцъфването и романтиката с конкретна дата, която обединява темите на любовта. Тъй като куртоазната любов и литература били част от културата на аристокрацията, в началото Денят на св. Валентин се чества главно от нейни представители и едва по-късно се разпространява сред други социални класи. Обикновено се приема, че Шарл д'Орлеан (1395–1465), член на френското кралско семейство и поет, е автор на първата валентинка – т.е. е първият, който изпраща любовно посвещение за Деня на свети Валентин (за своята втора съпруга, с която временно е разделен, тъй като е военен пленник). Постепенно сред аристокрацията денят става повод да се разменят скъпи подаръци, включително и бижута, както и да се посещават екстравагантни банкети и партита. Сред по-широката част от населението се развиват различни ритуали, свързани с празника, които включват игри на сватосване и игрови опити с фолклорни елементи да се предриче бъдещата любов. Основната практика за празника обаче остава обмяната на писмени обяснения в любов, като формата се променя с времето: от лично написани поеми и писма през ръчно изработени декоративни картички до масово произведени картички с готови послания. В миналото много от валентинките са били изпращани анонимно, което наред с интереса от загадката включва и появата в средата на XIX век на комични, сатирични и дори обидни картички, които завършват с изречения като „ти никога няма да бъдеш моята валентинка“. С разпространението на празника в САЩ в средата на XIX век се откриват и редица пазарни възможности и постепенно валентинките се изпращат не само до възлюбен или брачен партньор, а така също и до семейството и приятелите като цяло, включително и до децата. Разширява се репертоарът както на вида изразени отношения – любовни, на съперничество и т.н., така и на материалния знак на тези отношения – към поздравителните картички се включват и много други подаръци. Според някои историци именно силният интерес към вален-

тинките от 40-те и 50-те години на XIX век е положил основата на масовата мода на коледните картички от края на 70-те и изобщо на развитието на цяла една индустрия на поздравителните картички.

Както разкрива Радост Иванова (Иванова 2007) в своето изследване за навлизането на новата празничност около Свети Валентин в полето на традиционното честване на Трифон Зарезан сред българите и сърбите на същата дата, Денят на влюбените много бързо започва да се отбелязва първо сред младежите.

Според анализа на Иванова Денят на Трифон Зарезан се оказва един от най-лесно манипулируемите календарни празници заради сравнително слабото присъствие на църковна обредност в него. Неслучайно той заема важно място в комунистическата празнично-обредна система като Ден на лозаря. И докато сръбският Свети Трифун остава изключително свързан със селото и регионалното, то в България успява да се превърне в национален празник. Авторката отбелязва, че съвпадението при българите на Деня на лозаря със Свети Валентин има благоприятен ефект върху развитието и на двата празника: например стимулира честването на Трифон Зарезан, макар и по стар календарен стил, като по-широк празник на виното, който може да обхване и градовете, а и да бъде лесно обвързан с любовта; или пък води до създаването на нов имен ден за всички, които носят името Валентин и Валентина (вместо на 10 февруари, когато се почита света мъченица Валентина по православния календар), което тя интерпретира като „побългаряване“ на този празник.

И в България, и по света празникът остава характерен с ясно изразени консуматорски практики, свързани с идеята за любов: купуване на цветя и подаръци, ходене на кино, на ресторант и т.н. Както заключава Радост Иванова, празнуването на Свети Валентин по-скоро се възприема от българите като празник, който обогатява празничния календар и е с подчертана общочовешка валидност, нещо, което контрастира до голяма степен с по-явните традиционалистки прочити сред сърбите. Много от тях провиждат в намесата на чуждия Свети Валентин своеобразна глобална заплаха, идваща от Запад. И в Сърбия обаче по-крайните настроения не са пречка за младото поколение да приветства празника. Авторката интерпретира избора на празника Свети Валентин по-скоро като идеологически ценностен избор, за което свидетелства и пътят му на разпространение от големите към по-малките градове и селата.

От проведените от мен интервюта става ясно, че повечето респонденти възприемат амбивалентно празника на свети Валентин. От една страна, почти всички от тях го отбелязват, от друга страна – разкриват различни съпротиви към него: по-малка част от тях, защото е „чужд“ празник, повечето – защото е прекалено институционализиран и води до конкретни очаквания и разочарования. Под институционализиран най-вече се разбира система за размяна на валентинки в училище, която е публична и прави уязвими онези, които не получават поздравителна картичка или подарък на 14 февруари. Много от училищата в България предоставят организирана възможност за размяна на картички валентинки, като слагат специална кутия за тях на предварително определено място,

а след това отговорници (предимно ученици и по изключение учители) минават по класовете и раздават на всеослушание насъбраните в кутията картички.

Други подобни форми на институционализация на празника, които отбелязва Евгения Благоева (Благоева 2010), са организираните от учителите балове или посещения на дискотеки за учениците от горните гимназиални класове. Тук трябва изрично да се подчертае обаче, че институционализирането на празника според респондентите е по-скоро градска практика, непозната за селата. Така например момиче на 16 години от село (2018) обяснява, че в местното училище не организират нищо за Свети Валентин, а ако има очаквания за празнуването му, те са свързани по-скоро с обмяна на подаръци между влюбените, макар че „дори Валентиновците празнуват Трифон Зарезан“.

Иерархията в класа е пряко свързана с броя на получените валентинки, но и често се превръща в способ за публично унижение:

И аз реших, на Свети Валентин беше, и реших да направя валентинка с едно малко плюшено меченце. Понеже те се събират в кутии в училище, реших да ѝ я пусна в чантата в момента, в който ги няма – в междучасието по принцип всички излизат – и аз останах, и ѝ пуснах валентинката и мечето вътре. И всъщност драмата беше, че след това минаха и раздадоха валентинките, останалите валентинки. И според мен тя се беше усетила, защото, нали, моята е в чантата ѝ, а останалите са на чина, и разгледа всички останали, а моята, като си вадеше нещата от чантата, я видя, погледна я, отиде и я изхвърли... И всъщност тогава ми стана много тъпо. Всички останали знаеха и всъщност беше нещо като подигравка, че все едно не съм толкова атрактивен, че чак валентинката ми изхвърлят, без да я погледнат (Г., момче, 17 г., столица, 2019).

Именно поради опасността от несподелени чувства празничното време се възприема като възможност да се направят крачки към любимия, чиято интерпретация обаче може да бъде „омекотена“ при нужда заради възприемането на самия празник от младежите като изява на любовта в по-широк смисъл:

Всъщност аз не го празнувам като празник, а по-скоро като повод да направя някаква крачка. По-скоро като някаква смелост, защото към общото мога и аз да се скрия. Сякаш аз не искам да правя това, но това е по-скоро жест, че на тази дата съм решил да направя някаква крачка напред и мога после да се извиня след това, че е било под оправданието на някакви глупости, примерно: „Оставих ти тази картичка, защото ми хареса идеята, преработих я и просто...“ (П., момче, 16 г., малък град, 2019).

От особено значение е, че подателите на валентинките са анонимни. Тъй като младежите интерпретират валентинката като инструмент за добиване на престиж за получателя, бързо възникват и конкретни скрити форми на съпротива: например практиката онези, които знаят, че не са обект на интимен интерес, сами да си изпращат любовно послание, или кутията в училище да се използва за размяна на послания между приятели, показващи колко много държат един на друг:

Аз пускам на по-близките ми от класа (валентинки)... независимо дали момичета или момчета, те на мен... и общо взето, ние така си го отпразнувахме... (Х., момиче, 17 г., столица, 2018).

Доста по-различен е начинът на празнуване на Свети Валентин след завършването на гимназията и най-вече след намирането на постоянен приятел. Евгения Благоева установява изчезването на публичния характер, свързан с показната размяна на анонимни любовни послания за празника, и появата на други любовни практики като романтична вечеря за двама и обмен на подаръци. Тоест можем да говорим за „разширяване“ на смисъла на празника в тий-нейджърския период и неговото традиционализиране при установените двойки сред по-големите:

За Свети Валентин ни се е случвало да излизаме на ресторант, даже ни се е случвало да си правим с наши приятели Свети Валентин, да излизаме три двойки. Случвало се е и просто да отидем у тях, да гледаме някакви клипове, филми... май не е някакво строго определено (Д., момиче, 22 г., малък град, 2023).

Той се прибира, гледаме филм. Мъчим се да си поръчаме от „Хепи“, което в повечето случаи почти не става и търсим алтернативни варианти. И в общи линии, това е, но никога не ми е било на мен толкова специално (Р., момиче, 21 г., голям град, 2023).

Интересно е, че днес празникът Свети Валентин има и своя празник антипод, с който се чества „не-реализирането“ в любовта – Деня на самотните сърца. Празникът се заражда в Китай през 2009 г. и се отбелязва на 11 ноември, дата, която се изписва с четири единици и наподобява т.нар. голи клони, които в страната символизират необвързаните. Чрез него се официализира традиция в китайските университети от 90-те години на XX век, при която на 11 ноември неформално се ознаменува ергенският живот като форма на противопоставяне на масовото разбиране и на натиска на по-възрастните поколения, според които всеки гражданин е длъжен да сключи брак и да създаде семейство. Възникването на този празник се обвързва с разрастването на средната класа в Китай и с революцията в семейното планиране, но на практика бързо се превръща в консуматорски феномен, дори по-силен от празника Свети Валентин. Това се дължи и на неговия пазарен „създател“ преди повече от десетилетие – гиганта в дигиталната търговия „Алибаба груп“ (Alibaba Group). Идеологически легитимиран като контрапункт на празника Свети Валентин, Денят на самотните сърца помага на „Алибаба груп“ да се превърне в една от най-високо оценяваните китайски компании за онлайн търговия в света. Събитието достига приходи, които надхвърлят онези, генерирани от американските търговци онлайн в рамките на Черния петък и Кибер понеделник, взети заедно (Investor.bg 2019), за да се трансформира в „най-голямото шопинг събитие в света“. Китайските сайтове за електронна търговия се опитват да популяризират разпродажбите и за клиенти от останалия свят – както чрез привличането на външни брандове,

така и на потребители. През 2019 г. Япония е на първо място по внос на стоки от събитието Ден на самотните сърца, следвана от САЩ, Южна Корея, Австралия и Германия (Булевард България 2020). И макар първата промоционална кампания на „Алибаба груп“ през 2009 г. да се обръща конкретно към разрастващата се средна класа в Китай, поставила революция в семейното планиране в страната, главоломно нарастващият интерес дава основания на платформата бързо да започне да изпраща послания и към всички останали демографски групи (Investor.bg 2019).

Можем да заключим, че процесите на комерсиализиране на темата за любовта, които исторически бяха разгледани във връзка с празника Свети Валентин, се задълбочават дори когато става въпрос за ритуали за онези, които още не са обвързани. В този смисъл за любовта като колективна арена за консуматорски практики вече не са нужни дори двама влюбени.

Полови и социални специфики на дигитализацията на любовта

Отдавна вече е доказано, че дигиталните неравенства се изразяват не само в технологичен достъп, но и в умения и резултати от дейностите в дигиталното пространство (Христов 2008). Според националната статистика почти всички млади хора в България имат достъп до социални мрежи. Емпирично изследване за България върху притежанието на компютър и достъп до интернет, проведено паралелно в три произволно избрани населени места (голям град, малък град и село) в периода 2013–2014 г., показва, че факторите трудова активност, пола и етническа принадлежност не са социологически значими (Рашева-Йорданова 2014). Според по-актуални данни на НСИ от 2020 г. 91,5% от лицата на възраст 16–24 години в България регулярно използват интернет (всеки ден или поне веднъж седмично) (НСИ 2020). При сравнение между резултатите от количествени изследвания от 2010 и 2016 г. (Национален център за безопасен интернет, Маркетлинкс 2016) става ясно, че българските деца започват да използват интернет все по-рано (през 2016 г. на 7-годишна възраст) и изключително активно (97% от децата са активни интернет потребители през 2016 спрямо 81% през 2010 г.). Достъпът на децата е предимно чрез лаптопи, смартфони и таблети. Около 87% от децата през 2016 г. употребяват социални мрежи, което също е сериозен прираст спрямо 54% през 2010 г. Процентът на най-малките в социалните мрежи (9–11 години) през 2016 г. се е удвоил спрямо 2010 г. Деветдесет процента от младежите са редовни интернет потребители, преди да навършат 11 години, а средната възраст, на която за пръв път влизат в интернет, е 8 години. Нещо повече, през 2021 г. средното потребление на ден на социалните мрежи в България (2 ч и 25 мин) е сравнимо с това на Индия (2 ч и 24 мин) и САЩ (2 ч и 3 мин) и далеч надвишава това в Канада (1 ч и 49 мин), Австралия (1 ч и 44 мин) и Великобритания (1 ч и 42 мин) (Statista 2021).

В този смисъл социалният статус, етническата принадлежност и образованието не предопределят различен достъп до дигитализираните възможности и практики на любовта и интимността. По-скоро можем да твърдим, че дигиталното пространство в някои случаи дава основание за нов тип хомогамия при връзките, особено характерна за геймърските общности: тази на споделени дигитални интереси и опитност. В няколко от разказите на респондентите става въпрос именно за игрите, виртуалната реалност и вдъхновението от дигиталните новости като цяло като споделени консуматорски практики, въз основа на които възниква интересът към другия. По-подробно внимание на осмислянето на интимността чрез общосподелени дигитални консуматорски практики ще бъде отделено в частта, посветена на виртуалната реалност (вж. Шеста глава).

Полови деления

Съществува ясна традиция сред редица социолози да посочват сериозни полови различия при употребата на интернет: жените изглеждат по-склонни на виртуални срещи, разграничават любовното чувство от сексуалното привличане и по този начин намират в дигиталното пространство възможност да избягат от тялото като фактор в общуването и да изградят близък до своите мечти образ на другия; мъжете от своя страна търсят бързи приключения, само част от които с потенциал да доведат до любовно чувство, както и леснодостъпни възможности за дигитална изневяра (Lardellier 2016). Както видяхме, във феминисткия прочит на Ева Илуз любовта е продукт на конкретни социални отношения, в рамките на които някои хора притежават по-голям капацитет от други да определят условията, при които са обичани (като по-скоро мъжете са тези, които задават правилата на играта) (Illouz 2012).

Трябва да отбележим, че съществуват и алтернативни хипотези, според които страхът от обвързване е свързан по-скоро с изискванията, които поставя животът в двойка в контекста на свободата на морала от последните десетилетия. От модела на себеотдаване, взаимна грижа и вярност през целия живот, който в настоящата книга определяме като романтичен модел, е налице преминаване към модел, тук наричан постромантичен, който включва еднакво физическо и емоционално удовлетворение и за двамата като морални очаквания, т.е. не е свързан с полови специфики (Pharo 2016).

Резултатите от теренното изследване сред младежите в България потвърждава по-скоро втората интерпретация. Разказът на моите респонденти почти не съдържа мъжко-женски разграничения, а описаните по-горе специфики на поведение често са обърнати като ролеви модели. В интервютата има малко на брой остатъчни форми на традиционно разбиране за половите роли, като например това, че флиртът би следвало да се инициира от мъжа:

Трябва да възпитаеш у себе си супердисциплина, защото ти си момичето, той е момчето и той трябва по-често да пише първи, а не ти на него. За да не

си досадна. И примерно със сегашното ми гадже, което не пише толкова, гледам поне през три дена аз да му пиша първа, другите дни чакам той да ми пише до края на деня, трябва той да е първи, сто процента той няма идея за това, което правя, и става естествено, но това е за мое лично достойнство... (А., момиче, 24 г., столица, 2019).

Същевременно са налице много разкази, които свидетелстват за преодоляване на този модел и за достатъчно явни жестове на дигитален флирт, иницииран от момичета.

Интервютата показват, че една двойка се смята за „сериозна“ след шест-седем месеца заедно. Става ясно също така, че съвместното съжителство е масова практика в периода на студентските години – в повечето случаи това включва жилище, отделено от родителите, разделен бюджет като форма на пълна независимост и за единия, и за другия, както и идеала за разпределени поравно домакински задачи. Проявата на каквато и да било форма на зависимост от другия (материална или психическа) се интерпретира като основен проблем за развитието на интимната връзка (фокус група, момичета, 21–23 г., голям и малък град, 2024).

Подобни представи за полова равнопоставеност могат ясно да се видят и по повод на една от най-табуизирани теми за традиционните общества, свързана със специфични полови роли – сексуалния живот на момичето. В последните десетилетия не само в България, но и в цяла Европа се наблюдава културна промяна в сексуалния живот, според която възрастта на първия сексуален контакт при мъжете значително се доближава или напълно се припокрива с тази при жените, като и в двата случая става по-ниска. Нормализирана възраст за първи сексуален контакт според моите респонденти е 16–17 години. Сексуалният контакт най-често се случва в дома на един от партньорите, което разкрива и по-толерантно отношение на голяма част от родителите спрямо предбрачния секс.

Днес употребата на социални медии от младежите поставя под въпрос и затварянето на индивида в традициите на общността на принадлежност, което доскоро е било основен фактор за хомогамията при интимните двойки. Според представително национално изследване от 2016 г. (Хайдиняк, Кънчев, Георгиев, Апостолов 2016) не се открива корелация между местоживеенето (столица, голям град, малък град, село) и възрастта, в която децата използват интернет за пръв път, типа технически устройства, които основно употребяват за комуникация, продължителността на интернет потреблението. „Предположението, че би следвало да има ясно дигитално разделение според различния стандарт на живот, наличието или отсъствието на възможности за забавление извън дигиталната среда или разликата в качеството и количеството на образователните инициативи, не се потвърждава от резултатите от изследването“ (Пак там: 8).

Етнически деления

В проведените интервюта въпросът за културната хомогенност се появява особено като етнически въпрос:

Майка ми не може да приеме аз да имам гадже, което да не е турчин, и то „от нашите турци“. И цялата ми рода е така. Имала съм няколко скандала с нея, включително и един много драматичен в единадесети клас, който ме беше изкарал от нерви, и аз не исках да правя нищо в живота си, такива неща, бях скъсала с гаджето си заради нея... и така. Даже имах и едно гадже от ромски произход и там вече беше супер драма, тя се отричаше от мен, някакви такива неща... (А., момиче, 23 г., село, 2019).

Според статистически данни на Евростат от 2012 и 2013 г. България и Румъния са двете страни в Европейския съюз с най-ниски регистрирани нива на смесени бракове, като сравнително ниски са стойностите и в Полша, Словакия, Унгария и Италия – т.е. в Източна и Югоизточна Европа (Аретов 2016). В България нетолерантността спрямо междуетническите бракове е по-голяма между турци и цигани, отколкото между тези две етнически групи и българите (Пашова 2004).

В голяма степен нормите за предбрачен и брачен живот се различават между отделните етнически общности в България, когато са интерпретирани през традиционните представи на конкретната общност, обусловени от религиозни и социално-културни специфики, но се оказват силно сближени в контекста на новата дигитална среда, при която носителите на тези традиционни представи (значимите възрастни от общността) са с второстепенно влияние.

Така например традицията на ранните бракове сред някои от ромските групи (всъщност форма на съвместно безбрачно съжителство, защото на толкова ранна възраст няма правно основание за брак) все още има своето разпространение. Забелязват се обаче тенденции за постепенното ѝ преодоляване, като много от тях според самата ромска общност са резултат от достъпа до дигиталното пространство (Център за междуетнически диалог и толерантност „Амалипе“ 2011). Национално представително проучване върху семейните нагласи на ромите в България показва, че модерните представи започват да доминират спрямо традиционните в повечето ромски групи, наблюдава се преход от фамилистичен към индивидуалистичен семеен модел. Според данните след една година съжителство 20% от ромите сключват граждански брак, след две години съжителство – 40%, а след 5 години – 80%. Средната възраст за начало на безбрачно съжителство при жените е 17 години и 5 месеца, при мъжете е 20 години и 1 месец (Пак там).

По отношение на влиянието на социално-технологичните фактори, свързани с употребата на интернет, е важно да се отбележи, че практиката на ранните бракове зависи от конкретната ситуация в даден регион, град или село, както и от културните специфики на всяка една ромска общност съгласно нейната групова принадлежност (Захова 2016). Така например сред групите,

които спадат към т.нар. хорохане рома, т.е. роми мюсюлмани (част от тях с идентичност, различна от ромската, например турска), се наблюдава по-висок процент, а на места дори масовост на сключване на детски бракове, докато при групата на дасикане рома брачната възраст е напълно съпоставима с тази на заобикалящите я общности (Пак там). По отношение на фактора място на живеене се забелязва, че в градовете с големи сегрегирани квартали има по-силен консерватизъм в практиката на детските бракове, отколкото в селата. Това се обяснява с по-голямата изолираност и капсулация на общностите в тези квартали. В старите квартали близо до централната част на града нивото на социална и образователна интеграция на ромите е по-високо в сравнение с това на онези в отдалечените квартали. В старите централни ромски махали момичетата завършват средно и висше образование, а детските бракове са рядкост. В сегрегираните, отдалечени от населеното място ромски махали се наблюдава ниско ниво на образование на ромските момичета и практикуване на детски бракове (Пак там).

Изследване сред младежи от столичния ромски квартал „Факултета“ показва, че през 2017 г. младите роми с придобито средно образование в най-голям процент отхвърлят определящата роля на традиционните ценности и търсят свобода при избора на интимен партньор (Антонова 2024а). Други анализи свидетелстват, че традиционни практики, свързани с „купуването на булката“, т.е. на честта ѝ (правото на момчето да отнеме нейната девственост и правото на рода на момчето да причисли бъдещите деца към своята родствена група) (Пампоров 2006), постепенно се изместват от засилване на индивидуалната инициатива при решения за бъдещ съпруг и съпруга сред повечето ромски групи в страната, без да изчезва напълно зачитането на мнението на родителите. Все по-масов вече е моделът, при който се реализира предбрачно общуване между младите, които „са гаджета“, излизат на кафе, ходят си на гости. Момчето може да сподели с майка си и баща си кое момиче харесва и семейството му обикновено се съобразява с избора му, като „гледа какъв е родът, какво е семейството“. Бракът остава най-голяма ценност за общността (Венков, Байчева 2016).

Няколко са основните признаци за детрадиционализация в сферата на любовта, отбелязва Радостина Антонова (Антонова 2024б) във връзка със своето качествено изследване на младежките наративи за интимността сред роми от София, Кюстендил и Самоков. Така например доскоро огромното символно значение за общността на девствеността при момичетата бива оспорвано на практика от все по-разпространена нова форма на интимни отношения, т.нар. приятели с привилегии – приятели, които поддържат редовни сексуални отношения, но без романтична въвлеченост един към друг. Тя се явява алтернатива и на една друга практика, дължаща се на строгите ограничения за общуване на младите преди брака: приблизително 64% от изследвана група от ромската общност (мъже на възраст 14–37 години) да имат като първа сексуална опитност хомосексуален контакт (Kabakchieva, Amirkhanian, Kelly, McAuliffe,

Vassileva 2002). В изследването на Антонова се забелязват и постепенни промени по отношение на отлагането на възрастта за създаване на семейство и деца. Авторката отчита също така частично преодоляване на половите роли, по-голяма чувствителност към формите на физическо и емоционално насилие във връзката, както и нов начин на обговаряне на взаимоотношенията в двойката (свързан с преход от традиционен към психотерапевтичен наратив, който не мисли семейството само през неговата възпроизводителна функция, а също като динамичен съюз, основан на доверие, разбирателство и удовлетворение на потребностите и на двамата партньори). Освен това детрадиционализацията е свързана и с обособяването на по-ясно изразени граници на личния живот на двойката (Антонова 2024б).

Според проведено от фондация „Здраве и социално развитие“ (Хесед) проучване сред млади майки на възраст 17–23 години от два големи ромски квартала в гр. София повечето от майките рядко използват компютър/лаптоп, а потреблението на интернет е предимно чрез смартфон (Хесед 2022). Майките използват интернет почти непрекъснато през деня, предимно за да ангажират вниманието на детето си. Респондентките си служат с интернет всеки ден в продължение на поне един час, основно за забавление и социални контакти. Сходни констатации могат да се видят и в национално представително проучване сред ромските домакинства, според което по отношение на движимото имущество на домакинствата, живеещи в сегрегирани квартали, рязко се откроява притежанието на телевизори и мобилни телефони/смартфони. Все още е ниско наличието на стационарни телефони, компютри и фризьери. Мобилният телефон е най-важната вещ след телевизора, преди хладилника, пералнята, печката (Център за междуетнически диалог и толерантност „Амалипе“ 2011: 88).

Дори традиционни обичаи като пазаренето на ромски булки вече става във Фейсбук (Спасов 2015). Общото усещане на почти всички е, че „в наши дни младите хора се запознават и общуват през интернет“ (Цветков 2015), неслучайно членове на ромското мешере са категорични, че на младите трябва да бъде забранен достъпът до интернет, за да „не завързват любов в мрежата“ (Флагман, 2015). Позовавайки се на заплахите, които поставя употребата на социалните мрежи пред най-ценния капитал на младото момиче – девствеността, ромски лидер интерпретира дигиталното пространство като територия на „тарикати“, които искат да заблудят младите момичета (Пак там), но и на извънбрачни свалки, които могат да доведат до развод (Dunavmost 2014). „Младите момичета знаят твърде малко за външния свят“ – „един доста по-добър живот“, който може да се яви като алтернатива на пазарната следа, свързана освен всичко друго и с хомогамията при ромски групи (Дойче веле 2019).

В хода на проведените от мен интервюта респондентите ми разказаха и за обратни процеси на адаптиране на дигиталните практики към традиционни деления. Конкретно за случаи, при които социалните мрежи не са опасност за капсулираната общност, а точно обратното – биват употребявани като посредник за свързване и общуване с хора от един и същи етнически произход.

Да кажем, чрез търсене в интернет на популярни имена в общността (например една респондентка се оплака, че името ѝ е популярно турско и мюсюлманско име, което я прави обект на постоянен флирт във Фейсбук):

По-скоро за турците мога да кажа, че страшно много се ползва Фейсбук и всичките тия неща. Примерно ако българите стоят и гледат фейсбук профил на българка, да речем, тийнейджърка, тя ще има сто лайка на снимка – турците имат по 300–400–500 лайка просто защото страшно много си имат приятели във Фейсбук и се добавят, нали, от турски произход, и много седят там – защото не е толкова ок да излизаш с момчета, не е толкова ок да излизаш като цяло и много се пише – много е дигитализирано (А., момиче, 23 г., село, 2019).

Социални деления

Социалните различия в дигиталното пространство могат да се проследят предимно чрез умения за онлайн комуникация като грамотност, избор на теми за разговор, жанр и брой снимки, които всеки потребител публикува, интензивност на изразяване на чувствата, умение за критическо мислене и пр.

Най-важната функция на използването на социалните мрежи сред младежите се оказва създаването на паралелна онлайн среда за постепенно освобождаване от патриархалния морал. В този контекст при респондентите се появяват две различни логики в зависимост от размера на местата за живеене (големи градове или малки градове и села). В малките градове социалните мрежи създават скрито интимно пространство като алтернатива на публичното пространство, докато в големия град те са по-скоро сцена за възпроизвеждане на интимното на публично място:

Тези малки градове са едни големи клюкарници... и предполагам, че заради това всички любовни съобщения минават през социалните медии... А в големите градове е точно обратното – показват любов публично и искат да бъдат видени. В големите градове искат да бъдат видени в социалните мрежи, а тук (в малкия град) хората искат да се скрият чрез социалните мрежи (Г., момиче, 17 г., малък град, 2019).

По логиката на тяхната употреба в малките градове и села социалните мрежи се превръщат в пространство на свобода, недостъпно за възрастни хора, което преодолява консервативни патриархални гледни точки, а в големите градове онлайн пространството е видимо пространство – на конкуренция и самореализация сред връстниците.

Интервюиран младеж от малък град, с изцяло хомосексуален опит и с първи преживявания в дигиталното пространство на Тиндър на около 17-годишна възраст, споделя, че подобна „свобода“ се изразява в приложението именно чрез възможностите за „дискретност“:

О, в малкото градче е много странно. Първо, никой няма снимка. Всичко е без снимка, всичко е много дискретно, не се казва точно откъде е... Докато тук (в столицата, където се провежда интервюто) са, да речем, 85% със снимки и ти изпращат локации, и всичко може. – А в малкия град е по-скоро като тайна публична сфера? – Абсолютно. Начин за откриване на подобни, защото иначе къде? – Нямаш този тип по-отворени пространства... – Да, и не се осмеляваш да го направиш, защото може да се прочете различно. Много по-safe (безопасно) е онлайн (А., момче, 24 г., малък град, 2023).

Резултатите от проведено количествено представително проучване в края на 2023 г. на интимните практики и нагласи на младите хора в България на възраст 18–24 години по проект „Култури, практики и рискове на интимността на младите хора в България“ (СОВА 5, ноември – декември 2023 г.) потвърждават интерпретацията на резултатите от представеното в тази книга качествено изследване сред българските младежи. В количественото изследване са заложили квоти по признаците възраст, пол и етническа принадлежност, както и стратификация по признак местоживееене, с цел пропорционално представяне на всички административни райони в страната, съответно и по столица, областен град, малък град и село. Изследването установява, че полът оказва най-малко влияние върху дигиталните интимни практики спрямо останалите демографски характеристики.

Разликите в дигиталното интимно поведение на базата на етнос също са почти пренебрежими. Въпреки това при групите на ромите и турците делът на използващите интернет за дългосрочни партньорства е по-малък. Тези групи са по-склонни да търсят връзка онлайн или неангажиращи отношения. Сред ромския етнос в по-малка степен се срещат младежи, изпращащи съобщения със сексуално съдържание или интимни снимки.

По отношение на семейното положение на родителите става ясно, че децата на разведени или разделени родители по-често поддържат връзки по интернет, изпращат провокативни снимки и гледат порнографско съдържание.

Резултатите от анкетата за употреба на онлайн платформи за запознанства според признака местоживееене (столица, голям град над 100 000 души, град под 100 000 души, село) варират с два процента между столица и село.

По отношение на сексуалната ориентация най-голям дял от бисексуалните и хомосексуалните младежи търсят партньор за връзка в интернет (съответно 59% и 55% спрямо дял при всички останали между 42% и 50%) (резултатите от анкетата са публикувани в Георгиева 2024).

Както видяхме от теренното изследване, характеристики на социалните медии като видимост (пред една потенциална публика свидетел), разпространеност (или лекотата, с която съдържанието може да бъде споделяно) и проследимост (или способността да се намира съдържание) (Boyd 2014: 11 и сл.) са мобилизирани от младежите за изява и преживяване на интимността, мислена основно като интимност на сцена.

Определям интимността на сцена като специфичен за дигиталното пространство вид публична интимност, при която частното е публично достъпно

за конкретни аудитории с цел по-добро разбиране и оценностяване на себе си и на себе си във връзка, което включва реакциите (въобразени или реални) на другите, за да се постигне по-богато и наситено усещане за интимност. „В отношение, в което частният живот става публичен, самата публичност възприема форми на интимността“ (Хабермас 1995), социалната мрежа копира статута на кафенето: от една страна, то е място, където сме в частна компания, но от друга страна, сме изложени на погледа на останалите (Дичев 2009).

Елементи от развитието на връзката като първоначален флирт, публично оповестяване на отношенията и тяхното осъществяване не само в личното пространство, но и на значими места за „поставянето на сцена“ на любовта, за да бъде тя видима от определена публика/публики, както и разпадането на връзката, което също е театрализирано публично, вече са намерили своите дигитални кодове за изразяване. Тези кодове свидетелстват за специфична нормативност, често негласна, част от репертоара на идентичностните стратегии на младежите. В следващата глава ще разгледаме новите актьори в полето на любовните и интимни съвети, интерпретирани в интервютата като основни носители на поведенчески модели във въпросната нормативност.

ПЕТА ГЛАВА

АКТЬОРИ В СЪВРЕМЕННАТА ТЕРАПЕВТИЧНА КУЛТУРА: ФОРМИ НА СВАТОСВАНЕ И ЛЮБОВНИ СЪВЕТИ

Тази глава очертава ролята на новите експерти в предбрачната любов днес. Описани са няколко примера: семинар, посветен на търсенето на любовната половинка, проведен в гр. София от водеща българска фондация в сферата на личностното развитие; най-голямата по брой потребители мачмейкинг агенция в България (изследвана посредством включено наблюдение и интервюта с двамата създатели на агенцията); уебсайт на български пикап артисти (майстори свалячи) (изследван посредством тематичен анализ на медийно съдържание); три подкаста на водещи български инфлуенсъри с ексклузивен фокус върху темата за любовта, интимността и връзките (изследвани посредством тематичен анализ на медийно съдържание в Ютюб, генерирано за период от половин година) (вж. Приложението).

Интерпретирам избраните примери като феномени на нов тип специализирано посредничество, което постепенно замества традиционния междупоколенчески пренос на знания и модели на поведение в интимността и традиционните форми на сватовничество в рода. Анализът показва, че водещите социални актьори и преобладаващите изразни средства са силно повлияни както от новите дискурси и ценности в полето на интимното, налагани от науката, псевдонауката и популярната култура, така и от спецификите на хибридната и дигиталната среда, в които въпросните актьори все по-често функционират. Всички тези нови любовни експерти са представени по-широко като част от глобална терапевтична култура, която задава конкретни интерпретативни модели за интимната връзка и половите роли.

Тук използвам „терапевтична култура“, за да обознача специфична култура, която най-общо има за цел да лекува неврозите, изфабрикувани от обществото. Тя вече не се мисли като култура, ограничена в определени социални среди, а като култура, завладяла след 60-те години на XX век огромна част от населението и неговото мислене чрез медиите, медицинската система, международните компании, рекламната индустрия, Холивуд и др. (Kelly 2022). Терапевтичната култура е свързана с проникването в колективното съзнание на терапевтични идеали, които променят из основи разбирането за морал, за общност и за себе си. Автори като Филип Риф (Rieff 1987 [1966]), които употребяват понятието, се интересуват от трансформацията на съвременната култура и прехода от общество, основано на религиозни и общностни ценности, към общество, което

се ръководи предимно от психологическата самореализация и индивидуалното благополучие. Интересът на социологията се насочва към това доколко формираната от терапевтичната култура нарцистична личност е пропитана с прекомерна любов към себе си или по-скоро е тревожна и нервна душа, в режим на оцеляване и със стремеж да се хареса на всяка цена (Lasch 1991 [1979]). И Филип Рийф, и Кристофър Лаш се съгласяват, че терапевтичната култура, макар и да се обявява изключително на дискурси за човешкия потенциал и самореализацията, в крайна сметка е антитерапевтична, тъй като създава хора, които са все по-огорчени, тревожни, депресирани и разочаровани.

Самореализацията като основна цел се мисли по-скоро като предпазване на индивида от онзи вид вреда, която самото общество създава, пречейки му да бъде „себе си“, а съвременната терапия (включително и тази в социалните мрежи) се адаптира към подобни социални промени и се отказва от ролята да служи за социализиране на индивида към по-широки обществени очаквания.

Тази терапевтична култура борови предимно с нищо незначещи, но ефикасни максими като „днес избирам себе си“, „грижи се за себе си“, „слушай тялото си“, „избягвай всякакво страдание“, „съсредоточи се върху собствените си нужди“ и по този начин допринася за постоянно вторачване в нуждите на индивида от лечение на всички неврози, които системата и изискванията ѝ му причиняват (Kelly 2022).

В социално отношение терапевтичната култура е свързана с прехода от протестантската етика, вкоренена във вярата в спасението чрез аскетично себеотрицание, към терапевтичния етос, предлагащ себереализация в този живот, където целта вече не е спасението, а постигането на възможно най-добро физическо и психологическо здраве.

Ева Илуз представя терапевтичния дискурс като доминиращ езиков ресурс на американския XX век и също отчита неговото глобално разпространение във високата и в популярната култура, в частния и в обществения живот (Illouz 2008).

Мобилизирането на терапевтичната култура в полето на интимните съвети се вписва в дебатите относно възможностите, които дигиталната среда предоставя за личностно и сексуално образование и по-широко – за споделяне на интимен опит сред младото поколение. Често нови форми за обговаряне на любовта като подкасти, семинари и сайтове за съвети са легитимирани като потенциални алтернативни източници на подобно образование (както в конкуренция с влиянието на семейството, така и с това на образователните институции).

Представянето тук на темата за експертите в терапевтичната култура, посветена конкретно на любовта и интимността, не е продиктувано само от факта, че тя е завладяла почти всички сфери на нашия живот, както отбелязват Рийф, Илуз и др. Необходимостта се очерта още с част от заложените въпроси в дълбочинните полуструктурирани интервюта. Новите правила във флирта и интимната връзка рядко се дискутират с родители и други значими възрастни, а най-често се подразбират негласно и след известен период на наблюдение на нормите на младежката група като цяло или се усвояват чрез потребление на разнообразни лайфкоучинг материали:

Само с приятели. С родителите ми избягвам да споделям каквото и да било, включително и ежедневието си. Защото те си създават някаква психологическа картина за мен, само че те не са психолози, не могат да поставят правилно границите и не могат да преценят. Те са живели по друго време... Най-малкото тези социални мрежи, които могат да окажат огромно влияние върху мен, не могат да окажат върху тях (Г., момче, 17 г., столица, 2018).

С нарастването на възрастта на респондентите става все по-видимо присъствието на индивидуализирана представа за любовта и интимността, като тази представа много често черпи ресурси от новите експерти, за които ще стане въпрос тук.

Както ще видим, всички съвременни сватовници също са принудени да се съобразяват с някои тенденции, характерни за новите информационни и комуникационни технологии. Предварително трябва да се отбележи, че целевата аудитория на подобни съвети за любовта и интимността не съответства ексклузивно на профила на младежката група от моя емпиричен анализ и включва и други възрастови категории. Участниците в тази терапевтична култура са експерти по личностно развитие, мачмейкъри и инфлуенсъри. Техните обучителни материали влияят върху културните предпоставки за възприятие на един или друг феномен в духа на неговото време.

Като социолог на културата Ева Илуз също набляга на необходимостта от изследване на начините и формите на институционализиране на терапевтичния дискурс в повечето социални сфери през XX век (Illouz 2008). В общата рамка на нейните разработки, в които твърди, че изучаването на емоционалния живот на актьорите позволява да се разберат социалните и културните логики в обществата на модерния капитализъм (Illouz 2007), тя търси да види как функционира тази терапевтична култура и в сферата на семейството. Според нея значителното влияние на терапевтите допринася за промяна на семейните отношения между мъжете и жените както чрез налагане на специфичен вид семейна комуникация, така и чрез „рационализация“ на частния живот. И двете са свързани с репрезентации за равенство, наслагвани не само от политическа, но предимно от научна и медицинска реторика. Както Илуз показва, а това се потвърждава и от представените по-долу анализи на конкретни случаи в български контекст, този терапевтичен дискурс благоприятства за налагането на модела на „чистата връзка“ (по определението на Антъни Гидънс), описан по-горе като форма на поддържане на връзка само при условие на взаимно и равнопоставено удовлетворение и от двамата партньори и единствено докато то е налично. Илуз стига до заключението, че за да намерят удовлетворение, респондентите ѝ се чувстват длъжни да управляват интимния си живот почти със същите средства, с които управляват и професионалния си живот – в този смисъл всичко изглежда въпрос на подходящи и усвоими техники, които могат регулярно да бъдат тествани. В настоящата глава ще покажа специфичен случай на всекидневното практикуване на подобни научваеми техники от групата на майсторите свалячи (пикап артистите), които обменят своя опит във флирта онлайн, но го прилагат

офлайн, като по характерен начин трансформират традиционни за българската култура нормативни граници в ухажването.

Неслучайно Илуз свързва терапевтичния дискурс именно с „разомагьосването“ на любовта, но и на сексуалността чрез псевдонаучен и медицински жаргон и чрез стандартизирани и често дееротизирани репрезентации. Подобни констатации са напълно приложими и относно лайфкоучинг семинарите за търсене на интимен партньор в България, които свидетелстват за прилагането в локален контекст на добре овладяна глобална реторика, служеща си именно с подобни „разомагьосани“ съвети.

В настоящата глава ще обърна внимание и на един друг аспект, който отбелязва Илуз, а именно как емоционалният етос, произведен от терапевтичния дискурс, се превръща в инструмент за категоризация и социална йерархизация. Тук не става въпрос само за психолозите, които днес са натоварени със задачата да валидират определени емоционални аргументи и да ги трансформират в социални компетентности. Като илюстрация ще покажа сходната според мен роля на мачмейкърите и на тематично специализираните дигитални инфлуенсъри: ще ги разгледам не само като проводници на водещи репрезентации, обяснителни схеми и поведенчески модели за младите, но и чрез специфичните форми за капитализиране на експертност, които те употребяват в ролята си на съветници и сватовници в любовта.

Лайфкоучинг, или за двете полукълба на любовта

Даже на шега, преди да се запознаем, с една позната бяхме написали точно какви са ни изискванията и аз така бях написала: „да пътува много и да знае четири езика“. И той се оказа, че пътува много и знае четири езика! Това не е нещо съществено, просто така на шега мислех за абсолютно всички неща, които трябва да притежава човека... – Нещо като визуализация? – Да (М., момиче, 25 г., столица, 2023).

Социалните очаквания днес, че индивидуалните избори за интимно партньорство ще бъдат направени стриктно според диктата на сърцето и без всякакви външни ограничения, обясняват лесно защо развитието на разнообразни формати за търсене на любов обвързват това търсене с личностното развитие като целенасочени индивидуални усилия.

Като илюстрация към темата от събрания в рамките на това изследване емпиричен материал прилагам примера със семинар, посветен на търсенето на идеалната половинка, осъществен през 2016 г. от една от най-известните организации за личностно развитие в България пред около 300 души в София. Както повечето събития от подобен характер, семинарът е воден от експерт по лайфкоучинг. Експертът конструира своите аргументи с типичните за терапевтичната култура прийоми. От една страна, той реферира към лични преживявания с двете си вече бивши съпруги, представяйки опита си под формата на анекдоти и в популярната реторика на мъжко-женски светогледни разминава-

ния. От друга страна, използва общи популярни научни спекулации за дясната и лявата страна на мозъка и съответно за тяхната емоционална и интелектуална функция. От трета страна, се позовава на по-общи техники за себепознание и себеуважение, които организацията проповядва по принцип и на които посвещава семинарите си, включително на други теми и с други заглавия. В логиката на любовта всичко това е интерпретирано чрез няколко основни наставления, а именно: 1) тъй като дясната страна на мозъка се развива първа, а лявата – едва след двегодишна възраст, човек се учи на това да е във връзка, преди да може да говори; 2) макар че се стремим да се учим за всичко в живота, за връзките специално никой не ни обучава; 3) много хора в света страдат заради неспособността си да създават здрави естествени връзки и именно по този начин човек най-много наранява и подценява себе си; 4) хората се влюбват в представа фантазия, а не в човек, но подобна любов бързо „угасва“, защото изначално сте излъгали другия, като сте се държали „като за продан“, и едновременно с това, защото човек иска да е с някого като себе си, но сам не се познава; 5) от началото трябва да е ясно, че не се влиза във връзка с човек, а с неговите ценности, които са неговата цел в живота, т.е. самия него; 6) съществуват „истински“ и „социални“ (наложени) ценности от типа: „Аз трябва...“, „Необходимо е...“, но е пагубно да следвате само „социалните“ ценности, защото те в крайна сметка са ценностите на другите; и накрая, 7) никой не иска да живее с нещастен човек, само щастливите хора получават това, за което мечтаят.

Неслучайно подобна логика на разсъждения завършва с практика, която да подкрепи теоретичния модел: визуализация. Всички участници са подканени да си затворят очите и на фона на нежна музика да си представят своята идеална половинка, да я разберат, да видят нейните ценности, да ѝ покажат мислено своите ценности и да приемат себе си и другия каквито са. Както ще видим и от емпиричните данни, представени по-долу, подобно смесване на строго материалистична научна експертност с нови духовни практики, особено характерни за движението нюейдж, се оказва безпроблемно в полето на терапевтичната култура (за повече подробности относно тези феномени, вж. Карамелска 2023).

От огромната палитра на представите за любовта като привличане на хормонална основа, съдба, случайност, въпрос на прикрития социологически принцип на социалната хомогамия, компенсаторно допълване на партньорите на базата на различни атрибути на „социалната им привлекателност“, калкулация на еротичната или икономическата изгода, или търсене на конкретно възплъщение на образа на Божията любов и идеал за същността на човека, семинарът избира тази на любовния пазар: хората са мислени като взаимозаменяеми – другият може да бъде заместен във всеки момент, при условие че не предоставя необходимата степен на удоволствие и удовлетвореност. „Търсенето“ в този пазар е на човек, който познава и обича себе си, ясно е определил своята цел и е ревнив към своите ценности. „Предлагането“ е основно на хора, които все още искат предимно да „ангажират другия със собствената си цел“. А добрата „сделка“ е възможна, ако всеки един опознае и обикне себе си, има свои ценности и знае

точно какво иска – тогава тя/той би могъл да визуализира необходимия друг и да го получи, защото, както беше вече споменато, никой не иска да живее с нещастен човек и само щастливите хора получават всичко.

Тези репрезентации на любовта, интимността и връзката често реферират към популярни псевдонаучни разбирания, но и към химико-биологични теории, които имат своите академични последователи. Така например някои учени търсят основанията на романтичната любов в естествени стимуланти на мозъка като допамин, серотонин и норепинефрин и разделят тази любов на химически обусловени усещания (повишаване на енергията, липса на апетит, фиксация, обсебесия и т.н.). Нещо повече, за Хелън Фишър (Fisher 2006) и много други съществува „естествен цикъл“ на продължителност на любовта, средно около три-четири години, равнозначно на времето за създаване на връзка, раждане на дете и осигуряване на грижи в ранното му детство, след което двойката би могла да се раздели и всеки да намери нов партньор. Подобни разбирания са широко експлоатирани и в сюжетната линия на редица произведения на популярната култура (вж. например теорията, проблематизирана в едноименната книга на Фредерик Бегбеде – „Любовта трае три години“ (изд. „Колибри“, 2023), и направения по нея филм). Представите за „срок на годност“ при интимността търсят и своите експериментални потвърждения. Джон Готман (Gottman 1994) дори изчислява шансовете за оцеляване на дадена двойка още при нейното зараждане. В своята университетска лаборатория в Сиатъл, наречена „Любовна лаборатория“ (Love Lab), Готман анализира показателите за стабилност на двойката, които ще гарантират нейната успешна или неуспешна реализация в бъдеще (включително физически индикатори, наблюдавани при партньорите, когато те говорят за своята връзка, честотата на разменени усмивки и докосвания във всекидневието и други подобни).

Смесицата от психологически и биологически аргументи, с които си служи съвременната терапевтична култура, обхваща и натуралистка перспектива към връзките. Тази перспектива препраща към животните и обяснява любовта при хората като наследство от спонтанния инстинкт за привличане, наблюдаван при живите същества, а набора от любовни и сексуални действия при човека тълкува като практики, характерни за животните, но социално и културно надградени при хората в хода на еволюцията. Към изцяло биологичния феномен се добавят и психическите натрупвания от жизнения опит като пресечна точка на генетични дадености и обкръжаваща среда, на типа връзки и преживените травми от тях и т.н. Тази амалгама от биологически, психологически и физически обяснения се превръща в доминиращата днес в психологията идея, наследена в голяма степен от фройдистките възгледи, че жизнените решения са почти изцяло обусловени от формите на свързаност, които индивидът е имал в детството.

Можем да кажем, че описаният семинар е показателен за общи тенденции в съвременната терапевтична култура както чрез включването на любовта и интимността в широкото поле на личностното развитие, така и чрез възприемането на чувствата през психологически и физико-биологически обяснителни

схеми. Това предопределя и пропагандираното специфично разрешаване на потенциални конфликти между участниците в двойката, като измества фокуса от търсенето на единствения и неповторим друг, преобладаващо доскоро в дискурсите за романтичната любов, към любовната връзка, механизмите за постигане на удовлетворение от която са индивидуално научваеми и могат да се прилагат към множество партньори.

Що се отнася до половите роли, те в голяма степен се мислят през универсални (свързани с човека изобщо) поведенчески модели в интимността, когато биват интерпретирани като физически реакции, или като функции една на друга, когато се разглеждат психологически, предимно чрез личната опитност в детството. Напълно липсва есенциалистки прочит на мъжкия и женския пол.

Мачмейкинг. „Осведоменият избор“ на експертността

Тази част от анализа се основава на включено наблюдение и дълбочинни интервюта със създателите (семейна двойка) на водеща мачмейкинг агенция в България, проведени в началото на 2018 г. на територията на самата агенция в гр. София. Услугата мачмейкинг е нова за страната под тази съвременна форма, свързана с експертността, т.е. мислена като високи постижения в определена професионална област, а не като дълг и своеобразна социална нормативност в рода от страна на близките и приятелите. Конкретната агенция е сред първите и стартира с този тип услуги през 2013 г. В нея, към момента на включеното наблюдение (2018 г.), всеки месец се записват по 300–350 души, половината от тях достатъчно бързо след това търсят контакти, другата половина изчакват или изобщо не участват в процеса по сватосване. По думите на жената, неслучайно създадената от нея и съпруга ѝ мачмейкинг услуга е обект на интерес от страна на социолози и антрополози, тъй като е „...някаква специфична извадка за тези движения, за динамиката в обществото, която не се следи стандартно“.

Анализираната българска агенция за запознанства предлага съвкупност от три възможности, които съответно изискват различно ниво на въвлеченост. Първата възможност обхваща т.нар. партита за запознанства. Това е най-неформалният кръг за достъп до услуги в любовта, при който се осигурява конкретно място и време за срещи на необвързани. Форматът на общуване е напълно свободен. Втората са „бързите срещи“ (спийддейтинг). Тя предполага среща на публично място между мъже и жени на ротационен принцип, за по няколко минути, в които всеки може да опознае стоящия срещу него. Впоследствие участникът попълва своите предпочитания в специален формуляр и обозначава с кого би искал да се срещне отново. На следващия ден сватовниците обработват резултатите и изпращат индивидуално писмо с координатите на хората, с които той/тя имат „съвпадение“, т.е. интерес за повторна среща. Предимството на този формат е възможността за опознаване между хора на сходна възраст. Успехът му се обяснява с факта на спестеното време. Според интервюираните мачмейкъри голяма част от участниците в спийддейтинг, почти 30%, са специа-

листи в областта на информационните технологии. Тази форма на запознанства с непознати често се интерпретира като дигитална детоксикация и се свързва със специфична тенденция сред хората, работещи в сферата на дигиталните технологии, да търсят начини да се завърнат към живите контакти офлайн. Организаторите на срещите отбелязват също, че в спийддейтинга понякога се оформяли групи от фенове, които ходели на всички събития заедно. Това наложило създаването на определени норми: човек, който се е срещал дори само с един участник от дадена група, няма право да се записва в нея.

И накрая, третата предоставяна възможност за запознанства – мачмейкингът е директно обвързан с експертна намеса, отчита в най-голяма степен личните характеристики на всеки участник и съответно е потенциално най-успешен. При този формат професионалистите изготвят подробен психологически профил на участника, провеждат конкретни обучения с него за интимно поведение и му предоставят обратна връзка след всяка проведена среща.

В логиката на самата агенция за запознанства изброените три форми най-често се съчетават и осигуряват пълнота на изживяването, като именно на партитата за запознанства и на бързите срещи експертите успяват да рекламират своите мачмейкинг услуги като „задълбочаване“ в процеса. Както споделя мъжът, съосновател на агенцията:

Всъщност идеята е, че това са три различни форми на запознанство на живо, които се допълват една друга. Те обхващат почти всички възможни вариации на запознанства на живо. Партито е най-първото, между 200–300 човека. Без ограничения във възрастта, единственото условие е човек да е необвързан. И ги запознаваме в рамките на четири часа, веднъж месечно. Средната възраст е 34–35 години, каквото и да правим. Следващото е „бързи срещи“, които са по два-три пъти седмично, но те са вече строго профилирани по възраст, като се съобразяваме с тенденциите: и брачните тенденции в България, и очакванията на необвързаните за разликата във възрастта... Затова там са десет на десет, но пък са строго подбрани по възраст... И третата форма, върхът на пирамидата, е мачмейкинг, където са доста по-малко хора, но се занимаваме индивидуално с всеки един. Но трите форми са една цялост. Видяхме, че са една цялост и че най-добрият начин да развием целия проект е този, и затова решихме и да ги обединим.

Мачмейкингът определено се възприема като най-елитарната услуга на любовния пазар. Първо, спрямо останалите форми на търсене на „идеалната половинка“. Подобна представа се налага поради наличието на експертност, която „проверява“ достоверността на профила на другия и предпазва от измама. Второ, на базата на желанието за „откриване на себе си“. Тук не става въпрос само да намериш подходящата половинка, но и да разбереш вътрешното си Аз, да овладееш различни техники за адекватно социално поведение, да обикнеш себе си. Оказва се, че освен търсените запознанства потребителите на мачмейкинг услугите имат много по-широки емоционални ползи, свързани предимно със социална подкрепа, която увеличава надеждата и самочувствието им (Adelman,

Ahuvia 1992). Освен това мачмейкингът делегира отговорността на трета страна. Ако връзката е успешна, тя запазва аурата на съдбовност, ако не е – се мисли като резултат от експертна грешка. Така мисията на сватовниците е удължена във времето, защото те стават отговорни за евентуалния неуспех и прекратяване на взаимоотношенията „по несъвместимост“. Мачмейкингът дава възможност на потребителите да се осланят на специфична представа за любовта, която има своите научни доказателства и агенти и в този смисъл е проверима, манипулируема и статистически видима.

Икономическата равностметка на заниманието показва, че след пет години съществуване водещата мачмейкинг агенция, една от малкото в страната, вече се самоиздържа, а след още няколко години би следвало да направи възможно специалистите, които работят там, да печелят достатъчно само от тази си дейност, т.е. да доведе до тяхната истинска професионализация.

За разлика от традиционните сватовници, подборът при услугите на тези професионализирани експерти вече изобщо не е обвързан с въпроса за семейство, за род, за имоти, а само с личните характеристики. Това се потвърждава и от наблюденията на Алексей Пампоров във връзка с кризата на брачната институция и новите семейни форми в България (Пампоров 2009). Според неговия анализ както характеристиките на идентичността (религия, социален произход, политически възгледи), така и статусните характеристики (добро жилище, задоволителни доходи) остават на по-заден план в сравнение с емоционалните характеристики на една връзка (вярност, желание да се обсъждат проблемите, възникнали между съпрузите, и добър сексуален живот). Четирите най-важни критерия за избор на брачен партньор според респондентите в националното представително изследване на Петър-Емил Митев и Сийка Ковачева (Митев, Ковачева 2014) също са показателни: любов, характер, общи интереси и външността на партньора. При реалните практики на търсене на партньор, споделят мачмейкърите с видимо чувство на разочарование, всъщност критериите за външен вид са водещи: килограми, ръст, възраст.

Мачмейкингът капитализира едно усещане, широко развивано от терапевтичната култура – да бъдеш отворен към любовта е също толкова важно, колкото и към самия обект на любов. Оттам готовността да се довериш на експерти е интерпретирана като положителна, дори морална позиция, а евентуален провал на отношенията във връзката се възприема като лична липса на готовност, незрялост, скептицизъм към любовта. Основната роля на тези платени социални посредници се явява в това да намалят цената на влизането във връзка (цена на търсенето – да определят кои са потенциалните партньори сред морето от такива; цена на откриването – да се получи подробна информация относно тези потенциални партньори; цена на взаимоотношенията/интеракцията – предполага само няколко инвестиции в любовни ритуали с ограничен брой индивиди). В този смисъл идеята на мачмейкинга е да се намери форма, която предлага на индивида фокусиране върху няколко възможности, научна застраховка за избора и магическо пълно съвпадение – нещо, което можем да определим като вид институционализирана съдбовност.

Мачмейкърите предлагат паранаучен дискурс, т.е. популяризирана версия на научните методи за анализ, която не е насочена към общност от други експерти, макар и да остава натоварена със семиотични и институционални белези на символна компетентност, а към широката публика на нуждаещите се от любов. Казано с икономически термини, методът осигурява добавена стойност на тази експертна съдобност към вече широко употребяваните интернет платформи за запознанства, които, събирайки социодемографски (височина, възраст, пол, професия) и психологически данни (черти на характера, културни вкусове), ориентират актьорите в рационално изчисляване на относителните качества на другите.

Онлайн и офлайн свалячи. Въобразената общност на разочарованите мъже

Майсторите свалячи или по-модерната дума, която те самите употребяват при себеидентификация – пикап артисти (от разговорен англ. pick up – заговарям някого с цел свалка, флирт), са общност, която днес изработва нормативността на флирта в България сред група мъже. Течението, наречено „пикап артисти“, се появява в САЩ в края на 90-те години на XX век и сравнително бързо се превръща в глобален феномен – растяща мрежа от форумни дискусии, имейл листи, сайтове, блогове за дарови обмен на съвети. В настоящата част анализирам българския сайт Pick-up Project (pickup-project.net) и включените в него статии, интервюта с водещи пикапъори и коментари в чат форума (юни 2017 г.).

Мисията, която си поставят създателите и авторите в сайта, е разглеждане-то, изучаването и преподаването на комуникация между двата пола. По думите на основателя на проекта, автор в сайта с псевдоним Slayer:¹¹

Без значение дали си изкусен прелъстител, сваляч, донжуан или имаш проблем с жените, ние ще ти помогнем да разбереш защо и как се случва всичко в изкуството на съблазняването, или както ние го наричаме простичко – Играта... („Мисия“, автор Slayer, без дата)¹².

В основата на начинанието са няколко приятели, които правят обучения и семинари по пикап само за удоволствие. От 2006 г. решават да изготвят по-сериозен бизнес план и да изведат дейността на печалба, като разработват сайта и пускат в продажба обучителни дискове и семинари. Сайтът и форумът се посещават от около 20 хиляди уникални потребители месечно. Въпреки че бизнесът не е на загуба, той не е достатъчно печеливш, за да могат създателите му да се издържат само от него.

¹¹ Освен ако не е посочено друго, всички цитати в настоящата част са от сайта Pick-up Project. Правописът е редактиран.

¹² Вж. <https://pickup-project.net/мисия/>.

Общността на свалячите е от хетеросексуални мъже, които си обменят съвети и техники за съблазняване на жени. В българското виртуално пространство не е видима паралелна женска общност. Освен мъжка, общността е и предимно виртуална. Още от своето създаване тя се изгражда и съществува чрез интернет платформи, блогове, видеосеминари, форуми. Едва след редица инициационни ритуали ядрото преминава и към офлайн пространството, където доказалите се като успешни свалячи могат да излязат заедно с другите на показна практика. Офлайн е реалното преживяване, онлайн е разказването, хваленето и теоретичното осмисляне впоследствие.

За целите на анализа е подходящо да припомним, че флиртът, независимо от неговите исторически специфики, винаги е свързан с известна нормативност: правила на поведение, степени на експертност, нива на овладяване на тънкостите. Той неминуемо обозначава определен период от време: от запознанството до първата целувка или до първия сексуален контакт, или до определянето на връзката като „сериозна“. Своеобразна прелюдия към любовта – период, в който социалната „игра“ се заменя с „автентични“ отношения.

Наблюденията върху българския пикап проект създават впечатление за общност, доколкото самите майстори свалячи имат съзнание за такава, ясно посочват фигури, които за тях носят експертността на групата, имат конкретни ритуали за доказване и приобщаване, разполагат със свои „свещени текстове“ и т.н.

За разлика от повечето други внесени наготово глобални моди, „училището за флирт“, в което общността е видима онлайн и участва активно със споделен опит, не стъпва само на референции към чуждестранни сайтове, а създава свой собствен, български контекст. Тук става въпрос не само за семинари, статии и видеокурсове, които най-общо представят видовете и структурата на свалките, както и за демонстрации и проиграване на конкретни ситуации във всекидневието, но и за книги, написани на базата на местен опит във флирта. Такива издания са например „Изкуството да бъдеш успешен с жените“ и „Пътят на пикап артиста“ с автор Илиян Топчиев. Самият той определя първата книга като въведение, а втората – като „ново ниво в Играта“. Всички те се базират на емпиричен материал: техники, „фийлд рипорти“ (записки от терен), интернет чатове, примерни истории.

И в сайта на майсторите свалячи, както при описаните по-горе явления, свързани с терапевтичната култура на интимността, съблазняването е представено не само през призмата на играта, но и през призмата на експертността. Флиртът е хем забавен, хем научваем и овладяем. Комерсиализацията идва с развитието на степени на усвояване на това „изкуство“ и съответно със създаването на книги, лекции, тренировъчни лагери за новобранците. Обучителите хващат модерната вълна на темата за личностно развитие, като всеки предлага своя собствена вариация и метод на съблазняване в рамките на голямата идеологическа шапка. Така неминуемо се появяват локални специфики на общността, предопределени от местната опитност на майсторите свалячи.

Участниците в групата на свалячите имат строго определение за пикап, към което често реферират и във форумните си дискусии, за да оценят доколко дадена практика може да бъде приемана като „истинска“ или като „недобре овладяна“. Определението е следното:

...най-бързо, ефективно и по възможност без външни ресурси съблазняване. Това означава да сваляш жени, играейки на емоционално ниво (създавайки необходимите емоции) основно с вътрешни качества, поведение, мироглед, ранг, сексуалност и т.н., а не играейки с разпространената в обществото АФЦ свалка, където жената избира мъжа, според това какъв провайдер (доставчик) е – тоест какви външни ресурси притежава и инвестира в жената („Що е то Pick up? – бърза свалка“, автор Slayer, без дата)¹³.

Първото нещо, което прави впечатление, е, че ролята на сваляча е единствено и само мъжка роля. Очевидно подобно определение е болезнен отговор на мъжката фигура, наложила се с новобогаташите от българския преход и с образа на жената материалистка. Подобна болка е ясно видима във всички статии, коментари, чатове, тя е онази тънка линия на съгласие, през която се легитимират и основните граници на групата. Първа такава граница е споменатата в самото определение „АФЦ свалка“¹⁴. Под това се разбира определен тип неправилно поведение, спрямо което всеки истински мъж трябва да се разграничи. То е свързано с изначално заемане на доминирана позиция или на практика – със себеизтъкване „с цел да се направи добро впечатление и да се влезе в одобрителната рамка на жената“. Форумите изобилстват от примери за АФЦ неправилно поведение:

Да кажем отиваш при дадена жена и я заговаряш по следния начин: „Аз съм мениджър в едн-коя си фирма. Карам едн-каква си кола. Работя едн-къде си. Всеки ден тренирам във фитнеса. Знам три чужди езика...“ (автор nachko, 2017).

Както ще обобща по-теоретично Slayer: в АФЦ свалките силата и изборът са при жената, а мъжът приема, че има по-нисък ранг и той е гонещият, като се стреми да компенсира тази своя позиция с позоваване на материални придобивки, мило поведение, нагаждане към жената и т.н.¹⁵

Очевидно пикапът изисква точно обратното: мъжът доминира, той налага своята реалност, но не като „комплексар“, който трябва да купува женското вни-

¹³ Вж. <https://pickup-project.net/що-е-то-pick-up-бърза-свалка/>.

¹⁴ От англ. съкращение AFC – Average Frustrated Chump. В речника с жаргони на сайта Pick-up Project обяснението за AFC е: „Неудачник – мъж, на когото му липсват социални умения изобщо и конкретно умения за общуване с противоположния пол. Мъж, който не е добър с жените и не ги привлича“ (вж. „Pick-up жаргон, акроними в свалките и пикапа“, автор Slayer, без дата, <https://pickup-project.net/pick-up-ски-език-акроними-в-свалките/>).

¹⁵ Вж. „Пикап vs АФЦ свалка“, автор Slayer, без дата, <https://pickup-project.net/пикап-vs-афц-свалка/>.

мание, а като умел играч, който създава необходимите емоции и е достатъчно сексуален, за да „разпали“ жената. Не е трудно да си представим как в България подобен дискурс ще намери незабавен емоционален отклик у младите мъже. Предвид възрастта им (средно между 20 и 30 години) те не помнят дефицита на еротичното от времето на техните родители (вж. сборника „Любовта при социализма“, Колева 2015), по-близка до тях е вулгарно-телесната култура от посткомунистическия период на преход в България. Всъщност пикап артистите продължават с пълна сила нейната „еротична“ линия, но заклеят „материалистичната“.

Тъй като свалческата игра е „мъжка“, пикапърът трябва да олицетворява и специфична роля, в случая – онази на „алфа мъжа“, или по определението на самата общност, на мъжа, който доминира не само жената, но и останалите индивиди в „стадото“. Ето защо АФЦ свалката и всяко поведение извън идеала за алфа мъж ще бъдат превърнати в основно табу за групата. Колкото до традиционни „любовни табута“, свързани предимно с идеята за вярност, трябва да се отбележи, че те не съществуват. В сайта има статии за флиртуване с момиче пред нейното гадже, за флиртуване с цел тройка, за приятелско завоюване на една и съща цел и т.н.

В цитираното по-горе определение за пикап се говори и за „емоционалната“ игра. Тя изглежда свързана със специфични кодове на свалческо поведение, които могат да бъдат открити както във вариант за онлайн, така и във вариант за офлайн свалки.

Офлайн играта

Няколко са основните обществени места за свалка, които се споменават във всички статии и постове на общността: морето, бара, улицата, мола. Първите две се възприемат като по-лесни, доколкото изглеждат „по-традиционни“, или места, които в голяма степен предполагат флирт. Вторите две – като по-големи предизвикателства, изискващи известно прекрачване на социални стереотипи. Обикновено обученията, които се провеждат в рамките на семинарите за свалки, „предизвикват“ участниците с по-трудните. Най-важно е постоянното ескалиране на провокациите, или по думите на един от изявените в групата свалчачи с никнейм Ki:

Нямам любими места – мен ме кефи навсякъде. Най-често съм пред НДК и по „Витошка“, и в „Брилянтин“ просто защото има повече хора и като излезем да си тренираме нещо, там има повече материал (Интервю с Ki“, автор Plian, без дата)¹⁶.

В едно изследване върху флирта във Великобритания Кейт Фокс ще открие именно ключовите фактори, които правят дадено място подходящо за флирт и които тя определя чрез така наречения SAS (Sex-Alcohol-Shared Interest) тест,

¹⁶ Вж. <https://pickup-project.net/интервю-с-ki/>.

според който добрите места за флирт съчетават поне два от изброените три фактора за социализация: 1) място, позволяващо лесно да се инициират разговори с непознати; 2) наличие на алкохол, който е основен помощник за флирта; 3) среда, в която хората имат общи интереси (Fox 2004). Очевидно местата, посочени от цитирания български сваляч, съчетават предимно първите два фактора – възможност за заговаряне на непознати, в някои от тях и алкохол, а третият (споделените интереси) остава на заден план.

Местата за флирт се обуславят и от факта, че един истински пикап артист следва да излезе от социалния си кръг. Неговите цели са непознатите момичета. В това отношение групата има ясно изразена норма – пет заговорени непознати жени всеки ден:

И ако не можеш някой ден да заговориш пет непознати жени, а заговориш само две – на другия ден трябва да компенсираш и да заговориш осем („Най-важните стъпки, които наистина трябва да направиш, за да станеш добър с жените (част 1)“, автор Pian, без дата)¹⁷.

Самата провокация се смята за истинската „мисия“ на пикапа, който, както при почти всички съвременни техники в любовта, се концентрира върху личностното израстване на търсещия любов. Ето защо основна част от обучителните семинари за усвояване на сваляческия занаят включват и договорени в рамките на групата наказания при проявен страх или нерешителност в изпълнението на задачите предизвикателства (такова наказание например е изгарянето на определена сума пари от всеки един участник, който се е провалил). Личностното израстване при пикапа е свързано с преодоляване на социални норми, наложени в детството, със смелост и с умение за приемане на възможно отхвърляне, с изграждане на самочувствие, което не се основава на външни оценки, а на вътрешни самовнушения и конкретни практики.

Свалката се структурира в няколко етапа. Първият е т.нар. опънер, или „заговаряне на сет“ – начинът на влизане в комуникацията. Той е кратък, със средна продължителност не повече от 2 минути, и представлява моментът за създаване на първо впечатление както у момичето – обект на интерес, така и у евентуални други участници в сета (нейното обкръжение например).

Втората стъпка е демонстрация на висок ранг и използване на „нег хитове“. Всъщност идеята за ранг в групата е свързана с реалната оценка – свалячът поставя ранг както на момичето, така и на самия себе си, а правилото е, че всеки трябва да „играе“ в категорията си. Още веднъж, по-голямото качество, а и количество на завладените женски сърца зависят от личното усъвършенстване. В случая рангът нараства с умението да засилваш интереса към себе си, дори и това да е без покритие. Една от основните теми, които засягат водещите свалячи от групата, е именно фактът, че повечето от тях са с ранг 5 или 6 (по десето-

¹⁷ Вж. <https://pickup-project.net/най-важните-стъпки-които-наистина-тря/>.

балната система), което означава например, че не са много високи, нямат хубава работа, нямат кола, но въпреки това могат да се похвалят със значителен успех сред жените. Те го отдават в голяма степен на овладяването на техниките за създаване на интерес. А висок ранг може да бъде показан най-вече в поведение, мироглед („фрейм“) и начин на живот.

Другата съставка от тази фаза, т.нар. нег хитове, е още по-показателна за новия начин, по който се конструира интересът към себе си. „Нег хитовете“ са част от своеобразна дисквалификационна система, при която мъжът демонстрира, че има опции и не смята да гони, впечатлява и търси одобрение от никого. Ето и няколко примера за такъв тип „нег хитове“, дадени от самите участници в групата: „Изглеждаш готина, жалко, че си чернокоса и не си мой тип“, „Хубава блуза – нова ли е купена?“, „Имаш нещо между зъбите“, „Не питам теб, многознайке!“, „Хехе, гласът ти е точно като на Бъгс Бъни, хаха, много забавно“ и т.н. Свалячът Кі, на 21 години, разказва своя лична история за това как „спича“ жената срещу себе си:

...например скоро с една, тя ми вика „аз съм много грижовна, бля-бля-бля...“, аз ѝ викам „хах, ти ли си грижовна с тези маникюри, ти не си мила чинии и не си си оправяла стаята през живота си“. Тя започна да ми се обяснява... И естествено... оки, другия път като се видим, идвай в нас да ми оправяш стаята, че нали знаеш момчешка стая... („Интервю с Кі“, автор Pian, без дата).

Леко презрителният тон има задачата да сваля „щита“ на момичето, като „щит“ се използва от общността с негативна конотация и обозначава степента на превзетост у „мацката“. Именно за да покаже, че той ще диктува правилата, мъжът следва да е независим от нейната преценка, да демонстрира, че не я поставя на пиедестал и добре да подчертае, че дори когато ѝ прави комплимент, е с ясното съзнание за всички нейни недостатъци. Нег хитовете се прилагат най-вече при високоранговите момичета. С тях не трябва да се прекалява – обикновено около два са напълно достатъчни, но основната идея е да бъдат просто властово подхвърлени, разговорът да не се задълбочава в тях и те да не стават повод за дискусия.

След тези две фази на себедоказване – първо впечатление и засилване на интереса към себе си с обратно на традиционното поведение на „възхвала“ на жената – най-накрая следва и показването на интерес към нея. Това е т.нар. период на „валидейшън“. Идеята в тази фаза е свалячът да помогне на момичето то самото да го съблазни, да се бори за него, да се доказва, защото пропускането на тази фаза е равносилно според пикап артистите на смъкването на ранга на мъжа. Неслучайно мацката се „валидира“ с нещо различно от външен вид (по презумпция именно външността ѝ е това, което е привлякло сваляча към нея).

Следващата стъпка е на „отделяне“ на целта от обкръжението ѝ. Идеята е по този начин да се пристъпи към най-дългата фаза – „комфорт“ фазата, която трае около четири часа и чиито подетапи са: създаване на „рапорт“, „доверие“ и „емоционална връзка“. Тук вече започва да се използва и специалната КИНО

техника (свързана с физически досег), първо в нейния лек, а впоследствие и твърд вариант: от непринудени докосвания и погалвания до по-сериозно сексуално възбуждане.

Така се преминава и към последната пета фаза – „тежко КИНО“, т.е. сексуално възбуждане, много често последвано от LMR (съпротива в последния момент) и секс.

Онлайн играта

В онлайн играта принципите са сходни, но самият дигитален терен, а оттам и някои тактики изискват вариации. И тук, както и при офлайн свалките, най-хубавото е „изобилието“ от жени. По този повод един от водещите пикапъори ще заяви:

Проблемът ми е, че мразя протакането. Ако в първите няколко минути или съобщения ми се прави на два метра висока, просто натискам „некст“ („Интервю с Manowar“, автор Iljan, без дата)¹⁸.

Проверката на следващата алтернатива като основна стратегия на всички сайтове и онлайн приложения за запознанства се смята като подходяща и за онези, които нямат първоначалната енергия за регулярно посещение на клубове. Такъв е случаят с майстора свалч Diabldh, на 38 години, който след провален брак се включва интензивно в онлайн играта. Според него половината от успешната свалка е профилът. Печелившият профил изисква точно определени компоненти: три внимателно подбрани снимки, първата – паспортна, на която се вижда лицето, другите две – показващи интересен начин на живот (най-добре с компания на заден план, някакъв вид спорт или хоби). Текстът трябва да говори за умение да се изразяваш, да има закачлив тон и нотка на самоирония. Примерът, който той самият дава, е илюстративен в това отношение:

Ето и един пример за текст в профила: „Аз съм оптимист, когато пиша на някоя, а тя не ми отговори, си мисля, че е припаднала от кеф, че съм ѝ писал“. Този текст позволява, ако не получиш отговор на първото си съобщение, да напишеш второ, в което да попиташ дали се е възстановила от припадък, или има нужда от кардиопулмонална ресусцитация („Интервю с Diabldh“, автор Iljan, без дата)¹⁹.

Отново, както при офлайн свалката и изненадващата за жената тактика на нег хитовете, пикапърът трябва да намери нетрадиционен подход за започване на разговор, който се мисли като алтернатива на създалата се в тези платформи рутина. В този случай майсторлъкът се заключава в това да напишеш лично съ-

¹⁸ Вж. <https://pickup-project.net/интервю-с-manowar/>.

¹⁹ Вж. <https://pickup-project.net/интервю-с-diabldh/>.

общение, а не да изпратиш едно и също на двеста профила. В този смисъл като удачна норма се възприема писането до не повече от пет-шест профила на ден, но добре премислено.

Идеята за успешната онлайн свалка също е ясно структурирана. Първото съобщение трябва да съдържа две-три изречения, свързани с контекста на профила или снимките на момичето. То следва да включва три елемента: позитивен коментар върху част от профила или снимка, неутрален комплимент, който можеш лесно да обърнеш в нег хит, и въпрос, с който да дадеш на момичето повод да ти отговори. Следва изграждане на отношенията. Diabloodh споделя:

Отварям няколко теми в разговора, за да не се стига до задънена улица, ако темата се изчерпи, вкарвам елементи от вицове и лафове, за да я разсмея. Постепенно насочвам разговора към лични теми и се стремя да го направя по-сексуален. Тук вече почват тестовите и спрямо това колко добре ги минеш, или засилваш интереса, или той просто изчезва. Липсата на тестове е сигурен признак за нисък ранг жена („Интервю с Diabloodh“, автор Plian, без дата).

Създаването на интерес трае около 30 минути, след което разговорът е насочен към определяне на среща. Най-често сексуалният контакт се случва на втора среща:

По-сигурният вариант е игра за клоуз на втора среща (в терминологията на общността „клоуз“ е резултатът от „добре изигран сет“; в този смисъл участниците говорят за взимане на телефон – „фоун клоуз“, целувки – „кис клоуз“, секс – „секс клоуз“, като за изцяло завършен сет се смята онзи, при който се стигне до секс клоуз – б.а.), като на първата се ограничавам до съвсем леко КИНО и поглед тип „изглеждаш вкусно“ („Интервю с Diabloodh“, автор Plian, без дата).

В чат дискусията „Опитвам да зарибявам по Фейсбук индиректно и неопитно“²⁰ от март 2017 г. откривам и други съвети, свързани с правилното поведение на виртуалното тяло. Онлайн играта изисква още по-голямо внимание, тъй като самата динамика е по-различна от тази на улицата или в бара: „често почваш не от нулата, а от минус и калибровката иска доста умелост и похвати“. Похватите се свързват освен със снимките и с текста, с темпото, с което отговаряш и което изглежда основна част от играта, която в интернет е лишена от почти всякаква друга телесност. В този смисъл съветите на играчите са да се използват техниките за „тайминг“ (включваш се или изчезваш от чата), както и за „игнорване“ (мъжът, а не жената, „трябва да сменя опциите сийн/ънсийн“ (т.е. видимо/невидимо съобщение), бавене на чата („Ако мацката отговаря веднага или след 2 минути, ти отговаряй през 10–25 минути“).

В училището за флирт очевидно не става въпрос за еднократна игра с цел завоюване на дамата на сърцето, а за овладяване на игра, при която важна е

²⁰ Вж. <https://pickup-project.net/forum/index.php?topic=8342.5;wap2>.

не конкретната цел, а принципното умение за постигането ѝ. Това изглежда илюстративно изобщо за онзи аспект в съвременната култура, в който да имаш „избор“ често заменя да правиш избор, което в любовта означава постоянното свеждане на другия не до приоритет, а само до възможност.

Можем да кажем, че изкуството на пикапа е свързано с фазата от запознанството до първия секс: заговарянето, вземането на телефонен номер, среща/срещи, физическа възбуда, изолация до място за уединение и накрая секс. Това са и уроците в сайта на общността.

Интересно е същевременно, че на въпроси за любовта и намирането на жена, с която да споделят живота си, майсторите свалячи отговарят с надежди и идеализъм. Може би най-показателен за противоречивата им позиция е коментарът на Nefertum:

Аз лично съм сигурен, че ще намеря достойната за мен жена, в която искрено и безгранично ще се влюбя, и заедно ще бъдем щастливи, но преди да я намеря, съм също толкова уверен, че ще срещна достатъчно много други жени, за да мога да я открия (автор Nefertum, 2017).

Пикапът изглежда като необходим опит, благодарение на който най-накрая се прави съзнателен и правилен избор относно „единствената“.

Сексуалната модерност се възприема като период, при който нараства ролята на целувките с хора, които няма да бъдат нито първият сексуален партньор, нито бъдещият брачен партньор (Lagrange 1998). Бумът на флирта, за който започва да се говори след 50-те години на XX век, се свързва с извеждането на междуличностните отношения в автономна сфера и с една много важна културна промяна особено от 70-те години насам – новото място на плътското удоволствие при избора на партньор и оценностяването на флирта сам по себе си като процес на селекция. Именно за това ново място на плътско удоволствие свидетелства и сайтът на пикапъорите. Флиртът е кратък (както видяхме той трае от няколко часа до най-много две срещи), а презумпцията изглежда доста различна от тази на традиционните и възприемани като вече много архаични отношения, които следва да протичат по-скоро от запознанство към опознаване, обвързване и впоследствие сексуални отношения. В Европа времето между първия сексуален контакт и сериозното обвързване или брака се удължава непрекъснато, т.е. прави възможна все по-дълга „сексуалната младост“ – период, през който сексуалността се живее без брачен ангажимент. Допълнително се променя и сексуалният живот при възрастните, който често е свързан с вторични сексуални социализации при често подновяване на партньори, определяно като серийна моногамия (последователно влизане в продължителни интимни двойки, които не са за цял живот, а само докато „трае“ любовното чувство), или с преживяване на периоди без стабилни партньори (Vozon 2016). Подобна нова еротична етика не отменя търсенето на любов, но прави тази любов по-взискателна, особено към личната реализация и към сексуалната съвместимост.

В заключение, струва ми се, че общността на пикапърите отключва поне още два въпроса. Първият е свързан с разсъжденията на участниците относно какво е това да си „истински“ мъж. Позицията на майсторите свалячи е ясна, по думите на Slayer:

Мъжът трябва да е мъж, а жената жена – и не, това не е мислене на средновековен абориген. (...) Всяко феминизиране на мъжете и обратно поставяне на мъжки качества у жените ще води до още по-сериозни социални проблеми и отчуждаване на хората, неразбиране и смесване на ролите на половете („Още за социалното програмиране“, коментар на Slayer, без дата)²¹.

Специфичната форма на мачизъм, която наблюдаваме в сайта, е изградена в отговор на конкретни женски доминации, срещу които се бунтуват свалячите, като например срещу това мъжът да бъде оценяван спрямо социални критерии извън неговата ловкост в играта на флирта и неговия лайфстайл; или пък срещу изнасянето на идеята за романтично общуване само и единствено в общосподелени консуматорски практики, при които мъжът следва да плаща.

Вторият въпрос е свързан със саморефлексията, която някои от играчите проявяват относно връзката между овладяването на игра, в която всяка една (независимо коя) жена може да бъде съблазнена, и възпитанието на арогантност и цинизъм в отношението към жените изобщо. При положение че флиртът трае толкова кратко, целта на свалячите са по пет непознати жени на ден и сексуалният контакт да се осъществява почти веднага, в коментарите на пикапърите се усеща страх от бъдещо разочарование, свързано с дълготрайния социален резултат от сексуалния успех на прекалено много свалки. Страх, че иронията от нег хитовете, която е част от стратегията на завладяване, ще се прехвърли върху противоречивото усещане от липсата на незавоювани жени.

Очаквано описаните по-горе съвети за флирт на общността предизвикват сериозни възражения в медийното пространство, особено от страна на феминистки движения, които се обявяват против идеята, че жените могат да бъдат програмирано съблазнени. Паралелно, в опит да разкрият подобни феномени в тяхната многопластовост, изследователи като Ерик Хендрикс, който прави теренно изследване в Германия, показват, че голяма част от съвременния дискурс и практика за самопомощ при пикап артистите всъщност преплита чисто хедонистични цели с форма на монашески аскетизъм по Вебер (Hendricks 2012). Според Хендрикс аскетизмът при общността на свалячите може да бъде търсен както в самодисциплината на членовете ѝ, която не е религиозна, но също се вписва в систематичното усилие за постигане на трансформация на себе си, така и в осмислянето на страданието през необходимостта на сваляча да рационализира и обективизира социалните си и интимни взаимоотношения и постоянно да се поставя в стресови и предизвикателни ситуации „извън зоната му на комфорт“.

²¹ Вж. <https://pickup-project.net/forum/index.php?topic=43.0;wap2>.

Полови ролеви модели в съветите на българските дигитални инфлуенсъри

Тази част проследява репрезентациите на любовта, интимността и връзките в дигиталното пространство чрез анализ на специфично медийно съдържание в Ютюб, създадено в България през 2023 г. от популярни сред младежите български инфлуенсъри. Представям съдържанието на три подкаста, които засягат единствено или предимно темите за любовта, връзките и интимността (включително, но не само, за сексуалността) между мъжете и жените: един подкаст, който се фокусира предимно върху мъжката гледна точка, един – върху женската, и един – върху репрезентации, свързани с двойката като цяло (вж. Приложението).

Като най-подходящи по тези критерии в момента на извършване на изследването (2023 г.) се откриха следните три подкаста: „Само за мъже“ (представящ мъжката гледна точка), „Попитайте Ваня“ (представящ женската гледна точка) и „На среща“ (представящ гледната точка на двойката). Следва да се отбележи, че те съществуват в дигиталното пространство сравнително отскоро (между три месеца и две години). Става дума за относително добро позициониране по гледаемост и брой последователи спрямо други български инфлуенсъри, особено в категорията на инфлуенсърите „отдолу“, станали първоначално известни единствено със своето дигитално съдържание, а не с друга обществена дейност. Същевременно наблюдаваните подкасти все още са далеч от постиженията по брой последователи на българските топ инфлуенсъри. Ограничението всъщност идва от избора на подкасти, които изцяло да представят темата за интимността и мъжко-женските любовни връзки. При много други инфлуенсъри, водещи в класацията по популярност, тази тема е налична, но не като ексклузивна. Фактът на присъствието ѝ, макар и в по-малко на брой предавания, ясно свидетелства за важната роля, която тя заема в себеизграждането и себerealизацията на инфлуенсъра, независимо от основната тематична линия в дигиталното съдържание, което предлага. Сама по себе си обаче тя не е сред най-продаваемите. Паралелно трябва да се отбележи и фактът, че анализиранияте подкасти са относително нови продукти, чиито последователи и брой гледания бързо се увеличават, т.е. тематичната ниша е в процес на позициониране на българския пазар.

Дебатът относно ролята на инфлуенсърите става все по-актуален не само защото те са основните лидери на мнение (по Katz and Lazarsfeld 1955) в дигитална среда, но и както свидетелстват редица качествени изследвания, защото изобщо представляват първи източник на информация, а оттам и на поведенчески модели сред повечето младежки групи и често са културна предпоставка за стопяване на социални различия и формиране на вид популярна култура (Драгоева 2018; Панзоловска 2019; Студентски изследователски екип, ФЖМК 2019; Симеонова 2020; Нейкова, Колева 2022). Както е видимо от различни теоретични модели за изследване на инфлуенсърите като лидери на мнение, медийният

поток не е само еднопосочен (от един към многото, т.е. от инфлуенсъра към широката аудитория), нито е излъчван само от един медиен канал, а е вписан в сложна система, в която информацията идва от различни източници и комуникационни платформи (както от традиционните медии, така и от социалните мрежи например). В тази система инфлуенсърите имат не само творческа, но също филтрираща и посредническа функция (Симеонова 2020). Високата степен на тяхното обществено влияние може да се отчете както в полуструктурираните интервюта сред български младежи, представени в книгата, така и чрез чисто количествени показатели като брой последователи и брой гледания на отделните постове, които инфлуенсърите генерират в социалните медии, брой и вид коментари под всеки пост, а по-общо и посредством засиления обществен и икономически интерес към тях именно като „представители“ основно на младите (Нейкова, Колева 2022). Спецификата на това влияние е свързана и с факта, че много често доверието към инфлуенсърите, изградено в една област (чрез искреността в представянето на реакциите спрямо всекидневното например), се пренася върху всяка друга област, с която те се ангажират медийно (съвети за любовта и интимността, да кажем). По този начин традиционното доверие към институция (конкретен медиен канал, редакция) или към експертност се трансформира в доверие към личност (Пак там).

Паралелно трябва да се има предвид, че доверието към даден лидер на мнение, а в този контекст – към дигиталния инфлуенсър, е свързано не само с лична харизма и умения, но и с вече съществуващи нагласи и ценности, на които той става носител. Неговата сила в този смисъл е да мобилизира чувства сред публиката, като използва определени дискурси, които са повече или по-малко налични. От тази гледна точка изследването на начините, по които инфлуенсърите конструират дадена тема, носи възможност както да се открият популярни в момента ценности и светогледни нагласи, така и аргументите за тяхното легитимиране пред масова публика.

Двойствена стратегия за обществено легитимиране на любовта

Представянето на темата за любовта, интимността и връзките от страна на дигиталните инфлуенсъри трябва да се мисли в нейната двойствена стратегия. От една страна, темата е свързана със специфичния днес фокус върху интимното като важна част от изграждането на личната идентичност. В подобна перспектива и особено в периода на масовата употреба на социалните мрежи започва да се говори за публична интимност. Дигиталното публично излагане на интимни моменти от любовната връзка е само част от тази публична интимност, възприемана в много по-широк контекст, но също се развива в конкретни културни граници, които заслужават внимание.

Това, което в любовта и интимността е било свързано с културно приемливо публично показване на привързаност, като например държане на ръце, прегръщане, целуване, открадване на китка, надпяване на нивата и други, варира във времето и с културния контекст. Както общността, така и политическата

власт имат съответни форми за регулиране и санкциониране на допустимостта на подобни публични изяви на интимните отношения (Христов 2019; Попова 2010; Еленков 2014). Социалните мрежи днес също представляват сцена за изява на междуличностни връзки пред публика, но за разлика от традиционните публични пространства, обговарянето на интимни практики бяга от културната презумпция те да се извършват „скришом“, внимателно и премислено или пред по-интимен кръг от хора, а напротив – търси вниманието и интереса на възможно най-широка аудитория. Фокусът в социалните мрежи е пренасочен от представянето на себе си към представянето на себе си чрез идеите за връзка или на себе си във връзка, при което самото интимно говорене за интимност в личните истории носи допълнителна символна натовареност на близост с феновете.

Санкцията при разгръщането на подобно интимно говорене е съвсем различна от институционализираната санкция на общността, на политическата власт или на цензурата в традиционните медии. Поради спецификата на дигиталната среда на този етап първоначален контрол се осъществява предимно през заглавията на отделните постове или по повод на конкретни индивидуални доклади на потребители за нарушаване на комуникационни правила, отправени към и проверявани от голямата частна компания, която стои зад съответната дигитална платформа, в конкретния анализиран случай – компанията „Гугъл“, която притежава платформата Ютюб. Това неминуемо дава по-голяма свобода при изразяването на мнение или при себеизразяването, особено ако инфлуенсърът не използва директно или завоалира (дори чрез замяна на дадена буква с друг символ) неподходящи думи в заглавието, така че техническият алгоритъм да не разпознае потенциално опасно съдържание или съдържание, което има нужда от възрастови ограничения при употреблението. Основната потенциална санкция остава по-скоро тази, която идва „отдолу“ – т.е. от потребителите, които избират дали да гледат или не съдържанието, което инфлуенсърът генерира, както и дали да се регистрират или не като негови последователи.

Втората стратегия около представянето на темата за любовта, интимността и връзките е свързана с конкретни възможности за капитализиране на ресурси (човешки, финансови, символни). Това в анализирания случай се осъществява чрез вписване на инфлуенсър в алтернативните образователни механизми на терапевтичната култура.

Инфлуенсърите се явяват проводници на лични истории (техни или на тяхното обкръжение), като, разбира се, тези истории са конструирани, а дигиталното „приятелство“ (което всъщност е връзка лидер на мнение – фен) пропуска цялостния процес на споделяне на провали и поуки, израстване във връзките и т.н., който е характерен за неформалното общуване между приятели. По-голямата степен на „идеализиране“ (на себе си и на собствения опит) в споделянето на емоции и практики в една публична сфера допринася за това зрителите по-лесно да се идентифицират с разказаното, както и да се чувстват част от общност, която дава легитимност на обговорените модели на възприятие и поведение. Дана Бойд нарича този специфичен вид общност в дигитал-

ното пространство „мрежови публики“ (*networked publics*). Те са едновременно „пространството, конструирано чрез мрежовите технологии“ и „въобразената общност, която възниква в резултат на пресичането на хора, технологии и практики“ (Boyd 2014: 8). В нейната теория социалната медия позволява на младежите да се възприемат като част от по-широка общност, въобразена общност, точно както преди споделянето на телевизионно потребление е давало възможност на тийнейджърите да се усещат свързани чрез масовата медия, макар и да не се познават лично. Дори младите хора да са мотивирани да се включват в мрежовите публики, за да задоволят характерни и преди появата на интернет желания за общуване, мрежовите технологии засягат пряко социалната динамика (Пак там: 10). В обобщение, Бойд разглежда мрежовите технологии като центрирано около младежите публично пространство, което често е неосъществимо по друг начин (спрямо взаимоотношенията с родители, учители и др.).

Български подкасти за любов, връзки и интимност

След аналитичната обработка на всички видеоматериали от трите наблюдавани подкаста идентифицирах няколко общи теми: идеалният и реалният образ на мъжа/жената; полови роли във връзката; мъжка и женска сексуалност; ритуалност в любовните отношения (запознанство, обявяване на връзката, ревност, изневери, раздяла и т.н.); неписана нормативност в интимните отношения; граници и табути или „червени флагове“ (сигнали за опасност); представи за бъдеще и семеен живот; начини за осъществяване на интимни отношения в хибриден контекст (онлайн и офлайн); ценностни възгледи спрямо съвременните форми на интимност. Видеосъдържанието от трите подкаста предлага възможност за задълбочен качествен подход, защото е илюстративно именно за описаната по-горе логика на себеосъществяване чрез темата за любовта и връзките (на индивида или на любовната двойка) и чрез регистъра на персоналното преживяване, споделяне и конструиране на лична биография. От друга страна, то разкрива и конкретни стратегии за генериране на последователи, т.е. търсенето на успешно позициониране в спектър от налични ценностни позиции и модели на поведение.

В подкаста „Само за мъже“ водещите са един или двама мъже – класически дигитални инфлуенсъри, легитимиращи съветите си със своята „популярност“ и „опитност“ в отношенията с жени, в подкаста „Попитайте Ваня“ – жена, представяща се като „приложна психоложка“, а в „На среща“ – мъж и жена – екранна двойка инфлуенсъри, станали известни покрай участията си в телевизионни състезания.

Всички те са от онези медийни лидери на мнение, които изграждат популярност именно посредством капитализиране на свое медийно риалити присъствие в най-широкия смисъл на думата (телевизионни риалити формати, подкасти в социалните мрежи, свързани с всекидневното и с непринудени реакции) и могат да бъдат причислени към групата на т.нар. ентъртейъри. Два от подкастите, „Само за мъже“ и „На среща“, включват и участие на гости, които също

споделят лични преживявания. В това се състои и най-ценният емпиричен материал за анализ, особено когато личният опит е обговорен пространно, както е в случая с подкаста „На среща“ (видеата са с продължителност от около час и половина – два часа). Разговорът във въпросния подкаст работи сходно на полуструктурирано интервю, в което и двамата гости са подтиквани от водещите да разказват в подробности важни случки от историята на любовната двойка, да споделят за проблемите и предизвикателствата във връзката си, представите си за мъжки и женски роли, плановете си за съвместно бъдеще, семейство и деца, опита си в интимната празничност, ритуалност, консуматорски практики и т.н. Така разговорът дава възможност да бъдат извлечени аргументативни схеми, през които се обсъждат съвременните взаимоотношения.

Гостите в анализираните подкасти са младежи, предимно във възрастовата категория 20–35 години, и са поканени в качеството си на популярни личности, придобили известност покрай свои собствени медийни канали в Ютюб, ТикТок и Инстаграм или с участието си в различни телевизионни риалити формати, което впоследствие е довело и до голям брой последователи в дигиталното пространство. Количествените критерии са ясен измерител за известност и значимост за представителите на самата група на инфлуенсърите, нещо, което те често заявяват и в анализирания емпиричен материал. Изборът на гости в онлайн предаванията е пряко свързан с механизмите за натрупване на дигитално влияние при тази група – на кумулационен принцип и в пряка зависимост от взаимния дарови обмен на социален капитал, така както го описва например Пиер Бурдийо. Тоест като вид „запас“ във времето от социално полезни отношения, които могат да бъдат мобилизирани от индивиди или групи като част от тяхната професионална и социална траектория и за техни конкретни стратегии (Bourdieu 1980). Обемът на социалния капитал, който даден индивид притежава, зависи от степента на връзките, които въпросният индивид може ефективно да мобилизира, както и от обема на капитала (икономически, културен или символен) на всяко едно от лицата, с които е свързан. Така членовете на групата на водещите инфлуенсъри канят други водещи инфлуенсъри, като взаимно се легитимират като известни и значими модели за подражание, а отделно обединяват последователите си и покачват броя на гледанията на видеоматериалите със съвместно участие.

От по-дългите разговори с известни двойки в подкаста „На среща“ става ясно, че групата на тези инфлуенсъри е сравнително затворена и с достатъчно плътни връзки между членовете (във видеата те говорят за общи приятели, общи места и общи събития, които посещават). Така тази специфична дигитална инфлуенсърска среда се конструира като социална структура, която осигурява ресурсите и улеснява действията на индивидите, като включва взаимни очаквания и задължения, които се основават на споделяне на информация, реципрочност, доверие и дарови обмен (Coleman 1988).

По-конкретно изборът да представя темата за любовта и интимността в дигиталното пространство именно през погледа на инфлуенсърите може да бъде

интерпретиран като естествено продължение на установения социологически фокус на изследователите на предбрачните отношения върху литературата за интимни съвети и коучинг, както и върху новите експерти в любовното поле като алгоритмите на интернет сайтовете и приложенията за запознанства, „съветниците“ в риалити форматите и мачмейкърите, които създават специфичен дискурс за любовта (Нейкова 2018). Анализираният тук дигитален инфлуенсър изгражда съветите си, като отправя на първо място към свои и споделени от гостите и феновете си лични истории, на второ място – към съдържание, генерирано от други инфлуенсери, и на трето – към продукти от популярната култура, предимно кино- и телевизионни формати, популярната психология, проучвания и статистики, но без конкретни цитати.

Много често те използват и прийоми на обобщения и класации: „5 лъжи, които жените казват на мъжете“, „5 знака, че мъж е симп“ („симп“ – интернет жаргон за мъж, отдаващ прекомерно внимание на жена, която не отговаря на чувствата му), „10 начина да кастрирате мъжа си“ и т.н., изключително популярни в съвременната терапевтична култура като цяло. От изброените от инфлуенсерите примери става ясно, че това е преводна психология, твърде универсална, без никакви специфични културни референции. Нещо повече, те я предлагат именно като знак за своята отвореност към глобални модели, избягвайки например национално специфично тълкуване. Изобщо обобщенията, които правят за „мъжете“ и „жените“, не са за „българските мъже“ и „българските жени“ и в този смисъл поставят въпросите за интимността на глобална сцена. Интересно е да се отбележи и че много от самите инфлуенсери или гостите им капитализират разказите си за преживявания в чужбина – обикновено разказват за обучението си в университет, предимно във Великобритания в конкретните анализирани подкасти, което, изглежда, също е интегрална биографична част от глобалния им имидж.

Стратегии за свалка и стратегии за връзка

Една от основните сюжетни линии, особено в подкастите „Само за мъже“ и „Попитайте Ваня“, е установяването на това какви би трябвало да са „истинският“ мъж и „истинската“ жена, както и съответно какви са те в действителност. Към тази тема се отнасят и коментарите за „червените флагове“ – онези сигнали, които могат да покажат потенциално нарушаване на границите в ролевите модели и в искреността на самите взаимоотношения. Темата за червените флагове (наричани още „ред флагове“, от англ. red flags) представлява ценен източник за анализ на културни граници в интимните връзки.

За такива червени флагове говореха много и от моите респонденти. На първо място, като сигнал за опасност се разпознава проявата на по-сериозна ревност или обсебване „когато е твърде вманиачен в теб и неговото щастие зависи изцяло от теб и би пренебрегнал собствените си интереси заради теб“ (П., момиче, 22 г., малък град, 2023); на второ – плаващи отношения (постоянно се събират и се разделят); и на трето – момичето или момчето не уважава приятелите си.

В сравнителен план между трите наблюдавани подкаста в най-голям брой от видеоматериалите в „Само за мъже“ водещият се поставя в ролята на анализатор на истории от Фейсбук, Инстаграм или лични чатове, които някой фен му е изпратил, за да илюстрира собствения си проблем (например чатове между гаджето му и нейна приятелка, в които обсъждат други мъже и разнообразни форми на изневяра и които измаменият мъж проследява в телефона на любимата си, снима и изпраща за тълкуване). Инфлуенсърът настоява личните истории, които феновете му доверяват, винаги да бъдат съпроводени с доказателствен материал.

Основното усещане, което се създава от „мъжката гледна точка“ в „Само за мъже“, е разочарованието от съвременните жени. Емпиричният материал показва, че образът на жената е изцяло деромантизиран. Той е обобщен – говори се за „типичната жена“, и разкрива една „женственост“, твърде отдалечена от представите за привлекателност на мъжете, чиито истории са обект на коментар.

Образът на тази „типична жена“ има няколко основни характеристики. Първата е плод на освобождаването на нравите на съвременната жена. Като илюстрация за червен флаг в тази насока се привежда честата практика жената да „пуска“ на първа среща, жест, който е дискурсивно санкциониран спрямо нормализираното в подкаста преминаване към интимни контакти на трета среща или по-късно. Поставен е и по-общият въпрос за отделянето на любовта от секса, които традиционно се мислят като неразривно свързани при жените, за разлика от мъжете. В едно от предаванията подобен въпрос е визуализиран нагледно с чат между приятелки:

И май ще си намирам такива за забавление кога мога/ Нещо си се усещам, че не ми се влюбва/ Нямам и време сега да си се раздавам и да си се отдавам (Само за мъже 2023а).

Като червен флаг инфлуенсърите изрично споменават и бройката интимни партньори на жената. Проблематично е, ако те са над пет. На този фон водещият на подкаста със съжаление отбелязва, „че повечето 17-годишни момичета вече имат по пет бройки“:

И както съм казвал и преди, когато жена има множество бройки, може би на сто процента няма да става за връзка. Броят сексуални партньори на една жена е изключително важен (подчертава го)... Аз съм на личното мнение, че всичко над пет бройки са прекалено много... (Само за мъже 2023а).

Макар и със собствени думи, той набляга върху един от основните проблеми на своето поколение – постоянния избор на пазара на любов и интимност, винаги наличен и затова никога ненаправен докрай, тази „постоянна жажда да намери по-добрия мъж: „Ей, тоя е малко по-висок, що пък да не изляза с него...“ (Само за мъже 2023а). Както самият инфлуенсър обобщава, бройката партньори има много по-голямо значение, отколкото бързината на влизане в сексуални отношения: „Тук не става въпрос кога ще пуснете на мъж, а на колко мъже ще пуснете“ (Само за мъже 2023а).

Гостите на подкаста също привеждат истории от личния си живот, които едновременно звучат като дигитален вариант на отдавна осмените в популярната култура сбирки на мъже, които се хвалят със сексуалните си подвизи, но и като личен принос в доказването на „падението“ на съвременните жени. Макар и разказана с чувство за хумор, историята на един от гостите за купон, на който среща „страхотна мацка, осем от десет“, в крайна сметка показва освободената женска сексуалност като пределно усложняване на предбрачното общуване. В случая разказвачът на историята споделя, че когато заговорил въпросната жена, тя била с гаджето си, а той пък с приятел, който вече е имал сексуални контакти с нея. Въпреки това „взел инстаграма ѝ“. И когато в чатовите тя му разказала как гаджето ѝ много я притеснява и ревнува, той я „спасил“ в собствения си апартамент, за да разбере, след като преспали заедно, че тя всъщност живее с приятеля си (Само за мъже 2023b).

Отново в стилистиката на бройкаджийството при мъжете (поддържане на списък с броя на жените, с които са имали сексуални контакти с цел доказване на мъжественост), но и като пряко обвинение в сходно свободно сексуално поведение при жените, един от гостите в подкаста заявява с полушеговито презрение:

По едно време толкова ми беше писнало, че аз ги карам директно вкъщи да идват. Тоест аз живея в „Люлин“! Нямам кола, не мога да ги взема момичетата, не съм от най-хубавите мъже, абе много минуси, разбираш ли, и не знам как, явно им пиша добре, те ли са загорели, не мога да разбера – идва мацката, натокана, с колата, спира пред нас и се качваме директно горе. И това нещо съм го правил поне 50 пъти, човек (Само за мъже 2023c).

Употребата на нецензурен език и подигравателно отношение към тези жени той оправдава със загатнатия от самия него техен статут: „ако те са спали с двайсет мъже например и осемнайсет от тях са били само за секс – какви са те?“ (Само за мъже 2023c).

Едно от обективните обстоятелства за демитологизирането на женския образ според инфлуенсърите се оказват самите социални мрежи, които дават много по-голяма видимост върху реалното поведение на жените:

Наистина, един път като ти се отворят очите, защото да имаш развити социални мрежи ти дава поглед върху държанието на хората, което имат по принцип. И като видиш как приятелки на твои последователи те следват и реагират на историите и ти пишат: „Искам да изляза с теб“. Като го видиш това и цъкаш профила на това момиче и видиш десет снимки с нейния приятел и колко се обичат, и на профилната снимка пак е с него – и тя е го- това да дойде до вас на следващия ден! (Само за мъже 2023c).

Втората основна характеристика на тази типологизирана жена е свързана най-общо с нейните изразни средства в интимността. Особено неприятно за участниците в подкаста се оказва вулгаризирането на изказа ѝ. Привеждат се

конкретни примери с разговори между жени в чатове или индивидуални постове: „Ние мъжете също коментираме жени... Ама начинът, по който се изразяват такива дами, е просто... уауу...“ (Само за мъже 2023a).

Изобщо, в анализирания предавания мъжко-женската агресия е по-скоро дискурсивна – дори не толкова свързана с употребата на нецензурни думи, колкото с обговарянето на специфични теми по открит и откровен до степен на вулгарност начин. Като скандално и ново тук се мисли това, че жените се включват в освободен от емоции, често твърде технологизиран или банално физиологичен език, възприеман до този момент като немислим и неприемлив за тях.

Третата основна характеристика на „типичната жена“ отпраща към нейната роля във флирта. Опасността според анализирания видеа е специфична. Въпреки че прилагат тактики и стратегии с цел да имат водеща роля в съблазняването, мъжете се страхуват не просто от това, че жените ще им изземат поведенческия арсенал, а по-скоро, че ще го подменят с други методи за собственото си удовлетворение и себеосъществяване, станали леснодостъпни в дигиталното пространство – т.нар. валидация (не реално завладяване на другия, а опиянение от самата възможност да го завладееш с дигитални символни ресурси, него, наред с много други). Отново бих сравнила подобна тактика с бройкаджийството при мъжете, но с доминиращ емоционален, а не сексуален елемент. Притеснени от тези нови възможности и неприемливото според тях поведение на жените да флиртуват дигитално заради самото удоволствие от валидацията, макар то да е огледално на конкретните практики, с които те самите се легитимират като експерти в същия подкаст, инфлуенсърите предупреждават, че „жена, която ви праща селфита просто ей така от нищото, това е огромен червен флаг“, или че онази, която не отговаря на изпратено от мъжа стори до един-два часа, защото всъщност „просто иска да получи валидация“, е жена, която не е подходяща за връзка: „Тя е поредната жена, която е супер жадна за внимание“ (Само за мъже 2023d). В случай на по-сериозни намерения от страна на мъжа сигурен знак според инфлуенсърите, че намеренията на жената се ограничават до подобна валидация, е след три месеца общуване между двамата все още да няма „разговор за връзка“ (Само за мъже 2023e).

Една от основните тези в „Само за мъже“ е, че „истинският“ мъж доказва себе си чрез посвещаване на време за себереализация и себеобучение, включително и в областта на интимните отношения:

Не разбирам как всеки мъж мечтае за семейство, деца, но реално не полага усилията да го получи този живот. Той дори не е практикувал общуване с жени, та един ден да има опит как да се държи във връзка. Това не е нещо, което ти идва натурално (Само за мъже 2023d).

Натрупването на сексуален опит с много жени се мисли като база за сравнение с цел откриване на истинската любов. Три са ключовите констатации в този контекст, които легитимират и съществуването на самия подкаст: 1) мъжете имат нужда от себеусъвършенстване под ръководството на инфлуенсърите

експерти; 2) мъжете имат лична отговорност за поведението на жените като ответна реакция на собственото им поведение; и оттам 3) мъжете трябва да осъзнаят, че половите роли във връзката трябва да бъдат ясно дефинирани и отстоявани.

В един от материалите с „уроци“ за това как да не се превърнеш в „мъж симп“, подобни констатации са красноречиво обединени:

Твоят живот трябва да е най-важен... Трябва не да се правите на недостъпни, а наистина да сте заети... Акцентируйте върху себе си (Само за мъже 2023f).

Както казахме и по-рано, в това няма нищо специфично, нито „мъжко“, нито „за българските мъже“. Подобни съвети са част от съвременната глобална терапевтична култура, към която реферират и инфлуенсърите и която винаги поставя на преден план откриването и задоволяването на собствените нужди и потребности. Нека да повторим: „симп“ е интернет жаргон за мъж, отдаващ прекомерно внимание на жена, която не отговаря на чувствата му. В конкретните примери, които инфлуенсърите дават, той е онзи, който прави всичко за жената: помага ѝ финансово (символно са позволени разходи за осигуряване на интересен живот и прекарване на времето заедно, например да се плащат сметките в ресторанта, но не и „да ѝ даваш пари за маникюрче, да ѝ плащаш наема или просто ей така да ѝ даваш пари, да ѝ правиш скъпи подаръци“, Само за мъже 2023f), прощава ѝ всичко, винаги е достъпен за нея („веднага ѝ отговаряш, веднага ѝ пишеш, а тя – чак след пет часа“), съгласява се на нередовен секс (Само за мъже 2023f). Образът на „доброто момче“ се оказва изключително непривлекателен за жените: както споделя един от гостите на подкаста, в миналото не е имал никакви интимни успехи, докато един ден не е станал „боклук“ и е направил „90% от бройките в рамките на година и половина“ (Само за мъже 2023b). Водещият също разказва, че преди да се завърне от Великобритания, не е имал много момичета, но когато става ютюбър, „магията се случва“.

Интересно е да се отбележи символното разминаване на два регистъра за легитимация: инфлуенсърите се представят едновременно като лоши момчета, бройкаджии с голям успех сред жените, с провокативни лични истории и паралелно – като мъже във връзка, т.е. като успешни в интимните си стратегии (всички обявяват, че имат приятелка, и то дългогодишна). Така се вписват в тази сложна стратегия за търсене на валидация (офлайн и онлайн), в която самите те обвиняват жените:

Аз осъзнах, че го правя за валидация. Аз ако знам, че съм навил даденото момиче да спи с мене, мен не ми пука дали ще правя секс с нея... Не се гордея с това нещо, но съм използвал Тиндър, за да видя колко момичета ще успея да накарам за един час да ми пратят голи снимки... За един футболен мач бях успял да накарам три напълно непознати момичета да ми пратят голи снимки... Моето наблюдение е, че жените като разберат, че ти си женкар, и интересът им просто скача двойно повече (Само за мъже 2023b).

Инфлуенсърите от анализирания подкаст използват предимно реториката на общността на пикап артистите и философията „ред пил“ („червеното хапче“), която реферира към популярния филм „Матрицата“ (1999, сценаристи и режисьори братя Ушовски) и най-общо означава събуждането за реалност, която до този момент е била скрита. В случая тя е свързана с разбирането на механизмите, които стоят зад мисленето и поведението на жените, и с конкретни заучени техники за отношение към тях.

Въпреки това инфлуенсърите от „Само за мъже“ избягват да говорят за свалките като за „игра“, което е най-характерно за общността на пикап артистите. Това показва наличието на символна разлика, която те правят между поведението си като свалячи и поведението си във връзка. В един от разказите става ясно, че:

...да имаш семейство и деца в крайна сметка е и трябва да бъде крайна цел. Хубаво е някои неща да се изживеят, даже задължително, но до едно време (Само за мъже 2023g).

Личната история на един от водещите на подкаста е показателна в това отношение. За да се хареса на жените, той започва да печели пари, на 19 години си купува автомобил марка BMW, напуска университета и продължава с предприемачество. Разбира за „червеното хапче“ през 2018 г. Информира се за него от други инфлуенсър в социалните мрежи, предимно от чернокожи, които в разказа си сравнява с ромите, като ги поставя в групата на сексуално по-първични хора с много повече изневери. „Посвещава“ се на гледане на медийни канали в интернет по темата, докато не научава всичко. Въпреки първоначалното си недоверие осъзнава, че съветите работят:

Беше малко токсично, тоест когато ти не си още такъв, за какъвто се представяш, тоест ти гледаш едни уроци и се опитваш да ги движии в реалния живот, обаче ти все още си това доброто момченце, което си мисли, че жените са добрички и т.н. (Само за мъже 2023g).

След някои неуспешни връзки осъзнава, че външният вид също има много голямо значение, и тръгва на фитнес (Само за мъже 2023g). Впоследствие започва да отдава внимание и на дигиталните умения за комуникация:

Отговорих ѝ на сторито с въпрос „Обичаш ли шкембе чорба?“, не, беше нещо като „Шкембе чорбата супа ли е?“. Нещо съвсем идиотско, но много различно. И комбинацията от това, когато направиш нещо подобно, понеже, както знаем, жените са по-импулсивни, нея започва да я човърка... „не е толкова сухар като всички да ми напише: „Хей! Здравей! Кво става?“. Това съм го пробвал и на доста други момичета и наистина работи, колкото и странно и нелепо да звучи... (Само за мъже 2023g).

Освен на подобни неочаквани обрати в традиционната комуникация във флирта той настоява и на необходимостта от добре изграден профил в социалните мрежи, който да доказва, че животът е интересен – със снимки „примерно

на екстремни неща, добро качество снимки...“ (Само за мъже 2023g). Сега обаче, когато вече има сериозна приятелка, установява, че „ред пил“ философията не е подходяща, макар и да е била необходима в началото на връзката, за да постави добрите основи на полово нормативните роли „мъжът си води, жената го подкрепя“ (Само за мъже 2023g).

В обобщение можем да кажем, че „Само за мъже“ представя версия за ясни „мъжки“ и „женски“ граници във флирта и любовта. Има видима разлика между стратегиите за свалка, при които мъжете се усещат загубили битката с жените, и стратегиите за връзка, при които искат да възобновят поне частичен контрол върху традиционните полови роли. Макар на пръв поглед подобна визия да изглежда традиционалистка и патриархална, тя не е легитимирана чрез традиционни национални представи за любовта и интимността, дори напротив – носи символния статус на внос от Запада, на „преводна“, предимно от англоезичен контекст, стратегия и в този смисъл – престижа на съвременни глобални ценностни модели. Целта е мъжете да бъдат овластени по нов начин – чрез дигитална група за взаимопомощ с други мъже, чрез адаптирани за хибридно общуване (онлайн и офлайн) съвети за действие спрямо жените, чрез дискурсивно демитологизиране на съвременния образ на жената и застъпване на тезата, че той е огледален образ на мъжкото поведение, чрез промяна на старото и неосведомено поведение на мъжа в тази специфична битка. Мъжът е този, който е отговорен за това да развенчае един модел, „наложен все отгоре“:

Един модел, който спазват – колко е хубаво кариерата, колко е хубаво да нямаш деца, колко е хубаво – ние сме равни, но впоследствие разбират, че това всъщност природно не им идва отвътре и там няма как да са щастливи (Само за мъже 2023e).

Констатирайки, че днес границите на „женската“ роля са размити, мъжете от анализирания подкаст не желаят завръщане към строг патриархален модел. Напротив, еманципацията на жената се възприема като неизбежна. По-скоро настояват тази еманципация да бъде ограничена в някаква приемлива и за двата пола степен, с особен акцент върху възможностите за регулация на прекалената сексуална освободеност и „неприсъщото“ за жената поведение в областта на емоциите и отношенията. Същевременно те се опитват да изведат мъжа от неговото „потиснато“ състояние, функция от тази нова, твърде настъпателна и играеща си с мъжа жена. Мъжът е символно утвърден чрез традиционни роли – да бъде предприемчив, да отговаря за финансовата и емоционалната стабилност във връзката, да се развива. Макар „типичната“ жена да е деромантизирана, образът на мъжа не е на свой ред романтизиран в опозиция. Напротив, става въпрос за игра на надцакване, кодовете на която вече владеят и жените.

Според Ева Илуз, противно на пропагандирания напредък в освобождението на жените след втората вълна на феминисткото движение и сексуалната революция, всъщност днес се наблюдават нови форми на полова стратификация, главно в областта на сексуалността. Играчите на новите сексуални полета

(особено мъжете), отбелязва тя, се държат като капиталисти, натрупвайки сексуален капитал като средство за социален статус. Именно така те създават нов вид неравенства по пол. Тъй като мъжете могат да си позволят да бъдат „активни играчи“ по-дълго от жените и тъй като натрупването на сексуален капитал представлява важен източник на социален статус за мъжете, наградите и стимулите, предлагани от тези сексуални полета, са най-общо в тяхна полза. Това води до повишена „фобия от обвързване“ от страна на мъжете, която заедно с появата на нови форми на мъжественост лежи в основата на любовната мъка, изпитвана от много жени, търсещи дългосрочна връзка, твърди Илуз. Най-общо става въпрос за превръщането на серийната сексуалност в източник на социален статус за мъжете и паралелно – за ерозия на традиционните източници на статус като семейството или работата. В резултат старите неравенства между половете се пресъздават в тези нови пространства (Illouz 2012).

Резултатите от приведения тук емпиричен материал частично оспорват тази теза на Илуз. Създаденият от разказите на инфлуенсърите събирателен образ на жената, изграден от конкретни поведенчески характеристики, сочи по-скоро за усещането у мъжете, че и двата пола се позиционират на тези сексуални полета чрез сходни ресурси за постигане на успехи в интимността и в утвърждаването на социалния статус. Както ще видим по-долу и в съветите, насочени конкретно към жените, и в биографичните разкази за двойката като цяло, реализирането на статус през традиционни източници като семейството и работата минава на заден план и при жените. Напротив, в огорчението си от „типичната“ съвременна жена дигиталните инфлуенсъри от солидарната мъжка общност за взаимопомощ се опитват да дадат изобилен емпиричен материал, който да опровергава твърденията на Илуз, че само мъжете държат символно правата върху признанието и обвързването (Illouz 2012), както и да илюстрират своето дълбоко мъжко неудовлетворение и болка в любовта.

Облъчваната с идеите на феминизма жена

Подкастът „Попитайте Ваня“ се заявява като дигитално пространство за съвети, насочено изрично към женската аудитория. Още на пръв поглед може да се види обаче, че за разлика от подкаста „Само за мъже“, във видеата не се говори за някаква въобразена женска общност, „въобразена“ в смисъла на Бенедикт Андерсън – като общност, чиито членове не се познават помежду си, но които се мислят като общност (Андерсън 1991 [1983]). Самата водеща в едно от предаванията споменава, че е омъжена и че дори нейният съпруг е в основата на успеха ѝ с подкаста. Тя се представя като приложен психолог от гр. Пловдив и използва всеки от клиповете, за да рекламира собствената си практика и книгите по приложна психология, които издава. Видеата ѝ са по-кратки, в монологична форма и са конструирани предимно на принципа на изброявания на няколко съвета, трика, специфики и т.н. по дадена тема в полето на мъжко-женските отношения, любовта и интимността. „Експертността“ се изгражда

да както със собственото ѝ професионално самоопределение, така и с това, че чете от предварително направени записки, подрежда информацията в точки и подточки, дава примери от клиничната си практика и понякога реферира, макар и без имена и цитати, към популярни психологически теории, статистики или примери от други култури.

Съветите ѝ относно мъжете се свеждат предимно до това кои са признаците, които могат да се възприемат като „червени флагове“ и които трябва незабавно да доведат до прекратяване на връзката: например признаци, че той е шизофреник (Попитайте Ваня 2023a), нарцис (Попитайте Ваня 2023b), мъж, който иска да предизвика съжаление или вина у жената или който я управлява чрез страх, подигравки или сравнения с други жени, мъж, който не иска да се променя (Попитайте Ваня 2023b). Обикновено съветите са твърде натуралистички и реферират по-скоро към физиологични предпоставки за влюбването и привличането: например хормоните, които съответно определят времетраенето на привързаността в двойката до четири години (Попитайте Ваня 2023c).

В някои от видеата ясно проличава, че инфлуенсърката говори от личен опит, доколкото става по-емоционална и крайна в регистъра на интерпретацията и в изказа си. Понякога още самите заглавия са показателни за форма на дискурсивна агресия спрямо мъжете: „Как да вбесите мъжа?“ (Попитайте Ваня 2023d) (видео за това „какво не трябва да казвате на мъжа, или точно обратното, какво трябва да му кажете, ако искате да го кастрирате за дълго време“), „Когато мъжът е 10 на „хартия“ и 1 като партньор“ (Попитайте Ваня 2023e) (видео за това как ако един мъж кара жената да се чувства малоща, тя трябва веднага да го зарече), „Как да съжалява, че ви е загубил?“ (Попитайте Ваня 2023f) (видео не за това как мъжът, зарязал жената, да се върне при нея, а как просто да изпита неприятно чувство).

Значителна част от анализирания корпус поставя акцент върху сексуалността: „Сексуални манипулации“ (Попитайте Ваня 2023g), „Предимства на оралния секс“ (Попитайте Ваня 2023h), „Правила при оралния секс“ (Попитайте Ваня 2023i), „Анален секс“ (Попитайте Ваня 2023j), „Как да ГО помолиш за орална любов?“ (Попитайте Ваня 2023k), „8 ерогенни зони на мъжа. Къде да докосвате мъжа?“ (Попитайте Ваня 2023l), „Защо жените правят с*кс?“ (Попитайте Ваня 2023m) и т.н. Всъщност тази тема присъства равнопоставено с въпроса за интимността и мъжко-женските отношения и е разработена отново по натуралистко-експертен начин, с физиологични подробности, но и с известни емоционални нападки към мъжете, които изглежда владеят теми и практики в сексуалността, които вече трябва да бъдат завоювани и от жените. Най-красноречиво подобно дискурсивно отношение към темата може да се проследи във видеото „Размерът има ли значение?“, при което след изброяване на психологически и културни разлики при възприемането на физиологични вариации при половите органи на мъжете, тема, силно дискутирана в популярната култура като свързана с „мъжкото достойнство“ и оценката му както от страна на жените, така и от другите мъже, приложната психоложка заявява, този път твърде емоционално и в контраст с професионалния тон в началото на видеото:

Няма да съжалявам мъжете с малки полови органи, тъй като и те не жаят жените – с криви крака, с огромен корем, с увиснали гърди и т.н. Защо пък ние да не се подиграваме, това си има значение... (Попитайте Ваня 2023n).

Всъщност водещата се изказва негативно спрямо наблюдаваните и в „Само за мъже“ играчи и свалячи, които според нея се опитват да внушат, че са „идеален“ партньор, като мимикрират и влизат в сексуалните фантазии на жената. Оттам тя посвещава анализ на различни форми на сексуални манипулации, чрез които мъжете искат да върнат властта си върху жените: чрез секс за сваляне на самооценката на жената, чрез сравнение с бившата, чрез секс за поощряване на послушание, чрез секс за разнообразие (в тройка, суинг практики и т.н.), който обаче впоследствие превръща жената в „прекалено развратна за съпруга“ (Попитайте Ваня 2023g).

Тук трябва да отбележим, че и в двата подкаста – „Само за мъже“ и „Попитайте Ваня“, се генерира видео, което засяга конкретно темата за домашното насилие и тормоза като форма за заемане на общественозначима позиция от страна на инфлуенсърите. Акцентът и при двата е твърде опростената му интерпретация, която набляга единствено върху насилието над жени. Като илюстративен пример по темата инфлуенсърът от „Само за мъже“ дискутира случай с популярен български треньор на спортен отбор, който на гости на предаване на един от най-известните български инфлуенсери разказва в шеговита форма как, когато разкрива изневяра на приятелката си, като форма на санкция остригва „възпитателно“ косата ѝ. Случаят получава огромно разпространение в българското медийно пространство като показателен за домашно насилие, а и гостът, и водещият инфлуенсър са строго публично наказани.

Тази история и преките резултати от нея са сравнени от водещия на „Само за мъже“ със сходна според него история, която обаче не получава никакъв медийен отзвук, а и никакво наказание за извършителя, макар също да е публично достояние за много интернет потребители. Става въпрос за „стори“, публикувано от известна в България попфолк певица, което е било активно двадесет и един часа на стената на нейния профил в социалните мрежи. Във видеото се вижда как жена удря мъж с чантата си многократно. Коментарът на инфлуенсърка е гневен:

Тя го снима това и не само че го снима, ами качва, слага си нейна песен на това стори и вместо да напише, че е против насилието, предвид случващото се в България, тя написва: „Някой знае ли каква марка е чантата ѝ?“ (Само за мъже 2023h).

В разказа си той спекулативно приема, че само десет процента от последователите на попфолк певицата са гледали това стори, и изчислява, че това в дадения момент би означавало около седемдесет и четири хиляди души, нито един от които не е реагирал с възмущение. „Аз съм против насилието – заключава той, – но и за двата пола“ (Само за мъже 2023h).

Водещата на „Попитайте Ваня“ не предлага различна „женска“ гледна точка в своя подкаст: „Статистиката сочи, че както мъжете тормозят жените, така и има издевателства, потискане на мъжете от страна на жените“ (Попитайте Ваня 2024).

И в подкаста „Попитайте Ваня“ ясно се открояват споменатите по-горе заучени преводни фрази на глобалната терапевтична култура, този път насочени към жената:

Отношенията не са най-важните в живота на жената, те само украсяват и без това хубавия ѝ живот, тя не е зависима от тях... Жената трябва да има своята относителна финансова стабилност. Ако няма хобита, не изкарва никакви пари, сама за себе си не е интересна, става скучна за партньора си. Трябва да има и емоционална стабилност – да, много ви е хубаво с даден човек, но трябва да можете и без него (Попитайте Ваня 2023).

Като практична форма на подобна себerealизация се предлагат и йогически упражнения с включена специфична „техника за привличане на любов“, окултният характер на която изглежда не противоречи на приложната психология, застъпена в подкаста, нито на глобалните модели на терапевтичната култура по-общо (Карамелска 2023). Чрез потупване с пръсти по различни части на тялото и медитативни формули, които насърчават жената да вярва, че заслужава най-доброто и още сега пуска любовта в живота си, приложната психоложка работи онлайн срещу блокажите в любовта при феновете си (Попитайте Ваня 2023).

Видеоматериалите от подкаста открояват два идеални типа мъж и жена в съвременната култура, поведението на които според водещата е в основата на повечето проблеми в двойките. От едната страна е „перверзният нарцис“, продукт на настоящата епоха, който, макар и понякога искрено да вярва, че харесва жената и обикновено в началото я засипва с невероятни комплименти, впоследствие винаги започва да изпитва удоволствие от това да я принизява (Попитайте Ваня 2023q).

От другата страна е „облъчваната с идеите на модерния феминизъм жена“, която презира мъжа и която също трудно би могла да създаде дълготрайни връзки и семейство. Половата борба за власт, подчертава психоложката, е неприложима в български контекст, който понастоящем е част от „западната култура“:

...да кажем, че ние като жени сме мачкани и потискани, означава да обявим съревнование, да губим женствеността си, и мъжете – мъжествеността си, а оттам – депресии, дрога, зависимости от алкохол, самоубийства, абортти и т.н. (Попитайте Ваня 2024).

Жената може да се облича както иска, да ходи където иска, да учи каквото иска, да работи каквото иска. Тя самата може да си сложи етикети на жертва. В нашите западни ширини мъжете не ни спират да се развиваме (Попитайте Ваня 2024).

За пръв път дава пример със собственото си семейство, в което „не е виждала патриархат, освен този, при който мъжът е главата, а жената – шията, накъдето го обърне, натам ще отиде“ (Попитайте Ваня 2024).

Като трети фактор за проблемите в съвременните интимни връзки, особено свързан с дигиталното пространство, тя поставя порнографията, която „дава награда на мързеливите мъже, без те да се потрудат“, води ги до пристрастяване (потребяване на подобни продукти над два-три пъти в седмицата), до дисфункции, физически и емоционални, и ги учи как да нямат връзки. Същевременно „подсилва бисексуалността при жените“ и кара много от двойките да зависят от порното за собствения си сексуален живот (Попитайте Ваня 2023г).

Темата за бисексуалността се явява спонтанно и в разговорите с моите респонденти, и то именно в подобна интерпретация за културно „подсилена бисексуалност при жените“:

При момче да бъде бисексуален е много, ама много рядко, докато при момичетата е от типа: „Много са ми гнусни тези момчета, искам да пробвам с момичетата“. Но пак, ако види някое красиво момче, би се пробвала (С., момче, 16 г., столица, 2022).

Особено интересно е да се отбележи, че всички респонденти, дори и най-малките (13-годишните), твърдяха, че имат лични бисексуални познати, нещо повече – бисексуалността беше абсолютно нормализирана в разговора.

В обобщение, „Попитайте Ваня“ борави с прийоми на глобалната терапевтична култура, като поставя акцент върху процесите на себевалидация и валидация отвъд отношенията с другите, използвайки технологизиран и дeромантизиран дискурс за връзките. Същевременно подкастът остава умерен, що се отнася до крайни оценки и противопоставяне на „мъжка“ и „женска“ гледна точка. Половите роли отново не са мислени като взаимозаменяеми, а по-скоро като огледално реактивни една на друга: например „когато жената започва да се държи като мъж, мъжът става пасивен“ (Попитайте Ваня 2024). И тъй като, както обяснява самата водеща, две са основните потребности на човека – от „привързване“ и от „автентичност“, „по-добре е да жертва връзката си, отколкото автентичността си“ (Попитайте Ваня 2023s). Точно както дигиталните експерти съветват мъжете в „Само за мъже“, инфлуенсърката тук говори за привлекателна женственост, свързана предимно с „ангажираността“ на жената, което в конкретните препоръки от подкаста означава ангажираност с фитнес, народни танци, йога, пътуване в чужбина: „Мъжът трябва да ви асоциира с удоволствие, купон, кеф, експерименти...“ (Попитайте Ваня 2023t). В този смисъл и при двата подкаста любовта е по-скоро обговорена като общо забавление, в което всеки остава верен на собствените си интереси.

Подкастът „На среща“ предоставя разкази за реалното преживяване на подобни репрезентации относно „мъжката“ и „женската“ роля във връзка. Гостите на предаването са известни инфлуенсърски двойки, които споделят в подробности историята на отношенията си. Водещите, екранна двойка инфлуенсери, отново коментират, изхождайки от личния си опит, от статистики или от общи психологическо-физиологически теории за любовта, най-често англоезични. В някои от предаванията се споменава и Петър Дънов, хюман дизайн, зодии. В изказванията на двамата водещи (жената – около 20-годишна, мъжът – около 40-годишен) личи както разочарование от предишна опитност и изобщо от новите правила във връзките, така и форма на своеобразна възхита от романтични елементи в биографичните разкази на двойките, с които говорят. В тази насока мъжът водещ неколкратно заявява, че целта на подкаста е да се отговори на въпроса „ще могат ли да бъдат хората заедно, или ще са си сами, както сега“ (На среща 2023a).

По-интересни за анализ тук са разказите на гостуващите двойки и споделяната информация за всекидневие, ритуалността, обяснителните модели за любов и интимност, както и за половите роли.

Почти всички любовни истории започват с форма на дигитален флирт. Една от двойките например се запознава на купон с инфлуенсери. Година по-късно все още няма друга физическа среща, но момчето междувреме е „последвало“ момичето в социалните мрежи и е отговорило на едно стори, под което я питат ще участва ли във втори сезон на „Къщата на инфлуенсърите“, с: „Да, като гадже на И.“ (т.е. на него). Така започва обмяната на кратки дигитални шеги и едва впоследствие има нов повод за среща на живо – покана от негова страна тя да се включи във видеоматериал, който записва като инфлуенсър (На среща 2023a). Както вече беше показано в предишната глава, в първоначалния период на свалка преобладават именно такива дигитални полузнаци, които изискват форми на културна интерпретация отвъд строго рамкирана нормативност, но които вече са ясни и добре овладени от дигитално социализираното поколение: тя умишлено не го кани на рождения си ден, но пуска снимка от купона в Инстаграм, което той правилно разчита като подтик към действие (На среща 2023a).

Друга от интервюираните двойки се запознава по време на живо излъчване в Инстаграм. Това е възможност за контакт с някои от феновете, които гледат на живо даден инфлуенсър. Момичето вече му е голям фен, следва го в Инстаграм и той я включва по време на лайфа. В този момент и двамата са във Великобритания, той – да учи, а тя – да работи. Впоследствие тя отново качва стори, на което е сигурна, че той ще отговори, и така започват да си пишат. В началото взаимната договорка е за чисто сексуална връзка, тъй като и двамата не вярвали в любов от разстояние (На среща 2023b).

Един от конкретните въпроси на водещите към всяка от двойките е относно датата на започване на връзката, нещо, което може да покаже интересни нормативни граници сред младежите. От интервютата в подкаста разбираме, че

обявяването на конкретна дата за „ставане на гаджета“ се явява вид алтернатива или съпротива срещу изключително разпространената форма в модерните взаимоотношения на „приятелство с бенефитс (привилегии)“ (по-несериозни и публично неофициализирани отношения, които включват и сексуални контакти), феномен, за който вече споменахме в Четвърта глава. В опозиция, официалното обявяване на статута на „гаджета“, без още да е имало сексуални взаимоотношения, е определено от един от участниците в подкаста като „руска“ форма (в смисъл на преекспонирано романтична), а период на изчакване от поне няколко месеца между първа целувка и първи сексуален контакт – като старомодно (На среща 2023а). Жената от една от двойките, всеки от партньорите в която е имал предишен брак и по едно дете от него, а сега – трето, общо дете, заявява директно: „Как можеш да се влюбиш в някого, без да си спал с него?“ (На среща 2023с). Тази идеологическа позиция е илюстрирана с разказа за първия им сексуален контакт. Запознават се по време на телевизионния риалити формат „Фермата“ и влизат в интимни взаимоотношения още там, като молят оператора да им осигури време, в което да не ги снима. За промяната в последователността на ритуалите във флирта и навлизането в любовните отношения свидетелства например и историята на интервюирана двойка от друго риалити предаване, „Игри на волята“, които, съответно на 20- и 22-годишна възраст, са във връзка вече от една година, почти от самото начало живеят заедно, но все още не са си казвали, че се обичат (На среща 2023d).

Почти всички двойки заживяват сравнително бързо заедно и изобщо започват да възприемат връзката за сериозна от този ритуален момент нататък. Подобни модели се срещат и при респондентите, с които говорих:

С приятеля ми вече сме повече от четири години заедно. Ние се събрахме на 16, тоест ние имаме и от двата периода – преди да се изнесем заедно да живеем, и след това... Последните две години живеем заедно и вече усещам огромната разлика (Р., момиче, 21 г., голям град, 2023).

В най-често срещания случай родителите на младежите вече се познават, когато младите влизат в съжителство на семейни начала. Заживяването заедно дори се интерпретира като вид натиск от страна на родителите, подобно на натиска за сключването на брак отпреди години.

На въпроса кой командва вкъщи, преобладаващата част от интервюираните двойки в подкаста „На среща“ отговарят, че това е жената, а някои се шегуват: „Ние сме патриархално семейство... в новия патриархат, при който жената контролира и решава всичко“ (На среща 2023с). В няколко от видеата се споменава, че мъжът не иска брак (според един от гостите на подкаста: „Един вид можеш да се урочасаш, като се ожениш...“, На среща 2023е), а жената не вярва в него като в тайнство, но си мечтае за самата сватба като церемония. Желанието за деца в бъдеще е общо, макар в малката извадка от видеа да се среща и жена, за която няма значение дали ще има, или няма да има деца. Домакинската работа е поделена поравно.

Във всички интервюта с мои респонденти, които вече живеят на семейни начала, също ясно се виждат опити за постигане на определена идея за „справедливост“ именно при домашните задължения във връзката:

Смятам, че ролите се определят индивидуално във всяка една връзка от самите хора. И когато те са щастливи от тези роли, връзката е добре, когато не са щастливи, не е добре. И не мисля, че има някакво универсално правило... Преди години имах някаква представа, мечта, все едно всичко да е напълно поравно... но постепенно видях, че перфектен баланс или не съществува, или си зависи от самите хора какво означава това... И равно не означава 5 лв. и 5 лв., ами може да означава единият ако е безработен, а другият пък има възможност – първият да го плати и това да е равно по някакъв начин... Мисля, че е важно хората да са равнопоставени в една връзка, макар и не еднакви... В един добър екип всеки върши това, в което е по-добър (И., момче, 23 г., голям град, 2023).

Аз готвя не защото е женска роля, а защото ми е приятно и искам да направя нещо за него... Мисля, че си е индивидуално и всеки се разбира какво иска, с какво може да допринесе (М., момиче, 25 г., столица, 2023).

Бяхме решили в началото да си делим домакинството петдесет на петдесет, да де, ама то не става точно така. Има неща, които аз като жена ще си ги свърша по-добре – например да измия банята. Има неща, които мога да оставя на него – например да измие чиниите, да пусне една прахосмукачка (П., момиче, 22 г., голям град, 2023).

Романтичните жестове за изказване на любовта не се открояват като приоритет на един от двата пола, при конкретните интервюирани двойки като по-романтични се заявяват мъжете. От разказите става ясно, че в повечето случаи мъжът получава по-големи финансови средства от жената, но този факт е по-скоро повод за шеговити закачки. В посткомунистическия български контекст с характерни за популярната култура крилати фрази като „Мъж без пари е свиня, мъж с пари – мечо“ (На среща 2023е) и в среда на инфлуенсъри и разпространена в общественото пространство представа за тях като група от бързо натрупващи пари и известност обикновени хора, всички двойки се опитват символно да покажат, че средствата не са важни, както и че не ги изкарва само мъжът.

В разказите на моите респонденти могат да се открият две основни форми на разпределение на финансовите средства на двойките при общо съжителство. При едната има общ бюджет, свързан предимно с разходите по жилището, но и заделени за всеки един от партньорите средства, които да харчи според собствените си желания; при другата – напълно отделен бюджет, при който всеки разполага с доходите, които печели сам, и се включва както прецени в общите разходи:

При нас общ бюджет няма. Значи аз това още от мама го знам. Като ѝ казах: „Изнасям се“, и тя ми каза: „Добре, ама общи пари да няма, недей да си го причиняваш“... Аз си имам моите си пари, той си има неговите, но става ли въпрос за апартамента и т.н., общите ни неща – днес отиваме да пазаруваме – той плаща цялата сметка, аз пък ще платя интернета и теле-

визията... без да сядаме и да се разбираме... Няма ги тия общи пари просто, защото аз съм си изкарала моите си доходи, мисля, че аз трябва да си ги харча, при него е същото. Всеки има неща, които иска да си купува, да се поглезе, и това трябва да се случва с твоите лични пари... и да не давам отчет (П., момиче, 22 г., голям град, 2023).

Капитализиране на интимните отношения

В почти всички разкази на инфлуенсърските двойки открито или прикрито се споменават начини за капитализиране на самата връзка. Нещо повече, мнозина уточняват, че вече подробно са дискутирали отношенията си не само в анализирания подкаст, но и в своите собствени онлайн формати. И двамата партньори съзнават, че обединяването на интереса на последователите на всеки от тях може да доведе до количествено нов плод от любовта им, по-конкретно – най-лайкваните им снимки и видеоматериали са тези заедно. Така например при първите срещи на бъдещите влюбени, вдъхновено от американския модел на „фейк“ двойки („фалшиви“ двойки), момичето пита момчето: „Искаш ли да си правим видеа за ТикТок, все едно че сме двойка, за пред хората?“. Това се случва, въпреки че в онзи момент тя има сериозен приятел от седем години, на когото дори споделя за планираното медийно мероприятие. И наистина, първото им видео с подобно измислено съдържание в приложението събира за един ден милион и двеста хиляди гледания. Днес, вече като реална двойка и подтиквани от своеобразна медийна ревност, са си обещали, че могат да се снимат с други във филми, но не и в клипчета за ТикТок (На среща 2024).

„Семейният“ ритуал да гледат заедно коментарите под снимките и видеата понякога обхваща дори проявите на домашните им любимци – като кучето на една от двойките, което „също е инфлуенсър, има 50 000 последователи в Инстаграм“ (На среща 2023а). Това в още по-голяма степен важи за детето – участниците обсъждат, че за разлика от обикновената ситуация, при която появата му спира кариерата, при инфлуенсърите обикновено я засилва (На среща 2023а). Повечето от онези, които имат деца, ги водят на самото интервю, вероятно за да капитализират и техния образ или пък образа на двойка с дете.

В разказите им ясно си личат формите на валидация, за които стана въпрос по-горе, в конкретния случай – валидация чрез връзката. По този повод жената от една от двойките разказва:

Беше реагирал на едно стори на едно момиче. Съответно реагирането не е кой знае какво, беше написал някаква шега... Той веднага усети, че ми има нещо... И тогава му казах: аз не се притеснявам, че той ще направи нещо с нея, идеята е друга – когато реагираш на стори, да речем, на някое момиче, тя застава с нейните приятелки и казва: „Я го виж И., може да си има гадже, обаче и на мен ми реагира“ (На среща 2023а).

Момче от друга двойка, с повече от 420 хиляди последователи в ТикТок, споделя, че е най-трудно и най-важно да се създадат фенове в Ютюб, тъй като

от тази платформа се печели най-много (На среща 2024). Конкретно той започва с ТикТок по време на карантината, свързана с глобалната епидемия от корона-вирус, тъй като „му е било скучно“, но и защото по това време брат му учи във Великобритания и вече има няколко видеа с милиони гледания. Когато става по-разпознаваем, бащата на неговата бъдеща приятелка го „валидира“, като започва да пуска сторита с него. Именно така тя го вижда за първи път, а когато получава предложение за участие в кратка сцена в български филм, чрез баща си стига до него, добавя го във Фейсбук и го кани да се включи и той.

В подкаста „На среща“ има също видео, което бихме могли да определим като видео на социалнозначима тематика за любовта и интимността. Сходно на дискусиите около сексуалния тормоз, в него се дава думата на инфлуенсърката А., на 23 г., която изкарва парите си предимно с видеоклипове в платформата Онли фенс. Тя заявява, че продава бельо през платформата като част от стремежа си за пълна финансова независимост въпреки факта, че „мъжете продават много повече в Онли фенс от жените и правят много повече пари“, а и че ако забременее – задължително ще отиде в чужбина, за да не е „майка с минало“ (На среща 2023f). Същевременно както в подкаста „На среща“, така и в отделно предаване, което заедно със своя приятел инфлуенсър са посветили на тази платформа, те разкриват и положителните страни от подобно занимание – бързи и лесни пари, гъвкаво работно време, „хоум офис“ (работа от къщи) (На среща 2023f). Изобщо цялата биографична история звучи по-скоро като история за трудностите по пътя на едно момиче, което е имало по-тежко детство и е искало да постигне финансова свобода и независимост, но всъщност е един много добър човек, търсещ одобрението и разбирането на хората относно дигиталната си професия. Внушението е за възможността за бъдещо тотално скъсване с миналото, когато бъде натрупан достатъчен капитал, и което е независимо от моралната оценка на индивидуалните ѝ действия в конкретния момент. Тоест показва се най-общо модел на самоизградило се (self-made) момиче, нов тип дигитален предприемач.

В обобщение, трябва да се отчете фактът, че двойките в „На среща“ представят предимно щастливите си преживявания заедно, които са свързани с началото на връзката, различни запомнящи се моменти от нея и начините на изразяване на любовта един към друг. Малко, и то по-скоро теоретично, се говори за изневери, предателства и т.н. От разказите на двойките става ясно, че те представят модел на равенство между половете, при който липсват ясно обособени полови роли. И във флирта, и в други области, като изкарването на средства за дома например, мъжете вече не са доминиращи. От своя страна жените поделят домакинската работа и работата по отглеждането на деца с мъжете, развиват наравно с тях инфлуенсърска кариера и т.н. „Преводните“ съвети от англоезична литература и референциите към глобални модели на популярната култура не звучат далечно, напротив, те са интериоризирани като възгледи и от страна на водещите, и от страна на гостите. Местният културен контекст напълно липсва в репрезентациите на любовта и интимността, той се привежда единствено под формата на статистическо доказателство за ширещата се самота и неудовлетвореност сред младите.

Особеността на желанието фрагменти от интимния Аз да станат достояние на погледа на другия с цел да бъдат валидирани конкретно в интернет е, че то адресира не дадена личност, а множество. Серж Тисрон го нарича „екстимност“ (*extimité*) (Tisseron 2002) и подчертава, че обикновено е насочено към избран брой хора, от които се очаква форма на емпатия, свързана с взаимна валидация (Tisseron 2010). Както се вижда от приведения емпиричен материал, именно валидацията е ключовата дума и при мъжете, и при жените, с която те осмислят поставянето на себе си на сцената на любовта. Според техните думи тук определям понятието „валидация“ като форма на публична легитимация посредством символно значими за конкретна публика жестове, чрез които някой да получи признание. В случая с интимността в дигиталното пространство обикновено става въпрос за публични жестове, които да покажат някой като „успешен“, много често символно, не задължително на практика (например да има много харесвания, споделяния и т.н.).

Представеният тук анализ на подкасти на български инфлуенсъри цели не просто да открие темите, през които в тях са конструирани образите на любовта, интимността и връзките, както и аргументите, с които са защитени, но и по-общо да покаже тези репрезентации като част от сложна стратегия, която предполага едновременно да се говори за индивидуалната опитност, но и да се търси успешно позициониране в спектър от вече налични ценностни позиции и модели на поведение. Тоест да се отчете фактът, че инфлуенсърите задават, но и са рамкирани в действията си от приемани като модерни в конкретния момент представи за интимното.

Анализът е развит на нивото на репрезентациите, открити в самите видеа. Въпроси за друго изследване са начините, по които се възприемат съответните послания, социално-статусните профили на медийната аудитория и прякото или непрякото въздействие, което тези репрезентации оказват върху поведенческите модели на публиките. Фокусът именно върху дигиталното съдържание тук позволява да се проследи идеологическото рамкиране на темата за любовта и интимността от тези съвременни лидери на мнение. Става ясно, че превръщането в стока на дейности на границата между работата и свободното време неминуемо ги прави и ценностно натоварени (като най-успешни, най-полezni, а оттам и най-добри). Анализът разглежда представите за истинските мъж, жена и връзка именно аксиологично – посредством ценностните разбирания и модели, на които инфлуенсърите стават носители.

Емпиричният материал илюстрира, че на свой ненаучен, често вулгарен или поне опростенчески език инфлуенсърите всъщност капитализират теоретичното поставяне на любовта и интимността в полето на половите борби за власт – тема, която днес е широко разпространена не само в научните дебати, но и все повече в популярната култура. Освен това лидерите на мнение в дигиталната

среда дават своята „алтернативна“ позиция спрямо неочакваните социални последици от подобни борби. Същевременно в тази „алтернативна“ позиция те не представят принципно различни модели за любовта и интимността. Най-общо можем да кажем, че участниците в анализираните подкасти застават зад постановките на модели от съвременната терапевтична култура, която свежда решението на подобна битка за власт до създаването на умения и у мъжа, и у жената да се самореализират и самовалидират без символната необходимост от другия. В допълнение, макар и често да изразяват открито своето неудовлетворение от съвременните доминиращи модели на интимност, в които представителите и на двата пола се чувстват жертви, ясно проличава разминаването между подобен силно емоционално натоварен дискурс на несъгласие и реалните поведенчески примери, с които инфлуенсърите често илюстрират своите разкази във видеата. Става ясно също така, че сложният консенсус между преводни модели от терапевтичната култура и местни несъответствия и неудовлетворения в практикуването на тези модели водят до ясно разграничаване на успешно поведение във флирта и успешно поведение във връзката; или пък как феминистки дискурси биват интерпретирани по специфичен начин в български контекст и т.н. Макар и епизодично, практичното разрешение на подобно неудовлетворение се мисли през призмата на „изживяване на някои неща“ и впоследствие „оставяне на този начин на живот“ с оглед на създаване на сериозна връзка.

Основният акцент на анализа е поставен върху изграждането на представите за пола и половите роли чрез темата за интимността. Този акцент е заложен в самия подбор на подкасти за анализ. Преди повече от десетилетие Ева Илуз показва, че в сферата на интимността терапевтичният разказ (силно повлиян от либералния феминизъм) основава удоволствието и сексуалността върху идеите за емоционално здраве и здрави взаимоотношения. Въпреки това, твърди тя, преплитането на терапията и феминизма и произтичащите от това норми на равенство и свобода водят в крайна сметка до процеси на рационализация при осмислянето и преживяването на интимността. В това се състои и основният проблем в съвременната култура, а именно че става все по-трудно да се премине от стратегическото (или икономическото) обратно към емоционалното. Или казано конкретно за любовта – стандартизацията и писането на скриптове за интимността и начините, по които се говори за нея (с речник, обусловен главно от пазара), отслабва способността на хората за близост, за страст и най-вече за фантазия (Illouz 2007). И двата подкаста, съответно на „мъжката“ и на „женската“ гледна точка, представят деромантизиран дискурс. Романтичният частично може да се долови единствено в подкаста, посветен на конкретни двойки. Както се вижда от техните разкази, представите на интервюираните двойки за равенство между половите роли във връзката е постигнато – финансово, кариерно, образователно, в разпределението на труда при съвместното съжителство, в сексуалната свобода и т.н. Създаденият от инфлуенсърите събирателен образ на жената показва, че и двата пола се позиционират по сходен начин и чрез сходни ресурси за постигане на успехи в интимността и в утвърждаването на

социалния статус на сексуалните полета, в които според Ева Илуз само мъжете имат доминиращи позиции. В съветите, насочени конкретно към жените или в биографичните разкази за двойката като цяло, постигането на статус чрез семейството и работата минава на заден план и при жените. В този смисъл анализиращият емпиричен материал не свързва съвременната болка от любовта, както прави Ева Илуз, с недостиг на ресурси за изразяване на идентичността (женската идентичност), а с резултатите от поставянето и на мъжа, и на жената на арена, в която да конкурират своите идентичности в логиката не на допълване (откъдето идва идеята за две половинки в любовта), а на взаимозаменяемост (като индивидуални функции) и дори на самодостатъчност (като липса на потребност от погледа на другия).

Както показахме, тази болка/неудовлетворение при подкаста с мъжката гледна точка беше свързана с навлизането на жените в неприсъщи за тях роли в полето на интимността и сексуалността и оттам със загубата на тяхната женственост. Най-общо „Само за мъже“ откроява разочарованието на мъжете от настъпленията на еманципираните жени, както и желанието на мъжете да се образуват как да реагират срещу женските атаки, за да поемат нещата отново в свои ръце. Като нюанс тук следва да се подчертае, че само мъжката аудитория е дигитално въобразена като общност, което може да се тълкува и като знак за съвременни промени в представите и практиките в любовта и интимността, при които само мъжете се чувстват „заплашени“ и търсят форми на субкултурна съпротива.

Паралелно в подкаста, представящ женската гледна точка, се говори за ответната реакция на мъжете, които на свой ред губят мъжествеността си. Той едновременно представя аргументацията, че жените в България имат извоювана власт, свобода, права и няма защо да се изживяват като жертви, но и си поставя за цел да ги овласти с конкретни техники и прийоми, с които да се справят с мъжете. Интерпретацията на позициите в двата подкаста, съответно на „мъжката“ и „женската“ гледна точка, цели да открие именно тази двойственост в ценностните стратегии на инфлуенсърите. В този смисъл установяваме, че не става въпрос за доминация на „мъжкото“ над „женското“ или обратното, а за доминация на „мъжкото“ и „женското“, произлизащи от специфична терапевтична култура като пазарни ниши. Въпреки феминистките опити да се премине изобщо отвъд дискурсивното разделяне на половете, тук, напротив, половете са подчертани и медийно третирани изрично като такива и в логиката на консуматорските практики, които предполагат. Репрезентациите на отношенията между мъжете и жените са представени чрез доминация и съперничество, надцакване и надмощие на единия спрямо другия пол, но и като практични решения за изход, които дава терапевтичната култура – индивидът да се себеобича и себеутвърждава.

Съдържанието, което предлагат и трите подкаста, не се развива нито на плоскостта на феминизма, нито предлага повторно романтизиране на любовта. То не засяга и друга възможна социологическа интерпретация на семейството

и връзката – тази за любовта като съвместен проект. Такава каквато например можем да видим в теорията на Франческо Алберони, според когото влюбването е най-простата форма на колективно движение (Alberoni 1981: 103), а двойката е най-малката възможна общност, която става предпоставка за преобразяването на всеки индивид (той придобива нова биография, история и личен живот) (Пак там: 23–24) – социална, културна, идеологическа и политическа сила, организиращ център, способен да устои на вътрешни и външни атаки (Пак там: 518). Интимните взаимоотношения в анализиранияте видеоматериали остават изцяло в практическата реализация на идеалите на „чистата връзка“ (Giddens 1993). Паралелно и в трите подкаста, по един или по друг начин, се обговаря силното неудовлетворение, свързано с конкретните последствия от прилагането на тези интериоризирани теоретични модели на практика, когато и двата пола вече се чувстват като жертва.

В следващата глава ще представя и най-новия участник в дигиталното опосредяване на връзките – виртуалната реалност. Анализът ще покаже, че новите места за любов и интимност във виртуалната реалност идеологически се представят като алтернатива не само на преживяването на връзките лице в лице, но и на съществуващите досега онлайн опции за близост.

ШЕСТА ГЛАВА

ВЛЮБЕНИ ТЕЛА ВЪВ ВИРТУАЛНАТА РЕАЛНОСТ НА МЕТАВСЕЛЕНАТА

Тази част от монографията изследва репрезентациите относно връзки, интимност и любов във виртуалната реалност и се основава на анализ на корпус от подбрани по ключови думи видеоклипове в Ютюб. Интересът ми към темата е като към нов феномен, който проблематизира в крайност фундаментални културни граници – между реално и виртуално, истинско и фалшиво, идентичност и принадлежност, доверие и изневеря. Предвид факта, че виртуалната реалност все още не е за масова употреба сред българските младежи, анализът в случая се прави на ниво репрезентации, а не на ниво практики. Най-общо данните очертават специфични форми на преосмисляне на тялото и неговата агентност в онлайн среда.

Ускорението на интимността

Когато разглеждаме интимната опитност в новия дигитален контекст на социализация на младежите в България, трябва да отбележим, че този контекст е непрекъснато променящ се, и то с темпове, които рядко са могли да бъдат наблюдавани в предишни исторически епохи. Същевременно, макар и технологичните промени да се заиграват с наратива за „поколенията“ (идването на все ново и ново поколение устройство) и революционната им смяна (Нейкова 2015), развитието на цифровите технологии следва определена логика. Изследователите могат да я уловят още в ранните години на възникване и впоследствие да я прилагат и спрямо други платформи, приложения и виртуални светове, независимо че последващите технологични приложения и инструменти на свой ред са рекламирани като абсолютно новаторски. С това искам да кажа, че усещането, което вероятно всеки анализатор на новите информационни и комуникационни технологии има, че неговата тема на изследване остарява прекалено бързо, е до голяма степен илюзорно, доколкото нито социалното въображаемо за възможностите за „надграждане“ (или казано с езика на младите – за „ъпгрейдване“) на човека чрез новите технологии, нито вписването на употребата на тези нови технологии в различни социални логики (на солидарност, дарови обмен, йерархични деления, социални неравенства, изграждане на лична идентичност и др.) се развиват толкова бързо или в напълно неочаквана посока.

Във връзка със спецификите на съвременната епоха, включително и на медийната среда, изследователите се опитват да осмислят исторически новото за нашето време дигитализиране не толкова като скъсване със старото, колкото като радикализация на неговите принципи, както и на скоростта, с която подобна радикализация се осъществява. Така например германският социолог и политолог Хартмут Роза предоставя доказателства за това, че историческият образ на дадена епоха и времевите жизнени перспективи на субектите в нея са зависими във висока степен от произведената от обществото скорост на социалните и културните промени. В процеса на разгръщане на модерността тази скорост на промените постоянно нараства (Роза 2015: 486) и според Роза може да се обозначи най-точно с понятието „социално ускоряване“ (Пак там: 28).

В този смисъл темата за дигитализирането на любовта и интимността следва да бъде интерпретирана и с оглед на създаващите се в момента, все още като авангард, но вероятно съвсем скоро и като популярна култура, виртуални светове за масова употреба, които представляват интегрална част от социалните и културните промени, свързани с подобно социално ускоряване. Казвам за „масова употреба“, доколкото виртуалните светове не са толкова ново явление в дигиталния свят, но години са част от преживяванията на фенски интернет общности от геймъри. Първата голяма апликация на принципа на метавселената е онлайн играта *Second Life* („Втори живот“), създадена през 2003 г. Това е безплатна игра, която позволява на потребителите си да се въплътят във виртуални персонажи в свят, създаден от самите му обитатели. Играта е особено модерна в периода 2003–2009 г., след което инвестициите в нея – както индивидуални, така и корпоративни – намаляват значително.

Проект на компанията „Фейсбук“, която през 2021 г. промени името си на „Мета“ (Meta), цели обаче да въведе виртуалния свят във всекидневието на масовия потребител, с което става интересен и за моето изследване. Нещо повече, поставя именно въпросите за ускоряването на медийната среда и паралелното забавяне на водещите световни обществени институции (Роза 2015), по-точно – създава усещането, че всяка „революционна“ промяна в интернет е нов опит на техническия „прогрес“ да изпревари (а много често и да пренебрегне) дебатите, които би трябвало да водят по-бавните институции, носители на наследени от поколения традиции и практики.

Компанията „Мета“ поставя като основни приоритети за развитие създаването на метавселена – централизиран виртуален свят, паралелен на физическия, и то за широката публика. В края на 2021 г. изпълнителният директор Марк Зукърбърг официално съобщи, че огромна част от дейността на компанията ще се посвещава на създаването именно на тази метавселена, наречена *Horizon Worlds*. В публичните си изявления той подчертава, че основната цел на ръководената от него компания е да свързва хората все по-добре и по-добре. Според думите му метавселената е следващата неизбежна стъпка по този път на усъвършенствана комуникация (Fenollol 2022).

Най-общо казано, виртуалните светове са изкуствени среди в интернет, които целят да пресъздадат обкръжение и ситуации от реалния живот. Те дават възможност на потребителите, които ги използват в реално време, да взаимодействат със средата и помежду си чрез така наречените аватари, представляващи двуизмерен или триизмерен образ на тях самите във виртуалното пространство. Онлайн общуването може да се осъществява на всякакви физически места (обикновено през преносимо компютърно устройство), по всяко време и посредством различни ритуали (например споделяне на преживявания или обмен на виртуални обекти по подобие на живота в реалния свят). То включва жестове, мимики и говор, а комуникацията и създадените взаимоотношения и взаимовръзки между отделните потребители са съхранявани в постоянно обновяващи се бази данни.

Периодът на провеждане на голяма част от интервютата от представеното теренно изследване предшества тези официални заявки за развитие на компанията „Мета“. Можем да предположим обаче, че в бъдеще младежите в България ще продължат да се възползват от социалните мрежи при посредничеството на любовните и интимните си отношения, включително и от техните подобрени версии, като метавселената например. На този етап в световен мащаб желанието за разширяване на интимното поле и до виртуалното пространство най-често е свързано с интереса към техническите нововъведения и следването на комуникационните практики на младежката група. Това са тенденции, които открихме и при анализа на дигитализирането на любовните практики в социалните мрежи в предишните части на тази книга. Както показахме, употребата на различни дигитални пространства за комуникация се определя както от степента на интимна въвличеност, която младежите искат да изразят, така и от желанието за групово мигриране на приятелски кръгове към нови и нови технически възможности за комуникация. Ако подобни тенденции продължат във времето, то неминуемо биха довели до участие на повечето младежи и във виртуалната реалност, както и до интегриране на интимните им практики в нейните технологични логики.

Неслучайно, както беше споменато в началото на книгата, изследователският интерес през последните години се насочва и към по-нетрадиционни места за дигитална интимна социализация, отвъд по-популярните сайтове за запознанства – като например чат форуми, компютърни игри и светове на виртуалната реалност. Появата на виртуалната реалност е част от тенденцията за умножаване на подобни по-нетрадиционни пространства за различни комуникационни практики, включително и за най-интимните, и до голяма степен съответства на търсенето на новото като ценност сама по себе си. Репрезентациите в един първоначален етап на въвеждане на тази виртуална реалност са изключително интересни за анализ именно с оглед на това, че се опитват по-ясно да дефинират „различното“ в тази специфична дигитална интимност.

От добавена към виртуална реалност

Терминът „виртуална реалност“ в дигиталния свят днес означава нереален свят, създаван чрез компютърни системи и аудио-визуална апаратура, който физически не съществува, но технически въздейства на различните сетива на човека, така че да се превърне в реалност за него. Виртуалното не е нереално, доколкото реалното не се свежда единствено до материалното и конкретното. В този смисъл то е част от реалното, а много често психологически – реалното преди да се актуализира.

В развитието на дигиталните технологии виртуалната реалност е техническа форма на надграждане над добавената реалност (среда, която включва виртуална реалност и елементи от реалния свят – например потребител може да носи очила, през които да вижда както заобикалящия го свят, така и изображения, генерирани от компютър и проектирани върху обсега на зрителното му поле). Известен продукт на добавената реалност са „покемоните“ – виртуални изображения, които младежите „ловят“ с мобилните си устройства, докато ходят в реалния свят, много популярна допреди няколко години практика и в България.

Според Чарлс Ларсън (Larson 1996: 95–96) именно Олдъс Хъксли измисля „виртуалната реалност“ в класическия си роман „Прекрасният нов свят“ от 1932 г. с футуристичните форми на забавление, които въвличат всички сетива. В по-тесния контекст на интимността тук можем да споменем например представата за изкуствената сексуална стимулация на „оргазматрон“ във филма „Поспаланко“ на Уди Алън от 1973 г. (режисьор Уди Алън, сценаристи Уди Алън, Маршал Брикман). В последните години темата за любовната опитност, опосредена от изкуствен интелект и виртуална реалност, е показана в различни изключително популярни на глобалната сцена продукции: например във филми като „Тя“ (2013, сценарист и режисьор Спайк Джоунз), „Играч първи, пригответи се“ (2018, режисьор Стивън Спилбърг), документални филми като „Срещнахме се във виртуалната реалност“ (2022, сценарист и режисьор Джо Хънтинг), сериали като „Черното огледало“ (от 2011, създател Чарли Брукър) и др.

Идеята за генерирането на „изкуствена опитност“ се свързва с най-различни техники за въздействие, като например стереографите от XIX век; широко-екранното кино; машината „Сензорама“ (Sensorama) на Мортън Хейлиг, изобретена и патентована през 1962 г. и известна като „театър на изживяването“: комбинация от филм, звук, вятър и аромати, за да създаде мултисензорна опитност; дигиталната телевизия с висока резолюция, която запълва все по-голяма част от ползването на зрителя и създава заобикалящ го звук; HMD (монтиран на главата дисплей), чийто първи прототип се появява през 60-те години на XX век и който представя стереоскопичен изглед на компютърно генерираната сцена, запълва зрителното поле на потребителите и отразява промените в позицията и ъгъла на главата (Ebersole 1997).

С годините „виртуален“ се превръща в синоним на паралелна реалност, опосредена от технология, която се опитва да наподобява във всяко отношение

реалния свят, позволявайки по този начин на потребителя да реагира интуитивно, дори инстинктивно, среда, която може да бъде контролирана (от него, но и от други). Освен технически дефиниции феноменът произвежда и определения, които се фокусират върху самата природа на опита във виртуалната реалност – присъствие, телеприсъствие, симулация, въвлеченост/потопеност и интеракция. Търси се точно отразяване на обектите, разликите във височината, езика на тялото, пространствената отдалеченост. За разлика от плоския екран, споделените пространства на виртуалната реалност дават усещането, че потребителят е наистина там, или т.нар. социално присъствие. Той може да манипулира виртуални предмети, което да доведе до трайна промяна във виртуалното пространство – например ако хвърли домати по стена, петното ще остане. Това по-богато ниво на социална интеракция и способността да се използват физически жестове в онлайн комуникацията е фундаментално различно от възможностите при стандартно видеообаждане например.

Интегриране на интимността? По пътя към единен аватар

Част от рекламната кампания на метавселената за масова употреба са новите подобрени аватари (образите, чрез които личността се представя и функционира във виртуалното пространство). Думата „аватар“ е със санскритски произход и първоначално назовава наследник на дадено божество в земна форма, свещена инкарнация/въплъщение, дошло на Земята, за да спаси световите от космическия безпорядък, а от края на XIX век значението се разширява до всяка различна форма, която приема последователно даден обект или дадена личност (*Dictionnaire de l'Académie française* 1969). В новия си контекст думата „аватар“ се появява през 1979 г. в електронна игра, кръстена Avatar, а по-късно, през 1985 г. – в компютърната ролева игра Ultima IV: Quest of the Avatar. Приема се, че Нийл Стивънсън я популяризира през 1992 г. с киберпънк романа си „Снежен крах“, където описва симулация на човешката форма в метавселената.

Основното качество на новите аватари, които ще бъдат предлагани за масова употреба, е гъвкавостта им – т.е. възможността един и същ аватар да преминава в различни дигитални платформи. Това означава, че този аватар ще се превърне в дигитална идентичност във виртуалната вселена – дори и потребителят да сменя виртуалните среди, аватарът му ще го представлява навсякъде като единен образ. Така той ще стане негово цялостно проявление в метавселената – каквото и действие да предприеме, то ще се натрупва като дигитална памет/история върху дигиталната идентичност във виртуалната реалност, независимо дали става въпрос за игри, финансови операции, създаване на връзки, любовни и сексуални отношения и т.н. Неслучайно се разработват аватари, които да бъдат възможно най-реалистични – ще могат да копират изцяло движенията на тялото на човека във физическото пространство, лицевите му изражения и т.н. (но също така ще бъдат въведени аватари със слухови апарати или в инвалидни колички).

Новите аватари ще станат неразделна част и от социалните мрежи, с които боравят всекидневно и днес младежите. Марк Зукърбърг съобщава, че аватарите ще намерят място и във Фейсбук, Месинджър и Инстаграм, така че да се използват при постове, сторита или като профилна снимка във всекидневното общуване. Тук трябва да се отбележи, че „Мета“ не е единствената компания, която инвестира в подобни продукти. Работещи на същия принцип аватари се разработват и от „Майкрософт“, например за широко използваното им приложение Майкрософт тиймс.

Аргументите на респондентите от документалния етнографски филм „Срещнахме се във виртуалната реалност“ са показателни по отношение на изграждането на подобна дигитална идентичност. Филмът представлява интервю с две двойки влюбени, запознали се в метавселената, което се провежда в самия виртуален свят и с аватарите на интервюираните. По подобие на цитираната по-горе история за връзката от разстояние на моя респондентка²², от разказите разбираме, че основен отключващ фактор за запознанството и при двете двойки е интересът им към виртуалните светове, учудването от техническите възможности, които те предлагат, както и чисто физическото позициониране на аватарите им в една и съща виртуална стая, свързано с тяхно хоби (което предопределя и съдбата да се заговорят). Констатациите, които те правят относно личната си опитност с любовни отношения във виртуалната реалност, са свързани предимно с преодоляването на товара от първото впечатление, както се изразява един от интервюираните мъже, или от естествените бариери, които хората имат, когато се срещнат с някого по-сексапилен и красив от тях самите, според една от жените. Изобщо, общуването във виртуалната реалност се смята за по-малко разсейващо, освободено от традиционните добавки в комуникацията (преценка по тялото, срам или други психологически бариери). Както подсказва етимологията на думата „аватар“ – възможност за започване отначало (буквално – за прераждане в ново физическо тяло). По думите на една от интервюираните виртуалната реалност създава истински контакт, контакт „душа с душа“, по-безопасно пространство, в което хората могат да бъдат искрени, а и не така силно наранявани.

Развитието на връзката при тези двойки следва общи правила, сред които обмяна на контакти в други комуникационни канали (например в инстаграм профили): „Тъй като не бяхме още на ниво мобилни телефони, беше прекалено скоро за мобилни телефони...“ („Срещнахме се във виртуалната реалност“ 2022). След около две-три седмици мъжът и жената от първата двойка започват да говорят по телефона, после се виждат за пръв път по Фейстайм (вече отвъд аватарите си). Срещат се лично след малко повече от месец.

Техническите обещания за създаването на единен аватар за масова употреба са част от опитите за максимално доближаване до реалността, при което

²² Вж. частта „Дискорд и ТикТок: арена на колективните сватосвания“.

да се избегнат възможностите за фалшифициране на дигиталната идентичност. Това означава и възможност само за еднократно, а не многократно „прераждане“ на личността. Както видяхме и при разказите на респонденти, проследимостта на поведението на обекта на интимен интерес в хибридно онлайн и офлайн пространство вече е нормализирана част от поведението на младежите. Един централен аватар би създал психологическото усещане за по-силна потопеност/включеност и би намалил степента на съзнание за игра на различни социални роли в различни дигитални пространства. Освен това той би бил бързо проследим от страна на другите потребители в контекста на поведенческия му интегритет в различни платформи и приложения. В утопична комерсиална перспектива идеята за основен аватар предлага да направи процесите в метавселената по-унифицирани и съответно по-удобни за потребителя. Встрани от официалния дискурс остава фактът, че по този начин той би бил лесна мишена за контрол и манипулация.

Не просто запознанство, а цялостно преживяване

Представеният тук анализ се основава на общо 240 видеоклипа в Ютюб, генерирани през 2023 г. при търсене с шест ключови фрази (написани на английски, който е универсалният език за представяне на технически иновации в глобален контекст): „любов в метавселената“, „любов във виртуалната реалност“, „интимност в метавселената“, „интимност във виртуалната реалност“, „запознанства в метавселената“, „запознанства във виртуалната реалност“. Използвам тематичен анализ на съдържание, създадено от говорители, независими от изследването, чрез който откроявам единици повтарящи се общи теми и взаимоотношенията помежду им. Освен това е включен и преглед на официалните сайтове на седемте най-добри приложения за запознанства във виртуалната реалност според класацията на интернет гиганта Гугъл за 2023 г., а именно: FLIRTUAL, NEVERMET, VRCHAT, VTIME XR, META HORIZON WORLDS, REC ROOM, PLANET THETA (вж. Приложението).

Стъпвам на допускането, че социалното въображаемо за виртуалните светове и репрезентациите, които го съставляват на този ранен етап от развитието им, представляват не толкова съвкупност от множество индивидуални въображения и практики, родени „отдолу“, а по-скоро корпоративни, рекламни и идеологически рамкирани послания, зададени на потребителя „отгоре“, за да се ориентира културно в нова и алтернативна на физическата му среда. Тези дискурси позволяват: първо, да начертаем различни граници, чрез които любовта и интимността се легитимират във виртуалната реалност (като предимства в сравнение с традиционните форми на запознанства и романтични връзки, в сравнение със сайтовете за онлайн запознанства и в сравнение с други платформи за интимност във виртуалната реалност по-конкретно); второ, да установим различни репертоари за изразяване на любов и интимност, както и форми на трансгресия, на фона на които изживяването на интимността във виртуалната

реалност се откроява и легитимира необходимостта от своето съществуване; трето, да идентифицираме различни участници (включително онлайн ботове) и социални йерархии в индустрията на виртуалната реалност.

Като цяло в разглеждания тук емпиричен корпус наблюдаваме предимно положително представяне на темата. То се изразява в следното разпределение на видеоклиповете: 56,4% са с положително/рекламно съдържание; 23,8% – с информативно/умерено съдържание, и 19,8% – с негативно/критично съдържание, което ясно свидетелства за потенциала за внушение на положителни нагласи при генерираните единици в платформата Ютюб.

Във видеоматериалите откриваме почти пълно припокриване между създателите на утопични визии и представителите на технологични компании, които предлагат продукти и услуги в тази област. Тези говорители използват наратива на личната биография, в който мотивацията за създаване на продукт за виртуална реалност е пряко обвързана с необходимостта от преодоляване на конкретни препятствия в собствения им интимен живот, като по този начин дискурсивно влизат в ролята на алтруисти и герои на своето време.

Едва на второ място по брой са видеата на инфлуенсъри (ютюбъри), които дискутират различни услуги и продукти за виртуална реалност, но и тяхната роля е основно рекламна. В контекста на широкото продуктово позициониране на глобални услуги като приложенията за запознанства във виртуална реалност, инфлуенсърите имат ролята на посредници между марките и аудиториите в социалните медии. Отделно, в този начален етап от дискусиите около масовизирането на виртуалната реалност е ясно видимо дали инфлуенсърът печели символен и паричен капитал онлайн чрез рекламиране на продукти и услуги за виртуална реалност или чрез набиране на собствени последователи с натрупване на хумористично и сатирично съдържание относно тези нови и интересни явления.

Почти незабележимо във видеоклиповете е присъствието на учени или социални критици, които проблематизират темата за любовта и интимността във виртуалната реалност.

Съдържанието е предимно под формата на: кратка информация за приложения за запознанства и интимни преживявания във виртуална реалност; интервюта със създатели или представители на технологични компании, които разработват продукти и услуги за виртуална реалност; инфлуенсъри, обговарящи личния си опит; по-сериозни дискусии около предизвикателствата, свързани с виртуалната реалност.

Говорителите във видеата почти винаги използват бъдеще време без условно наклонение (прогнозите са, че до 5–10 години виртуалната реалност ще бъде реалност за масова употреба). Като ключова в дискурса им може да се посочи идеята за „неизбежност“. Тя е изградена чрез натрупване на думи като „еволюция“, „прогрес“, „развитие“, „ковид пандемия“. В голяма част от видеата тази тематична категория е разгърната според следните три визии за интимността във виртуалната реалност, класирани по важност и брой споменавания: 1) като естествено следствие от кризата с коронавируса, превърнала се в ключов фак-

тор за осъзнаването на опасностите от самотата; 2) като неизбежен ход в историческа и еволюционна перспектива на развитието на технологиите като цяло и на Web 3 в частност; 3) като отговор на необходимостта от постоянно техническо актуализиране на съществуващи приложения за запознанства, които вече не отговарят на нуждите на съвременните хора.

Втората тематична категория може да се определи като „отговор на социални липси“. Тя се отнася до неуспеха на предишни приложения за запознанства да предложат адекватни решения за днешните глобални комуникационни нужди. Според видеата тези комуникационни нужди са основно две. Първата е свързана с по-пълно изживяване на връзките от разстояние, необходими на съвременните свръхмобилни хора. Втората, напротив, отнася се до свръхизолираните хора и тяхната самота. Втората нужда обхваща както хора, поставени в изолация, подобно на онези по време на ковид кризата, така и хора от маргинализирани групи с желание за изцяло дигитални връзки, които никога да не се случват в реалността (вж. например Видео 1). И в двата случая метавселената се разглежда като „нова среда“, която позволява на потребителите сами да решават проблемите на дистанцията, изолацията, неразбирането и неприемането.

Именно благодарение на подобни репрезентации набира популярност една от най-известните платформи за запознанства във виртуалната реалност – Nevermet. Неслучайно често я наричат „Тиндър на метавселената“, реферирайки към най-известното приложение за онлайн запознанства. Дори името на приложението, от англ. never met, предполага, че потребителите никога не са се срещали и основната цел не е действителната среща. В този смисъл платформата оспорва класическото възприятие за „реалността“ на връзката, което преобладава дори в онлайн приложенията за запознанства, при които крайната цел остава срещата лице в лице, а онлайн срещите се разглеждат само като алтернативно средство за постигане на тази крайна цел. Тук, напротив, търсят се изцяло дигитални отношения между виртуални любовници. На практика това се изразява в изискването към потребителите да не обменят лични снимки, а да остават представени единствено от своите аватари (в различни форми – хуманоиди, растения, животни, чудовища и др.). Всички снимки, използвани в приложението (включително тези за създаване на спомени за виртуална биография, онлайн романтична връзка, любими преживявания), са само снимки на аватари. Усещането за определена човешка реалност идва единствено от гласа. Потребителите могат да бъдат идентифицирани само по своите предпочитания – те трябва да посочат от кой пол и възрастова група се интересуват, без да се позовават на традиционни демографски маркери, дори този за местожителство (показва се единствено виртуален адрес). Иначе, подобно на Тиндър, платформата отново работи на принципа на „одобрение“ или „отхвърляне“ до достигане на „съвпадение“ („реципрочно одобрение“), което може да продължи със среща във виртуалната реалност.

Друга повтаряща се във видеата тематична категория може да бъде обобщена като алтернатива „отвъд тялото“. Думи във видеата като „духовно“, „суро-

во“, „автентично“, „алтернативно“, „отвъдно“ описват усещането за нови възможности чрез този нов тип виртуално общуване (вж. например Видео 2). Тази категория се отнася до въпроси за задгробния живот, други светове, паралелни реалности, фантазмени проекции. Виртуалната реалност дори се определя като място, където всеки потребител може да създаде свят, който отразява собствените му архетипи, собствените му иконографии, нещо като „пространство на ума“ (вж. например Видео 3).

Един от малкото сериозни дебати в анализираните видеоклипове се отнася конкретно до опасността от утилитарен подход към живота, който има за цел да увеличи щастието и да намали болката – проблем, който обикновено се изразява в екзистенциалната разлика между това, което хората действително правят, и това, за което имат виртуално преживяване на правене (вж. например Видео 4). Някои от видеоклиповете предлагат подобно виртуално „изживяване на приятелка“ в „симулатор за приятелка“, като сценарият във всички тях е сходен: потребителят вижда жена, красива и мила, седнала на пейка, гледаща го в очите, смееща се, ходеща редом с него, преобличаща се до него и т.н. – обстановката и образът на момичето се променят, но целта е потребителят виртуално да усети удоволствието от „изживяването“ на среща, на която е ценен (вж. например Видео 5).

Друга тематична категория засяга възможността за „пресътворяване на личната идентичност“. Тук натрупване на думи като „ограничения“ и „капан“ отразяват необходимостта от пълното преодоляване на всички географски граници, но също и на биологични и социални такива, най-общо – желанието на потребителите да бъдат повече „себе си“. Включително да излязат от „ограниченията“ на сексуалната си идентичност или на липсите си по отношение на социалния етикет. Налице е например приложение за виртуална реалност, което учи на добри комуникационни маниери, разработено на базата на коментари и обратна връзка от жени – какъв тип физическа близост се възприема като подходяща или не, как да се общува дигитално, на какво разстояние от другия да се поставя собственото тяло/аватар и т.н. (вж. например Видео 6). Дори социалните неравенства изглеждат по-лесно преодолими, защото на потребителите се обещава по-евтини възможности за романтика: разходите за потребление на продукти и услуги, свързани с традиционните запознанства, като ресторанти, билети за театър, букети цветя, както и хубави дрехи за създаване на първо впечатление, са значително намалени във виртуалната реалност (вж. например Видео 7).

Една от най-повтаряните ключови думи от всички социални играчи на пазара за интимност във виртуалната реалност е „сигурност“. Под това те имат предвид преди всичко „гаранция за автентичност“, свързана с форми на проверка на фалшиви профили, но също и нови начини за борба със сексуалния тормоз и сексуалното насилие, особено срещу жени, както и за превенция спрямо болести, предавани по полов път (вероятно скоро и срещу нежелани бременности). Сексът във виртуалната реалност се представя като оздравителен, като

форма на фантазмено удовлетворение без опасност, но и като възможност чрез симулации и хаптични костюми да се преодолеят фобии, ниско самочувствие и др. (вж. например Видео 8). В някои от анализиранияте видеоклипове се обсъждат и психологическите ефекти от прехода от „гледане на екран“ към „участие в сцената“ (вж. например Видео 9). Според положителните интерпретации на подобен преход хората не само ще гледат екстремни секс сцени, но и ще „участват“ в интимните игри преди и след тях, т.е. периодът на виртуална интимност ще се удължи – ще продължава средно около 30 минути и за разлика от онлайн консумацията на еротични или порнографски филми, процесът на игнориране на определени части от мултимедийното съдържание ще бъде значително намален (вж. например Видео 9). В този контекст индустрията активно разработва играчки за едновременно мастурбация и сексуално стимулиране на партньора, които измерват движенията онлайн. И двамата участници се свързват с видео-платформата и отиват в своя лична стая, където всеки може да стимулира другия чрез докосване на собственото си тяло (вж. например Видео 10). Така виртуалната реалност се представя като панацея за безопасност не само в ежедневните сексуални отношения, но и като трайно решение на проблемите на сексуалните работници (вж. например Видео 11). До такава степен, че Дейвид Леви твърди в своята книга от 2007 г. „Любов и секс с роботи“ (*Love and Sex with Robots*), че сексът между хора и роботи ще бъде рутинизиран до 2050 г. Аргументите му са красноречиви: секс роботите ще намалят проституцията – съществуват много сексуални отношения без емпатия, така че защо те да не са с роботи?

Броят на видеоклиповете, които анализират подобни идеи през призмата на основни етични проблеми (например относно мъжко-женската идентичност или естеството на дигиталната изневяра) е ограничен. По този повод в една от дискусиите се поставя доста краен въпрос: роботът/изкуственият интелект е плод на множество съзнания, следователно сексът с робот/изкуствен интелект групов секс ли е? Сходен философски проблем е и дали потребителите ще разширят своите сексуални предпочитания към нечовешки изображения (вж. например Видео 12), т.е. формите на сексуални патологии, като зоофилията например, ще бъдат ли постепенно нормализирани? В същото време възникват и по-зловодневни дилеми: превръща ли се виртуалният секс с изкуствен интелект или с аватар и реален човек зад него в начин да се изневери на сериозен партньор без последствия? Или как може морално да бъде категоризирано желанието за виртуален любовник, който никога няма да изостави другия, да го предаде, да умре (вж. например Видео 13)? Подобни преживявания за „идеален“ партньор, бих го нарекла огледален партньор, предлагат платформи като AI Friend and Companion (iFriend) (вж. например Видео 14) или приложението за сексуален контакт с дигитален приятел Virtual Mate (вж. например Видео 15), и двете опции, базирани на общуване с изкуствен интелект.

Киберсексуалността, т.е. сексуалността в отсъствието на тялото на другия, съществуваща преди появата на виртуалната реалност, но развита изключително посредством нея, изглежда се корени, според Давид Льо Бретон, във

факта, че днес цялата сила на фантазиите се сблъсква с човешкото условие (Le Breton, 1999, цитирано в Le Breton 2006). Темата отваря и друг изключително важен въпрос, този за виртуалното насилие. То се интерпретира предимно като опасно смесване на реч и действие, което е неизбежно във всеки компютърно медиран свят (Дибел 1993: 42), както и като отслабване на чувството за контрол, тревога и отговорност сред участниците. Етнографско разследване с включено наблюдение на Би Би Си във виртуалната реалност (Crawford, Smith 2022) показва, че всеки потребител сам декларира възрастта си, без налични форми на проверка, а това е предпоставка за деца и подрастващи да се озоват не само на невинни места за срещи като виртуални ресторанти „Макдоналдс“, но и в стриптийз клубове например. Изследователите заключават, че онлайн платформата за виртуална реалност VRChat, където потребителите си взаимодействат като аватари, определено изглежда повече като поле за игра за възрастни, отколкото за деца, както и че модерацията (контролът) в тези пространства е съвсем слаба или липсва напълно. Съветите за безопасност на цитираните в разследването експерти са насочени предимно към родителите: да проследяват какви приложения използват децата им, когато слагат очила за виртуална реалност – съществуват например приложения, които позволяват на потребителите симултанно да „прехвърлят“ преживяването си на мобилен телефон, смартфон или лаптоп, така че и родителят да може да вижда какво се случва, докато детето му играе (Пак там).

„Сигурността“ се търси не само на телесно ниво, но и в областта на чувствата. Planet Theta, приложение за запознанства във виртуалната реалност, предлага на потребителите „повече контрол“ и „по-малко риск“ от традиционните сайтове за запознанства, особено когато става въпрос за първи романтични срещи. А именно – първоначални „срещи на кафе“ с продължителност само от пет минути, след което комуникационните партньори биват автоматично разделени (на чисто техническа основа). По-нататъшен контакт може да се осъществи само ако и двете страни желаят това. Целта е да се позволи на търсещите интимни връзки да инвестират по-малко време и енергия, отколкото в традиционната първа физическа среща, която обикновено продължава поне един час, дори ако са загубили интерес от самото начало.

Друга тематична категория в анализираният видеоклипове е свързана с думата „инвестиция“ и включва разкази за дигитално предприемачество, стартъп бизнес, печеливши продажби и т.н. Създателите на платформи често подчертават колко малко пари инвестират в маркетинга на продукта, тъй като от самите потребители се очаква да станат „творци“ във виртуалната реалност. Печалбата от пазар на 3D виртуални реквизити например е представена като форма на икономическа помощ за развиващите се страни, откъдето идват повечето от въпросните потенциални творци (вж. например Видео 16 и Видео 17). Непрекъснато се подчертава децентрализираният аспект на метавселената, който би предоставил алтернатива на монополистите на пазара на социалните медии и би позволил по-независими проекти (вж. например Видео 18 и Видео 19). В съ-

щото време, макар и в противоречие с предишните твърдения, видеата говорят за „комбинация от преживявания“ или основната цел на всички тези платформи да окрупнят индустрията за срещи, игри и развлечения (вж. например Видео 20), тъй като това носи най-големи финансови печалби. Има дори приложения, които комбинират запознанства и мачмейкинг с конкретни парични инвестиции, т.е. директно свързват търсенето на любов с възможности за печалба (вж. например платформата TruYou).

В контекста на подобна „комбинация от преживявания“ рекламните послания предлагат недостъпни досега възможности за прекарване на свободното време, а оттам и „нова ритуалност“ в срещите. Вместо да скучаят и да гледат един и същи ситком, влюбените могат да посетят Париж виртуално; вместо да играят на карти – да играят видеоигри заедно (вж. например Видео 21); да имат по-традиционни, но виртуализирани изживявания, като кино, голф, посещение на бар, или пък да експериментират със скачане с парашут или разходка в космоса (вж. например Видео 22). В приложението Mingout срещите се провеждат по време на виртуални концерти, артистични представления, но също и в мечтано пространство, създадено от всеки отделен потребител. Приложението работи по следния начин: в началото потребителят избира видовете дейности, които иска да прави по време на първата среща; тогава бива свързан с хора, които биха могли да бъдат забавен партньор именно за тези дейности; накрая, ако е привлечен от другия – тъй като и двамата вече харесват въпросните дейности – има „съвпадение“. Така че много често интимността започва там, където се установява потенциалът за споделени консуматорски практики.

Виртуалните ритуали имат за цел да предоставят алтернатива на всички традиционни преживявания. Например дават възможност за сключване на виртуален брак – с церемония, гости и т.н. (вж. например Видео 23 и Видео 24). В средата на 2022 г. се осъществява първата законна сватба в Decentraland Metaverse с над 2000 виртуални гости. За да осигурят правната основа на брачния си съюз, младоженците се обръщат към адвокатска кантора на физическата територия, на която желаят да се проведе церемонията (тъй като двамата трябва да направят своето волеизявление на едно и също физическо място). Едновременно, в паралелната виртуална вселена, адвокатската кантора осигурява достъп на поканените на сватбата до притежаван от нея виртуален терен за събитието, където да се състои тържеството. Тъй като метавселената не е изградила правна рамка, адвокатите използват виртуалната самоличност и цифровите активи на младоженците (сертифицирани от блокчейн), за да създадат и подпишат мета-брачен договор под формата на незаменим токен (уникален запис в даден блокчейн). Във въпросния случай двамата младоженци вече имат „традиционен“ брак от четиринадесет години.

Друг пример – първите потребители от Индия, сключили брак в метавселената, са на 24 години, а идеята за виртуалната сватба идва след смъртта на бащата на булката – за да изненада бъдещата си съпруга, годеникът решава да организира присъствието на аватара на починалия баща.

Още веднъж трябва да се отбележи, че в анализиранияте видеоклипове преобладават рекламни послания и репрезентации на виртуалната реалност, а не конкретна опитност на потребители. Малко на брой, видеоклиповете, които показват включено наблюдение на участници, са почти изцяло свързани с негативни лични преживявания на инфлуенсъри в Ютюб, представени предимно посредством хумор или сатира. Въз основа на този тип видеа се открояват няколко наблюдения на самите участници: а) трудно е да се определи полът на хората, присъстващи във виртуалната реалност, и обикновено разговорът трябва да започва с изречения като: „Ти жена ли си?“, „Има ли жена в стаята?“ и т.н. (вж. например Видео 25); б) повечето от аватарите се оказват вече в интимна връзка в реалния живот, те са по-скоро млади хора, които търсят забавление (вж. например Видео 25); в) не може да се установи възрастта на участниците в платформите за запознанства във виртуалната реалност, единствената ориентация за потребителите се явява реалният глас на човека зад аватара (вж. например Видео 26); г) наблюдава се много бърз преход към сексуални, вулгарни или неприлични разговори (вж. например Видео 26); д) голяма част от потребителите признават, че са непълнолетни (вж. например Видео 27); е) съществува общосподелено усещане, че зад повечето аватари стоят само мъже (вж. например Видео 28); ж) все още има значителни технически проблеми, връзката прекъсва често и прекратява и без това трудните контакти между аватарите (вж. например Видео 25). Негативната оценка се отнася и за двата вида романтични и интимни преживявания във виртуалната реалност – връзката с аватар, зад който стои реален човек, и връзката с аватар, зад който стои изкуствен интелект. На практика подобно споделяне на личен опит дискредитира доминиращите положителни репрезентации, но остава достатъчно маргинално, за да демаскира основните социални залози. В допълнение този негативен опит се представя като основно дължащ се на нормални технически несъвършенства в началните етапи на въвеждане на всяка иновация и не проблематизира социалните въздействия от самата иновация.

„Обезтелесеното“ тяло

Виртуалната реалност разширява обхвата на онлайн отношенията и вече не се фокусира само върху първите срещи, а предлага опции за цялостно преживяване на връзката, включително и за напълно дигитална връзка. Тези потенциални възможности се представят като средство за борба спрямо загубата на „истинската“ комуникация между хората. Анализът показва, че репрезентациите на любовта и интимността във виртуалната реалност по същество добавят предимно ново разбиране за тялото. Откритите тематични категории и акценти са показателни: виртуалната реалност дава „отговор на социални липси“, свързани с физически и социални ограничения; преживяванията „отвъд тялото“ са алтернатива на предишни форми на комуникация; виртуалната реалност обещава възможност за „пресътворяване на личната идентичност“, за интимна

„сигурност“ (физическа, емоционална и сексуална), както и за „инвестиция“ (в атрибутите на личния аватар и в комбинация от преживявания и хобита). Всички те се отнасят именно до телесното. Парадоксално, виртуалната реалност изобщо не го надхвърля, а по-скоро го въвежда в нов тип агентност. Тя може да бъде проследена на три нива.

Първото ниво се отнася до физическото тяло. Резултатът от противоречието между усилията на виртуалните светове да възпроизвеждат максимално визуалните, слуховите и тактилните усещания на реалността, като същевременно преодоляват телесната предопределеност в общуването, всъщност е разделенето на това физическо тяло на две тела – това, което се равнява на неговите външни характеристики, присъщо пространствено ограничение и социална и културна принадлежност, от една страна, и това на сетивата – от друга. Според репрезентациите на интимността във виртуалната реалност тялото като социална и културна принадлежност трябва да бъде преодоляно, докато сетивното тяло трябва да бъде удовлетворено. В интимните взаимоотношения те могат да бъдат проследени например при новия модел на чисто дигитални връзки и при специфичния тип киберсексуалност, които виртуалната реалност предлага на своите потребители.

Второто ниво е свързано с репрезентациите на човешката личност (от дух, душа и тяло). Виртуалната реалност ѝ дава възможност да промени телесната си обвивка (в човек от противоположния пол, животно, растение и т.н.), но с обещанието да не засегне истинската ѝ същност. По-конкретно в интимността това е свързано с идеята за практикуване на по-„автентична“ интимна комуникация на „душа с душа“ чрез аватари, които заменят телесните предопределености с индивидуални телесни фантазми.

Третото ниво се фокусира върху паметта и идеята за „рестартиране“. В своите утопични репрезентации виртуалната реалност предлага заличаване/преодоляване на натрупвания/биографични спомени, за да осигури ново начало. В интимните връзки това се мисли чрез възможностите за интернет потребителя да изтрие предишни белези от преживявания/среци/неуспехи (житейски, професионални, интимни), като цяло – да преодолее социални недостатъци от всякакъв вид, проследими във виртуалната реалност или чрез други социални медии, и да се отдаде на своеобразно „прераждане“ в ново пространство и с ново тяло.

Хиперреалността на любовта

Запитайте се какво стои зад фантазма да се влезе във виртуален свят, който изглежда като реален, ни призовава в своя анализ на „Западен свят“ (Westworld) Никола Селник (Celnic 2018). „Западен свят“ е популярен сериал на филмовия канал Ейч Би О за едноименен парк за забавление, който задоволява и най-смелите фантазии: например да станеш истински каубой и да стреляш по фалшиви мишени (роботи) или да преспиваш с фалшиви леки жени (роботи). Паркът „Западен свят“ не е нищо друго освен игра, казва Селник, но за разлика от широ-

коразпространената World of Warcraft, която потребителите осъзнават като виртуална игра, „Западен свят“ иска да ги накара да се почувстват част от истинско преживяване: всичко е представено не според оригинала, а според собствената репрезентация/представа за оригинала. Там именно играчът може да осъществи фантазиите си, защото живее в тях, в репрезентациите на собствения си идеал (Пак там). Проблемът според Селник е, че „виртуалното все повече и повече ни кара да забравяме какво е реално, отчасти като влияе на външния вид на реалността, но главно като се преструва на копие на реалността, докато всъщност копира фантазмена реалност“ (Пак там). Не само той, но и много други анализатори свързват съвременната виртуална реалност именно с понятието за симулакрум, така както го разбира Жан Бодрияр – като копие без оригинал, като образ, който няма връзка с реалността, като замяна на реалното със знаци на реалното.

Според Бодрияр съществуват различни степени на възпроизвеждане на реалността, крайната от които е именно симулакрумът: 1) основно отражение на реалността; 2) извращение на реалността; 3) имитация на реалност (където няма модел); и 4) симулакрум, който няма никаква връзка с каквато и да е реалност. Симулакрумът не е копие на реалното, но се превръща в самостоятелна истина – в хиперреално. Така хиперреалността е средата, в която се създават симулакрумите и която илюстрира неспособността да се разграничи реалност от симулация на реалността (Бодрияр 2019 [1981]).

И Умберто Еко, и Жан Бодрияр дават увеселителния парк Дисниленд като пример за подобна хиперреалност. За Бодрияр увеселителният парк е представен като детски магичен свят, който да ни накара да повярваме, че възрастните са другаде, в „реалния“ свят, т.е. той става основа за изграждане на идеята за това кое е „истинското“ (начина на живот на възрастните). В сходен контекст Умберто Еко описва в есето си *Travels in Hyperreality* (Еско 1986 [1973]) наблюдения от пътуването си до САЩ върху имитации и реплики в различни музеи и тематични паркове. Говори за Дисниленд като за създаден „абсолютно реалистичен“ парк, а за съвременната култура – като пълна именно с такъв тип увеселителни и тематични среди, реалистични фабрикации, целящи да създадат нещо, което дори е по-добро от реалното. Имитациите не са просто репродукции на реалността, а опит тя да бъде подобрена. За разлика от местата за забавление в рамките на самите градове, Дисниленд е пример за град, който имитира други градове: опитвайки се да мине за истински, той успява да се представи за реалност не подобно на съществуваща преди реалност (както при музеите например), а като реализирана фантазия.

Връзките на симулакрума с виртуалната реалност като репрезентация или имитация на реалността, както и с описаните по-горе фантазии за едно „по-добро“ тяло, които тя продуцира, могат лесно да бъдат проследени. И докато при постмодернистите идеята за симулакрум служи по-скоро за да наблегне, че „истинското“ се конструира дискурсивно спрямо „фалшивото“ или спрямо онова, което е „по-истинско от истинското“, то други философи наблягат на психологическите последици за човека от подобни фалшификати без референти.

Така например още Платон разкрива опасността от симулираната реалност за човека. Той разграничава три типа образи: образ ейдос (εἶδος) – вечен прототип, създаден от Божествения разум; образ ейкон (εἰκὼν, εἰκῶν) – копие, имитация, която обаче не скрива реалността и представлява нейно подобие (откъдето пък идва „икона“); и образ ейдолон – симулакръ, който е неверен двойник на оригиналния обект, зад който не стои реалност или който представлява извращаване, отклонение от същността, илюзия (εἰδωλον, откъдето идва и „идол“ на лат. ез.). В опит да различи същността от привидността, умопостигаемото от сетивното Платон търси чрез философията да се осигури победата на копията над симулакрите (вж. „Софистът“, Платон 2022), т.е. на онези неща, които не скриват и не изопачават същността на реалността.

Желанието на човека да опознава други, паралелни реалности е древно и е свързано с дълбока религиозна традиция на пребиваването на човешкия дух и душа в невидимото, откъдето да почерпят сила, мъдрост, вдъхновение и откъдето изобщо идва етимологията на понятието „виртуален“ (възможен, свързан с добродетел, сила, мощ). Съвременният феномен на виртуалната реалност обаче прилича много повече на Дисниленд. Подобно на посетителите в световноизвестния увеселителен парк, потребителят на виртуалната реалност влиза в светове, изградени от компютърни и маркетингови специалисти, художници, музиканти, психолози и други, т.е. в техните филми (в пряк и в преносен смисъл), като колективно въображаемо за „по-добра“ видима реалност. Анализът на откритите тематични категории на нейното представяне в Ютюб на свой ред ни показва кои са ценностните ориентири за действие, които самите създатели поставят, за да направят тази реалност да изглежда „по-добра“.

Както става ясно от анализа, в спецификите на подобен симулакрум се изграждат и идеите за любов и интимност във виртуалната реалност. Метавселената е тотализиращ проект, целящ масово потребление, зад който стои метанаратив, а именно прогресът като технологично преодоляване на ограниченията за човека (физически, социални и комуникационни). На този първоначален етап на развитие виртуалните светове се стремят да предложат дигитална симулация на всички форми на интимна опитност от реалния свят, но симулираната им същност прави процеса да се продава като по-лесен и най-вече като по-безопасен (на нивото на тялото, но и на нивото на чувствата).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представеното тук изследване проследи процес: как се установяват в културата норми (експлицитни и имплицитни) за осмисляне и изразяване на чувства и отношения на близост. Анализът улови този социален процес в момента на неговото конструиране – чрез конкретни практики, репрезентации и нормативност във всекидневната интимна комуникация на български младежи и като част от специфичен дигитален и хибриден (едновременно онлайн и офлайн) контекст на социализация.

По-широката перспектива на подхода на културните изследвания към изследователския обект позволи да се очертае цялостен културен контекст: както исторически (чрез поглед върху доминиращи форми на опитност в любовта и интимността, характерни за различни периоди), така и на съвременни тенденции в България като част от глобални промени, осмислени в ценностен и политически план.

Съществуващите изследвания на предбрачните отношения в български контекст бяха разгледани едновременно като архив за доминиращи практики и като репрезентации, идеологически рамкирани от различни исторически епохи. Очертаха се изследователски въпроси, които са наложителни и днес: какви са конкретните специфики на съвременните интимни връзки, онлайн и офлайн; защо именно те са характерни за настоящия исторически момент спрямо друг набор от възможности. Анализът отчете взаимовръзката между социалното въображаемо като мощен инструмент за конструиране на реалността, както и индивидуалните и колективни идентичностни стратегии на младежите спрямо това въображаемо в конкретиката на всекидневните им действия.

Изборът на такъв подход към темата ми се стори важен не само поради интереса ми към теории със среден обхват, конструирани въз основа на откритията от самото теренно изследване, но и поради наблюдаваната днес тенденция темата за любовта и интимността между мъжа и жената да бъде аналитично маргинализирана за сметка на фокус върху други теми от полето на интимните взаимоотношения. Историзирането на тези въпроси също се изправи пред сходен проблем: от една страна, за българския контекст са налични малко теренни изследвания и ограничени архивни източници от популярната култура, по които да съдим за конкретно масово разбиране за предбрачния интимен живот в дадена епоха, както и слаб фокус върху темите на всекидневието, където се разгръщат любовните отношения; от друга страна, всички тези въпроси и съответните им интерпретации са силно идеологизирани, което наложи да бъдат четени и осмислени като такива.

Популярната култура бе представена като носител на променящи се във времето политики на интимност и част от любовната социализация на младежите наред с други фактори, например ролята на семейството, училището и връстниците. Анализът подчерта пропагандния потенциал на популярната култура и силата ѝ да нормализира за масовата публика определени визии за любовта и интимността, които доскоро са били по-скоро авангардни практики сред определени социални кръгове. Политическият залог на популярната култура бе разгледан чрез характеристиката ѝ да бъде благоприятна среда за процеси на преобразуване на табуизирани културни форми в „безопасни“, както и като част от политиката на видимост и свързаните с нея възможности за колективно и индивидуално идентичностно позициониране.

В конкретика популярната култура бе разгледана като културен терен за конкуриращи се в последните години модели на интимност, които определих като „романтичен“ и „постромантичен“. Анализът показва постъпателното отпадане на водещите романтични репрезентации и изобщо на доскоро приписваната на популярната култура функция да „омагьосва“ любовта. Постромантичният модел бе представен като специфично усилване на характерни за романтичния модел тенденции – например интензифициране на романтичния акцент върху индивидуални критерии за любов и близост, за разлика от характерни за предишни епохи наиндивидуални критерии на съотнасяне към любовта. Стана ясно, че постромантичният модел има водещо място дори сред общности в България, считани за по-затворени или с традиционалистки възгледи (например етнически малцинства или общности от по-малки населени места).

Голяма част от емпиричния материал свидетелства, че понастоящем можем да говорим за своеобразна синхронизация на доскоро разминаващи се практики и репрезентации, свързани съответно с романтичния или с постромантичния модел. Допълнително установихме, че борбата за символна доминация между тези модели не засяга само темата за сексуалността, както основно се наблюдава след сексуалната революция от 60-те години на XX век, а се разширява до предефиниране на репрезентациите за любов, любовна връзка и семейство, които доскоро оставаха по-резистентни на промяна.

Интерпретирам социалните мрежи, вайръл съдържанието и новите дигитални лидери на мнение инфлуенсърите като разширение на полетата и социалните актьори на популярната култура, която до този момент в медийните изследвания се свързва предимно с масовите медии. Това позволи анализът на образи на любов и интимност да разшири репертоара от популярни филми, сериали, песни и любовни романи, като обхване и по-актуални днес потребителски практики сред българските младежи, каквито са например представените ютюб подкасти, посветени на любовта, интимността и връзката, или „училището за флирт“ на пикап артистите.

Налага се изводът, че дискурсите за връзки и интимни отношения както в съветите на дигиталните инфлуенсъри, така и в тези на събеседниците им постепенно загърбват романтичните кодове за „единствения“ и „неповторим“

друг и за мъжко-женските роли във взаимоотношенията като роли на допълване, а в още по-голяма степен и като наиндивидуални критерии – например идеята за любовта като общ проект, а оттам и за двойката като най-малката и най-стабилна социална градивна единица (Alberoni 1981). Налице е отчетливо маргинализиране на теми като дълготърпение, отдаденост на другия и воюващата природа на любовта (в християнски смисъл – да воюваш за доброто на другия спрямо всяко нещо, което търси да го обладае и погуби). Изобщо на върност – такава, каквато я описва Георг Зимел, който подчертава огромното ѝ социологическо значение като основа за непроменимата структура на отношенията дори и когато чувството, което първоначално е породило тези отношения, се променя (Зимел 2014: 124).

Макар да изглежда на пръв поглед противоречиво, моделите на терапевтичната култура, на които наблягат инфлуенсърите в анализирания видеоматериали с цел да капитализират своето онлайн влияние, се свързват с ясни полови диференциации. Тези диференциации обаче не служат за утвърждаване на традиционни представи за романтично допълване на партньорите в неповторимо и незаменяемо цяло на двойката, а са мобилизирани в отчетлива реторика на „борба между половете“, характерна в много по-голяма степен за постромантичния модел. Адаптирането на подобни методи на терапевтичната култура, по същество „преводни“ от английски контекст, в българска среда може да бъде определено като завръщане към ясни граници на половите роли, но не в национална или традиционалистка парадигма, а напротив – през символния ресурс на глобални дигитални модели, които успешно комодифицират мъжко-женските отношения основно като конфликт. Очертаването на ясни разделителни линии между половете, което на пръв поглед може да изглежда свързано с еднопосочни процеси на традиционализиране, всъщност се съчетава с продажбата на различни дигитални механизми за повторно овластяване на мъжете (спрямо процеси на тяхното маргинализиране от страна на изцяло еманципираните във всекидневните си практики жени), но и на допълнително овластяване на жените (под формата на съвети за освобождаване от полови дискурсивни и визуални табуа при представянето на жената в общественото пространство).

Елементи от романтичния модел в дискурсите на дигиталните инфлуенсъри са налични в своеобразна носталгия, която тези лидери на мнението изразяват, по един или по друг начин, към отминало време, когато хората са успявали да бъдат „заедно“, в опозиция на днешното време, когато хората са „все по-самотни“. Тази носталгия остава обаче предимно под формата на дискурсивна романтика и не намира въплъщение като конкретни съвети за завръщане към предходни норми на поведение или като референции към поведенчески практики на предишни поколения. Семейни и родови модели почти не се споменават, а разказите на инфлуенсърите са в репертоара на постромантичния модел, чийто акцент остава върху личното удовлетворение.

Във всекидневната опитност на самите респонденти също се откроява малко на брой репрезентации от регистъра на романтичния модел. Доколко-

то ги има, романтичните представи са видими предимно при обсъждането на по-обща въпроси – например в определенията на младежите за любовта, и много по-рядко при описанието на конкретни младежки практики. В ежедневието на българските младежи „разомагьосването“ на любовта (Ilouz 1999) не е свързано изцяло с деромантизиране на представите им. Все още личните чувства и усещания са много важни и се мислят като основни конструкти на любовта. Съобразяването с тези чувства дори се усилва, без да се отчита техният често вариращ във времето характер. Процесът на деромантизиране препраща отново към чувствата като водещи за конструирането на връзката, но същевременно отменя големите обяснителни концепции зад тях, наследени от по-стари модели, като например елементи от християнската традиция в романтичната любов. Любовта остава мислена като умение на личността, но акцент се поставя все по-често върху умението на личността да обича себе си и индивидуално да се реализира чрез любовта към другия.

Много често тези идеи за любовта са психологизирани и стават интегрална част от терапевтичната култура и новите социални актьори в нея, които заместват традиционните сватовници – роднини от местната общност. Авторитетът на значимите възрастни и общественото мнение днес е иззет от обърнатата към индивидуалните нужди професионална експертиза на мачмейкърите, от успешно продаваемия опит на лидери на младежите като майсторите свалячи, от посредническата роля на приложения за запознанства като Тиндър или на виртуалната реалност. Анализът показва, че тези нови социални актьори са част от дигитални общности със специфични механизми за натрупване на дигитално влияние. Усещането да бъдеш отворен към любовта и готов за обучение става също толкова важно, колкото и самият обект на любов. Доверяването на експертите се разглежда като морална позиция, а провалът в отношенията се възприема като лична липса на готовност, незрялост и скептицизъм по отношение на любовта.

Наблюдаваните на този етап процеси на детрадиционализация и ретрадиционализация на половите роли потвърдиха представения в началото на книгата теоретичен модел на Никлас Луман: всяка форма на любовната семантика се появява сред социокултурни сътресения – като техен резултат, но и същевременно подготвяйки бъдещи промени. Именно под натиска на актуални социални проблеми семантиката на интимността се трансформира, за да увеличи вероятността за успех на комуникация, която предишни семантики вече не могат да подсиgurят (Luhmann 1986). Неслучайно представянето на тези въпроси в книгата включи описание както на начини за мислене на интимността, залегнали в основата на романтичния модел за любов, така и на културно-исторически представи, които го проблематизират и днес водят до все по-хибридни модели на конкуриращи се образи. Именно тези хибридни модели предвещават бъдещи социални промени, които тепърва отварят поле за нови изследвания.

Подобни предизвикателства пред съвременните форми на социална структурираност на любовта и интимността са видими и за моите респонденти. Усе-

щането им за неконтролируемо ускорение на определени процеси не води до желание за изключване от дигиталното пространство. Налице е по-скоро разширена територия на интимните практики, закономерностите при която тепърва следва да бъдат по-внимателно анализирани.

Отчитайки динамиките на цялостното медийно потребление на избраната за изследване група, както и сложната синхронизация между реално и виртуално, емпиричният материал позволи по-общо да проследим как днес се дигитализират различни преддигитални форми на предбрачно общуване, а и как се създават нови форми, специфични само за дигиталната среда. Оказа се например, че дигитализираната предбрачна ритуалност разгръща свои начини за обозначаване на традиционни ключови етапи от взаимоотношенията, такива като флирт, обяснение в любов, обмяна на интимни съобщения, публична театрализация на връзката, ревност, раздяла. Анализът установи, че дигиталното пространство служи като ресурс на няколко нива. От една страна, осигурява техническите възможности и модели за общуване в рамките на младежката група. От друга страна, предлага опции за показване на различен интензитет на отношенията. От трета, създава цялостна комуникационна среда – изграждането на интимни отношения зависи и от връзките между самите приложения и устройства за информация и комуникация. От четвърта, свързаността в дигиталната мрежа е винаги част от сложна синхронизация между жестове и норми на почти симултанни виртуални и физически отношения.

Новата медийна инфраструктура създава условия за промяна основно в периода на флирта, например в контекста на неизтриваема биографичност в социалните мрежи, която прави опознаването по-бързо и същевременно го дее-ротизира. Подобна неизтриваема биографичност на любовните отношения е пряко обвързана и със социалните тенденции за нормализиране на модела на чистата връзка и особено за нормализиране на публичния разказ за дългата любовна опитност на жената преди брака.

Самата характеристика на дигиталната среда, свързана с възможността за непрестанено общуване, създава и нови норми на интимна комуникация – пространствени, времеви, стилови и т.н. Трансформират се начините за изразяване на силна емоционална въвлеченост във връзката: чрез специфични форми на постоянен контакт, визуализирано отсъствие, споделено медийно потребление (например момичето и момчето от дадена двойка пускат филм в една и съща секунда и му се наслаждават заедно, макар и физически разделени), както и чрез форми на изцяло дигитална заедност (например любовните романтични срещи на аватари в Second Life се състоят в прекарване на часове в танци на общо виртуално място, а в метавселената същите тези аватари имат възможност за вечеря „на Луната“). Като крайна форма на подобни общувания открийхме практики във виртуалната реалност, в които се създава връзка между дигитални аватари, хората зад които никога не са се виждали на живо, но и нямат такава крайна цел, както и връзка между аватар, зад който стои реален човек, и аватар, зад който стои изкуствен интелект.

Новата медийна среда обуславя и специфични изяви на ревност и контрол над другия, както и на раздяла, включваща битка между бивши партньори за дигиталните следи, оставени от двойката.

Стана ясно, че за младежите социалните мрежи са публична арена, на която се градят личностна и колективна идентичност пред въобразени аудитории. Теренното изследване откри форма на интимност, която е едновременно младежко центрирана и изнесена навън, приобщаваща трети страни в частното пространство, и която най-точно може да бъде определена като дигитална интимност на сцена. Това е специфичен за дигиталното пространство вид публична интимност, при която частното е публично достъпно за конкретни аудитории с цел по-добро разбиране и оценностяване на себе си и на себе си във връзка, което включва реакциите (въобразени или реални) на другите, за да се постигне по-богато и наситено усещане за интимност. Понятието на Дана Бойд за мрежови публики описва добре основанията на подобен тип публична интимност. Бойд показва ангажирането на младежите с публичен живот в социалните мрежи не като отхвърляне на личното пространство, а като специфична форма на неговото управление (Boyd 2014).

Предвид констатациите, че дигиталната любов включва непрекъснат процес на „валидиране“ (символно признание от другите), различните онлайн пространства – Фейсбук, Инстаграм, Снапчат, Месинджър, Дискорд и ТикТок – бяха интерпретирани като арени за публично изразяване на интимността: пространства на взаимодействие, възмездие, социализация и контрол. Анализът показва, че всяка онлайн платформа носи различно символно значение за връзката, употребява се по своеобразен начин и е преобладаващ комуникационен канал на отделен етап от развитието на чувствата. Честотата на комуникацията онлайн и типът съобщения са в пряка корелация със съществуването и степента на интензивност на любовните отношения. Синхронизираното дигитално присъствие в различните платформи позволява любовният дискурс да се изгражда като кодово послание, разбираемо на няколко нива от по-широка аудитория, в зависимост от степените на близост спрямо любовната двойка.

Изследването установи, че пряк резултат от преносимостта на устройствата за информация и комуникация е частичното размиване на институционалните разграничения между различните дейности и поведенчески норми, характерни за публичното и частното, и то в полза на неформалната комуникация. Онлайн общуването на респондентите съдържа много от характеристиките на устната комуникация (включително „накъсано“ присъствие в няколко комуникационни ситуации едновременно, жаргонно изразяване и бързо продуциране на съдържание).

Макар и предимно за контакти с връстници, дигиталното пространство е ясно отграничено като съвкупност от публични арени, на които индивидът или двойката търсят символно признание пред въобразена аудитория. В това се крият и специфичните опасности и страхове на респондентите, които можем да определим като форми на комуникационен дисбаланс (свързани с вида на

виртуалното тяло – дали присъства прекалено много, твърде малко, в неподходяща форма; с неравнопоставеност в процеса на общуване – предвид ясната нормативност, която има строги комуникационни правила за изразяване на реципрочност и интензивност на връзката; или с форми на дигитално наказание – публично унижение на другия при разваляне на отношенията и т.н.). Неслучайно едни от основните социални притеснения за злоупотреби в дигиталното пространство са свързани със самата дигитална изява на личната и колективната идентичност: неизтриваема биография, непрестанно визуализирано отсъствие, постоянна възможност за следене и контрол, достъп на поне няколко социални актьори до публичната театрализация на връзката (включително на раздялата), злоупотреба с фалшива дигитална персона и т.н.

Интервютата с младежите показваха, че необходимостта от заявяване на двойката на дигиталната сцена често се възприема като част от специфични комуникационни форми на борба за власт именно в полето на признанието (например като конфликт относно промяната на статуса на „обвързан“ във Фейсбук или като борба за това кой първи ще интерпретира причината за развалянето на отношенията пред широката дигитална публика). Винаги присъстващото виртуално тяло прави любовта дискуссионна и постоянно тествана. Така борбата за власт минава именно през възможностите за взаимен контрол над виртуалното тяло на другия, а специфичните арени на интимност се превръщат в места за проверка на „чистотата“ на връзката и за търсене на равна ангажираност в нея. Неслучайно активността е най-силна в началото и в края на връзката, когато именно се изясняват подобни отношения. Самата специфика на онлайн средата прави по-трудно да се скрият различни форми на трансгресия в любовта, тъй като всеки индивид се движи в приятелска мрежа, която също е в процес на непрекъснат контакт и визуализация, и може да запази и да сподели сред своите мрежи съдържание, което първоначално е било замислено като строго интимно.

Според Дана Бойд социалната медия предлага тип публично пространство, насочено към младежите, което често е недостъпно по друг начин (Boyd 2014: 19). Дори и младежите да са мотивирани да се включват в мрежовите публикации, за да задоволят характерни и преди появата на интернет желания, дигиталните технологии отиват отвъд обществената екосистема и по този начин засягат социалната динамика, свързана с нея (Пак там: 10). Както видяхме от цитираните за България статистически данни, родителите се оказват много по-строги към децата си що се отнася до действия в офлайн пространството, отколкото до такива в онлайн пространството, което означава, че възприемат като потенциални заплахи предимно физически заплахи и много по-малко заплахи от влияние (психологическо, идеологическо, поведенческо). Що се отнася до потребление в социалните медии, все още липсва обострено съзнание за необходим контрол от страна на родителите, учителите и други значими възрастни, както и по-широко – за преосмисляне на формите на регулация на личния и публичния живот на младежите, както и на хибридният модел на дигиталната интимност на сцена. На този етап дигиталното пространство и в частност интимните практи-

ки на младежите, опосредени от него, са свързани с високо ниво на еманципация от света на възрастните и с ясно развита хоризонтална култура на пренос на знания, ценности и модели на поведение.

На свой ред възприемането на дигиталното пространство като свободно хоризонтално пространство за поколенческа изява, извън контрола на други поколения или на институции, води до формиране на нормативност, която може да бъде четена и интерпретирана предимно поколенчески.

Представените количествени и качествени данни за младежките репрезентации и практики в интимността ясно илюстрират тенденции към еманципиране от родителите, семейните и родови очаквания и ценностни нагласи, както и от традиционни демографски разделителни характеристики.

Социалният статус, етническата принадлежност и образованието не предопределят различен достъп до дигитализираните възможности и практики в любовта. Това не води непременно до преодоляване на традиционните принципи на хомогамията във връзките (по етнически, образователен или социален критерий), а по-скоро до възможности за прекриване на норми на поведение в интимността, табуизирани от местните общности, и до сближаване на практиките на младежи от различни социални прослойки в унисон с масовите практики за страната, включително в най-нови варианти като модерните форми на заедност „приятели с привилегии“. Подобни заключения важат и по-общо на национално ниво – емпиричният материал показва липсата на каквито и да било референции към национални специфики при осмислянето на темата за любовта и интимността.

Констатациите на Ева Илуз, че старите неравенства между половете се пресъздават в новите дигитални пространства (Illouz 2007), а асиметрията е свързана със символното насилие при модерната любов, при което предимно мъжете държат правата върху признанието и обвързването (Illouz 2012), бяха частично оспорени по отношение на съвременния български контекст. Регистрираното усещане както на респондентите от теренното изследване, така и на наблюдаваните български инфлуенсъри бе по-скоро, че двата пола се позиционират на новите дигитални сексуални полета чрез сходни ресурси за постигане на успехи в интимността и в утвърждаване на социалния си статус.

С най-голямо социологическо значение за очертаването на демаркационни линии се оказва населеното място на респондентите. Животът в големия град или на село не е свързан със съществени разлики в интимните практики на младежите, но откроява различни функции на дигиталното пространство. Очертаха се две различни логики за употреба на социалните мрежи в зависимост от размера на населеното място. В малкия град социалните мрежи създават скрито интимно пространство като алтернатива на публичното пространство, докато в големия град те са по-скоро сцена за възпроизвеждане на интимното на публично място. И двете логики илюстрират по различен начин способността на социалните мрежи да създават паралелна онлайн среда за постепенно разграничаване от патриархалните модели.

Дигитализацията е амбивалентен като всеки друг социален процес, зависим както от мотивите и целите на създателите на самите технологии, така и от тези на потребителите. Техническите нововъведения подпомагат поддържането на връзки от разстояние, придобиват нормативно значение за честотата на показване на комуникационна близост, въвличат трети страни като свидетели, а ако е необходимо – и като съдници на интимността в двойката, подпомагат утвърждаването на личната и колективната идентичност през специфични умения и начини да се обича. От друга страна, новите технологии дееротизират откриването на другия и очакването в любовта, защото неимоверно ги скъсяват времево, позволяват по-голям контрол върху присъствието и отсъствието на любимия/любимата, водят до заместването на физическата заедност с виртуална. Във всички случаи по един или по друг начин поставят интимността на сцена. Дигиталната сцена може да бъде разглеждана не само в технологичен план, но и в социален – като конкретно поле за социални практики, което отразява доминиращи представи за любовта и интимността. Емпиричните изследвания на тази сцена показват най-общо представите на младежите за това как любовта трябва да бъде комуникирана (към любимия, но и към въобразените публики, пред които индивидът се представя чрез нея).

Дигитализацията сама по себе си не може да променя представите за любов и интимност и конкретните им проявления в обществото, тъй като те по същество са въпрос на индивидуален и колективен ценностен избор. Като медийна среда обаче дигиталното пространство може да опосредява представите за любов, като отразява и едновременно подпомага или възпрепятства развитието на определени проявления в интимната сфера. Както видяхме в главата, посветена на любовта и интимността във виртуалната реалност, днес самата технология се еротизира и предлага нови форми на интимност, които биват легитимирани предимно като „по-безопасни“ (не само във физически, но и в емоционален план). Това е само част от по-широка тенденция новите информационни и комуникационни средства да се предлагат като „средство за лечение“ на нарастващото усещане за липса на истинска близост между хората и ширеща се самота. Публичните дискурси за легитимиране на дигитализацията на любовта служат като огледало – технологичния отговор – на социални констатации изобщо за проблемите в сферата на интимността.

ЛИТЕРАТУРА

- Ай, К.-Л. (2013). Макс Вебер и сексуалната революция в Германия около 1900 г. – В: Деянов, Д., Т. Карамелска, С. Събева, Х. Тодоров (съст.). *Чужденецът и всекидневието. Сборник, посветен на 60-годишнината на Кольо Коев*. София: НБУ, 112–134.
- Александрова, А. (2018). Медийният човек в търсене на любовта. Онлайн запознанства и изграждане на идентичност. – *Медialog*, 4, 34–48.
- Александрова, Е. (2019). *Женски джендър роли в българското интернет пространство: маркетингови и културни модели*. Софийски университет, ФЖМК: Докторска дисертация под научното ръководство на Орлин Спасов. София: НАЦИД.
- Александрова, Н. (2015). Любовта и безстрашието в биографичните разкази за Ана Вентура. – В: Колева, Д. (съст.). *Любовта при социализма. Образци, образи, табута*. София: Център за академични изследвания, 53–73.
- Антонова, Р. (2024а). Младежки наративи за интимността – резултати от теренно изследване сред юноши в ромска общност. – *Критика и хуманизъм*, 60 (1), 191–212.
- Антонова, Р. (2024б). *Промениците се ромски общности*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
- Апостолов, Г., Л. Шахбазян (2015). Честота и въздействие на изживяването на междупличностно насилие и злоупотреба в интимните отношения между млади хора. (Тематично резюме 2: STIR, 2014). [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclef1ndmkaj/https://www.safenet.bg/wp-content/uploads/2015/05/stirbriefingpaper2bg.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgclef1ndmkaj/https://www.safenet.bg/wp-content/uploads/2015/05/stirbriefingpaper2bg.pdf), последно посетен на 08.12.2024.
- Аретов, Н. (2016). За смесените бракове и литературата. – *Marginalia.bg*, 29.11.2016. <https://www.marginalia.bg/za-smesenite-brakove-i-literaturata/>.
- Барова, В. (2017). *Субкултурната идентичност: поглед отвътре навън*. София: Парадигма.
- Безева, Р. (2019). *Любовта в социалните мрежи – практики, ритуали и норми*. Софийски университет, ФФ: Дипломна работа под научното ръководство на Ния Нейкова. София: Катедра История и теория на културата, СУ.
- Благоева, Е. (2010). Празници от Западна Европа и съвременната българска култура. – В: Бокова, И. (съст.). *Годишник на департамент Антропология*, 4. София: НБУ.
- Бодрияр, Ж. (2019 [1981]). *Симулация и симулакрум*. София: Тоденър Академи.
- Болгурова, Р. (2018). Мобилните приложения за запознанства: новият Купидон в телефона. – *Семинар BG*, 17.
- Булевард България (2020). Феноменът 11/11: Как Денят на самотните сърца в Китай се превърна в шопинг чудо, 10.11.2020. <https://boulevardbulgaria.bg/articles/fenomenat-11-11-kak-denyat-na-samotnite-sartsa-v-kitay-se-prevarna-v-shopping-chudo>.
- Бурдийо, П. (1998). *Мъжкото господство*. София: ЛиК.
- Бъчварова, Р., А. Гълъбов, М. Мирчев (2008). *Различното поколение. Младежта на България на прага на Европа*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
- Вачева, А., Н. Папучиев (2022). Образи на Прехода: механизми на словесно и визуално стереотипизиране на социалните процеси. – *Годишник на АКСЛит*, 10. <https://>

calic-bg.eu/conferens/vice-versa/143-obrazi-na-prehoda-mehanizmi-na-slovesno-i-vizualno-stereotipizirane-na-sotzialnite-protzesi-2.html.

- Венков, Н., Г. Байчева (2016). Семейни отношения. Резултати от етнографско изследване на общностите в кв. Столипиново [пилотна фаза]. 40–49. Пловдив: За Общинска фондация Пловдив 2019. <chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://plovdiv2019.eu/data/fms/Documents%20General%20Plovdiv%202019/stolipinovo%20BG.pdf>.
- Георгиев, Е., П. Кънчев, М. Хайдиняк, Г. Апостолов (2016). Родителска подкрепа за развитие на дигиталните умения на децата. Национално представително изследване „Децата на България онлайн“. <chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://www.safenet.bg/wp-content/uploads/2015/05/parental-support-bg4.pdf>.
- Георгиева, В. (2018). Болница за любов. – *Семинар_BG*, 17.
- Георгиева, Р. (2024). Социално-икономически фактори, влияещи върху различните практики на дигитална интимност на младите хора (18–24-годишни) в България. – *Критика и хуманизъм*, 60 (1), 173–190.
- Гофман, Ъ. (2000 [1956]). *Представянето на Аз-а във всекидневието*. София: Издателска къща „Петър Берон“.
- Гончарова, Г. (2018а). *Политики на „поколението“. Генерационни деления в България през втората половина на XIX и началото на XX век*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
- Гончарова, Г. (2018б). Романтическите увлечения на социалистическите личности. – *Семинар_BG*, 17.
- Гочев, Н. (2015). За любовта, робите и свободата. – *Антропос*. <http://www.memoriabg.com/2015/11/30/za-liubovta-robite-i-svobodata/>, последно посетен на 01.06.2023.
- Гочев, Н. (2013). Платоническа любов. Пирът на Платон. АРИСТЕА. <https://www.aristeabg.com>, последно посетен на 01.06.2023.
- Даскалова, К. (2010). Женската идентичност: норми, представи, образи в българската култура от XIX – началото на XX век. – *Балкански идентичности*. <https://balkansbg.eu/bg/content/b-identichnosti/135-zhenskata-identichnost-normi-predstavibrazhi-v-balgarskata-kultura-ot-xix-nachaloto-na-xx-vek.html>, последно посетен на 01.06.2023.
- Денкова, Л. (1999). *Философският ерос*. София: Рива.
- Дечева, В. (2015). Любов и драма: драматургични и сценични парадигми. – В: Колева, Д. (съст.). *Любовта при социализма. Образци, образи, табута*. София: Център за академични изследвания.
- Димитрова, Д. (2017). Не ни пука за любовта. Проект „Дигитален Антистатик“. *НФ „Култура“*. <https://antistaticfestival.org/ne-ni-puka-za-lubovta/>, последно посетен: 02.10.2023.
- Димов, В. (2019). *Музиката за народа на медийния фронт (Меката власт на народната и популярна музика в социалистическа България)*. София: СУ „Св. Климент Охридски“.
- Динкова, М. (1997). *Бракът като представа, ценност и реалност*. София: АССА-М.
- Дичев, И. (2005). *Пространства на желанието, желания за пространство. Етюди по градска антропология*. София: Изток-Запад.
- Дичев, И., О. Спасов (съст.) (2009). *Новите млади и новите меди*. София: Институт „Отворено общество“.
- Дьо Ружмон, Д. (2003 [1939]). *Любовта и Западът*. София: ЛиК.

- Евростат (2019). Бракове, бракоразводи и раждания в България в началото на 21 век (Цитирани данни от НСИ, 2015). https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Marriages_and_births_in_Bulgaria/bg&direction=prev&oldid=429323, последно посетен на 05.12.2024.
- Еленков, И. (2014). Идеологията и всекидневието на комунизма. – *Култура*, 27.11.2014. <http://kultura.bg/web/идеологията-и-всекидневието-комун/>, последно посетен на 08.02.2023.
- Еленков, И., Д. Колева (съст.) (2010). *Детството при социализма. Политически, институционални и биографични перспективи*. София: Рива.
- Захова, С. (2016). Изследване на социални норми, които възпрепятстват достъпа на ромските момичета до образование УНИЦЕФ, България.
- Зимел, Г. (2014). *Фрагментарният характер на живота (есета)*. София: Критика и хуманизъм.
- Иванова, Р. (2007). Свети Валентин vs. Св. Трифон или две в едно. – *Гласник Етнографског института САНУ*, 1, 91–102.
- Карамелска, Т. (2023). *Вярвай, но не религиозен. Български контексти на холистичната спиритуалност*. София: НБУ.
- Кирова, М. (2003). Любовта през Възраждането. – *Култура*, 3 (2523), 17.01.2003. <https://newspaper.kultura.bg/bg/article/view/7815>, последно посетен на 08.02.2023.
- Колева, Д. (съст.) (2015). *Любовта при социализма. Образци, образи, табу*. София: Център за академични изследвания.
- Колева, Д., В. Георгиева (съст.) (2010). Младежки субкултури. – *Семинар_BG*, 3, <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy3.html>, последно посетен на 05.12.2024.
- Коцева, Т., Е. Димитрова (2024). Уязвимата интимност: рискове и несигурност в интимните отношения на младите хора в България. – *Критика и хуманизъм*, 60 (1), 47–77.
- Коцева, Т., Костова, Д. (2007). *Младите хора и интимността в условията на социална промяна*. София: АИ „Проф. М. Дринов“.
- Кьосев, А. (2000). Частният живот на публичния език. Метафори на семейството и агресията в българските медии. – В: Лозанов, Г., Л. Деянова, О. Спасов (съст.). *Медии и преход*. София: Център за развитие на медиите.
- Лилова, Д. (2011). Литературата онлайн: подривните практици на фенфикшна. – *Семинар_BG*, 6.
- Льобон, Г. (2002 [1895]). *Психология на тълпите*. София: Жарава.
- Манхайм, К. (2016 [1928]). Проблемът за поколенията. – *Социологически проблеми*, 1–2, 167–213.
- Маринов, И. (2016). Вярата, която Христос хвалеше. – *Християнство и култура*, 12 (117), 63–72.
- Методиев, К. (2010). Младежта в навечерието на демократичните промени – проблемите като отправна точка към специфични поколенски черти на българския преход. – *Минало*, 2, 77–87.
- Минева, М. (2022). „Да не излиза“ или популярната култура като поле за експериментални практики. – *Семинар_BG*, 21.
- Митев, П.-Е., Б. Попиванов, С. Ковачева, П. Симеонов (2019). *Българската младеж 2018/2019*. София: Фондация „Фридрих Еберт“.
- Митев, П.-Е. (2016). *Българите: социологически погледи*. София: Изток-Запад.
- Митев, П.-Е., С. Ковачева (2014). *Младите хора в европейска България – социологически портрет 2014*. София: Фондация „Фридрих Еберт“.

- Митев, П.-Е. (2005). *Новите млади: Българската младеж и европейската перспектива*. София: Институт за социални ценности и структури „Иван Хаджийски“.
- Митев, П.-Е. (1988). *Младежта и социалната промяна*. София: Народна младеж.
- Национален център за безопасен интернет, Маркетлинкс (2016). Онлайн поведение на децата в България. Основни изводи от национално представително изследване (в сравнение с изследването „Децата на ЕС онлайн“ от 2010 г.). София.
- Нейкова, Н., С. Колева (2022). Да живее Ютюб! По пътя към поп-културната политика. – *Семинар_BG*, 21.
- Нейкова, Н. (2020). Чистота и опасност в медиите. Форми на медиен боклук и стратегии за рециклиране. – *Социологически проблеми*, 52 (1), 143–165.
- Нейкова, Н. (съст.) (2018). Алгоритми на любовта. – *Семинар_BG*, 17.
- Нейкова, Н. (2015). *Мобилни фантасмагории. Телефонно въображаемо и младежки телекултури*. София: Фондация „Медийна демокрация“.
- Ненова, Г. (2024). Социологическите подходи към интимността – в търсене на теория на средно равнище. – *Критика и хуманизъм*, 60 (1), 13–33.
- Ненова, Г., И. Василева (2024). „Токсичната връзка“ в пресечната точка на търсенето на „себе си“ и на равенство: употреби на категорията „токсичен“ в разказите на младите хора за интимността. – *Критика и хуманизъм*, 60 (1), 95–121.
- Ненова, Г., Т. Коцева, В. Димитрова (съст.) (2024). Интимност – практики, дискурси и политики. – *Критика и хуманизъм*, 60 (1).
- Николчина, М. (2014). Деви, рицари, кралици. Любовта в литературата на Средновековието и Ренесанса. Пловдив: Жанет-45.
- НСИ (2023). Лица, регулярно използващи интернет (всеки ден или поне веднъж седмично). 08.12.2023. <https://www.nsi.bg/bg/>, последно посетен на 05.12.2024.
- НСИ (2022). Население и демографски процеси през 2021 година. chrome-extension://efaidnbmnnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Population2021_6IY8TD4.pdf, последно посетен на 05.12.2024.
- НСИ (2022). Сключени бракове през 2023 г. по местоживеење и възраст на встъпилите в брак лица. 08.12.2023. <https://www.nsi.bg/bg/>, последно посетен на 05.12.2024.
- НСИ (2020). Лица, регулярно използващи интернет (всеки ден или поне веднъж седмично). 11.12.2020. <https://www.nsi.bg/bg/>, последно посетен на 05.12.2024.
- Ортега-и-Гасет, Х. (2015 [1930]). *Бунтът на масите*. София: БАРД.
- Пампоров, А. (2009). Кризата на брачната институция в България, фамилизмът и новите семейни форми. – В: Фотев, Г. (съст.). *Европейските ценности в днешното българско общество*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
- Пампоров, А. (2006). *Ромското всекидневие в България*. София: Международен център за изследване на малцинствата и културните взаимодействия.
- Паницидис, Х., Д. Божков (съст.) (2015). *Еротичното и философската рефлексия*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.
- Паунова, С. (2003). Формирането на бъдещия социалистически гражданин. Опит върху примера на ДПО „Септемврийче“. – *Социологически проблеми*, 1–2, 208–216.
- Пашова, А. (2004). *Смесените бракове – модел на етническа и религиозна толерантност (автобиографии и изследвания)*. София: Сема РШ.
- Петров, М. (2013). Образи на интимност: любов и полови роли в българската популярна култура от 90-те години на XX век. – *Годишник на Софийски университет „Св. Климент Охридски“*, Книга Социология, 104, 46–58.
- Петрова, С. (2018). Стратегии за справяне с „излишните“ образи: Snapchat. – *Пирон*, 15.

- Платон (2015). *Пир (диалог)*. София: Изток-Запад.
- Платон (2022). *Софистът (диалог)*. София: Нов български университет.
- Плотин (2005). *Енеади*. София: Изток-Запад.
- Попова, Г. (2010). Жизнерадостният аскетизъм в представите за любовта и еротиката в социалистическа България. – *NotaBene*, 15.
- Попова, Г. (2009). Диктатът на фантазмите – „идеалните“ образи, моделирането на „женското“ тяло и неосъщественият бунт. – *NotaBene*, 11.
- Попова, Ж. (2019). Музикантите като фенове на публиката. Образи на концертната публика и медийната аудитория. – *Медialog*, 6, 30–47.
- Радев, И. (2002). *Любовните истории и авантюризмът на българина*. Велико Търново: Слово.
- Рашева-Йорданова, К. (2014). Изследване на факторите, влияещи върху употребата на интернет от населението (резултати от емпирично изследване). – В: *Сборник с доклади от Научен семинар на УниБИТ „Нови информационни технологии в образователния процес“*. София: За буквите.
- Роза, Х. (2015). *Ускоряване. Промяната на времевите структури в модерността*. София: Критика и хуманизъм.
- Росса, Б. (2022). Жената като носителка на бунта в българското социалистическо кино. – *dVERCIIA*, 14.
- Симеонова, Л. (2020). *(Р)еволуцията на инфлуенсърите*. София: Фабер.
- СОВА 5 (2023). Количествено изследване. Проект „Култури, практики и рискове на интимността на младите хора в България“ към Фонд „Научни изследвания“, научен ръководител Гергана Ненова (СОВА 5, ноември – декември 2023).
- Соловьев, В. (2002 [1894]). *Смисълът на любовта*. София: Захарий Стоянов.
- Спасов, Н. (2015). Пазарят ромските булки и по интернет. – Труд, 29.08.2015. <https://trud.bg/article-4948532/>, последно посетен на 05.12.2024.
- Спасовска, Л. (2000). *Променияният се брак в България*. София: АИ „Проф. Марин Дринов“.
- Станева, К. (2016). За маргинализираните гласове и езици на Българското възраждане. – *Литературна мисъл*, 3, 3–17. София: Институт за литература – БАН.
- Станева, К. (2006). Фрагменти от любовния дискурс на Българското възраждане. Христо Ботев и Константин Миладинов. – *LiterNet*, 5.
- Станоева, Е., Т. Джунс (съст.) (2014). Младежки култури на социализма и постсоциализма: лайфстайл, конформизъм и протест. – *Критика и хуманизъм*, 43 (1–2).
- Стефанов, В. (2016). *Поетика на любовта*. София: Издателска къща Авлига.
- Стоянов, М. (2024). Женско тяло и мъжественост(и) в контекста на сексуалното насилие, основано на изображения (в България). – *Критика и хуманизъм*, 60 (1), 153–173.
- Студентски изследователски екип, ФЖМК (2019). Българските видеоблогъри в Ютюб: пет години по-късно (2014–2019). – *Медialog*, 5, 166–188.
- Тейлър, Ч. (2003). *Изворите на Аза. Формирането на модерната идентичност*. София: Сонм.
- Тит Лукреций Кар (1950). *За природата на нещата*. София: Наука и изкуство.
- Томашова-Иванова, Н. (2019). Митът за „Орфей и Евридика“ – скритата история. – *Еклектика*, 27.07.2019. <https://eklekti.com/mityt-za-orfei-i-evridika-skritata-istoriya/>, последно посетен на 05.12.2024.
- Флагман (2015). Ромски лидер иска да забрани интернет за младите циганки, лесно се лъжели и губили девствеността си, 22.03.2015. <https://www.flagman.bg/article/77617>, последно посетен на 05.12.2024.

- Хаджийски, И. (2002 [1936]). Любав и брак. Социално-психологическа студия. – В: Хаджийски, И. *Оптимистична теория за нашия народ*, 2. София: Изток-Запад.
- Хайдиняк, М., П. Кънчев, Е. Георгиев, Г. Апостолов (2016). Онлайн поведение на децата в България: рискове и вреди. Национално представително изследване 2016. chromeextension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://www.safenet.bg/wpcontent/uploads/2015/05/risks_harm-bg.pdf.
- Хесед (2022). Насърчаване на активно гражданство чрез гражданско образование и активно онлайн участие на младежи като ролеви модели. АСТПон (проект 2021–2024).
- Хоркхаймер, М., Т. Адорно (1999 [1972]). *Диалектика на просвещението. Философски фрагменти*. София: Гал-Ико.
- Христов, П. (2019). Брачен обмен. – *Българска етнография*. <https://balgarskaetnografia.com/jiznen-cikal/mladost-i-zryalost/brachen-obmen.html>, последно посетен на 07.02.2023.
- Христов, Т. (2018). Безопасни връзки. Управление на рискове и онлайн съблазняване. – *Семинар_BG*, 17.
- Христов, Т. (2008). Цифрови неравенства. – *Социологически проблеми*, 3–4, 149–157.
- Цветков, Л. (2015). Как се пазарува ромска булка. – *BTV Новините*, 14.04.2015. <https://bvtvnovinite.bg/galleries/romska-svatba.html>, последно посетен на 05.12.2024.
- Център за междуетнически диалог и толерантност „Амалипе“ (2011). Доклад „Превенция на ранните бракове“, изготвен в рамките на проект „Превенция на ранните/насилствени бракове“. DAPHNE III, Европейска комисия.
- Agger, B. (2004). *The Virtual Self. A Contemporary Sociology*. Oxford, UK: Blackwell.
- Ahuvia, A., M. Adelman (1992). Formal intermediaries in the marriage market: A typology and review. – *Journal of Marriage and the Family*, 54, 452–463.
- Akrich, M. (1992). The De-Description of Technical Objects. – In: Bijker, W., J. Law (Eds.). *Shaping Technology/Building Society. Studies on Sociotechnical Change*. Cambridge: MIT Press.
- Alberoni, F. (1981). *Le choc amoureux*. Paris: Ramsay.
- Arbrun, C. (2021). Pourquoi l'amour est la nouvelle grande lutte féministe. – *Terrafemina*, 27.10.2021. https://www.terrafemina.com/article/relations-pourquoi-l-amour-est-la-nouvelle-grande-lutte-feministe_a360588/1#:~:text=L'amour%20y%20est%20un,une%20vague%2C%20une%20%C3%A9nergie%22, последно посетен на 02.10.2023.
- Ariès, P. (1960). *L'enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime*. Paris: Plon.
- Badiou, A., N. Truong (2009). *Éloge de l'amour*. Paris: Flammarion.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press.
- Barley, S. (1986). Technology as an Occasion for Structuring: Evidence from Observations of CT Scanners and the Social Order of Radiology Departments. – *Administrative Science Quarterly*, 31 (1), 78–108.
- Baum, N. (2010). *Personal connections in the digital age. Digital media and society series*. USA: Polity Press.
- Bauman, Z. (2003). *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Z. (2005). Vivre dans la „modernité liquide“ (entretien avec Zygmunt Bauman, propos recueillis par Xavier de la Vega). – *Sciences Humaines*. https://www.scienceshumaines.com/vivre-dans-la-modernite-liquide_fr_5293.html, последно посетен на 05.12.2024.

- Beck, U., E. Beck-Gernsheim (1995). *The Normal Chaos of Love*. Cambridge: Polity Press.
- Bennett, A. (1999). Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste. – *Sociology*, 33 (3), 599–617.
- Bergeron, I. (2004). La formation des représentations de l'amour au Québec, dans la société néolibérale (Maîtrise). Montréal: Université du Québec.
- Bergström, M. (2019). *Les nouvelles lois de l'amour : Sexualité, couple et rencontres au temps du numérique*. Paris : La Decouverte.
- Bergström, M. (2016) (Se) Correspondre en ligne. L'homogamie à l'épreuve des sites de rencontres. – *Sociétés contemporaines*, 4 (104), 13–40.
- Bevan, J. L. (2013). *The Communication of Jealousy*. New York: Peter Lang.
- Bijker, W. E., J. Law (Eds.) (1992). *Shaping Technology / Building Society. Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge: MIT Press.
- Bobineau, O. (2011). La troisième modernité, ou « l'individualisme confinitaire ». – *SociologieS*. <http://journals.openedition.org/sociologies/3536>, последно посетен на 03.02.2023.
- Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. Paris: Minuit.
- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Minuit.
- Bourdieu, P., J.-C. Passeron (2016) [1964]. *Les Héritiers : Les étudiants et la culture*. Paris: Minuit.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated*. New Haven and London : Yale University Press.
- Boyd, D., N. Ellison (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. – *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210–230.
- Bozon, M. (2016). Premières amours. – In: Collectif. *L'amour*. Editions Sciences Humaines, 269–276.
- Brody, N., L. E. LeFebvre, K. G. Blackburn (2017). Post-Dissolution. Surveillance on Social Networking Sites. – In: Punyanunt-Carter, N. M., J. S. Wrench (Eds.). *The Impact of Social Media in Modern Romantic Relationships*. London: Lexington Books, 237–257.
- Brough, M., S. Shresthova (2012). Fandom meets activism: Rethinking civic and political participation. – *Transformative Works and Cultures*, 10.
- Buisson, G., A. Lapinte (2013). Le couple dans tous ses états. – *Insee Première*, 1435. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281436>, последно посетен на 05.12.2024.
- Casilli, A. (2010). *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité?*. Paris: Seuil.
- Cavell, S. (1981). *Pursuits of Happiness. The Hollywood Comedy of Remarriage*. Harvard: Harvard University Press.
- Cecchini, A. (2015). *Intimités amoureuses à l'ère du numérique*. Presses Universitaires Suisses: ALPHIL.
- Celnic, N. (2018). Why reading Umberto Eco explains Westworld (and other stories of the kind). – *Medium*, 14.09.2018. <https://nicolas-celnik.medium.com/why-reading-umberto-eco-explains-westworld-and-other-stories-of-the-kind-a6f516a3e6ad>, последно посетен на 05.12.2024.
- Chalvon-Demersay, S. (1996). Une société élective. – *Terrain*, 27, 81–100.
- Chambat, P., A. Ehrenberg (1991). Télévision, terminal moral. – *Réseaux Sociologie de la télévision (Hors Série)*, 143–170.
- Chambers, I. (1987). *Popular Culture: The Metropolitan Experience*. New York: Paperback.
- Charmillot, M., C. Dayer, M.-N. Schurmans, F. Farrugia (Eds.) (2008). *Émotions et sentiments : une construction sociale. Approches théoriques et rapports aux terrains*. Paris: l'Harmattan.

- CNRTL (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales) (2005). Culture. Etymol. et Hist. cnrtl.fr/etymologie/culture, последно посетен на 06.12.2024.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. – *American Journal of Sociology*, 94 (1), 95–120.
- Crawford, A., T. Smith (2022). Metaverse app allows kids into virtual strip clubs. BBC News. 23.02.2022. <https://www.bbc.com/news/technology-60415317>, последно посетен на 06.12.2024
- De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. T. I Les arts de faire*. Paris : UGE 10/18.
- De Singly, F. (2011). *Séparée. Vivre l'expérience de la rupture*. Paris: A. Colin.
- De Singly, F. (2003). Intimité conjugale et intimité personnelle: à la recherche d'un équilibre entre deux exigences dans les sociétés modernes avancées. – *Sociologie et sociétés*, 35 (2), 79–96.
- Delaney, T. (2007). Pop Culture : An Overview. – *Philosophy Now*, 64, 6–7.
- Demonceaux, S. (2014). S'aimer à l'heure du numérique : la relation conjugale à l'épreuve de l'hyperconnectivité. – *Sociologie et sociétés*, 46 (1), 125–143.
- Diter, K. (2019). *L'enfance des sentiments. La construction et l'intériorisation des règles des sentiments affectifs et amoureux chez les enfants de 6 à 11 ans*. Thèse de doctorat en Sociologie sous la direction de Muriel Darmon et Nathalie Bajos. Paris: Université Paris Sud.
- Donnat, O. (1994). *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*. Paris: Editions La Découverte.
- Dunavmost (2014). Мешерето ще забрани на циганите да ровят във фейсбук, 14.03.2014. <https://www.dunavmost.com/novini/meshereto-shte-zabrani-na-tziganite-da-rovyat-vav-feisbuk>, последно посетен на 06.12.2024.
- Ebersole, S. (1997). A brief history of virtual reality and its social applications. – *History of VR*. https://www.academia.edu/629431/A_brief_history_of_virtual_reality_and_its_social_applications, последно посетен на 11.08.2022.
- Eco, U. (1986 [1973]). *Travels in Hyperreality*. Orlando, Florida: Harcourt Brace Jovanovich.
- Emond, A. (2005). Le féminisme a-t-il tiré sur nos histoires d'amour? – *Journal Intime et Politique*, Hors-série. La vie en rose, 100–102.
- Eraly, A., M. Moulin (Eds.) (1995). *Sociologie de l'amour. Variations sur le sentiment amoureux*. Institut de Sociologie, Bruxelles : Éditions de l'Université Libre de Bruxelles.
- Eurostat (2020). 42% of births in the EU are outside marriage. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20200717-1>, последно посетен на 06.12.2024.
- Farrugia, R. (2013). *Facebook and Relationships: A Study of How Social Media Use is Affecting Long-Term Relationships*. Thesis, advisor Patrick Scanlon. Rochester Institute of Technology.
- Fekete, M. (2022). Confluent Love and the Evolution of Ideal Intimacy: Romance Reading in 1980 and 2016. – *Journal of Popular Romance Studies*, 11.
- Fenollol, H. (2022). Can We, As Humans, Really Create Connection In The Metaverse? – *Popular Mechanics*, 06.06.2022. <https://www.popularmechanics.com/technology/gadgets/a39728709/metaverse-social-platforms-connection/>, последно посетен на 06.12.2024.
- Fernandez, F., S. Lézé, H. Marche (Eds.) (2013). *Les émotions. Une approche de la vie sociale*. Paris: Editions des archives contemporaines.
- Ferris, A. L., S. Smith, B. Greenberg, S. Smith (2007). The Content of Reality Dating Shows and Viewer Perceptions of Dating. – *Journal of Communication*, 57 (3), 490–510.

- Fischer, C. (1992). *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*. USA: University of California Press.
- Fish, S. (2007). *Quand lire c'est faire. L'autorité des communautés interprétatives*. Paris: Les Prairies ordinaires.
- Fisher, H. (2006). *Pourquoi nous aimons?* Paris: Robert Laffont.
- Fletcher, G., J. Simpson, G. Thomas (2000). The Measurement of Perceived Relationship Quality Components: A Confirmatory Factor Analytic Approach. – *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26 (3), 340–354.
- Forbes, B. D. (2015). *Valentine's Day. America's Favorite Holidays*. Oakland, California: University of California Press.
- Foucault, M. (1976). *Histoire de la sexualité*. Paris: Editions Gallimard.
- Fournier, F. (1992). L'apparition du sujet amoureux en Occident : pour une théorie sociohistorique. Thèse de doctorat. Montréal: Université du Québec.
- Fox, J., K. M. Warber (2013). Romantic Relationship Development in the Age of Facebook: An Exploratory Study of Emerging Adults' Perceptions, Motives and Behaviors. – *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16 (1), 3–7.
- Fox, J., K. M. Warber, D. C. Makstaller (2013). The Role of Facebook in Romantic Relationship Development: An Exploration of Knapp's Relational Stage Model. – *Journal of Social and Personal Relationships*, 30, 771–794.
- Fox, K. (2004). *The Flirting report*. Social Issues Research Centre. Oxford : SIRC.
- Franiuk, R., D. Cohen, E. Pomerantz (2002). Implicit Theories of Relationships : Implications for Relationship Satisfaction and Longevity. – *Personal Relationships*, 9, 345–367.
- Fulk, J., Ch. Steinfield, J. Schmitz (1987). A social information processing model of media use in organizations. – *Communication Research*, 14 (5), 529–552.
- Furman, W., V. A. Simon (1999). Cognitive Representations of Adolescent Romantic Relationships. – In: Furman, W., B. B. Brown, C. Feiring (Eds.). *The Development of Romantic Relationships in Adolescence*. Cambridge: Cambridge University Press, 75–98.
- Gell, A. (1996). Amour, connaissance et dissimulation. – *Terrain*, 27, 5–14.
- Gerhard, J. (2005). Sex and the City. Carrie Bradshaw's queer postfeminism. – *Feminist Media Studies*, 5 (1), 37–49.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1993). *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Stanford: Stanford University Press.
- Glevarec, H. (2009). *La culture de la chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*. France: La Documentation Française. Questions de culture.
- Hall, S., T. Jefferson (Eds.) (1975). *Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain*. London: Routledge.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
- Hefner, V., B. Wilson (2013). From Love at First Sight to Soul Mate : The Influence of Romantic Ideals in Popular Films on Young People's Beliefs about Relationships. – *Communication Monographs*, 80 (2), 150–175.
- Héritier, F., M. Xanthakou (Eds.) (2004). *Corps et Affects*. Paris: Odile Jacob.
- Hirsch, J., Wardlow, H. (2006). *Modern Loves: The Anthropology of Romantic Courtship & Companionate Marriage*. Michigan: University of Michigan Press.
- Hommel, E. (2019). Représentations de l'amour et univers culturels juvéniles : réception des images de l'amour par les 8-13 ans. *Genre en séries : cinéma, télévision, médias*, 9.

- Illouz, E. (2019). *The End of Love: A Sociology of Negative Relations*. Oxford: Oxford University Press.
- Illouz, E. (2012). *Why Love Hurts. A Sociological Explanation*. Cambridge: Polity Press.
- Illouz, E. (2008). *Saving The Modern Soul. Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help*. University of California Press.
- Illouz, E. (2007). *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. London: Polity Press.
- Illouz, E. (1997). *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*. Berkeley: University of California Press.
- Investor.bg (2019). Денят на самотните сърца ще е най-големият до момента, главоболният около него също, 09.11.2019. <https://www.investor.bg/a/262-analizi/292919-denyat-na-samotnite-sartsa-shte-e-nay-golemiyat-do-momenta-glavoboliyata-okolo-nego-sashto>, последно посетен на 06.12.2024.
- Jansson, A. (2013). Mediatization and Social Space: Reconstructing Mediatization for the Transmedia Age. – *Communication Theory*, 23, 279–296.
- Jenkins, H., G. Peters-Lazaro, S. Shresthova (Eds.) (2020). *Popular Culture and the Civic Imagination Case Studies of Creative Social Change*. New York: NYU Press.
- Kabakchieva, E., Y. A. Amirkhanian, J. A. Kelly, T. L. McAuliffe, S. Vassileva (2002). High levels of sexual HIV/STD risk behaviour among Roma (Gypsy) men in Bulgaria: patterns and predictors of risk in a representative community sample. – *International journal of STD & AIDS*, 13 (3), 184–191.
- Katz, E., H. Haas, M. Gurevitch (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. – *American Sociological Review*, 38 (2), 164–181.
- Katz, E., P. F. Lazarsfeld (1955). *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. New York: Free Press.
- Katz, J. E., M. Aakhus (Eds.) (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kaufmann, J.-C. (2010). *Sex@mour*. Paris : Armand Colin.
- Kaufmann, J.-C. (2002). *Premier matin : Comment naît une histoire d'amour*. Paris: Armand Colin.
- Kelly, S. (2022). Le triomphe de la culture thérapeutique. – *LeDevoir*, 09.04.2022. <https://www.ledevoir.com/societe/le-devoir-de/697515/le-devoir-de-philo-le-triomphe-de-la-culture-therapeutique>, последно посетен на 06.12.2024.
- Knobloch, L. K., E. Donovan-Kicken (2006). Perceived Involvement of Network Members in Courtships: A Test of the Relational Turbulence Model. – *Personal Relationships*, 13 (3), 281–302.
- Lane, B. L, C. W. Piercy (2017). Making Sense of Becoming Facebook Official. Implications of Identity and Time. – In: Punyanunt-Carter, N. M., J. S. Wrench (Eds.). *The Impact of Social Media in Modern Romantic Relationships*. London: Lexington Books, 31–47.
- Lardellier, P. (2014). De la monogamie au “polygaming”...Le “papillonnage” numériquement assisté, nouveau paradigme sentimentalo-sexuel. – *Sociologie et sociétés*, 46 (1), 103–124.
- Lardellier, P. (2016). Le “Net sentimental”. – In: Collectif. *L'amour*. Auxerre: Editions Sciences Humaines, 181–186.
- Larson, C. U. (1996). Dramatism and virtual reality: Implications and predictions. – In: Strate, L., R. Jacobson, S. B. Gibson (Eds.). *Communication in cyberspace: Social interaction in an electronic environment*. Cresskill, NJ: Hampton Press, 95–103.

- Lasch, Ch. (1991 [1979]). *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York: W. W. Norton.
- Laugier, S. (2019). *Nos vies en séries. Philosophie et morale d'une culture populaire*. Paris: Climats.
- Le Breton, D. (2006). La sexualité en l'absence du corps de l'autre : la cybersexualité. – *Champ psychosomatique*, 3 (43), 21–36.
- Le Breton, D. (1999). *L'adieu au corps*. Paris: Métailié.
- LeFebvre, L. E. (2017). Phantom Lovers. Ghosting as a Relationship Dissolution Strategy in the Technological Age. – In: Punyanunt-Carter, N. M., J. S. Wrench (Eds.). *The Impact of Social Media in Modern Romantic Relationships*. London: Lexington Books, 219–235.
- Lejealle, Catherine (2014). On publie moins sur Facebook quand on est amoureux : les 3 phases du célibat à “en couple”. – *Leplus.nouvelobs.com*, 17.02.2014, последно посетен на 06.12.2024.
- Licoppe, Ch. (2012). Understanding mediated appearances and their proliferation: The case of the phone rings and the ,crisis of the summons. – *New Media & Society*, 14 (7), 1073–1091.
- Livingstone, S. (2002). *Young People and New media*. London: Sage.
- Luhmann, N. (1986). *Love as Passion. The Codification of Intimacy*. Cambridge: Polity Press.
- Lutz, C., G. White (1986). The Anthropology of Emotions. – *Annual Review of Anthropology*, 15, 405–436.
- Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society*. New York: Sage Publications.
- Marwick, A. E., D. Boyd (2014). “It’s just drama”: Teen perspectives on conflict and aggression in a networked era. – *Journal of Youth Studies*, 17, 1187–1204.
- McLuhan, M., B. Powers (1989). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford: Oxford University Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Canada: McGraw-Hill.
- Meenagh, J. (2015). Flirting, Dating, and Breaking Up within New Media Environments. – *Sex Education: Sexuality, Society and Learning*, 15 (5), 458–471.
- Mody, P. (2022). Intimacy and the Politics of Love. – *Annual Review of Anthropology*, 51, 271–288.
- Morgan, H. (2014). Using digital story projects to help students improve in reading and writing. – *Reading Improvement*, 51 (1), 20–26.
- Morin, C. (2012). Du romantisme à la relation pure ? Les amours des héroïnes de séries américaines depuis 1950. – *Le Temps des médias*, 2 (19), 159–171.
- Morin, C. (2014a). Sexualité et redistribution des pouvoirs dans les séries américaines. – *Hermès, La Revue*, 69 (2), 97–101.
- Morin, C. (2014b). L’amour et les théories de la communication. – *Questions de communication*, 26, 281–298.
- Morin, C. (2014c). *Émancipations féminines, impasses patriarcales et promesses de la « relation pure » : les configurations des relations amoureuses dans les séries télévisées étasuniennes de 1950 à 2010*. Thèse de doctorat en Sciences de l’information et de la communication. Paris: Université Sorbonne nouvelle – Paris 3.
- Morin, E. (1997). *Amour, Poésie, Sagesse*. Paris: Seuil.
- Morley, D. (1993). Active Audience Theory: Pendulum and Pitfalls. – *Journal of Communication*, 43 (4), 13–19.

- Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.
- Muchembled, R. (2005). *L'orgasme et l'Occident: Une histoire du plaisir du xvie siècle à nos jours*. Paris: Le Seuil.
- Mulshine, M. (2015). The 80s Version of Tinder was “Video Dating” – And It Looks Incredibly Awkward. – *Business Insider*, 02.12.2015. <http://businessinsider.com/found-footage-awkward-80s-video-dating-2015-12>, последно посетен на 06.12.2024.
- Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. – *Screen*, 16 (3), 61–8.
- Neuburger, R. (2000). *Les territoires de l'intime. L'individu, le couple, la famille*. Paris: Odile Jacob.
- Nye, D. (1997). *Consuming Power: A Social History of American Energies*. Cambridge: MIT Press.
- Ogien, R. (2016). Le philosophe qui critiquait l'amour (rencontre). – In: Collectif. *L'amour*. Auxerre: Editions Sciences Humaines, 97–105.
- Orlikowski, W. (1992). The Duality of Technology: Rethinking the concept of Technology and Organizations. – *Organization Science*, 3, 398–472.
- Ovide (2016 [2]). *L'art d'aimer*. FV Editisons.
- Paasonen, S. (2017). Infrastructures of intimacy. – In: Andreassen, R., M. N. Petersen, K. Harrison, T. Raun (Eds.). *Mediated Intimacies: Connectivities, Relationalities and Proximities*. London: Routledge, 103–116.
- Padilla, M., J. Hirsch, M. Munoz-Laboy, R. Sember, R. Parker (2007). *Love and Globalization. Transformation of Intimacy in the Contemporary World*. Nashville: Vanderbilt University Press.
- Pasquier, D. (2005). *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Paris: Autrement.
- Péquignot, B. (1991). *La Relation amoureuse. Analyse sociologique du roman sentimental moderne*. Paris: L'Harmattan.
- Peterson, R. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. – *Poetics*, 21 (4), 243–258.
- Pharo, P. (2016). La nouvelle éthique érotique. – In: Collectif. *L'amour*. Auxerre: Editions Sciences Humaines, 276–282.
- Pigler, A. (2002). *Plotin, une métaphysique de l'amour*. L'amour comme structure du monde intelligible. Paris: Vrin.
- Poltash, N. (2013). Snapchat and Sexting: A Snapshot of Baring Your Bare Essentials. – *Law School Journals. JOLT*, 19–4.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. – *On the Horizon*, 9 (5), 1–6.
- Punyanunt-Carter, N. M., J. S. Wrench (Eds.) (2017). *The Impact of Social Media in Modern Romantic Relationships*. London: Lexington Books.
- Ragouet, P. (2000). Notoriété professionnelle et organisation scientifique. – *Cahiers internationaux de sociologie*, 109, 317–341.
- Redhead, S. (1997). *Subcultures to Club cultures: An Introduction to Popular Cultural Studies*. Maiden, MA: Blackwell.
- Rieff, P. (1987 [1966]). *The Triumph of the Therapeutic: Uses of Faith After Freud*. Chicago: University of Chicago Press.
- Roussel, L. (1986). La cohabitation sans mariage : des faits aux interprétations. – *Dialogue “De L'Union Libre”*, 92, 41–52.
- Ruppel, E. K. (2015). The Affordance Utilization Model: Communication Technology Use as Relationships Develop. – *Marriage and Family Review*, 51, 669–686.

- Shumway, D. R. (2003). *Modern Love: Romance, Intimacy, and the Marriage Crisis*. New York: New York University Press.
- Silverstone, R., E. Hirsch (Eds.) (1994). *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. Londres: Routledge.
- Silverstone, R., E. Hirsch, D. Morley (1992). Information and Communication Technologies and the moral economy of the household. – In: Silverstone, R., E. Hirsch (Eds.). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge, 9–17.
- Simmel, G. (1988). *Philosophie de l'amour*. Paris: Payot Rivages-Poche.
- Slater, D. (2013). *Love in the Time of Algorithms: What Technology Does to Meeting and Mating*. New York: Penguin Group.
- Sola Pool, I. (1977). *Social Impact of the Telephone*. MIT Bicentennial studies, 1, UK: MIT Press.
- Statista, 2021. Number of social media users worldwide from 2017 to 2028. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/#:~:text=In%202019%2C%20an%20estimated%202.95,almost%203.43%20billion%20in%202023.&text=Social%20network%20penetration%20is%20constantly,2020%20stood%20at%2049%20percent>, последно посетен на 08.12.2024.
- Stourdzé, Y. (1980). Autopsie d'une machine à laver. – *Culture technique*, 3, 29–43.
- Tisseron, S. (2010). *L'Empathie au cœur du jeu social*. Paris: Albin Michel.
- Tisseron, S. (2002). *L'Intimité surexposée*. Paris: Flammarion.
- Van Slyke, T. (2014). *Spoiler Alert: How Progressives Will Break Through With Pop Culture*. Report, Ford Foundation.
- Walch, A. (2016). Qu'il fut long le chemin de l'amour. – In: Collectif. *L'amour*. Auxerre: Editions Sciences Humaines, 162–167.
- White, W. (1943). *Street Corner Society*. Chicago: Chicago University Press.
- Williams, R., D. Edge (1996). The Social Shaping of Technology. – *Research Policy*, 25, 865–899.
- Yang, Ch.-Ch., B. B. Brown, M. Braun, (2014). From Facebook to cell calls: Layers of electronic intimacy in college students' interpersonal relationships. – *New Media & Society*, 16 (1), 5–23.
- Žižek, S. (1995). On Virtual Sex and Related Matters. – In: Gerbel, K., P. Weibel (Eds.). *Mythos Information. Welcome to the Wired World*. Berlin: Springer, 122–129.

Цитирани видеа

- Видео 1: Today (2022). Flirt-ual Reality: How People Are Dating In The Metaverse. <https://www.youtube.com/watch?v=LcTCiIWIBMc> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 2: Re:publica 2017 (2017). Carl Guyenette: Love and Intimacy in Virtual Reality. <https://www.youtube.com/watch?v=6P4HiYTO70U> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 3: Big Think (2015). Jason Silva: Portable Virtual Reality Will Allow You to Climb Into Someone's Mind. <https://www.youtube.com/watch?v=GWcn6yc8HT0> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 4: The Human Condition (2022). Eternal Sunshine: Love Lessons from a Painless Metaverse. <https://youtu.be/7YIbBzYCpss> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 5: VR Girlfriend. 360 degree dating experience (2022). VR 360 Date with Daisy. Forest relax. <https://www.youtube.com/watch?v=S3wUl8S9mvg> [Accessed: 01.05.24].

- Видео 6: The Doctors (2017). Virtual Reality Dating App? <https://www.youtube.com/watch?v=1-BK1RIng0A> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 7: CBC News (2023). The metaverse: How to work, go to a concert and find love in virtual worlds. <https://www.youtube.com/watch?v=8Xm6HAEh9uU> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 8: Simulation Nation (2022). Sex Therapist VenusSX Interview. <https://www.youtube.com/watch?v=TjVvI1Q6Jzk> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 9: Tech Open Air (2018). Virtual Intimacy - The Future of VR & Sex #TOA17. <https://www.youtube.com/watch?v=BvZUV8wJ2PQ> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 10: People get freaky in vrchat (2020). <https://www.youtube.com/watch?v=cpDlhPW8Bd0> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 11: TEDx Talks (2017). Virtual Intimacy | Toon Timmermans | TEDxViennaSalon. <https://www.youtube.com/watch?v=LMGmzy7P3oI> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 12: CH-VOID (2022). SEX IN THE METAVERSE PART 1: Pushing new boundaries. https://www.youtube.com/watch?v=T6Q1pc_IHn0 [Accessed: 01.05.24].
- Видео 13: Prof. Sam Vaknin (2022). From Narcissistic Cities to Psychopathic Metaverse (EXCERPT). <https://www.youtube.com/watch?v=-VAh4YeGbKQ> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 14: Prof. Sam Vaknin (2022). Metaverse Sex and Gender: Sex Bots and AI (Artificial Intelligence). <https://www.youtube.com/watch?v=CqzoixtoLNg> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 15: Reallive3TV (2023). Paris Hilton to Launch Metaverse Dating Experience 'Parisland'/ Morn News Eng 10 Feb P-4/ 3.0 TV. <https://www.youtube.com/watch?v=MBYgOHegqlc> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 16: Virtual Mate (2020). Virtual Mate: The First Virtual Intimacy System. <https://www.youtube.com/watch?v=5X2CnVlzMI8> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 17: Solana (2022). Breakpoint 2022: Love, Death _ Avatars_ The Business Case for Building a Web3 Metaverse. <https://www.youtube.com/watch?v=8OlcWtKH6Os> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 18: Brian Fanzo (2023). Creating Intimacy with NFTs and Why this is a Game-Changer for Online Community Building! <https://www.youtube.com/watch?v=tz7Mrdiw6Ko> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 19: Film Threat (2022). WE MET IN VITUAL REALITY | Sundance 2022 | Film Threat Festivals. <https://www.youtube.com/watch?v=1EoyEIDITjg> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 20: W3BTHR33 (2023). WHAT DATING IS LIKE IN THE METAVERSE?! <https://www.youtube.com/watch?v=nrGz4v21lQ0> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 21: LTR (2022). Bill Alena - Digital Intimacy - The Future of Dating & Social. <https://www.youtube.com/watch?v=2bM6ySjQl3w> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 22: CryptoReports (2022). Dating Metaverse: How Metaverse can help you Find True love! <https://www.youtube.com/watch?v=GgZHKwmZ1OY> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 23: The Metaverse Guy (2002). Dating in Metaverse. <https://www.youtube.com/watch?v=Cvjmk7HcsqA> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 24: Bleace/ R.Lannom (2023). Drunk in Love in the Metaverse! Feels like the Future! https://www.youtube.com/watch?v=YhcUbf_p0RQ [Accessed: 01.05.24].
- Видео 25: Ed Chapman (2022). I Spent 30 Days Dating In The Metaverse. <https://www.youtube.com/watch?v=Jslhs7P-xr8> [Accessed: 01.05.24].
- Видео 26: Humans of VR (2022). VRCHAT Is Now a Dating App. https://www.youtube.com/watch?v=oUvIWeHYU_o [Accessed: 01.05.24].
- Видео 27: Good Griefs (2022). Did I Just Help 2 People Find LOVE in the Metaverse?! <https://www.youtube.com/watch?v=fYHzOYprmAg> [Accessed: 01.05.24].

Видео 28: Chicoblanco (2022). How I went on my FIRST VR Date: Fell in Love. <https://www.youtube.com/watch?v=WJjxbHolAm4> [Accessed: 01.05.24].

Цитирани единици от подкасти

Samo za mazhe (2023a) ZHENA IZNEVERYAVA NA PRIYATELYA SI S NYAKOLKO MAZHE, 3.08. [Само за мъже (2023a) ЖЕНА ИЗНЕВЕРЯВА НА ПРИЯТЕЛЯ СИ С НЯКОЛКО МЪЖЕ, 3.08.] https://youtu.be/a4pHJuYS-X0?si=C-rcT_1L_klOEzoS [Accessed: 01.05.24].

Samo za mazhe (2023b) ZHENKAR SPODELYA ZASHTO SPI S RAZLICHNI ZHENI, 15.08. [Само за мъже (2023b) ЖЕНКАР СПОДЕЛЯ ЗАЩО СПИ С РАЗЛИЧНИ ЖЕНИ, 15.08.] <https://youtu.be/tL9ua74Gy4?si=r8jMwJujzbBbXs-i> [Accessed: 15.01.24].

Samo za mazhe (2023c) MAZH RAZKRIVA ISTINATA ZA ZHENITE V SOTSIALNITE MREZHI, 29.08. [Само за мъже (2023c) МЪЖ РАЗКРИВА ИСТИНАТА ЗА ЖЕНИТЕ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ, 29.08.] <https://youtu.be/cxRNtR4TEVU?si=RjkDPHrYlwwOfVvm> [Accessed: 15.02.24].

Samo za mazhe (2023d) ISTINATA ZA MAZHETE V BALGARIYA, 06.08. [Само за мъже (2023d) ИСТИНАТА ЗА МЪЖЕТЕ В БЪЛГАРИЯ, 06.08.] https://youtu.be/-UqnhhyQD4Q?si=LtzIY64IgHLal_ix [Accessed: 16.02.24].

Samo za mazhe (2023e) PET LAZHI, KOITO ZHENITE KAZVAT NA MAZHETE, 22.10. [Само за мъже (2023e) ПЕТ ЛЪЖИ, КОИТО ЖЕНИТЕ КАЗВАТ НА МЪЖЕТЕ, 22.10.] <https://youtu.be/PPn5dnKDTNw?si=E-rCyvJCxmL8WWr> [Accessed: 18.02.24].

Samo za mazhe (2023f) PET ZNAKA, CHE MAZH E SIMP, 11.08. [Само за мъже (2023f) ПЕТ ЗНАКА, ЧЕ МЪЖ Е СИМП, 11.08.] <https://youtu.be/yJszK4ArdBI?si=LgUxR0vmDsQ3b1rn> [Accessed: 19.02.24].

Samo za mazhe (2023g) KAK REDPILA POMAGA NA MAZHETE, 19.09. [Само за мъже (2023g) КАК РЕДПИЛА ПОМАГА НА МЪЖЕТЕ, 19.09.] <https://youtu.be/k8Ok3atD2R0?si=Z96pAxQUsns6FW4K> [Accessed: 17.02.24].

Samo za mazhe (2023h) PRESLAVA PROMOTIRANASILIE V SOTSIALNITE SI MREZHI, 22.08. [Само за мъже (2023h) ПРЕСЛАВА ПРОМОТИРА НАСИЛИЕ В СОЦИАЛНИТЕ СИ МРЕЖИ, 22.08.] <https://www.youtube.com/watch?v=N9zk2PuboKM> [Accessed: 18.02.24].

Popitayte Vanya (2023a) KAK DA RAZPOZNAESH SHIZOFRENIKA?, 28.06. [Попитайте Ваня (2023a) КАК ДА РАЗПОЗНАЕШ ШИЗОФРЕНИКА?, 28.06.] <https://www.youtube.com/watch?v=wx1w3bD9xDI&t=133s> [Accessed: 17.03.24].

Popitayte Vanya (2023b) KAK NI MANIPULIRAT MAZHETE?, 05.07. [Попитайте Ваня (2023b) КАК НИ МАНИПУЛИРАТ МЪЖЕТЕ?, 05.07.] <https://www.youtube.com/watch?v=dtI2Myjcp8A&t=152s> [Accessed: 15.03.24].

Popitayte Vanya (2023c) PSIHOLOGIYA NA VLYUBVANE PRI MAZHETE, 06.09. [Попитайте Ваня (2023c) ПСИХОЛОГИЯ НА ВЛЮБВАНЕ ПРИ МЪЖЕТЕ, 06.09.] https://www.youtube.com/watch?v=vi2Y_kXoH-o&t=121s [Accessed: 25.03.24].

Popitayte Vanya (2023d) KAK DA VBESITE MAZHA?, 19.07. [Попитайте Ваня (2023d) КАК ДА ВБЕСИТЕ МЪЖА?, 19.07.] <https://www.youtube.com/watch?v=388hVEY4Ys8&t=154s> [Accessed: 11.02.24].

Popitayte Vanya (2023e) KOGATO MAZHAT E IO NA „HARTIYA“ I I KATO PARTNYOR, 24.09. [Попитайте Ваня (2023e) КОГАТО МЪЖЪТ Е IO НА „ХАРТИЯ“ И I КАТО ПАРТНЬОР, 24.09.] https://www.youtube.com/watch?v=bEZ_wLNAiPg [Accessed: 11.01.24].

- Popitayte Vanya (2023f) KAK DA SAZHLYAVA, CHE VI E ZAGUBIL?, 01.11. [Попитайте Ваня (2023g) КАК ДА СЪЖАЛЯВА, ЧЕ ВИ Е ЗАГУБИЛ?, 01.11.] <https://www.youtube.com/watch?v=AMGM39W-b8M&t=70s> [Accessed: 09.01.24].
- Popitayte Vanya (2023g) SEKSUALNI MANIPULATSII, 12.08. [Попитайте Ваня (2023g) СЕКСУАЛНИ МАНИПУЛАЦИИ, 12.08.] <https://www.youtube.com/watch?v=D3DouesWsrI&t=28s> [Accessed: 08.02.24].
- Popitayte Vanya (2023h) PREDIMSTVA NA ORALNIYA SEKS, 11.10. [Попитайте Ваня (2023h) ПРЕДИМСТВА НА ОРАЛНИЯ СЕКС, 11.10.] <https://www.youtube.com/watch?v=8UkNa6s61RM&t=72s> [Accessed: 08.02.24].
- Popitayte Vanya (2023i) PRAVILA PRI ORALNIYA SEKS, 14.10. [Попитайте Ваня (2023i) ПРАВИЛА ПРИ ОРАЛНИЯ СЕКС, 14.10.] <https://www.youtube.com/watch?v=dYAuTfjpnvs> [Accessed: 09.02.24].
- Popitayte Vanya (2023j) ANALEN SEKS, 18.10. [Попитайте Ваня (2023j) АНАЛЕН СЕКС, 18.10.] <https://www.youtube.com/watch?v=gX1Afbw9jsM&t=49s> [Accessed: 09.02.24].
- Popitayte Vanya (2023k) KAK DA GO POMOLISH ZA ORALNA LYUBOV?, 11.11. [Попитайте Ваня (2023k) КАК ДА ГО ПОМОЛИШ ЗА ОРАЛНА ЛЮБОВ?, 11.11.] <https://www.youtube.com/watch?v=q3X-FeyZo3U&t=49s> [Accessed: 09.02.24].
- Popitayte Vanya (2023l) 8 EROGENNI ZONI NA MAZHA. KADE DA DOKOSVATE MAZHA?, 23.12. [Попитайте Ваня (2023l) 8 ЕРОГЕННИ ЗОНИ НА МЪЖА. КЪДЕ ДА ДОКОСВАТЕ МЪЖА?, 23.12.] <https://www.youtube.com/watch?v=VNrmBVdP1bw&t=67s> [Accessed: 04.03.24].
- Popitayte Vanya (2023m) ZASHTO ZHENITE PRAVYAT S*EKS?, 30.12. [Попитайте Ваня (2023m) ЗАЩО ЖЕНИТЕ ПРАВЯТ С*ЕКС?, 30.12.] https://www.youtube.com/watch?v=G1O0UXI9y_Y&t=65s [Accessed: 04.03.24].
- Popitayte Vanya (2023n) RAZMERAT IMA LI ZNACHENIE?, 01.07. [Попитайте Ваня (2023n) РАЗМЕРЪТ ИМА ЛИ ЗНАЧЕНИЕ?, 01.07.] <https://www.youtube.com/watch?v=c0pinz--zvo&t=56s> [Accessed: 05.02.24].
- Popitayte Vanya (2023o) KOI ZHENI GI OBICHAT I KOI SA UPOTREBYAVANI?, 16.08. [Попитайте Ваня (2023o) КОИ ЖЕНИ ГИ ОБИЧАТ И КОИ СА УПОТРЕБЯВАНИ?, 16.08] <https://www.youtube.com/watch?v=7uPK1SzfHMc&t=45s> [Accessed: 04.03.24].
- Popitayte Vanya (2023p) TEHNICA ZA PRIVLICHANE NA LYUBOV, 13.09. [Попитайте Ваня (2023p) ТЕХНИКА ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ЛЮБОВ, 13.09.] <https://www.youtube.com/watch?v=DqjRH2otaJE> [Accessed: 04.03.24].
- Popitayte Vanya (2023q) KAK DA RAZPOZNAEM PERVERZNIYA NARTSIS, 30.08. [Попитайте Ваня (2023p) КАК ДА РАЗПОЗНАЕМ ПЕРВЕРЗНИЯ НАРЦИС, 30.08]. <https://www.youtube.com/watch?v=j6Lq8XMuOWc&t=72s> [Accessed: 05.03.24].
- Popitayte Vanya (2023r) EFEKTA OT PORNOGRAFIYATA, 18.11. [Попитайте Ваня (2023r) ЕФЕКТА ОТ ПОРНОГРАФИЯТА, 18.11.] https://www.youtube.com/watch?v=VQF_IjbGd3w&t=59s [Accessed: 06.03.24].
- Popitayte Vanya (2023s) DVE POTREBNOSTI NA CHOVEKA, 28.09. [Попитайте Ваня (2023s) ДВЕ ПОТРЕБНОСТИ НА ЧОВЕКА, 28.09.] <https://www.youtube.com/watch?v=vOyGlnPrDTs> [Accessed: 06.03.24].
- Popitayte Vanya (2023t) KOGATO MAZHAT ZAPOCHNE DA OHLADNYAVA KAM VAS, 04.11. [Попитайте Ваня (2023t) КОГАТО МЪЖЪТ ЗАПОЧНЕ ДА ОХЛАДНЯВА КЪМ ВАС, 04.11.] https://www.youtube.com/watch?v=RuxC_ANK5e4&t=47s [Accessed: 06.03.24].

- Popitayte Vanya (2024) ZASHTO ZHENITE MRAZYAT MAZHETE? MODERNATA FEMINIZATSIYA, 10.01. [Попитайте Ваня (2024) ЗАЩО ЖЕНИТЕ МРАЗЯТ МЪЖЕТЕ? МОДЕРНАТА ФЕМИНИЗАЦИЯ, 10.01.] <https://www.youtube.com/watch?v=41NTmtkCQ44> [Accessed: 05.02.24].
- Na sreshta (2023a) LYUBOMIRA I ITSAKA – LYUBOVTA MEZHDU PRODUTSENT I INFLUENSARKA, 01.10. [На среща (2023a) ЛЮБОМИРА И ИЦАКА – ЛЮБОВТА МЕЖДУ ПРОДУЦЕНТ И ИНФЛУЕНСЪРКА, 01.10.] <https://www.youtube.com/watch?v=UpAUJPwdqBw> [Accessed: 05.02.24].
- Na sreshta (2023b) MATSI I POLI – DALI E BREMENNA POLI?, 19.11. [На среща (2023b) МЪЦИ И ПОЛИ – ДАЛИ Е БРЕМЕННА ПОЛИ?, 19.11.] <https://www.youtube.com/watch?v=8-bajomFMGs> [Accessed: 03.02.24].
- Na sreshta (2023c) DIMITAR I KRASIMIRA – IZNEVYARA V CHUZHVBINA?, 10.12. [На среща (2023c) ДИМИТЪР И КРАСИМИРА – ИЗНЕВЯРА В ЧУЖБИНА?, 10.12.] <https://www.youtube.com/watch?v=uJJ85fjZGJ0> [Accessed: 02.02.24].
- Na sreshta (2023d) ZHORKATA I FEYGIN NA SRESHTA, 29.10. [На среща (2023d) ЖОРКАТА И ФЕЙГИН НА СРЕЩА, 29.10.] <https://www.youtube.com/watch?v=5DHzlubxp1c> [Accessed: 04.02.24].
- Na sreshta (2023e) VIKI I YAVOR NA SRESHTA – POBEDITELITE OT EDIN ZA DRUG, 22.10. [На среща (2023e) ВИКИ И ЯВОР НА СРЕЩА – ПОБЕДИТЕЛИТЕ ОТ ЕДИН ЗА ДРУГ, 22.10.] <https://www.youtube.com/watch?v=n4Jj0DOXzvg> [Accessed: 01.05.24].
- Na sreshta (2023f) ZAEDNO LI SA GOSH I ANDZHELA, 14.10. [На среща (2023f) ЗАЕДНО ЛИ СА ГОШ И АНДЖЕЛА, 14.10.] <https://www.youtube.com/watch?v=d82z7G11F6E> [Accessed: 02.05.24].
- Na sreshta (2024) 10 GODINI RAZLIKA NE PRECHAT – EVA I BLACKGOGO NA SRESHTA, 07.01. [На среща (2024) 10 ГОДИНИ РАЗЛИКА НЕ ПРЕЧАТ – ЕВА И BLACKGOGO НА СРЕЩА, 07.01.] https://www.youtube.com/watch?v=wxphBWF_tvs [Accessed: 02.05.24].

ПРИЛОЖЕНИЕ

ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ ВЪПРОСИ И МЕТОДИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ

1. Изследователски въпроси

Този труд поставя няколко изследователски въпроса.

Първият стъпва на хипотезата, че любовта се мисли исторически чрез различни културно обусловени доминиращи модели, и се интересува *какви са тези модели днес, във времето на активна онлайн социализация.*

Вторият изследователски въпрос е с фокус върху това *доколко могат да бъдат обособени нови дигитални практики на интимна опитност.* Или доколко се установяват традиционно съществуващи практики за изразяване на степени на близост и чувства, които биват привнесени и в дигитална среда и съответно намират свои виртуални способности за израз.

Третият изследователски въпрос търси *дали съществуват символни разлики при употребата на различните онлайн комуникационни канали във връзка с изразяването на любовта и интимността.* В този контекст от значение е кои са конкретните технологии, платформи, приложения и социални мрежи за опосредяване на интимното общуване, които потребителите избират спрямо различните пространства, ситуации, време, интензитет на чувствата и т.н. За тази цел са проведени интервюта с младежи (вж. т. 2) с включени въпроси относно цялостното им медийно потребление онлайн. Това позволява да се направи картография на дигиталните пространства, които младежите обитават в различни контексти и с разнообразни стратегии.

Четвъртият изследователски въпрос се интересува *дали „дигитализирането“ на любовта води до еманципация на индивида от традиционните изисквания на непосредственото му обкръжение* (предимно изисквания за социална, етническа, образователна и икономическа хомогамия)? Въпросът предоставя възможност да се проследи еманципаторският потенциал на новите информационни и комуникационни канали за развитието на една по-скоро обща поколенческа култура, а не култура, обособена от традиционни демографски разделителни характеристики. Както и да се отчете степента на значимост на други актьори в полето на интимността.

Петият изследователски въпрос търси да разкрие *какво се случва, когато медиатизирането на любовта и интимността е част от всекидневната употреба на различни информационни и комуникационни технологии,* които придружават

навсякъде младежите и предполагат смесването на сфери от техния живот – дома, училището, университета, работата, свободното време. Неслучайно подхождат включва качествени методи, доколкото подобни сложни процеси на взаимопреплитане, както и обяснителните модели зад тях могат да разкрият в дълбочина стратегически избори между формални и неформални регистри на общуване.

2. Дълбочинни полуструктурирани интервюта и фокус групи

Дълбочинните полуструктурирани интервюта и фокус групите са качествени методи на изследване, заради което са особено подходящ инструмент за разглеждане на изследователските въпроси. Интервютата и фокус групите включват предварително набелязани теми от интерес за анализа и същевременно дават свобода на респондентите не само широко да разгърнат основните въпроси, но и да засегнат нови, неочаквани акценти.

Проведени са разговори с общо 72-ма респонденти: 44 дълбочинни полуструктурирани интервюта и 5 фокус групи.

Фокус групите са осъществени в столицата, както следва:

- две фокус групи със студенти – с по 3-ма и 4-ма участници от университет;
- една фокус група с 6-има участници от държавно училище;
- една фокус група със 7 участници от частна езикова гимназия;
- една фокус група с 8 участници от частна езикова школа.

Полуструктурираните интервюта са проведени в различни населени места в България.

Емпиричният материал е събран в периода 2018–2023 г. Респондентите са български младежи на възраст 13–25 години. Търсен е разнообразен профил на респондентите, а принципът на набиране е този на „снежната топка“ (чрез познати на познати) или чрез осигуряване на достъп до училище чрез познати преподаватели и със съгласието на директора. Респондентите са от различни градове и села в България: гр. София (n=44), гр. Пловдив (n=6), гр. Русе (n=1), гр. Добрич (n=2), с. Борино, община Борино (n=1), гр. Панагюрище (n=3), гр. Сопот (n=5), с. Розино, община Карлово (n=2), с. Войнягово, община Карлово (n=1), гр. Разлог (n=2), с. Долни Пасарел, район Панчарево на Столична община (n=3), гр. Ветрен (n=1), гр. Пазарджик (n=1). Изборът на населени места на респондентите е осъществен единствено на базата на броя жители (столица, голям град, малък град, село). От респондентите по собственото им самоопределение 59 са с български етнически произход, 7 с ромски етнически произход, 6-има с турски етнически произход; 34 са момчета, 38 са момичета; 14 са студенти и 58 са ученици (както от частни, така и от държавни училища).

Въпросите бяха структурирани в няколко подтеми:

1. Общо описание на ежедневните практики в дигиталното пространство на всеки респондент;

2. Разказ за индивидуалния интимен опит – брой партньори, описание на ритуалността и ролите във връзките, конкретни представи за интимен партньор (гадже), за форми на изразяване на връзката и др.;

3. Описание на употребата на новите информационни и комуникационни технологии за опосредяване на отношенията на близост – конкретни практики, честота, канали, стил на общуване;

4. Разказ за нормите в дигиталното пространство – как се случва запознанството, обяснението в любов, раздялата и т.н. като част от личната биографична опитност и чрез наблюденията на респондентите върху обкръжението им;

5. Въпроси относно личния идеал за любовта и евентуални поколенчески разлики, които респондентите правят с предишни идеали – кои филми, книги, телевизионни или онлайн формати, сериали или други културни продукти са ги вдъхновили и са оформили техните представи за интимността; виждат ли разлики в собствените си представи за любовта и брака и тези на роднините им; откъде взимат съвети за любовта;

6. Отношението на родителите, учителите или други значими възрастни към опитността на респондентите в любовта и интимността;

7. Въпроси около младежката сексуалност;

8. Празниците, свързани с любовта, които честват – календарни и лично на тяхната двойка, и как ги отбелязват.

Темата за интимността е деликатна, ето защо в началото на разговорите до създаването на доверие между интервюиращия и интервюирувания въпросите бяха по-обща и насочени предимно към медийното потребление и начините за изразяване на чувства в различните интернет платформи, а едва след това – към биографичната сантиментална опитност, реална и виртуална. Същевременно трябва да се отбележи, че младежите разказват свободно и подробно за интимния си опит, темата не е табуизирана.

За анализа на събрания емпиричен материал е използван тематичен метод, чрез който са изведени основни повтарящи се тези и аргументации от разказите на респондентите.

Събирането на емпиричния материал, както и представянето му в настоящия текст е съобразено с етичните изисквания за информирано съгласие на респондентите и/или съответните отговорни възрастни и е напълно анонимизирано.

3 Анализи на случаи

1.1. Анализ на случай 1: индустрията на експертната помощ в любовта

Първият анализ на случай проследява развитието на индустрията на експертната помощ в любовта и своеобразното институционализиране на флирт от нов тип.

За целта е проведено включено наблюдение, както и антропологични интервюта със създателите на водеща мачмейкинг агенция в България. Наблюдението и интервюта са осъществени през 2018 г. на територията на агенцията в гр. София.

Изследван е и българският сайт Pick-up Project (<http://pickup-project.net>). Наблюдението е проведено през 2017 г. Тогава сайтът се посещава от около 20 хил. уникални потребители месечно. Тематично е анализирано публикувано към момента на наблюдение съдържание: 72 статии, 7 интервюта с водещи пикапъори, коментари в чат форума по общо 7119 теми.

1.2. Анализ на случай 2: подкасти в Ютюб на известни български инфлуенсъри на теми, свързани с любовта, интимността и връзките

Изследвано е съдържанието на три подкаста: първият се фокусира предимно върху мъжката гледна точка, вторият – върху женската, и третият – върху двойката като цяло. Тематичният анализ на видеосъдържанието от подкастите предлага възможност за качествен подход към темата и за извличане на богати аргументи от самите модели за подражание на младите хора, каквито са дигиталните инфлуенсъри.

Анализираните подкасти бяха избрани след първоначален количествен подбор по критерии, свързани с популярност сред други подобни по съдържание формати (по-голямата част от генерираното съдържание в подкаста да е по темата, инфлуенсърите да са българи, да говорят на български език и да са насочени към българска аудитория, да съществуват от поне три месеца, да имат регулярна дигитална активност и най-много последователи в съответната категория).

Ценен принос към тази част от изследването имат научният ръководител на проекта „Интимността на младите хора в България: култура, практики и рискове“ (Фонд „Научни изследвания“, 2023–2026 г.) Гергана Ненова и нейните студенти от специалност „Социология“, Софийски университет „Св. Климент Охридски“ (Ралица Енчева, Десислава Петрова, Аделина Василева, Нели Синеклиева, Христо Карастоянов). Те помогнаха при избора на конкретните подкасти за анализ. Първоначалният подбор на подкастите беше извършен на базата на създаден от тях канал в Ютюб с изследователска цел, през който да се следи актуалното и най-популярно съдържание по темата. Водещите инфлуенсъри по темата на изследване бяха открити чрез търсене по ключови думи в Ютюб и Инстаграм и чрез лична информация от страна на студентите (чиято възрастова група съвпада с тази на основната целева аудитория – обект на изследването) относно тяхното собствено медийно потребление и това на техни приятели.

Като най-подходящи по изготвените критерии в периода на извършване на анализа – 2023–2024 г., се откриха следните три подкаста: „Само за мъже“ (представящ мъжката гледна точка), „Попитайте Ваня“ (представящ женската гледна точка) и „На среща“ (представящ гледната точка на двойката). Следва да се отбележи, че тези подкасти съществуват в дигиталното пространство сравнително отскоро (между три месеца и две години).

Всички генерирани видеоматериали за период от шест месеца (от юни 2023 до януари 2024 г.) по теми, свързани с любовта, интимността и връзките между мъжете и жените, бяха тематично кодирани и анализирани. Анализираният масив включва:

- 14 видеоединици от подкаста „Само за мъже“ – всички от тях, приблизително по две на всеки месец, са пряко свързани с темата на изследване. Средната им продължителност е около 20 минути. Към момента на наблюдение подкастът има 25 хил. последователи, а най-гледаното видео – 90 хил. гледания;

- 63 видеоединици от подкаста „Попитайте Ваня“ – за периода на наблюдение са генерирани общо 66, приблизително по десет на всеки месец, като само три от тях не са пряко свързани с темата на анализ. Средната продължителност на видеоклиповете е около 10 минути. Към момента на наблюдение подкастът има почти 17 хил. последователи, а най-гледаното видео – 161 хил. гледания;

- 16 видеоединици от подкаста „На среща“ – всички от тях са пряко свързани с темата на анализ. Периодичността е приблизително по пет видеоклипа на месец, тъй като подкастът съществува само от три месеца. Средната продължителност на видеоклиповете е около 100 мин. Към момента на наблюдение подкастът има над 8 хил. последователи, а най-гледаното видео – 194 хил. гледания.

Към базата данни от видеоединици беше приложен тематичен анализ. Използвано е включено кодиране, т.е. липсва предварителен списък с теми за изучаване на корпуса от данни.

1.3. Анализ на случай 3: репрезентации на връзки, интимност и любов във виртуалната реалност

Анализът се основава на общо 240 видеоклипа в Ютюб, генерирани през 2023 г. при търсене с шест ключови фрази (написани на английски, който е универсалният език за представяне на технически иновации в глобален контекст): „любов в метавселената“, „любов във виртуалната реалност“, „интимност в метавселената“, „интимност във виртуалната реалност“, „запознанства в метавселената“, „запознанства във виртуалната реалност“. Разгледани са първите 40 видеоклипа, предложени от платформата за всяка отделна ключова фраза (имайки предвид статуса ми на индивидуален потребител, който за първи път търси чрез гореспоменатите ключови думи, алгоритъмът на Ютюб предлага списък с най-гледаните и най-популярни видеоклипове – б.а.).

Всички видеоклипове са на английски език, с изключение на 4 видеоклипа (един на руски, един на испански и два на немски), които не са включени в анализа. От корпуса от 240 видеоклипа са изключени и тези, които не са пряко свързани с темата (например видеоклипове на песни със заглавия, в които се съдържат ключовите думи), както и видеоединици, които повтарят като резултати

търсения, извършени за някои от другите ключови фрази. След тази предварителна селекция са анализирани тематично общо 101 видеоклипа в различни жанрове с продължителност между 40 секунди и 1 час и 30 минути.

Използван е тематичен анализ на съдържание, създадено от говорители в независим от изследването контекст. Открити са единици повтарящи се общи теми и връзки между темите.

В допълнение са изследвани и официалните сайтове на седемте най-добри приложения за запознанства във виртуалната реалност според класацията на интернет гиганта Гугъл за 2023 г., а именно: FLIRTUAL, NEVERMET, VRCHAT, VTIME XR, META HORIZON WORLDS, REC ROOM, PLANET THETA. Проследени са визията, мисията, целите и спецификата на проектите, представени на съответните официални уебсайтове.

Ния Нейкова

**ДИГИТАЛИЗАЦИЯ НА ЛЮБОВТА:
В ТЪРСЕНЕ НА ИНТИМНИЯ ДРУГ**

Българска

Първо издание

Редактор *Мариета Станкович*
Художник на корицата *София Попйорданова*
Графичен дизайнер *Марина Марковска*

Формат 70 x 100/16

Печатни коли 14,50

Печатница на Издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“
1113 София, ул. „Акад. Г. Бончев“, бл. 5

www.press.bas.bg

ISBN 978-619-245-516-3
DOI 10.7546/D.Love.2025



Ния Нейкова е главен асистент в Института по философия и социология при Българската академия на науките и преподавател в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ и в Нов български университет. Основните ѝ изследователски интереси са в областта на медиите и комуникациите, младежките култури, популярната култура, социалното въображаемо, дигиталните медии.

„Монографичният труд *Дигитализация на любовта: В търсене на интимния друг* предлага цялостно, аналитично обосновано и емпирично верифицирано изследване на трансформациите на любовта и интимната опитност в дигитализиращия се социален свят. Осмисляйки темата за любовта и интимността през всекидневните практики на младите хора във и извън дигиталното пространство, книгата не просто обособява нов обект на изследване – дигиталната любов, и преодолява липси в досегашните проучвания на любовните отношения в интернет, а очертава ново изследователско поле като пресечна точка на три реалности – лични отношения, културни модели и технологии, които до този момент не са изучавани във взаимната им връзка и зависимост и произтичащите от това промени във всяка една от тях.“

Проф. д-н Светла Колева

Цена: 25 лв.

www.press.bas.bg



9

786192455170

