

Милена Якимова

Резюмета на рецензираните публикации на български и английски езици

Монография, представена като основен труд:

*Милена Якимова*, 2022, **Страх и пропаганда**, ISBN:978-619-01-1014-2, Изток-Запад, София

## **Съдържание**

Увод

Част първа: пропаганда

Глава първа

Модерната пропаганда

    Пропагандата: фигури и техники

    Има ли добра пропаганда?

    Пропаганда, лъжа, истина

    Пропагандата: черна и бяла

    Кой е пропагандираният?

Глава втора

Антилибералната пропаганда в България 2013-2018

    Пропагандната вълна: надигането

        Европа

        Либералите-соросоиди

        Авторски и анонимни текстове

        Типология на медиите по теми

        Кои са лошите, когато всичко е лошо?

        Протагонистите

        Картината на света според популистката пропаганда: обобщение

Глава трета

## Журналистите

За свободно изразеното мнение: таблоидизация и свиващ се пазар

За професионализма

Перипетиите на свободното слово

За добросъвестното преследване на истината: формите на компромиса

Пак за пропагандата

## Част втора: Страх

### Глава четвърта

Тревожност, страх и пропаганден ефект

Сянката на миналото

Хипотезата: тревожност и пропаганден ефект

Страх, опасност, риск: дозаплитане на концептуалната мрежа

Преобразуването на тревожността в страх

Амбивалентността на риска. Или защо той вече не е дързост

### Глава пета

Конформизъм и паресия: върху данни от интервюта и фокус групи

Резониращите тревожности: 19 интервюта

Паресия без дързост: фокус групите

Без заключение: самоомерзението като културен стереотип

## Литература

Книгата обединява емпирични изследвания и техните анализи с теоретични въпроси и реконструкции, за да изследва една ясно изразена метаморфоза: пленяването на езика на социалната критика и трансформацията му за целите на една напредваща антилиберална, но и антидемократична пропаганда. Тя се опитва да спои в едно различни предизвикателства пред либерално-демократичните институции и хетерогенни и дори взаимно противоречиви социални недоволства. Опитва се да ги спои по специфичен и определим начин – така че всяко едно от тези предизвикателства да може да означава всяко друго **и в същото време** всяко едно да означава цялото множество на тези

предизвикателства. Ще я наричам отгук-насетне нова анти-либерална и анти-глобалистка пропаганда<sup>1</sup>.

И ще покажа каква пропаганда се развихря в българските онлайн и печатни медии от есента на 2013 г. насам. Но за да я разберем, не стига да разгледаме фигурите ѝ, да ги опишем, да измерим разпространението им, да идентифицираме каналите и техниките му. Защото пропагандата е въдействие върху нагласите за действие чрез промяна на категориите, в които възприемаме света. Затова не можем да я оценим, ако я схващаме само като стратегия и машинария. Трябва да я разберем и като ефект, тоест да знаем как ни въздейства и как самите ние я задействаме и разпространяваме, а също и какви наши фрустрации облекчава и насочва. Всяка пропаганда създава псевдооблекчение, защото, както пишат Лео Льовентал и Норберт Гутерман (Loeventhal and Guterman 1949, p. 11), когато питаме *какво* (да направим), тя ни отговаря *кой* (е виновен), защото ни поставя в позицията на жертви и превръща идеята за справедливост в отмъстителност.

Как все пак да различим популистка критика от пропагандната ѝ метаморфоза? В книгата предлагам един критерий, който е достатъчно ясен: критикът-популист призовава народа да си вземе властта, пропагандистът категорично не иска това. Първият призовава за действие, вторият призовава да сме гневни, но да оставим действието на него. Втора отличителна черта на пропагандата е, че жертва истината в името на правдоподобността. По това тя изглежда да прилича на фикционалните жанрове. Но и се отличава от тях: претенцията ѝ е да назовава и посочва реалността. И го прави, като заобикаля и блокира действието на елементарни логически закони в името на това днес да посочва един враг, утре – друг, претендирайки, че винаги говори за едно и също.

Кремълската пропаганда беше най-бърза в опаковането на иманентните популистки критики, но продуктите ѝ циркулираха свободно за употреба и бяха използвани за най-разнообразни локални тактически цели и от най-разнородни играчи, при това далеч извън пределите на източните части на Европа. Книгата описва чертите на този „пакет“ за управляемост за определен отрязък от време в българските медии, но той не е локално специфичен нито за българското общество и медии, нито за източна Европа.

---

<sup>1</sup> Хипотезата ми е, че това е валидно за модерната пропаганда, за пропагандата в масови анонимни и администрирани общества въобще, но тази хипотеза трябва да се проверява емпирично. Освен това антиглобалистка тя е само в реториката си, но не и в целите си.

Но на кого най-вече разчита тази конкретна, а и всяка пропаганда? На „нас“, разбира се. Ние, нейните обекти, сме много по-ефикасни в препредаването ѝ, отколкото техническите устройства, които използва, и отколкото пропагандистите, независимо дали са на заплата или по убеждение. Защото, за да бъдем ефикасни ретранслатори, необходимо е да изпълним само две условия: а) да възприемаме себе си през категориите, които пропагандната картина ни предоставя, **без обаче** б) да ги виждаме като произведения от нея. Т.е. основният механизъм на всяка пропаганда е, че създава внушение, че категориите, които тя предоставя, всъщност не са предоставени отвън, а са лично отвоювани, авторски изработени, изразяващи собствена, индивидуална позиция. Това, разбира се, означава просто, че ласкателството е могъщо оръжие, без което никоя пропаганда не може.

Книгата е разделена в две части, първата посветена на пропагандата, втората – на страха.

Първата част на книгата построява концептуална мрежа, през която да се мисли що е пропаганда, така че да не наричаме всичко, което не ни се нрави, пропаганда. Пропагандно е само онова налагане на дневен ред, което по много специфичен начин работи с метакомуникацията: поставя съгласните и несъгласните не просто в асиметрични, а в несъизмерими позиции, несъгласните са предварително предвидени от митологизираната картина – например соросоиди, изопачаващи реалността срещу заплащане. Ключовата метакомуникативна функция е всъщност в разрушаването на комуникативното поле – каквото и да направи несъгласният, тъкмо това се е очаквало от него. Тази концептуална мрежа е изплетена чрез реконструкции и именованно-критически прочит на работите на Харолд Ласуел, Хауард Бекер, Жак Елюл, Джейсън Стенли и др. Целта на тази разработка е да позволи да се разгърне основната задача: за анализирам структурата и съдържанието на антилибералната пропаганда в българските печатни и онлайн медии и да покаже как циркулиращите пропагандни послания резонират с обществени нагласи и фрустрации.

Една основна черта на модерната пропаганда, която срещаме във всички тези изследвания, е, че тя не е толкова набор от техники за убеждаване, колкото набор от техники за режисуране на впечатленията. Но тази режисура не влече просто промяната

на **мнения**, а промяна на нагласите за **действие**, теза детайлно разработена от Харолд Ласуел (вж. например Lasswell, 1938).

На семантичното ниво на езика пропагандата работи с прости дихотомни схеми. Богатството и разнообразието са в техниките на провеждането им, а не в съдържанието. Освен семантиката и синтаксиса обаче пропагандата е и прагматика. „Когато действаме, сме повлияни от очакванията си какво ни е подготвил светът“ (Lasswell, 1939, p. v). Това значи, че за да можем да оценим не просто пропагандната наситеност на медиите, но и техния резонанс с различни социални нагласи, трябва следим две неща: 1. Не само да видим как пропагандата формира очаквания и работи в тях, тъй сякаш това са сигурности, но и 2. какви са очакванията отпреди пропагандата - очакванията за бъдещето, за хода на историята, - които са вече на терен и в които се прицелва пропагандата, за да ги усилва и/или промени. В книгата са описани накратко основните групи от техники за управление на впечатления и за въздействие и тяхното рафиниране в обмяна между реклама и пропаганда.

Идеята, че пропагандата е лъжа, е несъмнено невярна. Но тази невярна идея трябва да се поддържа от самата пропаганда, защото вярата, че пропагандата е лъжа, ни прави слепи за операциите ѝ, кара ни да се чувстваме **автори** на пропагандно имплантираните мнения. Второ погрешно схващане, което прави хората уязвими за пропагандата, е, че тя служи само за промяна на мненията. (Т.е. според Жак Елюл погрешните ни идеи за пропагандата – илюзиите за нея на самите пропагандирани – са поне толкова силен фактор, който ни прави уязвими за операциите ѝ, колкото и самите тези операции.) Но много по-важното от промяната на мнения е, че тя цели да интензифицира съществуващи тенденции – в настроенията, стереотипите, обществените фрустрации, да ги фокусира и изостри и да ни подтикне към действие или към бездействие. Тя „не е ортодоксия, а ортопраксия“, търси не вяра, а действие.

И още един ключов момент, който показва защо пропагандираният не се поддава на разубеждаване: постигането на емоция е работа на пропагандата. Тъкмо емоционалното въздействие е една от двете основни пречки пред стратегиите за „разконспириране“ на пропагандните съобщения – те просто не вършат работата си на нивото на пропозиционалното съдържание. Те го втълпяват, впечатват, докато тласкат и оформят определени пластове на преживяване на себе си и на себе си в света. Пропозиционалното съдържание не обозначава това оформено самопреживяване, а се скача външно, индексично с него – пропозиционалното съдържание става показалец за емоция или нещо като неин спусък.

По-нататък първата част на книгата описва и анализира надигането на антилибералната пропагандна вълна в българската медийна среда. Анализите се основават на работата ми в колективния изследователски проект на ФХСИ-София „Антилиберални дискурси и пропагандни съобщения в българските онлайн и печатни медии 2013-2016 г.“ с ръководител Димитър Вацов.

Ето най-напред съкратено представяне на част от анализа на извадка от 3305 публикации от 8 типологично подбрани онлайн и печатни медии. Антилибералните медии създават тотална картина на света. Логиката е семпла и конспиративна – един глобален злодей-хегемон дърпа конците на своите лакеи (неизменно сред тях са соросоидите) в ущърб на народа. Структурата е злодей-помагач-жертва. Между добро и зло няма борба, защото доброто е добро по силата на своето жертвено бездействие. Картината на света, която се разкрива в тази структура, е проста и повторителна, организирана в четири отчетливи опорни точки:

- САЩ и НАТО са глобален хегемон кукловод, който дърпа конците както на Брюксел, така и на националните правителства;
- ЕС е враг на европейските народи. Европа умира, защото е обединена – обединението ѝ е инструмент на американската хегемония и води до културен упадък („либерастия“) и отприщва мигрантската лавина срещу Европа. Едничката европейска ценност, която е от значение, е националната държава.
- Русия се въздига. И макар да е жертва на агресия, тъкмо Русия е истинската спасителка на Европа.
- Българските политически елити са продажни (вариации на „всинца са маски“).<sup>2</sup>

Чрез друг тип количествен анализ в огромен архив от онлайн медии (от над 3000 сайта) е демонстрирано стремглавото нарастване на броя публикации, които съдържат ключовите думи, образуващо идеолектите на тези опорни точки (между 16 и 144 пъти по различните семантични гнезда).

Анализът на извадка от отделни публикации цели да види отблизо как са съотнесени ключовите думи. Извадката е анализирана по редица индикатори (авторство, източници, теми, жанр, действащи лица). Да видим сега по-подробно каква картина на света, със съответните очаквания какво ни е подготвило бъдещето, изграждат

---

<sup>2</sup> Якимова и Вацов, 2017.

антилибералните – и пропагандни – дискурси в медиите. Публикациите по геополитически въпроси са в преобладаващата си част анонимни. Любимата тема на анонимните текстове е „въздитането на Русия“, а любимият им жанр – репортажът. Друга геополитическа теза, която бива изказвана предимно анонимно, е, че Европа е завладяна от институциите на обединена Европа, а те са проводник на интересите на САЩ. Либералните ценности са също оръжие на САЩ, което отслабва Европа – мултикултурализъм и човешки права са американско оръжие срещу идентичностите.

Как се разиграва тази картина във вътрешнополитическите публикации? Чрез насърчаване на отхвърлянето на мултикултурализма и политкоректността – те са американско оръжие срещу Европа и отхвърлянето им не е лошо, а е възвишено и смело. Който ви упрекне в език на омразата, само доказва, че е американски агент (в по-мекия вариант, евфемистично – проводник на чужди интереси).

Навлизането на този речник може ясно да се датира – есента на 2013 година, когато той е взет на въоръжение за делегитимиране и деморализиране на антиолигархичните протести в България от същата година. Откъде се взема? От кремълския речник за делегитимиране на евромайдана в Киев. Според директора на руския изследователски център „Левада“ Лев Гудков антизападната пропаганда превзема руската медийна среда, първо, за да дискредитира тамошните протести от 2011-2012 г., но и после, „за да се противодейства чрез Украйна на протестите вътре в руското общество“ (2015). В България сме свидетели на същия старт – същите опорни точки навлизат в онлайн медиите за дискредитиране на протестите от 2013 г. Косвен ефект от него е навлизането на евроскептическа реторика – просто заетият от кремълската пропаганда пакет за делегитимиране на протести е такъв. Следващият много стръмен пик от 2014 г. обаче вече не е за местна употреба – той съвпада с анексирането на Крим и първите санкции срещу Русия.

Самите пропагандни опорни точки, заемани за разнообразни цели от локални играчи, пък са преработки на грас-руут критики на либерализма и капитализма (както леви, така и десни), сега всмукани в една нова пропаганда, която цели едновременно да ласкае и обезкуражава гражданите.

Този речник на стратегическо усвояване на критиката за целите на управляемостта и съответно за смачкването на самата критика и това преупаковане на популистки надигания в геостратегически термини всъщност представлява една дискурсивна машинария, която може и фактически се използва от разнопосочни в идеологическите си

и геополитическите си идентификации актьори, като най-малкото общо кратно между тях е необходимостта от гражданско бездействие.

Това, което демонстрира първата част на книгата, е как популистките импулси, идващи отдолу и изявяващи се в новите глобални протести от първото десетилетие на новия век насам, бяха пропагандно прихванати и опаковани в една изразена картина, чиито контури са семпли, наситеността ѝ – монотонна, а разпространението – нарастващо. И разработва хипотезата, че тази картина докосва и задвижва две нишки на социално възприятие, които се отнасят едновременно до идеята за съвместност (респективно до несигурността по отношение на това какво ни свързва) и до усещането за време (респективно несигурността по отношение на бъдещето).

С други думи няма предварително оформени *единни*, нито *споделени* усещания за несправедливост, които тази картина да опакова. Нейната принадлежна стойност идва от това, че **споява в един речник всъщност разнородни и дори противоположни усещания за несправедливост**, създава усещането за хомогенност на хетерогенните преживявания на несправедливост и на хетерогенни недоволства във фрагментирана среда.

Последната глава от първа част е реферирана също и по-долу в резюмето на студията „Популистка пропаганда в контекста на социална самота“ и почива на анализ на 13 полуструктурирани интервюта с журналисти. Ако всяка циркулация на пропагандни клишета беше стратегическа, не би имало ефикасна пропаганда. Пропагандата е успешна, когато стратегически дисеминираните ѝ клишета спрат да се нуждаят от стратегическо разпространение: когато станат част от речта на всекидневието, включително част от всекидневния говор на журналистите. Пропагандистът, технологът на думите и настроенията, който сам не се идентифицира с тях, несъмнено е важен за успеха на пропагандата. Но не е решаващ. За този успех решаващото е да се опаковат в стереотипи съществуващи дифузно предразсъдъци, да се тласнат към обект („бежанците“, следователно „Европа“) съществуващи дифузни тревожности и недоволства. Едновременно да се опаковат и тласнат и да са хетерономни – онези, които ги преживяват, да не могат да говорят и да ги обсъждат, а само да ги издигат като лозунги с език, който претендира да не е език, а самоговорещата действителност, език, предоставен им от пропагандиста. В този смисъл решаващото за успеха на всяка пропаганда е социалната фрагментираност, социалната самота.



В тази последна глава от първата част на книгата говорим за хора, които не правят пропаганда, макар да са участвали или да са свидетелствали как се прави. Говорим за хора, които ходят на работа, изкарват прехраната на семействата си, някога са търсели високо признание, днес не вярват, че това, което практикуват, е професия; от елит са се превърнали в самотни фаталисти. Хора, които питахме какво представляват днешните български медии, как се чувстват те самите в тези медии, как са попаднали в тях, как работят в тях. Важното, което говорят техните гласове, е не толкова скандалното – как се носят флашки в редакциите, как се съобщава, че „този министър вече не го харесваме“ и пр., - колкото разказът за ужасната самота и несигурност, в която единствената солидарност е солидарността на колективното унижение. Интервюираните са подбрани в две възрастови групи – такива с журналистически опит отпреди 1989 г. и други, помлади, без такъв опит. Другият критерий на подбора беше да са работили както в издания от типа на тези, разпространяващи пропагандните опорни точки, така и в издания, критични към тях. Позоваването на интервютата е анонимизирано.

Без преувеличение както изследването на медиите, така и интервютата с журналисти констатираме **разпадането на полето на журналистиката като обособено поле**. Поради какво? Нашите събеседници го обясняват с маркетинга и обръщането на медиите от доверие към рейтинг – гледаемостта се разбира като забавление и журналистиката се опитва да се нагоди към това „пазарно“ изискване. Но не това е основната (или поне не достатъчната) причина. Пазарът на свой ред се променя, под натиска на безплатните онлайн медии, ориентирането на телевизиите към нови формати (на забавление) и съпътстващото го фрагментиране на публиките. Ако в телевизиите журналистиката става все по-неразличима от забавлението, в печатните медии през това амалгамиране се провежда директно политика. („и така, тогава стана очевидно, безпощадно ясно кой дава парите, но като нямаш друг избор, ще стискаш зъби и ще се съобразяваш, това е за съжаление“; И1-4) За да не участваш в тази игра, се отдръпваш в по-дълбоки води, на по-безопасни теми. Ако се окаже невъзможно, се стремиш да смениш медията („сега наистина като те изгонят ще отидеш в друг вестник, но то и там същото общо взето“ И2-1), а за радио-журналистите дори и тази опция не съществува (вж. Ророва 2015). Това е твърде тежка житейска ситуация: как пазиш идея за достойнство? Това, което ни изглежда като нормализация на цинизма, е всъщност усилието да се запази идея за лично и професионално достойнство, да се пребориш с ужасяващото отчуждение, което работната ти ситуация налага.

Събеседниците ни без опит отпреди 1989 г. разказват тази картина като глобална съдба на медиите в дигиталната ера. Това, което е по-изявено в България обаче, е загубата на дистанция между таблоидизираното забавление и оперативната политика. Медиите се използват като политически инструменти не опосредствано, като притежаващи някакъв собствен ресурс (журналистиката), а директно за политически послания. Чуваме го повсеместно в нашите интервюта, ето един от гласовете: „Всъщност, това истински убива плурализма, да си убеден, че всяко мнение, да не говорим вече за факти, че всяко мнение, не е свободно изразено мнение, а е просто плод на някакъв интерес...“ (И1-3). И още по-директно, чак битово директно: „няма бариера между власт и медии. Те са си на Ти, пият си заедно уискита“. Това, разбира се, става възможно не само заради медиите и тяхната дерегулация. Ами защото, както казва един от събеседниците ни, другите публични институции имат много висока търпимост към собствените си системни проблеми и докато те не излязат скандално по медиите, няма шанс да се решат. Което пък създава очакване на медиите, че могат да правят политика.

Преведена в социологически термини, общата констатация е, че се е разпаднало медийното поле. Разпаднало се е като поле на комуникация и битка (въпреки кресливия си тон, медиите не водят открит конфликт). Разпада и доколкото изчезва специфичният му капитал – журналистиката като овластяване на публиката да взима информирани решения по темите на деня, като професионална работа, частично автономна от силните на деня.

Днес общото усещане е, че автономията на медиите не съществува. Съществува само автономията на журналиста, която във всички тези случаи е гордо, самотно или колебливо изговорена като вътрешно изгнание. („ако ти кажат – ама това не може – махаш се и търсиш друг вестник. Така е“ И2-1). Можем да се изкушим да наречем това търсене на „място на съвестта“ с името нормализация на цинизма, но трябва да отчетем екзистенциалната ситуация на хора, които не просто гледат семействата си, изплащат ипотечни кредити и пр., а търсят признание в сфера, която вече е излиняла до ефимерност. Признанието не се получава през статуси и акредитиви, професията е разпаднала, тоест не съществуват гилдийни тела, които да лицензират кой може да упражнява тази професия, да номинират кой как го прави. В известен смисъл употребата на медиите с пропагандни цели – в случая антилиберални – е ефект на кризата на признанието, причинена от свръхлиберализацията на средата. Единственият начин да търсиш високо признание става да се изстъпиш, за да те слушат. Проблемът обаче е, че

паресията се превръща в типична митотворческа техника. И тъкмо такова е поведението на медийните звезди, които се впускат, изглежда с охота, в смесването на журналистика, забавление и директна политика. Изместването на признанието от професионалната работа към паресията и звездостта са поредният индикатор за разпадането на полето.

Мрежата на журналистите, които отиват, инструктирани с политиката на медията си (да харесва този министър или да пише срещу него), няма вътрешни напрежения помежду си, защото членовете ѝ знаят, че делят обща съдба.

Всички знаем какви етически компромиси прави другият – това е станало гръбнакът на общия етос, това сплотява хората от враждуващи редакции, а враждата между редакциите не е заради любов към истината, а от бедност на публичната среда или казано в друг речник, на грамадна хетерономия. Гледано откъм публичните етически стандарти за независимост и професионализъм на журналистиката (включително откъм който и да е от двата етични кодекса в България), подобни компромиси пряко противоречат на стандартите – те са цинични и непрофесионални; гледано обаче откъм личните отношения, те са човещина – и солидарността и емпатията, с които ги оправдаваме, също са елементарна човещина. Публичен и личен морал максимално са се отдалечили едно от друго, така че личният морал става оправдание за злоупотребите с публичния.

**Втората част на книгата, озаглавена „Страх“, има задачата да изгради емпирично обоснована мрежа от хипотези за това как работи пропагандата, какво я прави ефективна и ефикасна.**

Възходът на антисистемни движения в последните десетилетия се съпътстваше от изместването на делиберативните форми на интерпретирането на колективни идентичности и съвместния социален живот от колективни митове и пропагандни клишета. Ето какви техни очертания показах в анализа на печатните и онлайн медии: едно от централните чувства, които те отглеждат, напътстват и сгъстват, стереотипизират до границите на митичен факт, е чувството за разпад на Европа. Тук видяхме митическата двойственост на тази неизбежно разпадаща се Европа – тя веднъж е политическият съюз, втори път – ценностен хоризонт, който този съюз разпада. Културна Европа се разпада заради политическа Европа. Мултикултурализмът, човешките права, политическата коректност – това са все много коварни *антиевропейски* оръжия.

В книгата показвам в детайл митологизацията на фактичността от антилибералната атака в българските медии. Дори и тяхната чиста и нагнетяваща се повторителност обаче трябва да резонира с „нещо“. За да работи, не е достатъчно, нито е дори най-важно да съответства на предварително формирани и езиково артикулирани нагласи. Тогава повторителността, каквато наблюдаваме в медийното изследване, дори е рискована – тя може да спре да се чува или дори да се възприема като измама. Най-важното е

резонирането с някакъв афективен пласт на социалното преживяване. Това е голяма задача на втората част на книгата – да разберем как „идеационното съдържание“ навлиза в афективния поток на социалния опит. Пропагандните клишета въвеждат твърдости – обективации, обективирани значения в този поток. При това трябва да имаме предвид и друго – като всекидневно рационални дейци ние далече не се ограничаваме да боравим с думите като със средства – за посочване, за изразяване и пр. Ние боравим – винаги – с тях и в една друга модалност: като с обекти на вкуса, като с обекти на наслаждение. Така че е нужно да се направи усилието, чиито първи стъпки предприемам в книгата, да опитаме да се доближим тъкмо до този резонанс, до това вклиняване на идеационно съдържание в афективния поток, при което то се вклинява също и афективно, като афективен обект.

За тази цел процедирам така: най-напред показвам фонови нагласи, стереотипи и клишета, предхождащи навлизането на антилибералната и антидемократична пропаганда в българското медийно пространство, които тя – показвах по-горе – усвоява, мобилизира, а на някои – дава индулгенция. След това формулирам хипотеза за това какво представлява пропагандният ефект, структурата на резонанса на пропагандния дискурс с всекидневни нагласи и страхове. Трето, изпробвам тези хипотези в емпирично изследване с полуструктурирани интервюта и фокус групови дискусии. И четвърто, в анализа на фокус груповите дискусии правя хипотеза за интерактивния механизъм на поддържане на пропагандните послания.

Цели 4 години преди пропагандното наводнение откриваме сдвоени два проблема. Единият е, че съществуват асиметрии и неравенства, които са нелегитимни от гледна точка на езика на признатата нормативност на обществото – конкуренция, пък макар и капитализъм, меритокрация, пък макар и неравенство – и които съществуващите механизми на социален контрол вече не могат да компенсират и дори да прикриват. Другият проблем обаче е, че като виновни за тези неравенства и асиметрии набеждаваме тъкмо нормативните принципи, които сме признали за валидни и които са нарушени.

Затова на този фон, регистриран изследователски преди навлизането на описания в първа част пропаганден пакет, правя следната хипотеза за това как се поражда пропагандният ефект, за това как – с думите на Джейсън Стенли „честни и добронамерени хора в хватката на flawed идеология могат без да знаят това да произвеждат и да потребяват пропаганда“ (Stanley, 2015, p. X). За пропагандния ефект не е достатъчно да има пропагандни послания. Трябва да наблюдаваме промяна в нагласите за действие, която да е кохерентна с пропагандните внушения. А да наблюдаваме това лабораторно, както ни предупреждава Елюл, е трудно, почти невъзможно. Да направим все пак хипотезата. Пропагандният ефект се състои в организирането и насочването на социалната тревога, в „опаковането“ ѝ в прости повторителни фигури, които преобразуват тревожността в страх. Така се полагат „коловози“, по които обществото става управляемо посредством очакванията на хората. Преобразуването на дифузната тревожност в страх, тоест обвързването ѝ с мними или реални опасности, е рационална стратегия за социален и поведенчески контрол.

Схващам тревожността като интензифицирано усещане за несигурност, за опасност, което усещане обаче е твърде неопределено и в него не може да се идентифицира и определи кой е обектът, който поражда опасността: безобектно безпокойство. Именно това отличава тревожността от страха – страхът, колкото и интензивен да е като преживяване, е винаги някак вече успокоен, защото е по-определен – безпокойството е насочено: усещаме, поне интуитивно знаем от какво ни е страх. Тревожността, напротив, е афективен поток, който предполага лутане, несигурност, и именно затова той стимулира търсенето и намирането на такива дискурсивни фигури – на такива обяснения за света, - които са максимално прости, максимално редукирани спрямо сложността на света, но които произвеждат, пък макар и мимолетното и измамно, чувство за пълна сигурност. Именно затова афективният поток на тревожността е този, върху който най-лесно полепват семплите клишета ако не на всяка, то със сигурност на популистката пропаганда, която изследваме тук. И, разбира се, тъй като таргет на пропагандата не е просто индивидът, а масата, то пропагандата паразитира върху, но и произвежда не просто индивидуално-психологическа, а социална тревожност.

Казано накратко, версията ми е, че общата дифузна тревожност в обществото, регистрирана както в психиатрични и психологически изследвания (НЦОЗА), така и в сравнителните международни панелни изследвания като Европейското изследване на ценностите (EVS) и Европейското социално изследване (ESS), бива опакована от пропагандата в митични (смесени, неотчленени помежду им) страхове, които се съгъстват в обща социална тревожност и съставят, грубо казано, следната обща картина: едно общо усещане, че „всички лъжат“. Всъщност усещането, че „всички лъжат“, е и максимизирано – повдигнато на втора степен - усещане за социална несигурност и тревожност. Затова, след като тенденциозно е създадена това общо усещане, на втора стъпка пропагандата казва: нека да оставим „фактите“ да говорят сами! И отново като маскирани като факти се явяват митове, които преработват стари клишета или обществени фрустрации, предизвикани от растящото чувство на несигурност и несправедливост в експлозивно либерализираща се социална и икономическа среда. Митовете – под „митове“ тук разбирам практически неотчленени помежду им и нарочно поддържани като ненапълно отчленими, т.е. практически нерационализирани и нерационализуеми дискурси, - на свой ред интензифицират несигурността. И т.н. Едно перпетум мобиле: тревожност – пропаганда – тревожност: страхът социализира тревогата, вклинява в афективния поток означени опасности като тяхна правилна реакция. Никаква обективация обаче не може да премахне тревогата, а само да ѝ създаде основание в нещо като колективен невротизъм.

При това тези митически фигури подпъхват „несигурност“ и „несправедливост“ като взаимозаменими, направо като тъждествени не просто термини, но и преживявания – несигурността се преживява като несправедливост. Това подпъхнато тъждество е сдвоено с компенсаторната идентичностна стратегия на виктимизацията (и авто-

виктимизацията): „зле сме, защото циганите живеят на наш гръб, а политическият елит е корумпиран и ги използва, за да стои на власт, така че няма смисъл да действаме“.

Парадоксално, това, което се предлага от пропагандата, е виктимизацията като сърцевина на колективната гордост. Жертвата е тотална жертва, тъкмо както казва Вийна Дас (Das, 2007, р. 211): това я въздига морално, което пък я „спира“ – тя е морална, защото не е субект на действие. Именно **в изграждането на опозиция между морал и публично действие е може би най-отровният ефект на пропагандните послания днес**. За да си морален, трябва да си останеш жертва, тотална жертва – „Остави действието на други! Действието е грях!“

Всъщност митичните фигури на страха се отличават както от социалната тревожност като напълно дифузно безобектно безпокойство, така и от практически рационализируемите форми на страх, които позволяват изчисление на рисковете. Защото те донякъде пакетират и насочват безпокойството: нали е ясно! - страх ме е, че Европа загива. Само че под този общ митичен страх метонимично са слети множество различни страхове: страх ме е от икономическата глобализация (от мощта на корпорациите, от несигурността на работните места, от трудностите пред политическата регулация на финансовите потоци, от постоянните технологични иновации, които поставят постоянно под риск компетенциите ми, и т.н.); страх ме е също от промените в културните и генетичните кодове (от мигрантите, от промените в кодовете на сексуалността т.е. в „джендъра“, от заплахите от различни фармацевтични и генетични интервенции върху тялото ми, и пр.); страх ме е... Пропагандата обаче не отчленява тези страхове – не се опитва допълнително да ги определи, за да позволи изчисление и превенция на съответните рисковете, - а ги поддържа в метонимична циркулация, при която всеки от тези страхове е същият като другия, в една обща амалгама, според която „Европа загива“.

Съответно, тези митични фигури на страха а) биват медийно комуникирани и б) почиват върху, оформят и усилват предсъществуващи, разпръснати и смътни преживявания за несправедливост (както видяхме, пропагандата спои в тъждество несправедливостта и несигурността). Така опакована във фигури вече на страх, тоест частично обективирана, а не напълно дифузна и безобектна, тревогата създава нагласи за действие, обвързани с очакванията за това какво ни готви бъдещето. Само че така създадената нагласа за действие, ориентирана от митични фигури на страх, продължава да е само полу-ориентирана: нейната ориентация, доколкото е митично размита, остава ad hoc изложена на нови конкретизиращи я пропагандни стимули. Тази трансформация на тревогата в готовност за действие (ориентирано според очакванията за бъдещето, но без ясна посока) наричам „пропаганден ефект“. Този ефект – трансформирането на чистата негативност в готовност за действие, а също и в координатна система за ценностни отсъждания – изисква тревожността, афективният поток, да бъде дублиран, тоест културно означен. Дотук видяхме някои от основните дискурсивни операции на това медийно циркулиращо културно означаване, което преобразува диктата на

неотложността в очакване за бъдеще. Но как то се преобразува в готовност за манипулирано действие?

В края на изследването се оказва, че взаимодействието между страх и пропаганда е далеч по-комплексно, отколкото предполагаше първоначалната концептуална схема, през която построих дизайна на изследването. Заплахи, чрез които да се насочва социалната възбудимост, разбира се се намериха – спектърът им не беше богат, но пък повторителността на пропагандната циркулация насищаше с тях медийното пространство. При това тези заплахи бяха представени като неизбежност – нищо чудно, като се има предвид, че тиражираните пропагандни клишета бяха заимствани под формата на полуфабрикати от кремълския голям наратив, в който най-важното е да се предотврати гражданското действие. Основният механизъм, който превръща страха в управляемост, тоест канализира го и го тласка към готовност за действие, обаче не бяха заплахите, а превръщането на тревогата в озлобление или казано другояче – в ресантимент. И надигането му видяхме може би най-концентрирано в отхвърлянето на истанбулската конвенция, последвано от бламирането на националната стратегия за детето и последвалото блокиране на промените в закона за социалните услуги, които предвиждаха координиране на грижите за деца в риск. Превръщането на страховете в ресантимент оперира в самата сърцевина на възприятието ни за нас самите. Оскъдицата на интерпретативни ресурси, с които да опитаме да проумеем силите и процесите, които оформят жизнените ни хоризонти, беше насърчена от пропагандата чрез псевдообяснение: живеете зле, защото слабите живеят на ваш гръб и ви обезправяват. А това привилегироване на слабите е конспирация на елитите срещу вас. Вие сте жертва, гордейте се! Изместените - елитите и малцинствата - ви изместват, но отмъщението ще дойде, само почакайте!

В реферираната дотук първа глава на втора част от книгата се уповавам на работи на Фриц Риман, Жан Делюмо, Уилям Джеймс, Анна Качкаева, Иан Хакинг, Уилям Реди, Франк Фуреди, Томас Диксън, Грегъри Бейтсън, Браян Масуми, Вийна Дас и др.

Пропагандата работи като „културна фантазия“; както казах по-горе, атакува ни там, където са нашите уязвимости – в търсенето на сигурност и признание.

В следващата глава на частта върху страха представям най-напред резултати от 19 полуструктурирани интервюта, проведени през 2017 г. Интервютата са с хора от три възрастови групи и от всички типове градски населени места<sup>3</sup>. Задачата на интервютата е да потърсят артикулации на чувства на страх и тревожност и да тестват очаквания за

---

<sup>3</sup> Интервютата бяха взети от Албена Сотирова, Антонио Костадинов, Божидар Иванов, Димо Панов, Екатерина Груева, Галя Петкова, Георги Василев, Християна Николова, Християна Парашкевова, Иво Грозданов, Катерина Либова, Михаела Маринова, Надя Илиева, Нора Петрова, Персиян Фотев, Ралица Крапова, Силвия Пейчева, Виолета Литова и Живко Динев. Благодаря им за отличната теренна работа. Благодаря и на Вероника Димитрова за контрола върху теренната работа и за съветите ѝ при съставянето на гайда на интервютото.

бъдещето, а не да изследват как работят пропагандните послания. (За такава цел – да се тества работата на пропагандата – интервюто не е особено адекватна техника: то предполага диалогична ситуация, а пропагандата, да припомним Елюл, спира там, където започва най-простият диалог.)

Ако обобщим, антилибералната пропаганда а) се обръща към чувствата за онеправданост, които опитва да облече в удобна форма, да приласкае и насърчи; б) рисува разцепен свят, в който в) е безсмислено да се действа.

Пропагандата работи най-силно при онези, които са фрагментирани в маса, които имат най-голяма потребност да имат мнение по различни въпроси, и при онези, които са най-големи потребители на факти от втора ръка. Затова интервютата и фокус групите дискусии, които коментирам в тази част на книгата, са с работещи и учещи градски хора. Тоест хлабаво интегрираните в анонимна социална среда.

Тези обобщени нагласи, които в най-голяма степен резонират с посланията, идентифицирани в анализа на медийно съдържание, се отнасят първо до самоуважението и, второ, до усещането за бъдеще. Тези две тревожности са обхванати от виктимизацията, която пропагандата превръща в източник на гордост. Детектираните нагласи варират според нещо, което нарекох „контекст на социализация“ и което обхваща два компонента: 1) разделението голям град/малък град и 2) силата на идентификация на човека с настоящата му дейност/професия. Хората от големи градове, които са силно идентифицирани с това, което извършват понастоящем, в много по-малка степен (макар и с изключения) демонстрират тревоги, свързани със самооценката и с преживяването на бъдещето и в много по-малка степен възпроизвеждат нерелексивно пропагандните клишета. Това, което резонира с пропагандната картина, очертана по-горе, е тревогата за себе-реализацията и самооценката. Тъкмо тук се захващат пропагандните послания. Бяхме втора ръка хора, но сега това се оказва добро. Чувствахме се неловко с политическата коректност, но тя пък се оказа промиване на мозъци, така че можем да ревизираме самооценката си.

Следващата нагласа, която резонира с пропагандната картина и разпространяването с нея страхове, е усещането за упадък на социалното признание. Липсата на места на социалното признание и на публична норма на самооценката и самоуважението, в някакъв смисъл кризата на публичния език поражда тази несигурност в собствената интерпретация. Това наричам криза на социалното валидиране – фактите не могат да бъдат интерпретирани, социалните йерархии не могат да бъдат валидизирани според собствените им нормативни принципи.

Следващият пласт, с който резонират пропагандните заготовки, е пластът на осмисляне и преживяване на времето. Далечното бъдеще не е свързано с близкото бъдеще, общото бъдеще е личностно безкрайно далечно: ще става каквото е писано. Тук се свързват отдалечеността на политическия процес на взимане на решения от времената на държавния социализъм и празното бъдеще на вероятностните калкулации. Формулата



на осмисляне на далечното бъдеще е „Надявам се, но не вярвам“. А близкото бъдеще е почти настояще, надвиснало над хоризонта и преизпълнено с дълбоко частни безпокойства: какво да правя с пералнята, ще си намеря ли партньорка, бъдещето е все по-близо, часовникът цъка. Тази разпаднатост на връзката между различните измерения на бъдещето, това свиване, колапс на бъдещето, резонира добре със зрителския фатализъм, култивиран, напътстван, подхранван и усилен от антилибералната пропаганда в България.

Като снабдява тревожността с плашещ обект и я превръща в страх („ордите са на път към домовете ви“), пропагандата резонира не просто защото обективира, а защото посредством това дава ресурс за позитивно себеразбиране. И това, че работи така гладко в тази точка, в този възел, се дължи както на нейната сръчност, така и на отсъствието на друг публичен език за саморазбирането ни, на отсъствието на публичен език на социалното признание.

Какъв обаче е този страх, в който пропагандата облича тревожностите, свързани със себеразбирането и с преживяването на времето? Моята хипотеза е ето такава: става въпрос за страха от делокализиране.

Делокализирането е станало обща съдба и пропагандата вклинява страха от делокализирането в два модуса: ниският (бежанецът) и високият (световният хегемон-кукловод, зъл супермен) делокализиран. Стремехът към релокализация няма форма „по природата си“, това е политически въпрос – на сблъсък на визии. Делокализацията ще рече, че социалното признание се е отвързало както от позициите в социалния свят, така и от нормативните принципи на меритократичните конкурентни общества.

Ще резюмирам накратко. Когато започвах изследването, очаквах, че ще изследвам страха: идеята ми беше да видя кой кого с какво плаши в България днес. Интересувах ме културните матрици на страховете, тиражираните и циркулиращи през медиите страхе за общото бъдеще и съдба, както и тяхната перцепция и преинтерпретация от публиката. Тези тиражирани опасности резонират с определени пластове на социална тревожност: преживяването на времето, виктимизацията и страхът от делокализация – са основното, с което резонират посланията на пропагандата.

Това обаче не означава, че те са буквално усвоени. Както вече казах, от този резонанс произтече социален ресантимент, надигна се озлобление.

Това, което излиза от моите данни, е, че виктимизацията е нашата гордост, затова и самата ни гордост е свързана с ресантимента – при него идеята за добро е в негатив – възмездие на жертвата. Това, което се предлага от пропагандата, е виктимизацията като сърцевина на колективната гордост. Жертвата е морална, без да действа, в жертвата са споени в едно гордост и бездействие. Тъкмо заради това, а не заради славянското братство, продуктите на руската пропаганда, но само някои – тези около национал-суверенизма – се харчеха добре (между 50% и 70%).

Последната емпирична глава на книгата стъпва върху интерпретация на данни от 6 фокус групови дискусии. Групите са с хора от големи градове от три типа: град във възход, град в упадък и София; две групи са студентски, останалите са в три възрастови диапазона и с различен социален статус. Анализът е структуриран според комуникативния профил на групите.

**В три от групите наблюдаваме отчетливо това, което Елизабет Ноел-Нойман нарича „спирала на мълчанието“. И в добавка наблюдаваме това, което психолозите назовават „закон за груповата поляризация“: ако хора със сходни мнения по даден въпрос го обсъдят заедно, мненията им ще се радикализират след обсъждането. Социалните медии с техния балонизиращ ефект са идеална среда за такава радикализация. Драматургичният анализ на фокус групите показва специфична комуникативна динамика, чрез която се случва тази радикализация. Наричам въпросната динамика „миметически танц на паресиаста и ерудита“. Това е драматургичната схема неизменно и в трите превзети от пропагандните клишета групи – паресиастът се изстъпва от себе си в смел жест, а ерудитът се ослушва да разбере нивото на компетентност и желанието за участие на другите в групата. Ако не бъде повдигната такава претенция, се включва смело с псевдоаргументи, при което, да речем, еврочленството бива предефинирано така: „държат ни бедни, защото ни спират Южния поток, спират ни Козлодуй, спират ни Белене“. Еврочленството е почти конфликт с Русия още тогава, през 2017 г.**

По клишетата тъкмо паресиастът и ерудитът взаимно се разпознават. В добавка винаги част от сработката им е налагането на параноидния стил на мислене: историята е предопределена, но има злодей-кукловод, който е надарен със свръхсили и е отвъд механизма на историческата предопределеност. Както казва Хофстадтер, умът на параноика е много по-кохерентен от действителността (Hofstadter, 1996, p. 36).

Във фокус групите можем отчетливо да чуем да чуем афективна динамика на това преживяване, при която чувството за обида става морална сърцевина на тълкуването на настоящето, схващането за „ние“ и идеята за справедливост („сякаш справедливостта е доразвито чувство за обида“, както казва Ницше, 2002, с. 276).

**Всъщност тази пропаганда насъсква чувството за онеправданост в озлобление и нарича озлоблението справедливост, като същевременно грижливо култивира вярата, че да се действа е безсмислено.**

## Литература

Ангелова, Вяра, Мария Нейкова, Жана Попова 2017. *Новини... отблизо*. Публикувано на:

<http://www.aej-bulgaria.org/wp-content/uploads/2017/07/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8-%D0%BE%D1%82%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%83%D1%87%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5.pdf>

Арент, Хана 1993. *Тоталитаризмът*. Превод от английски език: Ирина Васева. София: Панорама.

Бернайс, Едуард 2019. *Пропаганда*. София: Изток-Запад

Вацов, Димитър, Албена Хранова, Боряна Димитрова, Боян Знеполски, Деян Кюранов, Константин Павлов, Мартин Канушев, Милена Якимова, Том Джунс, Цветозар Томов 2017. *Антидемократичната пропаганда в България. Първа част: Информационни сайтове и печатни медии, 2013-2018 г.* Достъпно на: [http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT\\_PART1\\_BG.pdf](http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT_PART1_BG.pdf)

Вацов, Димитър 2017а. Логика на пропагандата. Първа част. Популизъм и пропаганда: опасни връзки и семейни прилики. Сп. *Критика и хуманизъм*, кн. 47, бр. 1, с. 113-150

Вацов, Д. 2017б. Логика на пропагандата. Втора част. Конспиративната граматика на популистката пропаганда. Сп. *Критика и хуманизъм*, кн. 48, бр. 2, с. 39-62

Вълков, И., Алфа Рисърч 2017. *Голямото завръщане на политическия натиск*. Достъпно на:

<http://www.aej-bulgaria.org/wp-content/uploads/2017/10/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D1%8F%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%BE-%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D1%80%D1%8A%D1%89%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA-2017.pdf>

Гудков, Лев 2015. Социолог Лев Гудков – об ефективности пропаганды в России. *The Village*, 16.12. (<http://www.the-village.ru/village/city/city-news/228271-society>)

Гудков, Лев 2016. В: Соколов, М. Лев Гудков: „12% не поддается телепропаганде“. Радио *Свобода*, 10.02. (<https://www.svoboda.org/a/27543189.html>)

Делюмо, Жан 2002. *Страхът в западния свят, XIV – XVIII век*. Превод от френски език: Нина Венова. София: Рива

Димитрова, Боряна 2017. Влияние на антидемократичната пропаганда върху българското обществено мнение: психологическият натиск и политическите избори. Сп. *Критика и хуманизъм*, кн. 47, бр. 1, с. 69-92

Евдокимова, Розалина 2014. Дамян Обрешков: Журналистиката – танец за цял живот. *Съюз на българските журналисти* (<https://sbgj-bg.eu/index.php?t=22529>)

Енчева, С., Ж. Попова (2017) Жана Попова: „Развлекателният патриотизъм се превръща в политическа платформа“, интервю: *Маргиналия*.

Знеполски, Б. 2017. Популстката пропаганда в България: логика, идеология, стилистика. Сп. *Критика и хуманизъм*, кн. 47, бр. 1, с. 151-189 ([https://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2018/05/KX-47-Print-01\\_05\\_2018-re.pdf](https://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2018/05/KX-47-Print-01_05_2018-re.pdf))

Кастрева, Анна 2003. ВАЦ е най-големият играч на вестникарския пазар. В. *Дневник*, 19.10. [https://www.dnevnik.bg/biznes/companii/2003/10/19/153427\\_vac\\_e\\_nai-golemiat\\_igrach\\_na\\_vestnikarskiia\\_pazar/](https://www.dnevnik.bg/biznes/companii/2003/10/19/153427_vac_e_nai-golemiat_igrach_na_vestnikarskiia_pazar/)

Качкаева, Анна 2016. В: Соколов, Михаил, Лев Гудков: „12% не поддаются телепропаганде“. Радио *Свобода*, 10.02. (<https://www.svoboda.org/a/27543189.html>)

Кръстев, Иван и Стивън Холмс. 2019. *Имитация и демокрация*. София: Обсидиан

Кръстев, Иван 2020. *Утре ли е вече?* София: Обсидиан

Кюркчиев, Симеон 2017. *Психологически експертизи и грижата за себе си*. София: Изток-запад

Кюркчиев, Симеон 2020. За отношението между тревожност и невроза. Сп. *Критика и хуманизъм*, кн. 53, бр. 2

Найденов, Валери 2001. „Преди да се роди вестникът и малко след това“. В: Лозанов, Георги, Орлин Спасов и Росен Янков (съст.) *24 часа: вестникът*. София: Книгоиздателска къща „Труд“, с. 25-66.

Ницше, Фридрих 2002. *Към генеалогия на морала*. София: Издателство „Захарий Стоянов“

Ноел-Нойман, Елизабет 2004. *Спиралата на мълчанието. Общественото мнение – нашата социална черупка*. Превод от немски: Пламен Георгиев. София: ИК Люрен.

Остин, Джон 1996. *Как с думи се вършат неща*. Превод от английски език: Тодор Петков. София: ИК „Критика и хуманизъм“

Риман, Фриц 2002 [1961]. *Основни форми на страх. Една дълбинно-психологическа студия*. Превод от немски език: Златко Теохаров. София: Лик

Рорти, Ричард 2003. *Да постигнем нашата страна*. Превод от английски език: Свилен Василев. София: Дружество „Гражданин“

Ростова, Наталия 2009. „Я сделал, что мог. Пусть другие сделают, что могут“. Главный редактор журнала *Огонек* (1986-1991) Виталий Коротич. <https://republic.ru/posts/1/199802>

Ростова, Наталия 2015. *Рождение Российских СМИ*. <https://gorbymedia.com/interviews>

Спасов, Орлин, Николета Даскалова, Валентина Георгиева 2017 *Да бъдеш журналист: състояние на професията*. Публикувано на <http://www.aej-bulgaria.org/wp-content/uploads/2017/10/%D0%94%D0%B0-%D0%B1%D1%8A%D0%B4%D0%B5%D1%88-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82-%D1%81%D1%8A%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0-2017.pdf>

Тренд, социологическа агенция 2017. *Изследване на ценностните нагласи на българите (част втора)*.

На:

<https://rctrend.bg/project/%d0%b8%d0%b7%d1%81%d0%bb%d0%b5%d0%b4%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%b5-%d0%bd%d0%b0-%d1%86%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d0%bd%d0%b8%d1%82%d0%b5-%d0%bd%d0%b0%d0%b3%d0%bb%d0%b0%d1%81%d0%b8-%d0%bd%d0%b0-2/>

Филипова, Румена и Руслан Стефанов 2020. *Демокрацията в България – все още крехка след три десетилетия преход*. София: ЦИД

На: <https://csd.bg/bg/publications/publication/democracy-in-bulgaria-still-fragile-after-30-years-of-transition/>

Фройд, Зигмунт 1990. *Въведение в психоанализата*. Превод от немски: Маргарита Дилова. София: Наука и изкуство

[Фуко, Мишел 2016. \*Управляването на себе си и другите\*. Курс лекции в Колеж дьо Франс \(1982-1983\). Превод от френски език: Антоанета Колева. София: ИК „критика и хуманизъм](#)

Христов, Христо. Корупцията в съдебната власт. *Libertarium Civil Association* ([http://corruptionbg.com/Korupciqta-v-sudebnata-vlast#\\_ftn1](http://corruptionbg.com/Korupciqta-v-sudebnata-vlast#_ftn1))

Шютц, Алфред 2010. *Смисловото изграждане на социалния свят*. Превод от немски: Кольо Коев. София: ИК „Критика и хуманизъм“

Якимова, Милена 2016. *Как се ражда социален проблем*. София: Изток-запад.

Якимова, Милена и Димитър Вацов 2017. Експроприране на недоволството: български популизъм, локални интереси и руска пропаганда. Сп. *Критика и хуманизъм*, кн. 47, бр. 1, с. 51-68

Alexander, Jeffrey C., Ron Eyerman, Bernard Giesen, Neil J. Smelser and Piotr Sztompka 2004. *Cultural Trauma and Collective Identity* Berkeley, CA: University of California Press

Applebaum, Anne, Peter Pomerantsev, Melanie Smith and Chloe Colliver 2017. *“Make Germany Great again”*. *Kremlin, Alt-Right and International Influences in the 2017 German Elections*. London: Institute for Strategic Dialogue

Bateson, Gregory 1987. *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*. Northvale, New Jersey, London: Jason Aronson

Berlin, Isaiah 2006. *The Problem of Nationalism*. A dialogue with Stuart Hampshire, chaired by Bryan Magee. Isaiah Berlin Virtual Library: <http://berlin.wolf.ox.ac.uk/lists/nachlass/probnati.pdf>

Bobbio, Norberto 2001. *Old Age and Other Essays*. Translated by: A. Cameron. Cambridge: Polity

Bourdieu, Pierre 1998. *On Television*. Translated by Priscilla Parkhurst Ferguson. New York: New Press.

Burns, Tom 2002 [1992]. *Erving Goffman*. London: Routledge

Case, Mary Anne 2019. Transformations in the Vatican’s War on ‘Gender Ideology’. *Journal of Women in Culture and Society*, vol. 44, no.3, pp. 639-664

Curtis, Adam 2002. *The Century of the Self*. <https://www.bbc.co.uk/programmes/p00ghx6g>

Das, Veena 2007. *Life and Words. Violence and the Descent into the Ordinary*. Berkeley, CA: University of California Press

Dixon, Thomas 2003. *From Passions to Emotions. The Creation of a Secular Psychological Category*. Cambridge: Cambridge University Press

Ekman, Paul and Wallace V. Friesen 2003. *Unmasking the Face. A guide to recognizing emotions from facial expression*. Cambridge: Malor Books

Ellul, Jacques 1973. *Propaganda: The Formation of Men’s Attitudes*. Translated by Konrad Kellen and Jean Lerner. New York: Vintage Books.

Ewald, François 1991. “Insurance and Risk”. In: Burchell, G., C. Gordon and P. Miller (eds.). *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*. Превод на български език: Тодор Христов. Chicago: University of Chicago Press, pp. 197-210

Ewen, Stuart 1996. *PR! A Social History of Spin*. New York: Basic Books

Foucault, Michel 2006. *Psychiatric Power. Lectures at the College de France, 1973-1974*. Translated by Graham Burchell. New York: Palgrave Macmillan

Furedi, Frank 2002. *Culture of Fear: Risk-taking and the Morality of Low Expectation*, London, New York: Continuum

Glassner, Barry 1999. *The Culture of Fear: Why Americans Are Afraid of the Wrong Things*, New York: Basic Books

Goffman, Erving 1952. On Cooling the Mark Out: Some Aspects of Adaptation to Failure. *Psychiatry*, vol. 15, pp. 451-463

Goffman, Erving 1986 [1974]. *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press

Goode, Erich and Nachman Ben-Yehuda. (2009) [1994]. *Moral Panics: The Social Construction of Deviance*. Oxford: Blackwell

Hacking, Ian 2002 [1990]. *The Taming of Chance*. Cambridge: Cambridge University Press

Herman, Edward S. and Noam Chomsky. 2008 [1988]. *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. London: The Bodley Head

Hofstadter, Richard 1996. *The Paranoid Style in American Politics and Other Essays*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Horkheimer, Max and Samuel H. Flowerman. 1949. Forward to Studies in Prejudice. In: Loeventhal, L. and N. Guterman. 1949. *Prophets of Deceit. A Study of the Techniques of the American Agitator*. New York: Harper & Brothers, pp. v-viii.

Howarth, David, Aletta Norval and Yannis Stavrakakis (eds) 2000. *Discourse Theory and Political Analysis: identities, hegemonies and social change*. Manchester - New York: Manchester University Press – St Martin's Press

Jowitt, Kenneth 2016. *Memorial Lecture DJU*.  
[https://www.youtube.com/watch?v=WeO2\\_fCSekY](https://www.youtube.com/watch?v=WeO2_fCSekY)

Kellen, Konrad 1973. Introduction. In: Ellul, Jacques 1973. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Translated by Konrad Kellen and Jean Lerner. New York: Vintage Books.

Krastev, Ivan and Steven Holmes 2018. Imitation and its Discontents. *Journal of Democracy*, vol. 29, no. 3, pp. 117-128.

Laclau, Ernesto and Chantal Mouffe 1985. *Hegemony and Socialist Strategy*. London: Verso

Lasswell, H. 1938 [1927]. *Propaganda Technique in World War*. New York: Peter Smith

Lasswell, H. 1935. *World Politics and Personal Insecurity*. New York: Whittlesey House

Lasswell, Harold and Dorothy Blumenstock 1939. *World Revolutionary Propaganda. A Chicago Study*. New York, London: Alfred A. Knopf

Leys, Ruth 2011. The Turn to Affect: A Critique. *Critical Inquiry*, vol. 37, no. 3, pp. 434-472

Loeventhal, Leo and Norbert Guterman. 1949. *Prophets of Deceit. A Study of the Techniques of the American Agitator*. New York: Harper & Brothers

Lyon, Thomas P. and John W. Maxwell 2004. [Astroturf: Interest Group Lobbying and Corporate Strategy](#). *Journal of Economics & Management Strategy*. Vol. 13, no. 4, 561–597

Massumi, Brian 2015. *Politics of Affect*. Cambridge: Polity Press

Miller, David 2004. "Introduction". In: Miller, David (ed.). *Tell Me Lies. Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*. London: Pluto Press, pp. 1-14

Mills, Charles Wright 2008. *Politics of Truth. Selected Writings of C. Wright Mills*. New York: Oxford University Press

Mouffe, Chantal 2018. *For a Left Populism*. London: Verso

Müller, Jan-Werner 2011. *Contesting Democracy. Political Ideas in Twentieth-Century Europe*. New Haven: Yale University Press

Nichols, Tom. How America Lost Faith in Expertise: And Why That's a Giant Problem. *Foreign Affairs* 96, no. 2 (March/April 2017): 60–73. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2017-02-13/how-america-lost-faith-expertise>.

Ostrovsky, Arkady 2017. *The Invention of Russia: The Rise of Putin and the Age of Fake News*. New York: Penguin Books

Pomerantsev, Peter 2014 *Nothing Is Real and Everything Is Possible. The Surreal Heart of the New Russia*. New York: Public Affairs

Reddy, William 2004. *The Navigation of Feeling. A Framework for the History of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press

Popova, Snezhana 2015. “Radio: Transformation of the Field”, available at <https://www.medialog-bg.com/?p=85>

RT's Propaganda Is Far Less Influential than Westerners Fear. 2017. *The Economist*, 21.01. (<https://www.economist.com/europe/2017/01/19/rts-propaganda-is-far-less-influential-than-westerners-fear>)

Stavrakakis, Yannis 2018. From Populism to Populisms: Some Comments. Talk at *Populism and Propaganda: New Intersections*, Sofia, July. Available at <https://www.youtube.com/watch?v=WuQdOlr5J4>

Stanley, Jason 2015. *How Propaganda Works*. Princeton: Princeton University Press

Tkachenko, Kirilo 2018. How Right Is the Left? The German Radical Left in the Context of the ‘Ukraine Crisis’. *Eurozine*, 15.05 (<https://www.eurozine.com/how-right-is-the-left/>)

Tudor, Andrew 2003. A (Macro)Sociology of Fear? *The Sociological Review* 51, no. 2, pp. 238–56.

Vosoughi, Soroush, Deb Roy and Sinan Aral 2018. The Spread of True and False News Online. *Science*, vol. 359, no. 6380, March, pp. 1146-1151, available on: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>

Wu, Tim 2016. *The Attention Merchants. The Epic Scramble to Get inside our Heads*. New York, London: Alfred A. Knopf



Yablokov, Ilya 2017. 'Don't Let the Facts Spoil a Good Story'. Russian Journalism from Gorbachov to Putin. *Eurozine*, 16 June (<https://www.eurozine.com/dont-let-the-facts-spoil-a-good-story/>)

## *Fear and Propaganda*

Contents

Introduction

Part One: Propaganda

Chapter One

Modern Propaganda

Propaganda: figures and techniques

Is there good propaganda?

Propaganda, lies, truth

Propaganda: black and white

Who is the propagandized?

Chapter Two

Anti-liberal Propaganda in Bulgaria 2013-2018

The propaganda wave: the rise

Europe

Liberal Sorosoids

Authored and anonymous texts

Media typology by topic

Who are the bad guys when everything is bad?

The Protagonists

The picture of the world according to populist propaganda: a summary

Chapter Three

## Journalists

On free expression: tabloidisation and a shrinking market

On professionalism

The perils of free speech

On the conscientious pursuit of truth: the forms of compromise

On propaganda again

## Part Two: Fear

### Chapter Four

#### Anxiety, Fear and the Propaganda Effect

The Shadow of the Past

The hypothesis: anxiety and the propaganda effect

Fear, danger, risk: the untangling of the conceptual web

The transformation of anxiety into fear

The ambivalence of risk. Or why it is no longer audacity

### Chapter Five

#### Conformism and parrhesia: on data from interviews and focus group discussions

Resonant anxieties: 19 interviews

Parrhesia without boldness: the focus groups

Without conclusion: self-loathing as a cultural stereotype

## References

The book puts together empirical research and its analyses with theoretical questions and reconstructions to explore a distinct metamorphosis: the capture of the language of social critique and its transformation for the purposes of an advancing anti-liberal but also anti-democratic propaganda. It attempts to fuse together different challenges to liberal democratic institutions and heterogeneous and even mutually contradictory social grievances. It tries to fuse them in a specific and definable way - so that each of these challenges can mean each other and at the same time each one can mean the whole multiplicity of these challenges. I'll call it henceforth the new anti-liberal and anti-globalist propaganda.

And I will show what kind of propaganda has been rampant in the Bulgarian online and print media since the autumn of 2013. But to understand it, it is not enough to look at its figures, to describe them, to measure their spread, to identify its channels and techniques. For propaganda is an influence on attitudes toward action by changing the categories in which we perceive the world. We cannot therefore evaluate it if we conceive of it only as a strategy and a machinery. We also need to understand it as an effect, that is, to know how it affects us and how we ourselves trigger and disseminate it, and also what frustrations of ours it relieves and directs. All propaganda creates pseudo-relief because, as Leo Loeventhal and Norbert Guterman write (Loeventhal and Guterman 1949, p. 11), when we ask what (to do), it tells us who (is to blame) because it puts us in the position of victims and turns the idea of justice into vindictiveness.

How to distinguish populist criticism from its propaganda metamorphosis? In the book I propose a criterion that is clear enough: the populist critic calls on the people to take power, the propagandist categorically does not want this. The former calls for action, the latter calls for us to be angry but leave the action to him. A second distinguishing feature of propaganda is that it sacrifices truth for the sake of plausibility. In this it seems to resemble the fictional genres. But it also differs from them: its claim is to name and point to reality. And it does so by circumventing and blocking the operation of elementary logical laws for the sake of pointing out one enemy today and another tomorrow, pretending that it is always talking about the same thing.

Kremlin propaganda was the fastest in packaging immanent populist critiques, but its products circulated freely for use and were used for a variety of local tactical purposes and by a variety of players, and far beyond the borders of Eastern Europe. The book describes the features of this 'package' of governmentality for a certain period of time in Bulgarian media, but it is not locally specific to Bulgarian society and media, nor to Eastern Europe.

But on whom does this particular, and all propaganda, rely most of all? On "us," of course. We, its objects, are far more effective in transferring it than the technical devices it uses, and than the propagandists, whether they are on salary or by conviction. For to be effective retransmitters, we need only fulfill two conditions: a) to perceive ourselves through the categories that the propaganda picture provides, without, however, b) to see them as produced by it. That is to say, the basic mechanism of all propaganda is that it creates the suggestion that the categories it provides are not in fact provided from the outside, but are personally won, authored, expressing one's own, individual position. This, of course, simply means that flattery is a powerful weapon that no propaganda can do without.

The book is divided into two parts, the first on propaganda, the second on fear.

The first part of the book builds a conceptual grid through which to think about what propaganda is, so that we don't call everything we don't like propaganda. Propaganda is only that agenda-setting which works with metacommunication in a very specific way: it puts the agreeers and the disagreeers not just in asymmetrical but in incommensurable positions, the disagreeers being preordained by the mythologized picture - for example, Sorosoids distorting reality for pay. The key metacommunicative function is in fact the disruption of the communicative field - whatever the dissenter does, this is exactly what is expected of him. This

conceptual web is woven through reconstructions and immanent-critical readings of the works of Harold Lasswell, Howard Becker, Jacques Ellul, Jason Stanley, and others. The aim of this paper is to allow the main task to unfold: to analyse the structure and content of anti-liberal propaganda in Bulgarian print and online media and to show how circulating propaganda messages resonate with public attitudes and frustrations.

One major feature of modern propaganda that we find in all of these studies is that it is not so much a set of techniques for persuasion as a set of techniques for directing impressions. But this directing involves not just changing opinions but changing attitudes to action, a thesis developed in detail by Harold Lasswell (see, for example, Lasswell, 1938).

At the semantic level of language, propaganda works with simple dichotomous schemes. The richness and variety are in the techniques of their transmission, not in the content. Beyond semantics and syntax, however, propaganda is also pragmatics. "When we act, we are influenced by our expectations of what the world has in store for us" (Lasswell, 1939, p. v). This means that in order to be able to assess not only the propaganda saturation of the media, but also their resonance with different social attitudes, we need to monitor two things: 1. Not only to see how propaganda shapes expectations and operates within them as if they were certainties, but also 2. what are the pre-propaganda expectations - expectations about the future, about the course of history - that are already on the ground and that propaganda targets in order to reinforce and/or change. The book briefly describes the main sets of techniques for impression management and for influencing and refining them in the exchange between advertising and propaganda.

The idea that propaganda is a lie is clearly false. But this false idea has to be supported by propaganda itself, because the belief that propaganda is a lie makes us blind to its operations (Ellul), makes us feel that we are the authors of propaganda-implanted opinions. A second misconception that makes people vulnerable to propaganda is that it only serves to change opinions. (That is, according to Jacques Ellul, our mistaken ideas about propaganda - the own illusions of the propagandized about it - are at least as strong a factor in making us vulnerable to its operations as those operations themselves.) But much more important than changing opinions is that it aims to intensify existing tendencies - in moods, stereotypes, social frustrations, to focus and sharpen them and to spur us to action or inaction. It is "not orthodoxy but orthopraxy", it seeks not belief but action. And one more key point that shows why the propagandized are not to be dissuaded: achieving emotion is the job of propaganda. Emotional impact is precisely one of the two main obstacles to strategies for "debunking" propaganda messages - they simply don't do the job at the level of propositional content. They implant it, impress it, while pushing and shaping certain layers of experience of self and of self in the world. Propositional content does not signify this shaped self-experience, but is paired externally, indexically with it - propositional content becomes a pointer to emotion, or something like its trigger.

The first part of the book further describes and analyses the rise of the anti-liberal propaganda wave in the Bulgarian media environment. The analyses are based on my work in the collective

research project of HSSF-Sofia “Anti-liberal discourses and propaganda messages in Bulgarian online and print media 2013-2016” supervised by Dimitar Vatsov.

The identified key-words and catch-phrases are consolidated into talking points, into a simple and totalized picture of the world. In order to see it, a sample of 3,305 separate publications from eight typologically different print media and news websites was analyzed. And I will now summarize the findings of this analysis and the picture of the world discerned by it. The anti-liberal media create a total picture of the world. The logic is simple and conspiratorial - a global hegemonic villain pulling the strings of his lackeys (invariably among them the Sorosoids) to the detriment of the people. The structure is villain-helper-victim. There is no struggle between good and evil because good is good by virtue of its sacrificial inaction.

This picture is simple and repetitive, organized in four talking points:

- The US and NATO are a global hegemon and puppet-master which is pulling the strings of both Brussels and national governments;
- The EU is an enemy of the European peoples. Europe is dying because it is united – its unification is a tool of American hegemony, which inflicts a cultural decline (“liberasty”) and unleashes a migrant avalanche upon it. The single European value that matters is the nation-state.
- Russia is rising. And although it is a victim of aggression, it is Europe’s true saviour.
- Bulgaria’s political elites are venal all the way down.

Through another type of quantitative analysis across a huge archive of online media (from over 3000 sites), the exponential increase in the number of publications containing the keywords that form the ideolects of these anchor points is demonstrated (between 16 and 144 times across different semantic nests).

The analysis of a sample of individual publications aims to see closely how keywords are correlated. The sample is analysed according to a number of indicators (authorship, sources, topics, genre, actors). Let us now see in more detail what kind of picture of the world, with corresponding expectations of what the future has in store for us, the anti-liberal - and propagandist - discourses in the media build up. Publications on geopolitical topics are largely anonymous. The favourite topic of anonymous publications is the rise of Russia, and the favourite genre on this topic is the **anonymous** news report. Another geopolitical thesis that is predominantly expressed anonymously (although not as much as the pro-Russian one) is that Europe has been captured by the institutions of united Europe which, in their turn, are a conduit of US interests. In other words, the aim is to promote Euroscepticism through anti-

Americanism. Liberal values are a US weapon that is weakening Europe – multiculturalism and human rights are American weapons against European identities.

How does this play out in domestic-political publications? This is done by denouncing multiculturalism and political correctness, which are American weapons against Europe. To reject them is not wrong, it is a noble and brave act. Those who accuse you of hate speech only prove that they are American agents (in the softer version: a conduit of foreign interests). Hate speech is assigned the status of a civic virtue – it alone is “sincere” and “truthful”.

The entry of this vocabulary can be clearly dated - the autumn of 2013, when it was taken up in arms to delegitimise and demoralise the anti-oligarchic protests in Bulgaria from the same year. Where does it come from? From the Kremlin's vocabulary for delegitimising the Euromaidan in Kiev. According to Lev Gudkov, director of the Russian research centre Levada, anti-Western propaganda took over the Russian media environment, first to discredit the 2011-2012 protests there, but then "to counteract, via Ukraine, the protests inside Russian society" (2015). In Bulgaria, we are witnessing the same start - the same talking points are entering online media to discredit the 2013 protests. An indirect effect of this has been the entry of Eurosceptic rhetoric - simply the Kremlin's borrowed propaganda package to delegitimise protests was and is anti-European. However, the next very steep peak in 2014 is no longer for local use - it coincides with the annexation of Crimea and the first sanctions against Russia.

The propaganda talking points themselves, borrowed for a variety of purposes by local actors, are reworkings of grass-root critiques of liberalism and capitalism (both left and right), now sucked into a new propaganda that aims to both flatter citizens and discourage civic action.

This vocabulary of strategic appropriation of critique for the purposes of governability, and therefore the crushing of critique itself, and this repackaging of populist risings in geostrategic terms, is in fact a discursive machinery that can and is in fact used by actors divergent in their ideological and geopolitical identifications, the least common multiple between them being the need for civic inaction.

What the first part of the book demonstrates is how the populist impulses coming from below and manifesting themselves in the new global protests since the first decade of the new century have been propagandistically captured and packaged into a distinct picture whose contours are simple, its saturation monotonous and its spread increasing. And respectively the book further develops the hypothesis that this picture touches and drives two threads of social perception that refer both to the idea of togetherness (respectively, to the uncertainty about what binds us) and to the sense of time (respectively, to the uncertainty about the future).

In other words, there is no pre-formed unified nor shared sense of injustice that this picture encapsulates. Its added value comes from the fact that it fuses into one vocabulary actually disparate and even contradictory sensations of injustice, creating a sense of homogeneity of heterogeneous experiences of injustice and of heterogeneous grievances in a fragmented environment.

The last chapter of the first part is also referenced below in the summary of the study “Populist Propaganda in the Context of Social Solitude” and is based on the analysis of 13 semi-structured interviews with journalists. Propaganda and propagandists are two different things. Propaganda theses are not necessarily believed by the propagandists themselves. Had every circulation of propaganda clichés been a strategic one, there wouldn’t have been any efficient propaganda. Propaganda is successful when its strategically disseminated clichés reach a point beyond which they no longer need to be disseminated strategically: when they become part of everyday talk, including of the everyday talk of journalists. The propagandist, the technologist of words and moods, who him/herself does not identify with them, is no doubt important for the success of propaganda. But s/he is not crucial. What is decisive for this success is to wrap up in stereotypes existing diffused biases, to channel existing diffused anxieties and discontents towards an object (‘migrants’, hence ‘Europe’), to wrap up and channel them in such a way as to keep them heteronomous. This means that those who experience the anxieties and discontents should not be able to talk and discuss them but only to chant them as catchwords and slogans, using a language which claims not to be a language but the reality *per se*, a language supplied by the propagandist. It means that what is crucial for the success of every kind of propaganda is social fragmentation, social solitude.

In this last chapter of the first part of the book, I talk about people who are not doing propaganda although they have participated in or attested to how it is done. I talk about people who go to work and earn a living for their families, people who once sought high professional recognition but who no longer believe that what they are practising is a profession; people who have turned from elite into lonely fatalists. People whom we asked what Bulgarian media look like today, how they themselves feel in those media, how they ended up in them, how they work in them. The most important thing their voices tell us is not so much the scandalous stories – how memory sticks with ready-written pieces (black PR or paid content to be presented as editorial content) are delivered to the editors, how journalists are ordered to run smear campaigns, and so on – as the very narrative about the terrible solitude, uncertainty and insecurity in which the only solidarity is the solidarity of collective humiliation.

The journalists were selected from two age groups: journalists with professional experience from before 1989, and younger journalists without such experience. The other criterion in selecting interviewees was that they should have worked both in media outlets disseminating the talking points of anti-democratic propaganda and in media outlets that are critical of the latter.

Without exaggeration, both the analysis of media and the interviews with journalists have shown **the disintegration of the field of journalism as a differentiated field in Bulgaria**. What is this due to? Our interviewees explained it with the commercialization and shift in focus from winning trust to securing higher ratings – the media have come to be understood as entertainment and journalism is trying to adjust to this ‘commercial’ requirement. But this is not the main (or at least not the sufficient) reason. The market, in turn, is changing under pressure from free online media, the reorientation of television towards new formats (of entertainment), and the subsequent fragmentation of audiences. If journalism in television is becoming ever more indistinguishable from entertainment, in the print media this amalgamation serves for direct promotion of policies (‘so it then became obvious, relentlessly clear who’s

giving the money, but since you have no other choice you must clench your teeth and comply – that’s it, unfortunately,’ I1-4). If you don’t want to be part of this game, you must retire to deeper waters and stick to safer topics. If this turns out to be impossible, you do your best to move to another media outlet. This is quite a predicament: how to keep one’s sense of dignity? What seems like a normalization of cynicism is in fact an effort to keep one’s sense of personal and professional dignity, to cope with the horrific alienation imposed by one’s work situation.

Our interviewees without any journalistic experience from before 1989 narrated this picture as a global fate of media in the digital era. What is more manifest in Bulgaria, however, is the loss of distance between tabloidized entertainment and day-to-day politics. Media are used as political instruments not in a mediated way, as possessing some resource of their own (journalism), but directly for disseminating political messages. We heard this in all of our interviews, here is one of the voices: ‘Actually, this truly kills pluralism: being sure that every opinion – to say nothing of facts – that every opinion isn’t a freely expressed opinion but simply the product of some [vested] interest...’ (I1-3). And even more directly, in mundane terms: ‘there’s no barrier between power and media. They are on first-name terms, they drink their whisky together.’ This, of course, has become possible not just because of the media and their deregulation. It has become possible because, as one of our interviewees said, the other public institutions are much too tolerant of their own systemic problems, which have no chance of being resolved unless they make scandalous headlines. This, in turn, creates an expectation on the part of media that they can do politics.

Translated into sociological terms, the general conclusion is that the Bulgarian media field has disintegrated. It has disintegrated as a field of communication and battle (despite their vehement tone, Bulgarian media are not engaged in open conflict). It is disintegrating also insofar as its specific capital is disappearing – that is, journalism as empowering the public to make informed decisions on the issues of the day, as professional work that is partly autonomous from the strong of the day.

The general feeling is that there is no autonomy of the media in Bulgaria. There is only an autonomy of the journalist, which, in all our interviews, was proudly, solitarily or hesitantly articulated as internal exile (‘if you’re told something you’ve written cannot be published, you quit and look for a job at another newspaper,’ I2-1). We might be tempted to term this search for a ‘place of conscience’ as ‘normalization of cynicism’, but we ought to take into consideration the existential situation of people who are not simply looking after their families, paying mortgages, and so on; they are looking for recognition in a sphere that has withered to the point of ephemerality. Recognition is not obtained through status and merit, the profession has fallen apart, that is, there are no professional bodies to license those who are eligible to exercise this profession and to judge who exercises it in what way. The only way to obtain recognition and get heard is to say something outspoken. The problem, however, is that parrhesia is turning into a typical myth-making technique. And that is exactly how celebrity journalists are behaving – they seem to have no qualms about mixing journalism, entertainment and direct politics. The shift of recognition from professional work to parrhesia and celebrity is yet another indicator of the disintegration of the field.



There are no internal tensions within the network of journalists who are sent to cover various events after being instructed to follow their media outlet's policy (for example, to praise a particular government minister or to write against him or her), because its members know that they share a common fate.

We all know what ethical compromises are made by the other – this has become the backbone of the common journalistic work ethic, this unites people from warring media outlets, and the cause of the enmity between the latter is not love for the truth but the poverty of the public sphere, or in other words, huge heteronomy. Viewed from the perspective of public ethical standards of independence and professionalism of journalism (including from that of either of the two existing codes of ethics in Bulgaria), such compromises are directly at variance with the standards – they are cynical and unprofessional; viewed from the perspective of personal relations, however, they are an instance of humanity – both the solidarity and the empathy by which we excuse them are also an instance of elementary humanity. There is an enormous rift between public and personal morality, therefore personal morality has become an excuse for the abuse of public morality.

**The second part of the book, entitled "Fear", has the task of building an empirically grounded network of hypotheses about how propaganda works, what makes it effective and efficient.**

The rise of anti-systemic/anti-establishment movements has been concomitant with the replacement of the deliberative forms of interpretation of collective identities and social living-together by collective myths and propaganda clichés. This is the outline of these myths and clichés I have shown in the analysis of print and online media: one of the central feelings they nurture, direct and condense, stereotyping to the limits of mythic fact, is the sense of Europe's disintegration. Here we have seen the mythic duality, ambivalence of this 'inevitably disintegrating Europe': it is, once, the political union, but, the second time, the value horizon that this union is disintegrating. Cultural Europe is disintegrating because of political Europe. Multiculturalism, human rights, political correctness - these are all very insidious anti-European weapons.

In the book I show in detail how the anti-liberal attack in the Bulgarian media mythologizes factuality. However, even their sheer and ever-increasing repetitiveness must resonate with "something". For it to work, it is not enough, nor is it even the most important, to correspond to pre-formed and linguistically articulated attitudes. Then, repetition, as we observe in media research, is even risky - it can stop being heard or even be perceived as deception. What is most important is resonating with some affective layer of social experience. This is the great task of the second part of the book - to understand how 'ideational content' enters the affective stream of social experience. Propaganda clichés introduce petrifications - objectifications, objectified meanings - into this stream. In this, we must also bear in mind something else: as everyday rational agents, we are far from limited to handling words as means - of pointing, of expression, etc. We handle them - always - in another modality: as objects of taste, as objects of pleasure. So we need to make the effort, the first steps of which I take in the book, to try to approach just

this resonance, this embedding of ideational content in the affective stream, where it is also embedded affectively, as an affective object.

To this end, I proceed as follows: first, I show background attitudes, stereotypes and frustrations that preceded the entry of anti-liberal and anti-democratic propaganda into the Bulgarian media space, which - I have shown above - it absorbed, mobilized, and to some - gave indulgence. I then formulate a hypothesis about what constitutes the propaganda effect, the structure of the resonance of propaganda discourse with everyday attitudes, preoccupations and fears. Third, I test these hypotheses in an empirical study with semi-structured interviews and focus group discussions. And fourth, in the analysis of focus group discussions, I hypothesize an interactive mechanism of propaganda message maintenance and handing over.

Already 4 years before the propaganda flood, we find two problems intertwined. One is that there are asymmetries and inequalities that are illegitimate in terms of the language of the recognised normativity of society - competition, albeit capitalism, meritocracy, albeit inequality - and which the existing mechanisms of social control can no longer compensate for or even conceal. The other problem, however, is that we blame these inequalities and asymmetries on the very normative principles that we have recognised as valid and which have been violated.

It is therefore against this background, registered prior to the entry of the propaganda package described in Part One, that I make the following hypothesis about how the propaganda effect arises, about how, in Jason Stanley's words, honest and well-intended people in the grip of a "flawed ideology" can unknowingly produce and consume propaganda (Stanley, 2015, p. X). To have propaganda effect it is not enough to have propaganda messages. We need to see a change in attitudes to act that is coherent with the propaganda messages. And to observe this as if in the laboratory, as Ellul warns us, is difficult, almost impossible. Let's make the hypothesis though. The propaganda effect consists in organizing and directing social anxiety, in "wrapping" it in simple repetitive figures that transform anxiety into fear. In this way, 'tracks' are laid on which society becomes governable through people's expectations. Converting diffuse anxiety into fear, that is, linking it to imagined or real dangers, is a rational strategy of social and behavioral control.

I conceive of anxiety as an intensified feeling of insecurity, of danger, which feeling, however, is too indeterminate and in it one cannot identify and define the object that gives rise to the danger: objectless preoccupation. This is what distinguishes anxiety from fear - fear, no matter how intense as an experience, is always somehow already calmed, because it is more definite - anxiety is directed: we feel, at least intuitively, what we are afraid of. Anxiety, on the contrary, is an affective flux that implies wandering, uncertainty, and this is precisely why it stimulates the search for and the finding of such discursive figures - such explanations of the world - that are as simple as possible, as reductive as possible to the complexity of the world, but which produce, however fleeting and deceptive, a sense of complete certainty. This is why the affective flux of anxiety is the one on which the simple clichés of, if not any, then certainly of the populist propaganda we are exploring here most easily stick. And, of course, since the target of propaganda is not just the individual but the mass, propaganda parasitizes on but also produces not just individual-psychological but social anxiety.

In a nutshell, my version is that the general diffuse anxiety in society, recorded both in psychiatric and psychological research and in comparative international panel studies such as the European Values Survey (EVS) and the European Social Survey (ESS), is packaged by propaganda into mythical (mixed, not disconnected from each other) fears that condense into a general social anxiety and compose, roughly speaking, the following general picture: a general feeling that “everyone is lying”. In fact, the sense that “everyone is lying” is also a maximized - squared - sense of social insecurity and anxiety. Therefore, having purposely created this general feeling, in a second step propaganda says: let's let the “facts” speak for themselves! And again, myths disguised as facts appear, reworking old clichés or societal frustrations caused by a growing sense of insecurity and injustice in an explosively liberalising social and economic environment. Myths - by ‘myths’ here I mean discourses that are deliberately maintained as incompletely separable, i.e. practically unrationalised and unrationalisable - in turn intensify uncertainty. And so on. A ‘perpetuum mobile: anxiety-propaganda-anxiety’: fear socialises anxiety, embeds signified hazards in the affective flux as their proper response. No objectification, however, can remove anxiety, but only give it ground in a kind of collective neuroticism.

Moreover, these mythic figures posit ‘uncertainty’ and ‘injustice’ as interchangeable, as straightforwardly identical not just terms but experiences - uncertainty is experienced as injustice. This insinuated identity is paired with the compensatory identity strategy of victimization (and self-victimization): ‘we are badly off because gypsies live on our backs and the political elite use them to stay in power, so there is no point in taking action’.

Paradoxically, what is offered by propaganda is victimization as the core of collective pride. The victim is a total victim, just as Veena Das (Das, 2007, p. 211) writes: this elevates victim’s morally, which in turn ‘stops’ her/him – the victim is moral because s/he is not a subject of action. It is in the construction of an opposition between morality and public action that is perhaps the most poisonous effect of propaganda messages today. To be moral, you have to remain a victim, a total victim – “Leave the action to others! Action is sin!”

In fact, mythic figures of fear are to be distinguished both from social anxiety as a completely diffuse, objectless preoccupation and from practically rationalizable forms of fear that allow for the calculation of risks. For these figures package and channel anxiety to some extent: it’s clear, isn’t it?! – I’m afraid Europe is perishing. But under this common mythical fear are metonymically merged many different fears: I am afraid of economic globalization (the power of corporations, the insecurity of jobs, the difficulties of political regulation of financial flows, the constant technological innovations that constantly put my competences at risk, etc. etc.); I am also afraid of changes in cultural and genetic codes (of migrants, of changes in codes of sexuality i.e. in ‘gender’, of threats from various pharmaceutical and genetic interventions on my body, etc.); I am afraid... Propaganda, however, does not isolate these fears - it does not try to further define them in order to allow calculation and prevention of the respective risks - but keeps them in a metonymic circulation where each of these fears is the same as the other, in a common amalgam according to which “Europe is perishing”.

Accordingly, these mythic figures of fear a) are communicated in the media and b) rest on, shape and amplify pre-existing, diffuse and vague experiences of injustice (as we have seen, propaganda conflates injustice and insecurity). Thus wrapped in fear figures, that is, partially objectified rather than fully diffuse and objectless, anxiety creates attitudes toward action, attitudes tied to expectations of what the future holds in store for us. But the attitude toward action thus created, oriented by mythic figures of fear, remains only semi-oriented: its orientation, insofar as it is mythically fuzzy, remains ad hoc exposed to new propaganda stimuli redirecting it. I call this transformation of anxiety into a readiness to act (oriented according to expectations of the future, but without clear direction, a void readiness) the ‘propaganda effect’. This effect - the transformation of pure negativity into readiness for action, and also into a coordinate system for value judgments - requires that anxiety, the affective flow, be duplicated, that is, culturally signified. So far we have seen some of the basic discursive operations of this media-circulated cultural signification, which transforms the dictum of urgency into an expectation of the future. But how is it transformed into a readiness for manipulated action?

At the end of the study, it turned out that the interaction between fear and propaganda was far more complex than the original conceptual scheme through which I constructed the study design. Threats through which to channel social excitability were, of course, to be found - their spectrum was not rich, but the repetitiveness of propaganda circulation saturated the media space with them. Moreover, these threats were presented as inevitable - no wonder, given that the propaganda clichés being circulated were borrowed ready-to-cook from Kremlin grand narrative, in which the most important thing is to prevent civil action. However, the main mechanism that transforms fear into governability, i.e. channels it and pushes it towards a readiness to act, was not threats, but the transformation of anxiety into resentment, or to put it another way - into ressentiment. And its rise we saw perhaps in its purest form in the rejection of the Istanbul Convention, followed by the blocking of the national strategy for the child and the subsequent blocking of the changes in social act, which provided for the coordination of care for children at risk. The transformation of fears into resentment operates at the very core of our perception of ourselves. The scarcity of interpretative resources with which to try to understand the forces and processes that shape our life horizons has been encouraged by propaganda through pseudo-explanation: you live badly off because the weak live on your back and disempower and disenfranchise you. And this privileging of the weak is a conspiracy of the elites against you. You are the victim, be proud! The displaced – the elites and minorities – are displacing you, but vengeance will be, just wait!

In the hitherto referenced first chapter of the second part of the book, I draw on the work of Fritz Riemann, Jean Delumo, William James, Anna Kachkaeva, Ian Hacking, William Reddy, Frank Furedi, Thomas Dixon, Gregory Bateson, Brian Massumi, Veena Das, and others.

Propaganda works like a ‘cultural fantasy’; as I said above, it attacks us where our vulnerabilities are - in our search for certainty and recognition.

In the next chapter of the section on fear, I first present results from 19 semi-structured interviews conducted in 2017. The interviews were with people from three age groups and from all types of urban settlements. The task of interviews is to look for articulations of feelings of

fear and anxiety and to test expectations about the future, not to explore how propaganda messages work. (For such a purpose - to test how propaganda works - the interview is not a particularly adequate technique: it presupposes a dialogical situation, and propaganda, Ellul reminds us, stops where the simplest dialogue begins.)

To sum up, anti-liberal propaganda a) appeals to feelings of being mistreated, which it tries to dress up in a comfortable form, to flatter and encourage; b) depicts a split world in which c) it is pointless to act.

Propaganda works best with those who are fragmented in mass, who have the greatest need to have a voice on various issues, and with those who are the greatest consumers of second-hand facts. So the interviews and focus group discussions I comment on in this part of the book are with working and studying urban people. That is, the loosely integrated into an anonymous social environment.

The generally detected attitudes that seem to mostly resonate with the messages identified in the content analysis refer first to self-esteem, and second, to the perception of the future. These two anxieties are embraced by the victimization that propaganda turns into a source of pride. These attitudes vary according to something I roughly call “context of socialization”, which comprises two main components: small town/big city divide and intensity of identification with the field of present occupation/activity. That is, informants from big cities who declared they fully identify themselves with what they are currently doing (sometimes called in polls “satisfaction”) are less prone to reproduce unreflectively the above clichés. And what resonates here with the propaganda picture of the world, outlined above, is the anxiety regarding self-fulfilment and self-esteem. We were second-hand people but now this turns out to be a good thing. We felt uncomfortable about political correctness but it now turns out to be brainwashing, so we can revise our self-esteem.

The next detected self-perception that resonates with fear-mongering is the declining social recognition in general. The lack of places of social recognition and of a public norm of self-esteem and self-respect, in a sense the crisis of public language, give rise to this insecurity in one’s own interpretation. I call this a ‘social validation crisis’ - facts cannot be interpreted, social hierarchies cannot be validated by their own normative principles.

The next layer with which the propaganda messages resonate is the layer of making sense of and experiencing time. The distant future has no link to the near future, the common future seems personally remote: it will be what is meant to be, that is, we again see the marriage between the remoteness of the decision-making political process under state socialism and the liberal symbolic construing of the future in terms of abstract probabilistic calculations. The formula of thinking about the distant future is “I hope but don’t believe.” The near future is almost present, it is looming on the horizon, and it is so full of deeply private worries – what shall I do about my washing machine, shall I find a suitable partner, the future comes closer and closer, the clock is ticking. This disintegration of the relationship between the different dimensions of the future, this contraction of the future resonates well with the spectator’s fatalism that is cultivated, directed, intensified and fostered by Bulgarian anti-liberal propaganda.

By supplying anxiety with a frightening object and turning it into fear ("the hordes are on their way to your homes"), propaganda resonates not simply because it objectifies, but because through this it provides a resource for positive self-understanding. And that it works so smoothly at this point, at this juncture, is due both to its dexterity and to the absence of any other public language for our self-understanding, the absence of a public language of social recognition.

But what is this fear in which propaganda dresses up anxieties related to self-understanding and the experience of time? My hypothesis is this: it is the fear of delocalization.

Delocalization has become a common fate, and propaganda frames the fear of the delocalized in two modalities: the low (the refugee) and the high (the world hegemon-puppet master, the evil superman) delocalized. The quest for relocalization has no form "in its nature"; it is a political question - of a clash of visions. Delocalisation would mean that social recognition has become detached both from positions in the social world and from the normative principles of meritocratic competitive societies.

I will summarize briefly. When I started the research, I expected to explore fear: my idea was to see who scares whom in Bulgaria today. I was interested in the cultural matrices of fears, the fears circulated and circulating through the media about the common future and destiny, as well as their perception and reinterpretation by the public. These circulated dangers resonate with certain layers of social anxiety: the experience of time, victimization and fear of delocalization – these are the main things that propaganda messages resonate with. However, this does not mean that they are literally appropriated. As I have already said, from this resonance a social resentment has arisen.

What comes out of my data is that victimization is our pride, so our very pride is tied to resentment - where the idea of good is in the negative - the retribution of the victim. What is being proposed by propaganda is victimization as the core of collective pride. The victim is moral without acting; pride and inaction are fused in the victim. It is because of this (and not because of some alleged Slavic brotherhood) that the products of Russian propaganda, but only some - those around national-sovereignism - were well bought (between 50% and 70%).

The final empirical chapter of the book builds on the interpretation of data from 6 focus group discussions. The groups are with people from large cities of three types: a city on the rise, a city in decline and Sofia; two groups are student groups, the others are in three age ranges and of different social status. The analysis is structured according to the communicative profile of the groups.

In three of the groups we clearly observe what Elisabeth Noelle-Neumann calls the "spiral of silence". And what is more, here we have the so-called law of group polarization: if like-minded people are concerned about an issue, their views will become more extreme after discussing it together. Online social networks are a perfect environment for this. The dramaturgical analysis of the focus groups shows a specific communicative dynamic through which this radicalisation occurs. I call the dynamics in question "the mimetic dance of the parrhesiast and the erudite." This is the dramaturgical scheme invariably in all three groups

taken over by propaganda clichés: first, someone speaks out in a gesture of parrhesia, garnished in all three cases with a rather scarce general and political culture. If the group falls silent, after the parrhesiast who has cleared the stage the erudite speaks up, and this further encourages the parrhesiast. The parrhesiast speaks for him/herself (repeating the clichés we identified in the media, but without citing anything; the parrhesiast has internalized those clichés completely, they give him or her a total picture of the world and of his/her place in it) and literally shuts the mouths of those who dare to object, shutting them up with the bodily gesture of speaking without arguments. What does the parrhesiast-erudite pair do? It redefines Bulgaria's EU membership in victimization terms: we're badly off because they are keeping us so badly off, they are making us accept refugees and throw money at them, they are making us pay an arm and a leg for energy sources – it's simply amazing, but in all three groups this is the discourse, these are the topics through which the idea of victimization is promoted; they are repeated like clichés which cannot stand up to any argument, but they are nevertheless repeated and insisted upon. It is precisely by those clichés that the parrhesiast and the erudite recognize each other. In addition, they always pair up in imposing a paranoid style of thinking: history is predetermined, but there is a villain/puppet-master who has supernatural powers and is beyond the mechanism of historical predetermination. As Richard Hofstadter says, “the paranoid mentality is far more coherent than the real world”.<sup>4</sup> In the focus groups we can distinctly hear the affective dynamics of this experience, where the sense of offence becomes the moral core of the interpretation of the present, the notion of ‘we’ and the idea of justice (“as though justice were fundamentally simply a further development of the feeling of having been wronged,” as Nietzsche says<sup>5</sup>).

**In fact, this propaganda incites the feeling of injustice into resentment and calls such resentment “justice”, while carefully cultivating the feeling that there is no point in taking any action.**

## **Bibliography**

Alexander, Jeffrey C., Ron Eyerman, Bernhard Giesen, Neil, J. Smelser, and Piotr Sztompka. *Cultural Trauma and Collective Identity*. Berkeley, CA: University of California Press, 2004.

Angelova, Vyara, Zhana Popova, and Mariya Neykova. *News... Close-by*. Sofia: AEJ-Bulgaria, 2017. <http://www.aej-bulgaria.org/en/wp-content/uploads/2017/07/News...Close-By.pdf>.

---

<sup>4</sup> Richard Hofstadter, *The Paranoid Style in American Politics and Other Essays* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996), 36.

<sup>5</sup> Friedrich Nietzsche, *On the Genealogy of Morality*, trans. Carol Diethe, ed. Keith Ansell-Pearson, rev. ed. (Cambridge: Cambridge University Press, 2006), 48.

Arendt, Hannah. *The Origins of Totalitarianism*. San Diego: Hartcourt Brace & Company, 1979.

Bernays, Edward L. *Propaganda*. New York: Horace Liveright, 1928.

Dimitrova, Boryana. “Vliyanie na antidemokratichnata propaganda varhu bulgarskoto obshtestveno mnenie: psihologicheskiyat natisk i politicheskite izbori” [The Impact of Anti-Democratic Propaganda on Bulgarian Public Opinion: Psychological Pressure and Political Choices]. *Kritika i Humanizam* 47, no. 1 (2017).

Ellul, Jacques. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Translated by Konrad Kellen and Jean Lerner. New York: Vintage Books, 1973.

Furedi, Frank. *Culture of Fear: Risk-taking and the Morality of Low Expectation*. Rev. ed. London and New York: Continuum, 2002.

Gerasimov, Petar. “Oshte za migrantskoto tsunami, ili poznatiyat hod ‘Razdelyay i vladey’” [More about the migrant tsunami, or the familiar move “Divide and Rule”]. *Duma*, March 28, 2016. <http://www.duma.bg/node/120764>.

Hofstadter, Richard. *The Paranoid Style in American Politics and Other Essays*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.

Iakimova, Milena, and Dimitar Vatsov. “Co-opting Discontent: Russian Propaganda in the Bulgarian Media.” Translated by Katerina Popova. *Eurozine*, October 18, 2017. <https://www.eurozine.com/co-opting-discontent-russian-propaganda-in-the-bulgarian-media/?pdf>.

Kevorkyan, Kevork. “Kevork Kevorkyan s dva vazhni izvoda” [Kevork Kevorkyan draws two important conclusions]. *blitz.bg*, May 15, 2016. [https://www.blitz.bg/obshtestvo/kevork-kevorkyan-s-dva-vazhni-izvoda-prviyat-prekhodt-nyama-da-svrshi-dokato-novite-petli-si-blagodaryat-vtoriyat-dokato-si-blagodaryat-kabinettshe-si-vekuva\\_news412442.html](https://www.blitz.bg/obshtestvo/kevork-kevorkyan-s-dva-vazhni-izvoda-prviyat-prekhodt-nyama-da-svrshi-dokato-novite-petli-si-blagodaryat-vtoriyat-dokato-si-blagodaryat-kabinettshe-si-vekuva_news412442.html).



Kevorkyan, Kevork. “Golyamoto izdevatelstvo e na praga ni” [The great outrage is at our door]. *Weekend*, September 3–9, 2016, 33.

Nichols, Tom. “How America Lost Faith in Expertise: And Why That’s a Giant Problem.” *Foreign Affairs* 96, no. 2 (March/April 2017): 60–73. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2017-02-13/how-america-lost-faith-expertise>.

Nietzsche, Friedrich. *On the Genealogy of Morality*. Translated by Carol Diethe. Edited by Keith Ansell-Pearson. Rev. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

Rorty, Richard. *Achieving Our Country: Leftist Thought in Twentieth Century America*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.

*Trud online*. “Mirela Ivanova – prozrya zadkulisieto” [Mirela Ivanova sees through behind-the-scenes politics]. May 15, 2016. <https://trud.bg/article-5493267/>.

Tudor, Andrew. “A (Macro)Sociology of Fear?” *The Sociological Review* 51, no. 2 (2003): 238–56.

Vatsov, Dimitar, Albena Hranova, Boryana Dimitrova, Boyan Znepolski, Deyan Kiuranov, Konstantin Pavlov, Martin Kanoushev, Milena Iakimova, Tom Junes, and Tsvetozar Tomov. *Anti-Democratic Propaganda in Bulgaria. Part One: News Websites and Print Media, 2013 – 2016. Quantitative Research*. Sofia: Human and Social Sciences Foundation – Sofia, 2017. [http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT\\_PART1\\_EN.pdf](http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT_PART1_EN.pdf).

**Студии**

**Studies**

Студията обединява анализи на данни от медийни и теренни емпирични изследвания, интерпретации и теоретични проблематизации. Студията е първа стъпка в разработването на идеята на книгата „Страх и пропаганда“. При подготовката и създаването на дизайна на емпиричните изследвания беше формулирана общата рамка на теоретични предпоставки, въпроси и хипотези, които обединяват емпиричните търсения. Първото емпирично изследване се основава на контент анализ на 3305 публикации в осем печатни и онлайн медии на български език, ангажирани с твърдото провеждане на антилиберална – и пропагандна – перспектива. Проведох този анализ в рамките на голямо колективно изследване на ФХСИ – София „Антилиберални дискурси и пропагандни съобщения в българските печатни и онлайн медии 2013-2016 г.“ Второто изследване е теренно с 19 полуструктурирани интервюта, проведени през 2017 г. Интервютата са с хора от три възрастови групи и от всички типове градски населени места. Задачата на интервютата е да потърсят артикулации на чувства на страх и тревожност и да тестват очаквания за бъдещето, а не да изследват как работят пропагандните послания. Третото изследване е теренно и се състои от шест фокус групови дискусии. Общата цел на двата терена е да се генерира хипотеза за начина и социалните пластове, с които резонира антидемократичната пропаганда; хипотеза за това как тиражирането на страхове резонира с дифузни и разпръснати нагласи, социални чувства и стереотипи в българското общество (което е взето за лабораторен пример, а не за екзотичен случай), в различните социални групи; с други думи – хипотеза за това как се появява пропагандният **ефект**.

Затова построих семпла понятийна мрежа, изградена от следните възлови понятия:

Социална тревожност;

Управление на страха;

Пропаганден ефект;

Социална управляемост.

Тази понятийна четворка изгражда и основната хипотеза за връзката между пропагандната картина на света. Тревожността – дифузно безобектно безпокойство – бива преобразувана в конкретни, макар и митични, фигури на страх. Тези фигури се а) тиражират медийно и б) почиват върху, тласват и усилват определени предварително съществуващи социални чувства за несправедливост и безпокойство, чувства, които подхранват и популизмите и популистките политики, с които се сплете антидемократичната пропаганда.

Идеята на теоретичната рамка, която построих, беше, че тревожността, социално породена от диктата на неотложността и от пълната доминация на една актуалност, която не може да се отложи като смислен момент в някаква времева структура, не може да се обективира, преобразувана в страх – тоест опакована с някаква фигура на заплахата, - получава своето частично облекчение, като бива снабдена с обект, със „защото мотив“ (Шютц, 2010, с. 157-8). И така може да се превърне в нагласа на действието посредством очакванията за това какво ни е подготвило бъдещето. Тази трансформация на тревожността в готовност за действие посредством очакванията какво ни е подготвило бъдещето, наричам „пропаганден ефект“.

Да очертая още веднъж част от резултатите от контент анализа на 3305 публикации от осем типологично подбрани печатни и онлайн медии. Картината на света, която ни предлагат, е проста, повторителна и организирана около четири опорни точки:

- САЩ и НАТО са глобален хегемон кукловод, който дърпа конците както на Брюксел, така и на националните правителства;
- ЕС е враг на европейските народи. Европа умира, защото е обединена – обединението ѝ е инструмент на американската хегемония и води до културен упадък („либерастия“) и отприщва мигрантската лавина срещу Европа. Едничката европейска ценност, която е от значение, е националната държава.
- Русия се въздига. И макар да е жертва на агресия, тъкмо Русия е истинската спасителка на Европа.
- Българските политически елити са продажни (вариации на „всинца са маскири“, но някои няма да ги споменаваме).

Сред публикациите по геополитически въпроси доминират анонимни. Любимата тема на тези анонимки е „въздигането на Русия“, а любимият им жанр – репортажът. Друга геополитическа теза, която бива изказвана предимно анонимно (макар и не чак

толкова често), е, че Европа е завладяна от институциите на обединена Европа, а те са проводник на интересите на САЩ. Либералните ценности са също оръжие на САЩ, което отслабва Европа – мултикултурализъм и човешки права са американско оръжие срещу идентичностите.

Как се разиграва тази картина във вътрешнополитическите публикации? Чрез насърчаване на отхвърлянето на мултикултурализма и политкоректността – те са американско оръжие срещу Европа и отхвърлянето им не е лошо, а е възвишено и смело. Който ви упрекне в език на омразата, само доказва, че е американски агент.

Да преминем сега към социалната отзивчивост към пропагандните клишета, образуващи горната картина. Пластовете на социален опит, които резонират с нея, произтичат от ускорения процес на либерализация.

Той е разнолик и сплита доминирането на конкуренцията като принцип на икономиката и доминацията на икономиката като принцип на управление на социалните отношения, респонсибилитетът на индивидите като заместител на системите за социален контрол и принуда.

Тези лица на процеса на ускорена либерализация споделят обща дискурсивна черта: съществува един общ дискурс върху риска, доста амбивалентен, макар и прикрито. Рискът е нещо, което трябва да се обича, но да се избягва. Това произтича от едно вдвояване на значенията на риска – от една страна, като впускане в неизвестното, а от друга, като чисто вероятностна категория, която задейства една машина за произвеждане на рискове, при което „всичко може да бъде риск“ (Евалд) и съответно да бъде застраховано. Този обобщен дискурс е широко достъпен, а в студията го интерпретирам в термините на социална тревожност: психологизирани азове, които се изправят пред едно математизирано бъдеще.

Сега можем да видим как тази тревожност резонира с пропагандните клишета. Нагласите, които детектирам в теренните изследвания и които резонират най-ясно с посланията, идентифицирани в контент анализа, се отнасят най-напред до социалното самочувствие и до възприятието за и преживяването на бъдещето. Данните потвърждават едно споделено преживяване, което бих определила като травматично подозрение, и което откликва на пропагандната ласка: подозрението, че ние, българите, сме втора ръка европейци, изложени сме на същите рискове, но достъпът ни до институциите за управление на риска е ограничен. Ние сме малцинство. Следващото емпирично детектирано себе-възприятие, което резонира с медийното разпръскване на

страхове, е за упадък на социалното признание, за свеждането му до пазар. Трети пласт на социално преживяване, който резонира с пропагандните послания, е разцеплението между близко и далечно бъдеще, разцепване, което превръща надеждата във фатализъм. И последният резониращ пласт е в превръщането на виктимизацията в извор на гордост. Една зрителска нагласа за фаталистично бездействие се разпространява като колективен феномен, напътстван, обгрижван и усилян от пропагандно разпространяваните страхове.

Как този фатализъм се комуникира в интерактивни ситуации и какъв тип действие може да се очаква да произтече от него? За да отговорим, нека сега да се обърнем към резултатите от шестте фокус групови дискусии. Начинът на комуникация различава групите в три подчертано различни профила. Едната група е силно дискуссионна, две други групи можем да наречем еснафски – има продължителни мълчания, а оживление настъпва, когато разговорът се битовизира. Това са групи с работещи хора, жители на средно големи градове.

Останалите три групи също имат сходен комуникативен профил; в началото участниците в тях са разделени – половината са аполитични, а другата половина от участниците превземат идеологическата инициатива по удивително идентичен начин, така че в тези групи наблюдаваме типична спирала на мълчанието. В тях наблюдаваме отблизо механизма, по който дискусията бива спряна и групата превзета от определени организиращи митове, циркулирани от пропагандата, по един много ясно изразен комуникативен механизъм, който наричам двойката паресиаст – ерудит.

**Propaganda Clichés, Fear-Mongering and Resentment in Bulgarian Society, 2016–2017, CAS Working Paper Series, no. 10, 2018**

The paper puts together and frames research findings, analyses, interpretations and theoretical problematisations, that are present partly in other shorter propaganda-related articles. Three empirical studies are put together. The first one is based on a content analysis of 3,305 publications in eight Bulgarian media outlets. I conducted this analysis under the Human and Social Studies Foundation’s research project “Anti-Democratic Propaganda in Bulgaria. Part One: News Websites and Print Media, 2013 – 2016”. The second research is based on 19 semi-structured interviews and the third – on 6 focus group discussions. The last two fieldworks were

designed to study how the fear-mongering resonates with the diffuse attitudes, social feelings and stereotypes in Bulgaria, that is, how the propaganda **effect** arises.

The conceptual framework that I first built consisted of four notions:

- Social anxiety;
- Fear management;
- Propaganda effect;
- Social governmentality.

Anxiety – the diffuse and troubling preoccupation with objectless threats – is being converted into particular, though mythic, figures of fear. Those figures are a) communicated by and by means of mass media, and b) rest upon and reinforce certain pre-existing and widely shared social feelings of injustice and unease, feelings that fuel populisms and populist politics. Thus wrapped up in fear figures, anxiety is relieved to some extent and creates action-orienting attitudes and expectations as to what the future has in store for “us”. This transformation of anxiety into readiness for action (oriented by the future expectations) is what I call “propaganda effect”.

Here is now a brief presentation of the analysis of the sample of 3,305 publications in 8 typologically selected online and print media. The picture of the world discerned by it is simple and repetitive, organized in four talking points:

- The US and NATO are a global hegemon and puppet-master which is pulling the strings of both Brussels and national governments;
- The EU is an enemy of the European peoples. Europe is dying because it is united – its unification is a tool of American hegemony, which inflicts a cultural decline (“liberasty”) and unleashes a migrant avalanche upon it. The single European value that matters is the nation-state.
- Russia is rising. And although it is a victim of aggression, it is Europe’s true saviour.
- Bulgaria’s political elites are venal all the way down.

The sample is analysed by various indicators: authorship, sources, genre, catch phrases, etc.

Publications on geopolitical topics for example are largely anonymous. The favourite topic of anonymous publications is the rise of Russia, and the favourite genre on this topic is the

**anonymous** news report. This genre is definitely not part of the repertoire of popular discontents. It is pure propaganda – a technique of saturating the information environment with materials that resonate not with any social discontent or aspiration, but with the view of contemporary reality as a set of facts.

Another geopolitical thesis that is predominantly expressed anonymously (although not as much as the pro-Russian one) is that Europe has been captured by the institutions of united Europe which, in their turn, are a conduit of US interests. In other words, the aim is to promote Euroscepticism through anti-Americanism. Liberal values are a US weapon that is weakening Europe – multiculturalism and human rights are American weapons against European identities.

How does this play out in domestic-political publications? This is done by denouncing multiculturalism and political correctness, which are American weapons against Europe. To reject them is not wrong, it is a noble and brave act. Those who accuse you of hate speech only prove that they are American agents.

Let's now turn to the reception of the clichés disseminating the above sketched picture.

To wrap it up, the resonating layers of social experience are the results of the rapid process of liberalization. It has many faces: the dominance of competition as a principle of the economy and the dominance of the economy as a principle of governing social relations, the responsabilization of individuals as a substitute for the systems of social coercion, etc. These faces share a common feature: a general discourse on risk (future in terms of probabilistic calculations), with well-established mechanisms for its circulation and institutional implementation. This general discourse is widely available and I discuss it in terms of social anxiety – that is, as psychological selves facing a mathematized future.

We can now see how all this resonates with conventional wisdom. The generally detected attitudes that seem to mostly resonate with the messages identified in the content analysis refer first to self-esteem, and second, to the perception of the future. And as the data indicate, here is a real traumatizing popular suspicion that resonates: we Bulgarians are second-hand people; we are exposed to the same risks but are given reduced access to the risk-management institutions. We are a minority. The next detected self-perception that resonates with fear-mongering is the declining social recognition in general, its reduction to the market. A third resonating stratum of experience is the split between the near and the distant future, which turns

hope into fatalism. And the last is victimisation as a source of pride. The spectator's attitude spreads as a collective phenomenon, directed and fostered by propaganda scare-mongering.

How this fatalism is interactively communicated and what kind of action can be expected to stem from it? In order to answer this question let's see the findings from six focus group discussions.

The focus group discussions demonstrated three different profiles. One group was very discussion-oriented, another two groups can be defined as philistine-minded – the conversation livened up only when it turned to mundane matters. These groups consisted of employed people living in medium-sized cities.

The other three groups had a similar communicative profile; at the beginning, the participants in them were divided – one half were apolitical, the other half represented groups in which we found a typical spiral of silence. In them we can see up close the mechanism by which any discussion is stopped as the group is taken over by propaganda messages through a very peculiar communicative role pattern I called parrhesiast-erudite pair.

**Популистка пропаганда в контекста на социална самота, Критика и хуманизъм, том 47, брой 1, 2017**

Студията се почива на анализ на 13 полуструктурирани интервюта с журналисти от печатни и онлайн медии, за да очертае техните перспективи и възприятия за професията, нейното упражняване и работната им среда. Текстът се основава на разговори с хора, които някога са търсели високо признание, днес не вярват, че това, което практикуват, е професия; от елит са се превърнали в самотни фаталисти. Хора, които питахме какво представляват днешните български медии, как се чувстват те самите в тези медии, как са попаднали в тях, как работят в тях. Техните гласове обрисуват картина на самота и несигурност, в която единствената солидарност е солидарността на колективното унижение. Интервюираните са подбрани в две възрастови групи – такива с журналистически опит отпреди 1989 г. и други, по-млади, без такъв опит. Другият критерий на подбора беше да са работили както в издания от типа на тези, разпространяващи систематично опорните точки на антидемократичната пропаганда, така и в издания, критични към тях.



Без преувеличение интервютата с журналисти констатира**т разпадането на полето на журналистиката като обособено поле**. Поради какво? Събеседниците го обясняват с маркетинга и обръщането на медиите от доверие към рейтинг – гледаемостта се разбира като забавление и журналистиката се опитва да се нагоди към това „пазарно“ изискване. Но не това е основната (или поне не достатъчната) причина. Пазарът на свой ред се променя, под натиска на безплатните онлайн медии, ориентирането на телевизиите към нови формати (на забавление) и съпътстващото го фрагментиране на публиките. Ако в телевизиите журналистиката става все по-неразличима от забавлението, в печатните медии през това амалгиране се провежда директно политика. За да не участваш в тази игра, се отдръпваш в по-дълбоки води, на по-безопасни теми. Ако се окаже невъзможно, се стремиш да смениш медията. Това е твърде тежка житейска ситуация: как пазиш идея за достойнство? Това, което ни изглежда като нормализация на цинизма, е всъщност усилието да се запази идея за лично и професионално достойнство, да се пребориш с ужасяващото отчуждение, което работната ти ситуация налага.

Събеседниците ни без опит отпреди 1989 г. разказват тази картина като глобална съдба на медиите в дигиталната ера. Това, което е по-изявено в България обаче, е загубата на дистанция между таблоидизираното забавление и оперативната политика. Медиите се използват като политически инструменти не опосредствано, като притежаващи някакъв собствен ресурс (журналистиката), а директно за политически послания. Това, разбира се, става възможно не само заради медиите и тяхната дерегулация. Ами защото, както казва един от събеседниците ни, другите публични институции имат много висока търпимост към собствените си системни проблеми и докато те не излязат скандално по медиите, няма шанс да се решат. Което пък създава очакване на медиите, че могат да правят политика.

Преведена в социологически термини, общата констатация е, че се е разпаднало медийното поле. Разпаднало се е като поле на комуникация и битка (въпреки кресливия си тон, медиите не водят открит конфликт). Разпада се и доколкото изчезва специфичният му капитал – журналистиката като овластяване на публиката да взима информирани решения по темите на деня, като професионална работа, частично автономна от силните на деня.

Днес общото усещане е, че автономията на медиите не съществува. Съществува само автономията на журналиста, която във всички тези случаи е изговорена като вътрешно

изгнание. Можем да се изкушим да наречем това търсене на „място на съвестта“ с името нормализация на цинизма, но трябва да отчетем екзистенциалната ситуация на хора, които не просто гледат семействата си, изплащат ипотечни кредити и пр., а търсят признание в сфера, която вече е излиняла до ефимерност. Признанието не се получава през статуси и акредитиви, професията е разпадната, тоест не съществуват гилдийни тела, които да лицензират кой може да упражнява тази професия, да номинират кой как го прави. Единственият начин да търсиш високо признание става да се изстъпиш, за да те слушат. Проблемът обаче е, че паресията се превръща в типична митотворческа техника. И тъкмо такова е поведението на медийните звезди, които се впускат, изглежда с охота, в смесването на журналистика, забавление и директна политика. Изместването на признанието от професионалната работа към паресията и звездовостта са поредният индикатор за разпадането на полето.

For English abstract of the paper see below the abstract of the English language publication.

## **Populist Propaganda and Social Solitude**

### **(On Journalism in Bulgaria)**

Paper draws on 13 semi-structured interviews with journalists from print media and information websites to outline their perceptions of their professional world. The interviews were conducted between March and June, 2016, in the frames of the research on the anti-democratic propaganda in Bulgaria. Interpreting them I try to see how the Bulgarian media environment is perceived from the perspectives of journalists. The informants were selected from two age groups: journalists with professional experience from before 1989, and younger journalists without such experience. The other criterion in selecting interviewees was that they should have worked both in media outlets disseminating the talking points of anti-democratic propaganda and in media outlets that are critical of the latter.

Without exaggeration, both the analysis of media and the interviews with journalists have shown **the disintegration of the field of journalism as a differentiated field in Bulgaria**. What is this due to? Our interviewees explained it with the commercialization and shift in focus from winning trust to securing higher ratings – the media have come to be understood as entertainment and journalism is trying to adjust to this “commercial” requirement. But this is not the main (or at least not the sufficient) reason. The market, in turn, is changing under pressure from free online media, the reorientation of television towards new formats (of entertainment), and the subsequent fragmentation of audiences. What differentiates print media and news websites however is the drastic merge of entertainment and direct politics through omerta on certain topics and names, through advertorials that are not properly (if at all)

marked as such and all this – in the lack of information who the owner of the media is. Our interviewees share a common practical dilemma: you **either** do journalism, **or** work for a media corporation. If one wants to do proper journalism, one has to withdraw from the topics of the day to the safer territories of marginal topics. If this turns out to be impossible, you do your best to move to another media outlet ('now when you actually get kicked out, you can find a job in another newspaper, but the situation there will be more or less the same,' I2-1); radio journalists don't have even this option, though (see Popova, 2015). This is quite a predicament: how to keep one's sense of dignity? What seems like a normalization of cynicism is in fact an effort to keep one's sense of personal and professional dignity, to cope with the horrific alienation imposed by one's work situation.

Our interviewees without any journalistic experience from before 1989 narrated this picture as a global fate of media in the digital era. What is more manifest in Bulgaria, however, is the loss of distance between tabloidized entertainment and day-to-day politics. Media are used as political instruments not in a mediated way, as possessing some resource of their own (journalism), but directly for disseminating political messages.

Every journalist we talked to attested to a decline in professionalism, which they explained above all with lack of demand. 'De-professionalization' need not be negative *per se*. 'Professionalism' implies the guarding of boundaries: professional bodies control access to professions. 'De-professionalization' means less the decline of skills than the elimination of control over eligibility. In Bulgaria, however, there is no collectively recognized regulatory body responsible for licensing journalists; anyone can work in the profession. This has enabled journalism's total subservience to the market. One experienced journalist described the liberalization of journalism in Bulgaria as the rapid transition from a system of centralized state censorship, in which access to the profession was extremely difficult, to a system of commercial-political censorship, in which access to the profession is extremely easy. As a result, journalists become replaceable.

За резюме на студията на български език вж. по-горе резюмето на българоезичната публикация.

***Как ние, лаиците, говорим за националната си история. Националният разказ, витрините на културното наследство и мистиката на далечното минало***, Критика и хуманизъм, том:56, брой:1, 2022, стр.:13-49

Студията е прочит на 41 интервюта с хора от три поколения (родени на границата на двата века, хора, които са били млади през 90-те години на двайсети век, и хора, родени в зората на държавния социализъм, които при падането му са били на средна възраст) с четири основни тематични фокуса, от които в този текст се спирам на два – да оценят и интерпретират добрите и лошите неща, които са ни се случили като общество в последните години, тоест да интерпретират политическото, икономическото и социалното ни общо настояще. И освен това да дискутират исторически гордост или срамове от споделените ни черти, минало и настояще.

Защо да разпитваме – с идеално-типическото определение на Алфред Шютц – „хората от улицата“, лаиците да ни говорят за история? Та не е ли тяхното историческо знание смътно и далечно от актуалните им занимания и „подръчни“ интереси? Какво можем да научим от техните често смътни представи и разбирания на миналото и историята? Можем да научим как се отнасят към себе си и към политическата общност днес. Това е особено значимо сега, когато различни национал-популистки актьори се стремят да мобилизират и да усилят чувството за исторически „импас“ – участък от времето, изживян в отсъствие на наративен жанр (Берлан). В светлината на този масив от интервюта ми се струва, че част от афинитета на някои от младите хора в България към националпопулизми идва от желанието за историзиране на настоящето, за рамкирането му в история, въвеждането му в сюжет и перспектива.

Въпреки въвеждането на периода в учебниците по история (а дори и за най-малките по учебния предмет, наречен „човекът и обществото), няма нормативен разказ за държавния социализъм. Съответно няма и нормативен разказ за прехода. И въпросът даже не е в нормативната отговорност и нейното отсъствие. Въпросът е в отсъствието на **наратив** за прехода. Тази липса днес попада в импаса на неолибералната несигурност. Така и при трите поколения връзката между интимно, частно, родово, семейно минало и колективно минало, общо минало на политическата общност отсъства. И различните групи изпробват различни стратегии да се свържат с него.

Резултатите очертават три типа позовавания на миналото – а) кратката речитативна форма на училищния патриотичен канон; б) екстатиката на фолклорно-фестивалното съпрежвяване на традицията и в) една витринна версия на националното през природа и културно наследство сякаш експонирани пред погледа на туристачужденец. Впечатляващи са две особености: кратката речитативна форма избледнява, не е страстно произнесена, някак е вяла и е с променен акцент; от другите две форми в/Възраждането – било като метафора, било като епоха – практически отсъства, разтворено във фолклорно схващана традиция или в мистицизма на някакво тайно и прастаро духовно познание. Това е особено ярко изразено при най-младото поколение в извадката, което търси екстатични форми на автентика в представи за традиция, които са силно повлияни от ню-ейдж практики.

## **WE, THE LAYPEOPLE: HOW WE TALK ABOUT OUR NATIONAL PASTS**

### **The metanarrative, the Showcase of Cultural Heritage and the Mysticism of the Distant Past**

The paper explores how people from three different generations in present-day Bulgaria refer to and relate to the common past and history: as narratives, symbols and experience. A particular emphasis is stressed on figures, normative plots and national icons from the revival period. Why ask laymen and women about history? What can we learn from their conceptions

and misconceptions, from their representations and – often – misrepresentations of the past? We can learn how they/we relate to ourselves today. This is especially important today when different national-populist actors are trying to shape and mobilize the feelings of historical impasse – living in a period of time in the absence of narrative genre (Berlant).

What do we find in the 41 semi-structured interviews conducted in the early 2019 with people from three Bulgarian generations – those born in the 90-ies, after the democratization, their parents and their grandparents? First, we find across the generation line a missing connection between the intimate pasts and the collective past. Then, people try different strategies to relate to the common past – a) recollection or rather reciting of the school patriotic cannon; b) a certain ecstatic form of search for authenticity in folklore festivities and mystified notion of tradition shaped partially by globally marketed new-age elements; c) a showcase version of cultural heritage as if exposed before the gaze of a foreign tourist. The first strategy that was once coupled with the national-populist appeal to the sense of victimization as a source of collective pride seems now fading, especially for the youngest generation, which is leaning to the ecstatic search for authenticity in a somewhat new-age style reworked notion of tradition. The revival period icons from the dawn of the modern national history are always mentioned, but they are now re-interpreted in terms of persistence and spirituality.

*Keywords:* collective identity, national-populism, intimisation of the past, cultural heritage

## Статии

### Articles

#### **Ordinary Propagandists, Eurozine, March, 2020**

The paper is a reworked and shorter version of **Populist Propaganda and Social Solitude**

**(On Journalism in Bulgaria)**. The newly introduced accents are the following: The overwhelming majority of journalists in Bulgaria have joined the precariat. The circulation of ‘disinformation’ is an effect, not a cause of democratic deficit in our societies, both in Eastern Europe and elsewhere. However, it is also a signal of this deficit. It can only be overcome by addressing structural problems, not by regulating media content.

*Keywords:* media, journalism, tabloidization, propaganda

Статията е преработена и съкратена версия на **Populist Propaganda and Social Solitude**

**(On Journalism in Bulgaria)**. Новите акценти са следните: журналистите от печатните и онлайн медиите в България в голямата си част се вливат в прекариата. Циркулацията на „дезинформация“ е ефект, а не причина на демократичния дефицит в нашите общества, не само източноевропейските. Тя е също и симптом на този дефицит и може да се

преодолее само чрез обръщане към структурния проблем, а не чрез регулация на медийно съдържание.

**Професията на журналиста и перипетиите на свободното слово**, В: Социологията като граждански ангажимент. Юбилеен сборник за 65-годишнината на Петя Кабакчиева, редактор/и: Грекова, М., М. Минева, Л. Вайсова, М. Христов, издателство: УИ "Св. Климент Охридски"

В сравнителен план съдбата на нашите медии в началото на 90-те е сходна с тази на руските – курсът на гласност от втората половина на 80-те, макар и половинчат в България, все пак издига на обществената сцена журналистите. Освобождава журналистиката като автономно поле на професионално занимание от особен род – произнасянето на истината. То – разкриването и произнасянето на истината, а не забавляването на публиката – става залог, казано по Бурдийо, вложение и ресурс за заемане на позиции в полето. Това дава кураж и на гражданите, въпреки че той ще почака падането на режима, за да стане масов. Тъй или иначе, тръгват два процеса, вървят заедно, но те са всъщност нееднородни, даже противоречиви – единият е на професионализиране на журналистиката, тоест на превръщането ѝ в обособено поле със свои залози. Другият – паресиасткият – на окуражаване на гражданството, на героичен пример. Този втори процес е част и от преобразуването на елитите, заявка на хора на перото за място в елита.

Твърде скоро след перестроечната и непосредствено постперестроечна заявка на журналистите едновременно за професионализация и за място в елита обаче те губят тези позиции, а с това – и автономията на професионалното поле. Как става това, При това така, че в Русия например се превръщат от свободни критици в поддръжници на все по-авторитарния режим? Първоначално освобождението от идеологията се привижда като освобождаване на думите от идеите – разпуснатостта на езика се привижда като бунт срещу идеологическата принуда. Днес тъкмо тя е символ на „опростачването“, депрофесионализацията, поръчковото писане, с които корелира олигархизцията на медийното поле (с които се занимава студията „Популистка пропаганда в контекста на социална самота“).

Ключови думи: журналисти, перестройка, елит, автономия депрофесионализация, пропаганда

**The Journalist's Profession and the Vicissitudes of Free Speech**

Comparatively, the fate of our media in the early 1990s is similar to that of the Russian media: the course of *glasnost* from the second half of the 80s, although half-hearted in Bulgaria, still raises journalists to the public stage. It liberates journalism as an autonomous field of professional occupation of a special kind – the truth telling. Revealing and pronouncing the truth (and not entertaining the audience) becomes a stake, in Pierre Bourdieu’s terms, an investment and a resource for occupying positions in the field. This emboldens the citizens as well, although it will wait until the fall of the regime to become mainstream. One way or another, two processes start, they go together, but they are actually heterogeneous, even contradictory - one is the professionalization of journalism, that is, its transformation into a separate field with its own stakes. The other – parrhesiastic – of encouraging citizenship, of a heroic example. This second process is also part of the transformation of the elites, the claim of people of the pen to a place in the elite. However, very soon after the *perestroika* and immediately post-*perestroika* journalists' claim for both professionalization and a place in the elite, they lost these positions, and with that - the autonomy of the professional field. How does this happen? And what is more, in Russia, for example, they turn from free critics into supporters of the increasingly authoritarian regime? Initially, liberation from ideology was seen as the liberation of words from ideas – the looseness of language was seen as a rebellion against ideological coercion. Today, it is namely this looseness that became a symbol of “vulgarization”, deprofessionalization, writing by order of the strong of the day, with which the oligarchization of the media field correlates.

**Чие е това дете? Респонсублизацията на семейството в образованието като генератор на социални неравенства, Социологически проблеми, vol:52, issue:2, 2019**

Статията почива на данните от дискурсивния анализ и вторичния анализ на данни от други изследвания, проведени в рамките на проекта „Образователни неравенства и жизнени шансове“. Първата част скицира проблемните възли в отношението между образование и неравенство, констатирани във вторичния анализ и количествените модули на изследването. Обобщени са три проблемни възела:

**Първи проблемен възел: училищата си подбират децата;**

**Втори проблемен възел: успешните конкуренти изпълняват образователни дейности, а неуспешните – социални**

**Трети проблемен възел: училището има ниска принадена стойност, образователните постижения възпроизвеждат културния капитал на родителското семейство. Или който го може, си го може.**

Втората част съотнася с тези проблемни възли дискурсивните стратегии на актьорите, които говорят публично по темата.

В публичното говорене за образование, криза в образованието и образователна реформа се открии доминация на една дискурсивна линия, която нарекохме проектно-предприемаческа. Тя по същество респонсибилизира семействата, придава им идентичност на отговорни за образователните постижения на децата през формирането на образователната им „мотивация“. През този доминиращ дискурс се провеждат обаче различни стратегии. До него прибъгват публичните и административните актьори, когато говорят за нуждата от реформа на системата. До този дискурс прибъгват и актьорите от полето на бизнеса, които обаче респонсибилизират училищната система през конструкцията „адекватност към нуждите на бизнеса и трудовия пазар“. Към този дискурс прибъгват и НПО-тата, ориентирани в мисиите си към позитивна дискриминация. Различните стратегии усилват ефектите на доминиращия дискурс така: учениците се съизмерват според интелектуални постижения, които доминиращият дискурс свежда до формираните в семейството образователни мотивации. Това подкрепя и легитимира процес на все по-ранна селекция на децата според интелектуални постижения и има за функция да показва на желаните семейства, че училището си подбира децата и да легитимира възпроизводството на културен капитал.

В конкурентната среда, в която са поставени, училищата се държат напълно адекватно и рационално – успешните стават все по-успешни, а неуспешните заемат една опразнена ниша – на социалното подпомагане. По този начин системата, макар да произвежда и възпроизвежда неравенство, все пак противодейства на социалното изключване.

For English abstract see below the abstract the English language publication.

### **Education and Inequalities: Problem Nodes and Public Speakers, Bulgaria 2017–2020**

This article is based on discourse analysis and secondary analysis of data from research conducted under the project *Educational Inequalities and Social Opportunities. Strategic Objectives of the Reforms in Bulgarian Secondary Education and Practical Results*. The first part outlines the problem nodes in the relationship between education and inequality as found in the secondary analysis and the quantitative modules of the study. The second part examines how these problem nodes are addressed in the discursive strategies of the actors who speak publicly on the topic.

The dominant public discourse on education, crisis in education, and educational reform in Bulgaria has been found to be what we have called ‘project-entrepreneurial’. It essentially responsabilizes families, identifying them as being responsible for their children’s educational achievement by forming their educational ‘motivation’. However, different strategies are



conducted through this dominant discourse. It is employed by public and administrative actors when speaking about the need to reform the Bulgarian school system. This discourse is also employed by actors from the field of business who, however, responsabilize the school system through the construct of ‘adequacy to the needs of business and the labour market’. This discourse is also employed by NGOs whose missions are oriented towards positive discrimination. The different strategies amplify the effects of the dominant discourse as follows: students are measured on the basis of intellectual achievements which the dominant discourse reduces to educational motivations formed in the family. This supports and legitimizes a process of ever earlier selection of children based on intellectual achievement and serves to show desirable families that the school cherry-picks its children and to legitimize the reproduction of cultural capital.

In the competitive environment in which they are placed, schools behave completely adequately and rationally – the successful ones become even more successful, while the unsuccessful ones occupy a vacated niche, that of social welfare. In this way the Bulgarian school system, while producing and reproducing inequality, still counteracts social exclusion.

**Keywords:** educational inequality, intellectual achievement, cultural capital, school competition, social vs educational function

This article is a reworked and updated version of the Bulgarian publication. Data are updated, but these changes do not entail any shift in the interpretation, they rather reinforce it.

For Bulgarian abstract see above the abstract of the Bulgarian language publication.

**Ние, те и европейците, Критика и хуманизъм, vol:50 - II, issue:1, 2019, pages:145-158**

През последните повече от 25 години, още преди началото на руската инвазия в Украйна целият либерално-демократичен свят преживява вълни на електорални поведения и флиртуващи с тях политически поведения, които заедно формират политически феномен. Поредица от анализатори (да започнем с Иван Кръстев) го наричат „либерална революция“ – бунт срещу меритократичните елитии срещу принципите на самата меритокрация. След политическите опортюнисти, които първи яхнаха вълната, множество сякаш системни политически субекти възприеха части от популисткия речник започнаха да сплитат проблеми на социалната (не)справедливост с реториката на изолационизма, наричайки тази смесица „национален суверенитет“. Този ход изтласка всяка делиберативност от формите на договаряне на колективни

идентичности и ги замени с колективни митове. Въпросът на тази статия е какви социални фрустрации в българското общество търсят облекчение в този поврат към колективни митове. Отговорът се търси в анализ и интерпретация на теренни данни от фокус групови дискусии и сочи към към дно доста широко споделяно усещане за обезместеност, за изчезване на социалните места на търсене на признание, усещане, споделяно и от множество интелектуалци. Накратко: каква отплата, каква „награда“ очакват хората за участието си във въпросните колективни митове, митове, които превръщат пасивната жертвеност в източник на гордост? „Наградата“ е облекчаване на чувството за обезместеност, за загуба на социално място. Този копнеж по релокализация, който поддържа популистките употреби на патриотизма обаче, по механизма на проекцията се трансформира в ресантимент, в озлобление срещу делокализираните (мигранти, малцинства). Тази фрустрация и очертаният механизъм за облекчаването ѝ захранват и поддържат омразното говорене и превръщат националното чувство в неговия отровен двойник, в „обидената“ му (както я нарича Исаия Бърлин) форма – на враждебен национализъм: това, което ни прави „ние“, парадоксално е чувството, че са ни причинили злина и гордостта тъкмо от това – че сме жертва на злина. Тази интерпретация е демонстрирана през анализ на качествени теренни данни.

## **WE, THEY AND THE EUROPEANS**

In the last 25 years, already before the war against Ukraine, the entire liberal democratic world witnessed a wave of electoral behaviours and flirting with them political messages that together shaped a political phenomenon. Various analysts (to mention just Ivan Krastev) called it an ‘illiberal revolution’ – a revolt against the meritocratic elites and against the principle of meritocracy itself. After the political opportunists who were first to ride this populist wave, a lot of ‘systemic’ political subjects adopted pieces of this vocabulary and entangled the issues of social justice with the rhetoric of isolationism, calling this mixture ‘national sovereignty’. This move replaced the deliberative forms of negotiating collective identities with collective myths. The question of this paper is what social anxieties and frustrations in Bulgaria got relieved by this replacement. The answer is sought through an analysis of focus group discussions and points towards a general feeling of displacement shared also by some intellectuals. Briefly: what reward do people expect for their participation in the collective myths in question, myths that turn victimhood into a source of pride? It is a relief from the feeling of delocalization. This longing for relocalisation that backs up the populist usage of patriotism, through the mechanism of projection is however resentful toward the delocalized (the migrants and minorities). This frustration and the outlined mechanism to cope with it fuel hate speech and turn the national feeling into its insulted form (to follow Isaiah Berlin) – nationalism: what makes us a “we” is, paradoxically, a sense of being wronged and a pride of being a victim. These interpretations are grounded in the differences in the shared opinions and in the modes of communicative dynamics, differences that clearly mark three types of group discussion.

*Keywords:* nationalism, resentment, parrhesia, Bulgaria, injustice

**Co-opting Discontent: Russian Propaganda in the Bulgarian Media, Eurozine, October 18, 2017 (co-authored with Dimitar Vatsov)**

Russian propaganda co-opts western grassroots criticism of liberalism and globalization, recasting both left and right populism in nationalist terms. Vice versa, local actors borrow the Russian propaganda package and use it for their populist purposes. This is the general finding of the analysis of Bulgarian media discourse, 2013-2016, analysis that proceeded in three steps: semantic analysis of the vocabulary of the anti-liberal and anti-democratic propaganda and extraction of specific keywords and catch phrases; frequency analysis of the uses of these words and phrases in 3080 on-line media outlets for four-year period; content-analysis of a sample of 3305 single publications from 8 typologically different media outlets.

We use the term ‘propaganda – not the now far more popular ‘disinformation’ – to shed light less on ‘fake news, which is only a small segment of contemporary techniques of influencing public opinion, nor even on ‘hacking, ‘trolling, and the use of social networks, which are the focus of most contemporary studies. Far more important, to us, is the classical function of propaganda to disseminate ‘general interpretations (Ellul), which turn into a primitive ‘grammar framing the linguistic articulations of the world for a multitude of individuals. We are aware that unlike in the Cold War period, present-day antiliberal propaganda is less ideological but above all negative, subversive; it does not offer an alternative positive image of the world but focuses, instead, on undermining public trust in liberal-democratic principles and institutions. Still, it works precisely by disseminating talking points.

The analysis identified four simplistic and interrelated anti-liberal and anti-democratic theses:

The US and NATO are a global hegemon/puppet-master which is pulling the strings both of Brussels and of national governments; Europe is dying because of its cultural decline (‘liberasty’) under the blows of the migrant invasion unleashed by the US, and because of the lame-duck, puppet European bureaucracy (‘Eurocracy’). In the final analysis, Europe is dying because it is united: the EU is a construction which serves the interests of the US and of global corporations, and it is an enemy of the European peoples; Russia is rising. Although it is a victim of Western aggression, Russia is a guardian of its age-old sovereignty and of traditional values, and it is actually the true saviour of Europe; Bulgaria’s liberal elites are venal: civic movements, human rights organizations, independent media outlets, pro-western politicians and parties are represented as an indistinguishable whole, and all of them are ‘foreign agents’ – puppets of foreign interests.

*Keywords:* Bulgarian media, Russian propaganda, populism, oligarchic uses, hate speech, sovereignty.

За резюме на български език вж. „Експроприране на недоволството“.

Статията е публикувана в превод на руски език:

Милена Якимова, Димитар Вацов, *Российская пропаганда в болгарских СМИ*, Вестник общественного мнения, том:125, брой:3-4, 2017, стр.:38-47

Вж. резюметата на **Co-opting Discontent** и „Експроприране на недоволството“

### **Co-opting Discontent: Bulgarian Populism, Local Interests and Russian Propaganda, 2018**

The paper is a reworked version of the previous one, published in *Eurozine* 2017; see above

What is further emphasized is that the populist-propaganda discursive front developing in the Bulgarian public sphere since 2013 is distinctly ‘pro-Russian’, although the data show that it is not always directly inspired by Russia. The content-analysis identified three different rationales of using those clichés, among which those directly inspired by Russia started their massive proliferation in the spring of 2014 after the annexation of Crimea.

За българско резюме вж. по-долу резюмето на „Експроприране на недоволството“.

### **Експроприране на недоволството: български популизъм, локални интереси и руска пропаганда**, Критика и хуманизъм, том 47, брой:1, 2017, стр.:51-68

Статията е преработена версия на публикацията в *Eurozine* и представя на български език резултати от медийното изследване на антидемократичната пропаганда в българските медии. Представянето е водено от хипотезата, че сме свидетели на формирането на общ популистко-пропаганден фронт, който групира и разгръща сили, процеси и актьори с различен мащаб, структура и степен на организираност. Руската пропаганда, каквато несъмнено има, кооптира значения от западната грас руут критика на либерализма и глобализацията, преработва едновременно лявата и дясната популистка критика в национал-суверенистки и геостратегически термини и ги връща обратно като свободен ресурс за подриване на либералната демокрация отвътре. И обратно: различни локални актьори заемат „руския пропаганден пакет“ или части от него, за да ги използват за своите популистко-политически и/или специфични икономически цели.

Казано иначе, свидетели сме на взаимно опрашване между популистката критика отдолу по места, от една страна, локални икономически агенти, свикнали да паразитират около държавата, от друга, и анти-либералната пропаганда на държавно контролираните руски медии, от трета. Това е обобщеният извод от анализа на медийните дискурси в България за периода 2013-2016 г. Изследването е в три стъпки: 1) семантичен анализ на речника на антлибералната и антидемократична пропаганда в българоезичните медии и създаване на гнезда със специфични за този речник ключови думи и изрази; 2) честотен диахронен анализ по изолираните ключови думи и изрази в архив от 3080 онлайн медии за период от четири години; 3) анализ на съдържанието на извадка от 3305 отдебни публикации от

осем типологично подбрани медии. Статията стеснява кръга на въпросите до това, какви са опорните точки – интерпретативните клишета – на анти-либералния популистко-пропаганден фронт в България? Каква точно е ролята на Русия за надигането му? Какви типологично са актьорите, които използват езика на анти-либералната и анти-демократична пропаганда? Как в езика на антилибералното говорене се преплитат и наслагват популистки и пропагандни послания?

Използваме термина „пропаганда“ – а не далеч по-популярния днес „дезинформация“ – за да хвърлим светлина не толкова върху „фалшивите новини“, които са само малък сегмент от съвременните техники за влияние върху общественото мнение, и дори не върху „хакерството“, „троленето“ и употребата на социалните мрежи, върху които се концентрират повечето съвременни изследвания. Далеч по-важна за нас е класическата функция на пропагандата да дисеминира „обща интерпретация“ (Елюл) – опорни точки, стереотипни клишета, - които се превръщат в примитивна „граматика“, която рамкира езиковите артикулации на света за множество от индивиди. Отчитаме, че за разлика от времето на Студената война, днешната анти-либерална пропаганда е по-слабо идеологична - тя е преди всичко негативна, субверсивна, не предлага алтернативен позитивен образ на света, а преди всичко подрива общественото доверие в либерално-демократичните принципи и институции. И все пак тя работи именно чрез дисеминацията на опорни точки.

Анализът идентифицирани четири семпли и взаимосвързани анти-либерални и анти-демократични тези:

**„САЩ и НАТО са световен хегемон-кукловод, който дърпа конците както на Брюксел, така и на националните правителства“;**

**„Европа загива** поради своя културен упадък („либерастия“), под ударите на мигрантското нашествие, отприщено от САЩ, и заради безволевата и марионетна европейска бюрокрация („еврокрация“). В крайна сметка Европа загива заради това, че е обединена: ЕС е конструкция, обслужваща интересите на САЩ и на глобалните корпорации, и е враг на европейските народи“;

**„Русия се въздига.** Макар че е жертва на западна агресия, Русия е пазител на исконния си суверенитет и на традиционните ценности и всъщност е същинският спасител на Европа“

**„Либералните елити на България са продажни:** Гражданските движения, правозащитните организации, независимите медии, прозападните политици и партии, са представени като едно неразлично цяло и всички те са „чужди агенти“ – марионетки на чуждестранни интереси“.

For English abstract see above, “Co-opting Discontent”.

**Мама знае най-добре. Поemanето на ваксинални рискове в контекста на културния модел на добрата майка, Критика и хуманизъм, том:55, брой:2, 2021, стр.:261-280**

Статията очертава типове колебания по отношение на имунизациите на децата сред заможни градски майки в България и контекста на тези колебания. Този контекст е доминиран от културния модел на интензифицираното родителство и съсредоточаването на грижата в самото дете - отглеждането на децата според техните (а не на родителите им) най-добри интереси. Този модел на родителство преобладава сред майките, чиито интервюта са анализирани: полуструктурирани интервюта с добре образовани родители от средната класа (предимно майки) със стабилни доходи и едно или две деца. Основната задача е да се изслушат и вземат на сериозно техните колебания и несигурности, насърчавани и напътствани от определени активни малцинства в социалните медии.

Майките са интерпелирани в респонсибилизиращия дискурс, извличат от него чувството си за себеосъществяване и не намират кой да облекчи и да сподели отговорността им, от която извличат социална гордост. На този фон текстът очертава техните разбирания за "имунитет", за свеждане на "живота" до термините на "здравето", за оспорване на универсалистката претенция на науката, за "естественост". Интервютата навеждат на хипотеза (която би трябвало да се проучи допълнително в бъдещи изследвания), която ни връща към Адриен Рич (1995) и нейната теза, че макар майчинството като институция да е едновременно продукт и механизъм на мъжкото господство, майчинството като преживяване може да бъде източник на власт.

Запитани конкретно за това как се разпределя тежестта при вземането на решения относно грижите за децата между родителите, в проведените интервюта майките твърдят, че решенията се вземат "заедно", "с консенсус", но че бащите са объркани по някои въпроси и се нуждаят от помощ при тълкуването, въпреки че поемат своя дял от домакинската работа и физическите и емоционалните грижи за децата. Майчинството като опит" се е превърнало в интерпретативна власт - "аз знам". И следователно, аз помагам на другия родител. Работата обаче е там, че нашите събеседници са структурно поставени в тази позиция, а, както показва статията, подобна позиция предизвиква значителна тревожност. Това е позицията на майката 24/7, която не се бунтува срещу свръхотговорността си, а тъкмо обратното - очаква високо социално признание за нея.

Този културен модел на усмихнатата майка, която, останала сама с детето си в детската стая, спокойно решава как да бъде едновременно "безкомпромисна" и "грижовна", е позната рекламна персона: майката-суверен. В този случай обаче "суверенитетът ... е фантазъм, погрешно разпознат като обективно състояние: възделявана позиция на лично и институционално самолегитимираща се перформативност и афективно усещане за контрол по отношение на фантазма за сигурност и ефикасност, предлагана от тази позиция" (Berlant, 2011, с. 97). Ако обобщим тази фигура отвъд обхвата на конкретното емпирично изследване, можем да видим доминиращ модел в режима на културните репрезентации: моделът на суверенитета като психологически Аз, изправен пред математизирано бъдеще.

For English abstract see below the abstract of the English language publication of the paper.

## **‘Mother Knows Best’**

### **Vaccine Risk Taking in the Context of the Cultural Model of Good Mothering**

The paper outlines the figures of vaccine hesitancy toward children immunisations among wealthy urban mothers in Bulgaria and the context of these figures. This context is dominated by the intensification of parenting and the centering of care in the child herself - raising children according to their (and not to their parents’) best interests. This pattern of parenting prevails among the mothers whose interviews are analysed: semi-structured interviews with middle class well educated parents (mostly mothers) with stable incomes and one or two children. The primary task is to listen to and take seriously their hesitations, oscillations and uncertainties, encouraged and directed by certain active minorities on social media.

The mothers are interpellated in the responsabilising discourse, take their sense of self-fulfilment out of it and find no one to share their responsibility. Against this background the text outlines their understandings of ‘immunity’, of reducing ‘life’ to the terms of ‘health’, of questioning the universalistic claim of science, of ‘naturalness’. The interviews suggested a hypothesis (which ought to be explored further in future research) that takes us back to Adrienne Rich (1995) and her thesis that although motherhood as institution is both a product and mechanism of male domination, motherhood as experience can be a source of power. Asked specifically about how decision-making about child care was distributed between the parents, in the interviews under study the mothers said that decisions were made ‘together’, ‘by consensus’, but that the fathers were confused about some issues and needed interpretive help, even though they took on their share of domestic work and of physical and emotional care for the children. ‘Motherhood as experience’ has been transformed into interpretive power – ‘I know.’ And hence, I help the other parent. The thing is, however, that our women interviewees are structurally placed in this position and, as the paper demonstrates, such a position causes significant anxiety. This is the position of 24/7 mother, who does not rebel against her over-responsibilization and expects high social recognition for it. This cultural model of the smiling mother who, alone with her child in the nursery, calmly decides how to be both ‘uncompromising’ and ‘caring’, is a familiar advertising persona: the mother-sovereign. In this case, however, ‘[s]overeignty ... is a fantasy misrecognized as an objective state: an aspirational position of personal and institutional self-legitimizing performativity and an affective sense of control in relation to the fantasy of that position’s offer of security and efficacy’ (Berlant, 2011, p. 97). If we generalize this figure beyond the scope of the particular empirical research, we can see a dominant pattern in the regime of cultural representations: the pattern of sovereignty as a psychological self, facing mathematized future.

Keywords: vaccine hesitancy, intensified mothering, immunity (strong, natural, individual), mother-doctor relationship, responsabilisation

За българско резюме вж. по-горе резюмето на българоезичната публикация на текста.

## **We will be better tomorrow. But what was “tomorrow”?**

The text develops around a hypothesis - that our societies become more manageable (and power more illegitimate) through a particular defence mechanism - that of turning anxiety into fear. Anxiety is pure affective intensity, and fear objectifies it in some language of cultural representation. The other line the article develops is in the direction of the dominant mode of cultural representation - the ambivalent notion of risk.

In his work *Basic Forms of Fear*, Fritz Riemann makes a typology of personalities according to the dynamics of fears along two antinomic axes. The first axis lies between the opposing strivings for individuation and for belonging; the second between the strivings for change on the one hand and for permanence on the other. But despite the seemingly ahistorical coordinate system for typologizing personalities, Riemann writes that fears change, but the forms of struggle against them do not vary significantly. And modernity gives birth to a new class of fears - of our own agency turning against us (2002). How is this possible: that new and new fears are born, but the forms of their neutralization do not change much?

The answer to which I adhere is that fears are objectified anxieties, and in this sense (as opposed to the pure affectivity of non-shared (albeit 'contagious') anxiety) fears necessarily have a minimal social element: the objectification of anxiety's affective flux is always intertwined with - partly dependent on, though partly modifying - the cultural mode of representation. Affect and representation, as demonstrated first by Gilles Deleuze and then by Brian Massumi, have different logics and temporal organizations that nonetheless resonate with each other. Resonance reduces complexity, and in this sense, fear alleviates anxiety and, in contrast, is shareable.

The second part of the article discusses the ambivalence in the cultural representation of risk. In an accelerating liberalisation environment (with shrinking social security systems that quell fears of unemployment, homelessness, etc.; liberalisation of labour markets), anxiety fundamentally increases: large corporations engage us in ruthless short-term solutions; whole regions decline and jobs disappear; people with industrial skills or no skills lack the resources to adapt to changing labour markets from which the jobs for which they are qualified disappear. These faces of the liberalisation process share a common discursive feature: there is a common discourse on risk, quite ambivalent, albeit covertly. Risk is something to be loved but avoided. This stems from a pairing of the meanings of risk - on the one hand, as venturing into the unknown, and on the other, as a purely probabilistic category that triggers a risk-producing machine whereby "anything can be a risk" (Ewald) and be insured accordingly.

**Утре ще сме по-добри. Но какво беше „утре“?**, Време и памет. Юбилеен сборник за 70-годишнината на Лиляна Деянова, редактор/и: Грекова, М., П. Кабакчиева, М. Христов, М. Якимова, издателство: УИ "Св. Климент Охридски"



Текстът се развива около една хипотеза – че обществата ни стават по-управляеми (а властта – по-нелегитимна) чрез един особен защитен механизъм – на превръщането на тревожността в страх. Тревожността е чист афективен интензитет, а страхът я обективира в някакви езици на културна репрезентация. Другата линия в статията развива в посоката на доминиращия режим на културна репрезентация – амбивалентното понятие за риск.

В работата си „Основни форми на страх“, Фриц Риман прави типология на личностите според динамиката на страховете по две антиномични оси. Първата ос се простира между противоположните стремежи към индивидуация и към принадлежност; втората – между стремежите към промяна, от една страна, и към трайност, от друга. Но въпреки привидно аисторичната координатна система за типологизиране на личностите, Риман пише, че страховете се променят, но формите на борба с тях – не особено. А модерността ражда нов клас страхове – от собственото ни действие, което се обръща срещу нас (2002). Как е възможно това: да се раждат нови и нови страхове, но формите на неутрализирането им да не се менят особено?

Отговорът, към който се придържам, е, че страховете са обективирани тревожности и в този смисъл (за разлика от чистата афективност на несподелимата (макар и „заразна“) тревожност) страховете задължително имат минимален социален елемент: обективирането на афективния поток на тревожността винаги се преплита – отчасти зависи от, макар и отчасти да видоизменя – културния режим на репрезентация. Афектът и репрезентацията, както демонстрира най-напред Жил Делюз, а след това Брайн Масуми, имат различни логики и темпорални организации, които обаче резонират помежду си. Резонансът редуцира комплексността и в този смисъл страхът облекчава тревожността и за разлика от нея е споделим.

Втората част от статията разисква двойствеността в културната репрезентация на риска. В ускорено либерализираща се среда (при свиване на системите на социална сигурност, които тушират страховете от безработица, бездомничество и пр.; либерализация на трудовите пазари) тревожността принципно нараства: големите корпорации ни ангажират в безмилостни краткосрочни решения; цели региони западат и работни места изчезват; хора с индустриална квалификация или без квалификация нямат ресурс да се адаптират към променящите се пазари на труда, от които изчезват работните позиции, за които те са квалифицирани. Тези лица на процеса на либерализация споделят обща дискурсивна черта: съществува един общ дискурс върху риска, доста амбивалентен, макар и прикрито. Рискът е нещо, което трябва да се обича, но да се избягва. Това произтича от едно сдвояване на значенията на риска – от една страна, като впускане в неизвестното, а от друга, като чисто вероятностна категория, която задейства една машина за произвеждане на рискове, при което „всичко може да бъде риск“ (Евалд) и съответно да бъде застраховано.

Ключови думи: тревожност, страх, риск, режим на репрезентация

### **Контекстът: интимно напасване**

„Контекст“ е релационно понятие, част от двойка. В този смисъл то е отношение, а не нещо; и въпросът е какво е това отношение. Колкото и да е рехав като понятие, винаги подразбиращ се, но никога разбиращ се, все пак върши работа, когато посочваме in toto към обкръжаващата среда на нещо. Моят проблем е с „нещото“ – как се получава то? Или може би трябва да кажа: как се получава „то“? Има някакъв поток на опита, събитие и неструктуриран, нито текст, нито контекст, нито нещо, нито обкръжаваща среда. В крайна сметка това са все релационни двойки: като кажем „контекст“, казали сме и „текст“; като кажем „среда“, казали сме и „нещо“. Средата е полето на видимост на нещото. Как потокът на опита се разпределя така, че да петрифицира „неща“, около които продължават да се плискат вълните на опита, и те ли са контекстът, средата на нещата, или пък тя е нещо по-структурирано? Тезата, която разработвам, преплита идеи на Иан Хакинг, Ървинг Гофман, Грегъри Бейтсън: контекстът е отношение на интимност, в което контекстуализираното „нещо“ се изгражда чрез аналогия и логически парадокс. В някакъв смисъл това, с което се занимавам, е част от една, а може би от две модни вълни в хуманитарните и социални науки – вниманието към някакви други, нерепрезентационистки пластове на преживяването. Вълните са две, защото едната е посветена на телесността и времето (тоест на афекта и интензивността); другата – на емоциите като форми на познание. В невронауките двете се сливат и стават доста взаимозаменими, въпреки. И в двата случая те ни казват, че има телесно взаимодействие с действителността, което когнитивните процеси не могат да направляват и дори със закъснение достигат афекта (или още интензивността). Тоест значението и афектът представляват две отделни области на опита. Статията разработва следното предложение: контекстът е хетерогенно поле на интимност; той е отношение на напасване, което се изгражда чрез аналогии напред и назад; аналогията е пренос на интерактивна молекула; когато връщането назад (като илюстрация към пример) в аналогията е невъзможно, се появява нов обект, ново „нещо“, което, ако стане, става в нарушение на теория на логическите типове – нещото е член на множество, член, който очертава и самото множество.

### **The context: an intimate adjustment**

“Context” is a relational concept, part of a pair. In this sense it is a relation, not a thing; and the question is what that relation is. However fuzzy it may be as a concept, always implied but never understood, it still works when we point in toto to the environment of something. My problem is with the "something" - how does one get it? Or perhaps I should say: how does "it" obtain a qualified being? There is a flow of experience, eventful and unstructured, neither text

nor context, neither thing nor environment. After all, these are all relational pairs: when we say "context", we have also said "text"; when we say "environment", we have also said "thing". The environment is the field of visibility of the thing. How does the flow of experience distribute itself so as to petrify the "things" around which the waves of experience continue to splash, and are they the context, the environment of the thing, or is it something more structured? The thesis I develop interweaves ideas of Ian Hacking, Irving Goffman, and Gregory Bateson: context is a relation of intimacy in which the contextualized "thing" is constructed through analogy and logical paradox. In a sense, what I am doing is part of one, or perhaps two, fashionable waves in the humanities and social sciences: attention to some other, non-representationalist layers of experience. There are two waves because one is devoted to corporeality and time (that is, affect and intensity); the other to emotions as forms of cognition. In neuroscience the two merge and become quite interchangeable. In both cases, they tell us that there is a bodily interaction with reality that cognitive processes cannot guide, and even belatedly catch up with affect (or intensity). That is, meaning and affect represent two separate domains of experience. The paper develops the following proposition: context is a heterogeneous field of intimacy; it is a relation of accommodation that is constructed through forward and backward analogies; analogy is the transference of an interactive molecule; when going back (as an illustration to an example) in the analogy is impossible, a new object, a new "thing" emerges, which, if it does, does so in violation of logical type theory – the thing is a member of a set, a member that delineates the set itself.

По-стари (от предишните две книги)

### **The Mimetic ‘Milling’ and the Virtuosity of Everyday Rationality**

How is it that we long endure situations and circumstances for which suddenly we find ourselves declaring intolerable? Guided by the Chicago School idea that "social anxiety" is the context in which the elemental forms of sociality are laid bare, the text brings out the specific rationality of these forms. Thus stripped bare, they appear as mimetic structures that conduct ethical categorizations without recourse to propositional judgments. In this analysis of everyday rationality I operate with what I call for short affective rationality, by which, however, I mean an absolutely normal one, banal and ultimately basic modality in which we deal with ideas and words – to call it (somewhat clumsily) the affective-motor, sensory, modality of the immediate response to them as to sensory objects, as independent objects - a kind of objects of taste, not as ideas or propositions, mediators of reality or means of relating to it. That is, out of the flow of experience arise "things" that can be pointed to, recalled and last, remain the same even when they are no longer there actual, only insofar as in our everyday practices we treat words as things, immediately corporeal and affective. Or the claim I share is that even the trivial, the most ineffable expressions, the grayest meanings we handle, have element of virtuosity, are not reducible to their functionality, to the relation of means to an end (be this end mutual understanding), but have another inalienable modality - of objects of enjoyment. Precisely because of this, of their modality and the fact that it is immediately social, derives the possibility

to remember. Because it is from it stems the possibility for something to last. It is rooted in an immediately social mechanism that I call mimetic milling. The term "milling" was coined by Herbert Blumer while making an effort to refine the work of Gustave Le Bon and then Robert Park on the behavior of human beings when part of a crowd. Bloomer goes beyond the simple observation that in a crowd people behave alike and that this is somehow bound up with affectivity and suggestibility to ask what is the mechanism of this sameness, of this imitation, and to establish that it is a response to that, which has stimulated me, but such a response that proceeds in a very particular mode – it reproduces its own stimulus, rather than re-signifying or displacing it. Further on, however, I have to abandon Bloomer, who reproduces the affectivity-rationality opposition. And since I decline to follow Bloomer further in opposing affectivity and rationality, and argue that milling is the most basic social mechanism of rationality, my task further in the text is to explain the special rationality of this kind of collective action. It is a rationality that cannot be described in terms of the degree of goal attainment, nor in terms of the logical coherence of the better argument. The last part of the text describes rationality, which is measured neither purposively nor argumentatively and which constitutes the majority of ways of acting socially. It seems to me that "milling" is representative of a huge class of everyday rationality phenomena. Milling is the process of ethical verification and categorization of the event-object without the need for this procedure to go through judgment. The ethical qualification of something is immediately collective and is not a judgmental act with a propositional structure. It is the most elemental affective-motor form of understanding, the most common form of our movement in the social world - understanding in the absence of certainty.

### **Миметическото мелене и виртуозността на всекидневната рационалност**

Как става така, че дълго търпим ситуации и обстоятелства, за които внезапно откриваме, че сме ги обявили за нетърпими? Воден от идеята на Чикагската школа, че „социалното безпокойство“ е контекстът, в който се оголват елементарните форми на социалността, текстът извежда специфичната рационалност на тези форми. Така оголени, те изглеждат като миметически структури, които провеждат етически категоризации, без да прибягват до пропозиционални съждения.

В този анализ на всекидневната рационалност оперирам с нещо, което наричам за краткост афективна рационалност, с което обаче имам предвид една абсолютно нормална, банална и в крайна сметка основна модалност, в която боравим с идеите и думите – да я наречем (донякъде тромаво) афективно-моторна, сетивна, модалността на непосредственото им отреагиране като на сетивни нагледи, като на самостоятелни обекти – един вид обекти на вкуса, а не като на идеи или пропозиции, посредници на реалността или средства за отнасяне към нея. Тоест от потока на опита възникват „неща“, които могат да бъдат посочвани, припомняни и да траят, да остават същите и когато вече ги няма актуално, само доколкото в нашите всекидневни практики боравим с думите като с неща, непосредствено телесно и афективно. Или твърдението, което споделям, е, че дори тривиалните, най-невзрачните изрази, най-посивелите значения, с които боравим, имат елемент на виртуозност, не са сводими до функционалността си, до отношението на средство към цел (била тя и разбирателството), а имат и друга неотнимаема модалност – на обекти на наслаждение. Тъкмо поради това, от тази им модалност и от това, че тя е *непосредствено* социална, произтича възможността да помним. Защото тъкмо от нея произтича възможността нещо да трае. Тя се корени в един непосредствено социален

механизъм, който наричам миметическо мелене. Терминът „мелене“ е въведен от Хърбърт Блумър, докато прави усилия да прецизира работите на Гюстав Льо Бон и после на Робърт Парк върху поведението на човешките същества, когато са част от тълпа. Блумър отива отвъд простото наблюдение, че в тълпата хората се държат еднакво и че това е някак обвързано с афективност и сугестия, за да **постави въпроса какъв е механизмът на тази еднаквост, на това подражание и да установи, че става дума за отклик на онова, което ме е стимулирало, който обаче е много особен – той възпроизвежда собствения**

**си стимул, вместо да го преозначи или измести.** По-нататък обаче ми се налага да изоставя Блумър, който възпроизвежда опозицията афективност-рационалност. И след като се отказвам по-нататък да следвам Блумър в противопоставянето на афективност и рационалност, а твърдя, че меленето е най-базисен социален механизъм на рационалността, задачата ми в текста е да обясня специалната рационалност на този вид колективно действие. Това е рационалност, която не може да се опише със степента на постигане на цел, нито с логическата кохерентност на по-добрия аргумент. Последната част на текста описва рационалността, която не се мери нито целево, нито аргументативно и която съставлява по-голямата част от начините да се действа социално. Струва ми се, че „меленето“ е представител на един огромен клас от феномените на всекидневната рационалност. **Меленето е процесът на етическа верификация и категоризация на събитието-обект, без да е необходимо тази процедура да минава през съждение.** Етическото квалифициране на нещо е непосредствено колективно и не е съден акт с пропозиционална структура. Това е най-елементарната афективно-моторна форма на разбиране, най-честата форма на нашето движение в социалния свят – разбиране в отсъствие на сигурност.

**Ключови думи:** всекидневна рационалност, протести, елементарно колективно поведение, миметичен механизъм, мелене

**Психологията като корпоративна техника на управляемост. Как „грижата за себе си“ се обръща срещу „себе си“,** Критика и хуманизъм, том:44, брой:1, 2015

Статията е разработва тезата, че Фукоянската генеалогия като критическа стратегия е белязана от силен антирепрезентационализъм, който се проявява най-ясно в това, което Мишел Фуко, заимствайки от Ницше, нарича „трагическа структура“. Ето схематично какво означава този израз: у Фуко изследванията на практиките на разделяне и на формирането на епистемизирани дискурси демонстрира конституирането, буквалното създаване на нови опити чрез тези дискурси и разделяния – става въпрос за опити като тези на лудостта и сексуалността. Тези опити са конститутивни за разума, но са създадени чрез изключване от него. Тоест разумът няма достъп до своето начало, до онова, чрез което се е конституирал, защото актът на самоконституиране създава недостъпен опит. Към това да добавим и че тези конститутивни изключени опити (създадени чрез изключването им) са случайни. Доколкото има – а аз мисля така – обща нишка през лабиринта от разнородни археологически и генеалогически изследвания, предприети от Фуко, тя е не просто деконструктивна – деконструирането на големите единства, демистифицирането на „човешката природа“, „прогреса“ и подобни фигури, в които се разказва заблудно-триумфалната история на едно „ние“ като „история на

миналото в термините на настоящето“. Зад това деконструиране прозира позитивна задача, която неизменно се оказва в края на тези деконструктивни работи – разкриването на трагическата структура на възникването на това ние, тоест на разума. Разкриване чрез генеалогията като история на настоящето, разкриването на случайността на началото, случайност, в която непрестанно, навсякъде – в дискурсите на дисциплините, в практиките на разделянето на нормалните от лудите и престъпниците, в конструирането на „нормалната“ сексуалност чрез поредица от изключвания/забрани – нещо конституира себе си чрез актове на изключване от себе си на своето конститутивно, по силата на който акт въпросното нещо вече няма достъп до своето начало. Следващата стъпка в текста е да се очертае как от такава перспектива изглежда задачата на една критическа стратегия и как тя се съотнася с разбирането за ‘грижа за себе си’ и съответно да се очертае теренът, в който самата генеалогическа стратегия, работата по разидентифицирането става обект на генеалогическо изследване; да се очертае теренът, в който освобождаването от либералното разбиране за свобода, „рационалните техники“ на „изкуството да не бъдеш управляван“ раждат практики, които устойчиво се свързват с техники на управление на човешките същества, техники, които не почиват на забрана.

В тази част статията проследява практическите последици от грижата за себе си като антирепрезентационалистка критическа стратегия, като показва как грижата за себе си се преплита с рисковите калкулации, застрахователния маркетинг и терапевтичните техники, създавайки психологическа технология на управляемостта. Тази форма на управляемост, на свързване на техники на себе си с техники на господство, почива на субективизиране чрез създаване на рискови профили: един експанзиращ мониторинг по рискови профили, понякога придружен с превантивна интервенция в живота на хората, но по-често с рекламен пазар на рискове. Това е превантивна намеса от страна на корпоративни (а не публични) институции и, бих добавила, пазарно опаковане на рисковите профили като продукти за превенция, които могат свободно да се купят.

## **PSYCHOLOGY AS CORPORATE TECHNOLOGY OF GOVERNMENTALITY**

This paper develops the argument that Foucauldian genealogy is marked by a strong anti-representationalism that is most constantly visible in what Foucault, borrowing from Nietzsche, calls a “tragic structure”: the mode of constitution of a self through an act of exclusion which by the same token is rendered unavailable, thus rendering the self-constitution also unavailable. Here's a schematic outline of what this expression means: in Foucault, the exploration of practices of separation and the formation of epistemicised discourses demonstrates the constitution, the literal creation of new experiences through these discourses and separations - we're talking about experiences like those of madness and sexuality. These experiences are constitutive of reason itself, but are created through exclusion from it. That is, reason has no access to its origin, to that through which it has constituted itself, because the act of self-constitution creates an inaccessible experience. Add to this that these constitutive excluded experiences (created by their exclusion) are contingent. Insofar as there is - and I think so - a common thread through the labyrinth of disparate archaeological and genealogical works undertaken by Foucault, it is not merely deconstructive - the deconstruction of grand unities, the demystification of ‘human nature’, ‘progress’ and similar figures in which the delusional-triumphant history of a ‘we’ is told as ‘the history of the past in terms of the present’. Behind this deconstruction lurks a positive task that invariably comes at the end of these deconstructive

works: the revelation of the tragic structure of the emergence of this we, that is, of reason. The next step in the text is to outline what the task of a critical strategy looks like from such a perspective and how it relates to an understanding of the ‘care of the self’, and accordingly to delineate the terrain in which the genealogical strategy itself, the work of un-identification, becomes the object of genealogical inquiry; to delineate the terrain in which the liberation from the liberal understanding of freedom, the “rational techniques” of the “art of not being governed” give birth to practices that are persistently associated with techniques of governing human beings, techniques that though do not rest on prohibition. In this section, the article traces the practical implications of the care of the self as an anti-representationalist critical strategy, showing how it intersects with risk calculations, insurance marketing, and therapeutic techniques to create a psychological technology of governmentality. This form of governmentality, of linking techniques of self with techniques of domination, rests on subjectivation through the creation of risk profiles: an expansive monitoring along risk profiles, sometimes accompanied by preventive intervention in people's lives, but more often with an advertising market of risks. This is preventive intervention by corporate (rather than public) institutions and, I would add, market packaging of risk profiles as prevention products that can be freely purchased.

*Keywords:* genealogy, representation, tragic structure, care of the self, risk profiles

**Огъване на свободата: протестите и перипетиите на индивидуалната свобода след свиването на социалната държава, Критика и хуманизъм, том:45, брой:1, 2016**

В статията се прави кратко сравнение на протестите в България в началото на 90-те години на XX век и в периода след присъединяването към ЕС, като се извеждат принципните различия помежду им по отношение на рамката на суверенитета и демокрацията. Докато първите пледираха за демократизация, без да оспорват рамката на суверенитета на националната държава, вторите оспориха тъкмо тази рамка. И двете вълни не са локални явления, а части от процеси с глобален характер. Двете вълни са отчетливо различни, макар втората вълна да заимства от репертоарите на първата.

За да удържаме разликите между двете протестни вълни, без да ги противопоставяме, предлагам да мислим противоречивост, която не е структурирана в ясна опозиция, тоест предлагам да използваме термина „амбивалентност“. Амбивалентността е възможност да мислим противоречивите тенденции и черти като едновременно дадени в колективните идентичности и действия.

Този текст е демонстрация на предложението да разбираме съвременните протести през амбивалентност чрез фигурата на един социален типаж, който наричам „наемника-предприемач“.

Той е резултат от практическата натурализация на една невярна стара идея – че индивидуалната свобода е индивидуална способност, че ни е дадена по природа. Но тази идея може да бъде практически вярна само доколкото поддържа предпоставките ѝ – формите на социализация, които ни индивидуализират. А колкото повече натурализираме индивидуалната свобода като изначална даденост, толкова повече тя намалява. При това намаляването е спираловидно – колкото повече намалява

индивидуалната свобода, толкова повече тя самата изглежда причина за състоянието на обществата, толкова повече се твърди, че тя е в ексцес. Амбивалентният типаж на наемника-предприемач дава добър поглед към днешното ѝ завъртане в тази спирала. Наемникът-предприемач употребява критиката на отчуждението двойствено – като форма на политическите си недоволства, но и като формула за корпоративното си подчинение. Идеологията на наемника-предприемач е, че той е вътрешно свободен в отношението на подчинение, в което функционира; идеологическата аксиома е, че той не функционира в подчинение, а действа по свободен вътрешен избор, по свободна воля. Тази идеология на неотчуждеността, на плътната, интензивна вътрешна обвързаност с работата е самата форма на управляемост, в която „грижата за себе си“ функционира като устройство за генериране на подчинение.

Наемникът-предприемач е релационна фигура, фигурата на прехвърлянето на гаранциите на негативната свобода от публични структури към частна отговорност и застрахователен пазар. И идеологическата формула на тази фигура, формулата на корпоративното ѝ подчинение е критиката на отчуждението. Но освен това тя е и формулата на социално недоволство – наемникът-предприемач възпроизвежда един хегемонен дискурс (на предприемачеството като форма на прехвърляне на социални проблеми върху индивидуални плещи), и на неотчуждението (като дискурс на корпоративната лоялност), но го възпроизвежда за критика на ефектите на мениджърския капитализъм върху публичността.

## **TWISTS OF FREEDOM: THE PROTESTS AND THE VICISSITUDES OF INDIVIDUAL FREEDOM IN POST-WELFARE TIMES**

The paper briefly compares protests in Bulgaria in the early 1990s and in the post-EU accession period stating that they significantly differ in their affinity for and representations of sovereignty and democracy. While the former pleaded for democratization without challenging the nation-state frame of sovereignty, the latter raised urgently the question of reframing. Both waves are not local phenomena but parts of processes of a global nature. The two waves are distinctly different, although the second wave borrows from the repertoires of the first.

In order to capture the differences between the two waves of protest without opposing them, I propose that we think of a contradiction that is not structured in clear opposition, that is, I propose that we use the term "ambivalence". Ambivalence is the possibility of thinking contradictory tendencies and traits as simultaneously given in collective identities and actions.

This text is a demonstration of the proposal to understand contemporary protests through ambivalence through the figure of a social type I call the 'waged-labour entrepreneur'. It is the result of the practical naturalization of an old false idea - that individual freedom is an individual capacity, that it is given to us by nature. But this idea can be practically true only in so far as we maintain its presuppositions - the forms of socialization which individualize us. And the more we naturalize individual freedom as an inherent given, the more it diminishes. And the decline is spiral - the more individual freedom declines, the more it itself seems to be the cause of the condition of societies, the more it is said to be in excess. The ambivalent waged-labour-entrepreneur type gives a good insight into individual freedom's present-day spin in this spiral. The waged-labour-entrepreneur uses the critique of alienation doubly, as a form of her/his political grievances, but also as a formula for her/his corporate subordination. The ideology of the waged-labour-entrepreneur is that s/he is intrinsically free in the relation of subordination in which s/he functions; the ideological axiom is that' s/he does not function in subordination but acts by free internal choice, by free will. This ideology of non-alienation, of a dense, intense



inner commitment to work, is the very form of the governmentality, in which "care of the self" functions as a device for generating subordination.

The waged-labour-entrepreneur is a relational figure, the figure of the transfer of the guarantees of negative freedom from public structures to private liability and insurance markets. And the ideological formula of this figure, the formula of its corporate subordination, is the critique of alienation. But it is also the formula of social discontent - the waged-labour-entrepreneur reproduces a hegemonic discourse (of entrepreneurship as a form of transferring social problems onto individual shoulders), and of non-alienation (as a discourse of corporate loyalty), but reproduces it for the sake of critique of the effects of managerial capitalism on the public sphere.

*Keywords:* protests, social critique, psychologization of inequality, corporate loyalty

**Свобода и бедност, 25 години промени. Граници и периодизация на прехода. Институции и качество на демокрацията, редактор/и: Михаил Груев, издателство: Фондация Софийска платформа, 2015, стр.:59-75**

Социолозите в България постоянно регистрират, че хората се чувстват обеднели, а икономистите напълно безплодно се опитват да опровергават това, като показват кривите на брутният вътрешен продукт на глава от населението и на покупателната способност, криви, според които благосъстоянието се е повишило.

Но макар обективните криви да измерват, че за една година можем да си купим повече телевизори отпреди, помолени със задна дата да кажат какво са очаквали от прехода, почти по една трета от хората в представителната извадка на изследването „Преходът: митове и памет, 25 години по-късно“ на агенция Алфа Рисърч<sup>6</sup> посочват свободата на движение и повишаването на благосъстоянието. Първото очакване днес им изглежда в общи линии оправдано. Второто – не. При това, че сме обеднели, твърдят не само хората, които действително са обеднели: едва 8% от запитаните в цитираното изследване казват, че очакването преходът да донесе повишаване на благосъстоянието се е сбъднало. Каква е логиката, според която интерпретацията ни на реалността няма нищо общо с обективните данни на икономическите изследвания?

Множество социологически и антропологически изследвания показват, че различни сегменти на българското общество са неудовлетворени от свободата като единствено несъмнено постижение на 25-те години демократичен социален и политически живот. И нещо повече, склонни са да привиждат реализацията на свободата като причина за обедняване, загуба на статус и социално страдание. Защо става така? Кой и защо прави такава каузална верига и как тя е свързана с т.нар. „носталгия“ по времената на държавния социализъм? Какви са социално валидните и циркулиращи в българското

---

<sup>6</sup> [http://alpharesearch.bg/bg/socialni\\_izsledvania/socialni\\_publicacii/prehodat\\_mitove\\_i\\_pamet-25-godini-po-kasno.831.html](http://alpharesearch.bg/bg/socialni_izsledvania/socialni_publicacii/prehodat_mitove_i_pamet-25-godini-po-kasno.831.html). Посетен на 1.03.2015 г.

общество схващания за свобода? И каква е връзката им с интерпретативната нищета на нашето общество по отношение на собственото му близко минало? Тези въпроси и хипотезите за отговорите им са поставени в контекста на поредица от социологически изследвания – собствени и чужди – на обществените нагласи и интерпретативните схеми на различни социални категории.

Те очертават една специфична картина – доста масово споделяна – на проблемите на съвместния ни социален живот. Тя казва следното: „обществото не възнаграждава усилията, а връзките, по-добро образование има този с повече връзки, той е и по-здрав, има повече зъби, дори по-добро гробно място“. С други думи това, че имаш доход и покупателна способност, не означава, че не си беден – не и ако не можеш да трансформираш този ресурс във възможност реално да си доставиш това, което цениш, което обществото цени и е важно за живота ти – здраве, образование, подслон. В този смисъл усещането за обедняване не може да бъде надвито с обективистични данни за брутният вътрешен продукт на глава от населението, защото то самото не е субективно – то казва, че бедността не е да си лишен от ресурс, а, че онова, което официално е признато от обществото за валиден ресурс, не работи, не може да се трансформира без „патерици“ в нещата, които ценим. Тъкмо затова и хора, които очевидно принадлежат на средната класа, могат да си позволят зъболекар, годишна ваканция и от време-навреме пътуване в чужбина, казват, че очакването преходът да повиши благосъстоянието не се е оправдало.

Каква е опасността от такова схващане на съвместния живот и неговата най-нова социална история? Назряващият нихилизъм към принципа на индивидуалната свобода. Отсъствието на понятие за свобода в днешното българско общество обаче едва ли е прецедент – в либерално-демократичния свят свободата се консумира предимно частно, а това я прави оскъдна. В нашето общество обаче тази частност на свободата свърза плавно режима на държавен социализъм и днешната среда на „административен“ либерализъм. Така че негативното понятие за свобода в нашето общество има ред извори, но те се събират в едно друго отсъствие – на разказ, знание и оценка на държавния социализъм като властови режим и социално устройство.

## **Liberty and Poverty**

Sociologists in Bulgaria constantly register that people feel impoverished, while economists try to disprove this, completely fruitlessly, by showing the curves of gross domestic product per capita and purchasing power, curves according to which welfare has increased. But even though the objective curves measure that in one year we can buy more TV sets than before, when asked to say in retrospect what they expected from the transition, almost a third of the people in the sample of the survey “Transition: myths and memory, 25 years later” of the *Alpha Research Agency* point to the freedom of movement and the increase in welfare. The first expectation seems to them today to be broadly justified. The second - no.

Moreover, it is not only the people who are actually impoverished who claim that we are impoverished: only 8% of the respondents in the cited survey say that the expectation that the transition would bring an increase in welfare has come true. What is the logic according to which our interpretation of reality has nothing to do with the objective data of economic research? Numerous sociological and anthropological studies show that different segments of Bulgarian society are dissatisfied with freedom as the only undoubted achievement of the 25 years of democratic social and political life. Moreover, they tend to see the realization of freedom as a cause of impoverishment, loss of status and social suffering. Why is this? Who and why makes such a causal chain and how is it related to the so-called "nostalgia" for the times of state socialism? What are the socially valid and circulating conceptions of freedom in Bulgarian society? And what is their relation to the interpretive poverty of our society in relation to its own recent past?

These questions and the hypotheses for their answers are posed in the context of a series of sociological studies – conducted both, by myself and by my colleagues - of public attitudes and interpretive schemes of various social categories.

They outline a specific picture - quite widely shared - of the problems of our social living together. It says the following: 'society does not reward effort but connections, the one with more connections has a better education, he is also healthier, has more teeth, even a better grave site'. In other words, just because you have income and purchasing power does not mean that you are not poor - not if you cannot transform this resource into an opportunity to actually get what you value, what society values and is important for your life - health, education, shelter. In this sense, the perception of impoverishment cannot be overcome by objectivist data on GDP per capita, because it is not itself subjective - it says that poverty is not being deprived of a resource, but that what is officially recognized by society as a valid resource does not work, cannot be transformed without "crutches" into the things we value. This is precisely why people who clearly belong to the middle class, who can afford a dentist, an annual holiday and the occasional trip abroad, say that the expectation that the transition would increase welfare has not been fulfilled.

What is the danger of such a conception of living together and its recent social history? The dawning nihilism towards the principle of individual freedom. The absence of a notion of freedom in today's Bulgarian society, however, is hardly a precedent - in the liberal-democratic world, freedom is mostly consumed privately, and this makes it scarce. In our society, however, this particularity of freedom has seamlessly linked the regime of state socialism and today's environment of "administrative" liberalism. So the negative notion of freedom in our society has a number of sources, but they converge in another absence - of narrative, knowledge and evaluation of state socialism as a regime of power and social organization.

**Milena Iakimova**

**‘THIS OLD TRICKSTER, OUR SOFIA’:  
THE CITY OF TRAFFIC, THE CITY OF PROTEST**

How politics was swallowed up by policies, both conceptually and as an orientation of practical social action, how policies in turn appeared to be just another name for administrative governance: Sofia's general public had the rare chance to learn that by experience.

Sofia is a patchwork where the connections between patches are created today by traffic and garbage. Spaces of the public that in the 1990s had a relatively short and rather ecstatic life as such, as places where the public was present and asserted itself, have become road junctions. The gathering places of human multitudes imperceptibly disappeared under the open sky to be transformed, but now with new possibilities and impossibilities of access, into consumer places of artificial illumination. The squares thus became places of vehicular traffic. Let private life live, and public places are transit zones between a multitude of privacies, letting them through without connecting them. In one such zone on June 14, 2013, the multitude was accommodated, the transit zone was invaded by the political in its ecstatic form.

On 14 June 2013, thousands flooded Sofia's Nezavisimost (Independence) Square, called Lenin Square before 1989, to reclaim it from what public spaces turn into when they are dominated by the everyday mode of social being together: that is, traffic intersections. The total domination of the everyday had made traffic and garbage the main reference points in shared social living. After 14 June 2013, however, the outrageous appointment of a highly controversial public figure to a top government position subsumed the fractured role-performances of a significant number of Sofia residents under the totalizing force of their civic identification and drove them to protest against the current way of governance. This disrupted the totalization of everydayness and enabled the reappropriation of former public spaces. This ecstatic mode of reappropriation, however, cannot resist the forces of routinization for long. The everyday inevitably strikes back.

*Keywords:* city, public, traffic, protest, everyday life, politics/policy

**„Тази стара политическа въжеиграчка, нашата столица“: градът на трафика, градът на протеста, Критика и хуманизъм, том:42, брой:1-2, 2013, стр.:271-282**

Как политиката беше погълната от политиките, както концептуално, така и като ориентация на практическото социално действие, как политиките на свой ред се оказаха просто друго име за административно управление: Софийската публика имаше редкия шанс да научи това от собствен опит.

София е пачуърк, в който връзките между кръпките се създават днес от трафика и боклука. Местата на публиката, които през 90-те години на 20 век имаха сравнително кратък и доста екстатичен живот като такива, като места, в които публиката присъства и заявява себе си, се превърнаха в пътни кръстовища. Местата за събиране на човешки множества неусетно изчезнаха под открито небе, за да се преобразуват, но вече с нови възможности и невъзможности за достъп, в потребителски места на изкуствено осветление. Така площадите станаха места на автомобилен трафик. Да живее частният живот, а публичните места са транзитни зони между множеството частности, пропускат ги, без да ги свързват. В една такава зона на 14 юни 2013 г. се настани множество, транзитната зона беше връхлетяна от политическото в неговата екстатична форма. На 14 юни 2013 г. хиляди хора наводниха софийския площад "Независимост", наричан преди 1989 г. площад "Ленин", за да го преучредят като публично пространство, да го освободят от това, в което се превръщат публичните места, когато са доминирани от всекидневната модалност на съвместния живот - кръстовища. Тоталната доминация на

всекидневието е превърнала трафика и боклука в основните общи ориентири на съвместния живот.

След 14 юни 2013 г. обаче скандалното назначение на силно противоречива публична личност на висш държавен пост подчини фрагментираните частни траектории на значителен брой софиянци на тотализиращата сила на тяхната гражданска идентификация и ги накара да протестират срещу настоящия начин на управление. Това наруши тотализацията на всекидневието и даде възможност за повторно усвояване на бившите публични пространства като места на публиката. Този екстатичен начин на усвояването им обаче не може да устои дълго на силите на рутинизацията. Всекидневието неизбежно отвръща на удара.