

РЕЗЮМЕТА НА ТРУДОВЕТЕ,

представени за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност *доцент* по *Психология (Социална психология – социална психология на маргинализирани общности)* към катедра *Социална, трудова и педагогическа психология*, шифър 3.2., публикуван в *Държавен вестник*, бр. 61 от 28.07.2017 г.

(извън публикациите, представени в конкурс за придобиване на ОНС доктор)

За участие в конкурса са представени общо 21 публикации, от които 3 монографии, 5 студии и 13 статии и научни доклади.

МОНОГРАФИИ:

1. **Димитров Н. (2016). Социалните анклавни на съвременността. Дигиталният Аз. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 262 с., ISBN 978-954-07-4249-6**

Рецензент: проф. д.пс.н. Людмил Георгиев

Монографията е посветена на изключително актуален проблем, свързан с личността, в контекста на взаимодействието ѝ с другите в глобалното информационно пространство, Интернет. Поведението във виртуална среда, както и динамиката на Аз-концепцията на индивида, активно променени от характеристиките на самото информационно пространство, поставят въпроса за преосмисляне на класическите психологически и социалнопсихологически теории за личността.

Първа част е посветена на въвеждането в проблематиката и изясняване на целите и задачите, които си поставя трудът. Става ясно, че с развитието на Интернет като информационна структура, се развива и свързаната с него цифрова реалност. Втората част е отделена за преглед на основните психологически теории за личността в социалното ѝ взаимодействие, обединени около проблема за Аза и Аз-концепцията. Третата част е отделена за общуването в (мулти-) медийна среда, взаимодействието „медия-индивид“. Демонстриран е интердисциплинарен подход при изясняването на процесите, свързани с общуването, разгледани са не само социалнопсихологическите страни на комуникацията, но и лингвистичните, семиотичните, на техническите и

технологичните ѝ аспекти. Четвъртата част е отделена за Аз-концепцията конкретно в симулираната реалност на глобалната мрежа, на разнопосочната сензорна стимулация, получавана от средата, и възприемането ѝ като реална. Така взаимоотношенията в киберпространството налагат преразглеждане на много от традиционните възприятия за присъствие “тук и сега”. Петата и шестата част са насочени към цялостно изясняване на специфичните аспекти на Аз-концепцията в дигиталната реалност и проучване на Аза във взаимодействието му с другите в глобалното информационно пространство. В тази част е представен анализ на данни, получени чрез анкетно проучване за представянето и поведението на индивидите в Интернет, с които ясно се установява, че съществува специфичен личностов конструкт, характерен за взаимодействието в мрежата, който би могло да бъде определен като Виртуален или Дигитален Аз. Мотивите за създаването му, оказва се, са разнообразни: автотерапевтични, егозащитни, компенсаторни или чисто манипулативни. Седмата част добавя допълнителна информация и данни, свързани с маската, която индивидите си слагат за пред „технологичния свят“ и развитието на технологията на т.нар. „добавена реалност“, която допълнително ще разруши границата между физическото и дигиталното преживяване, чрез наслагването на стимули от реалния свят върху пласт от допълнителни (цифрови) данни. Осмата и последната – деветата част, се обръщат назад към текста и обобщават класически определения и категории, наред с това – поставят нови акценти върху вече дискутирани аспекти на общуването, изграждането на себенагласата, модерирания от дигиталната среда взаимодействие на индивидите.

Малко по-подробно обобщението на съдържанието е следното:

Част първа. ЗАЩО ТАЗИ КНИГА?

Или, за причините да търсим Дигиталния @з

Постиженията в науката и техниката позволяват появата на ново комуникативно пространство – Интернет . С развитието му като информационна структура, се развива и свързаната с него виртуална реалност. В информационното общество реалността все по-малко се изобразява и имитира, и все повече се строи паралелно, а от комуникативната среда – Интернет се превръща в среда на обитаване, подвластна на потребителя – индивидът може да контролира информацията за себе си, да оперира със собствената си идентичност, да изгради и да поддържа свой компютърен образ. Съвременната

психология обикновено описва пасивни субекти, формирани от активна среда или активни субекти, действащи в безсъпротивна среда, но почти никога – активни субекти в активна среда. А глобалната мрежа е именно такава система от отношения. Социалната психология отива още по-далеч, като насочва внимание върху ролята на структурните и съдържателните особености на идентичността в регулацията на поведението в мрежата, върху личностните му детерминанти в интернет-среда, върху социалната неопределеност на средата: на социалните норми, разнообразните среди на общуване, видовете дейност. Това, как хората се държат в киберпространството, винаги ще бъде израз на комплексното взаимодействие между проявленията на средата и характеристиките на хората в нея. В различните онлайн-пространства се случват различни взаимодействиени комбинации между поведението на участниците, които се отразяват в различни психични свойства на средата, които пък предопределят как хората усещат себе си и околните. Ограниченото сензорно преживяване в киберпространството има ключови недостатъци, но и предимства, в сравнение с общуването на живо, което предоставя уникален начин за представяне на нечия идентичност, да бъде възприета чуждата и да бъде създадено взаимоотношение.

Феноменът на създаването на виртуални идентичности е вече описан и може да бъдат отделени две групи причини: мотивационни (удовлетворение на вече налично желание) и “приключенски” (желанието да се изпита нещо ново). В първия случай създаването на виртуална личност играе ролята на компенсация на недостатъците на реалната социализация. Подобна виртуална личност може да съществува, както заради себе си, осъществявайки Его-идеала, или да реализира деструктивни тенденции, така и заради другите – да произведе впечатление. Във втория случай виртуалната личност се създава за разширяване на вече налични възможности на реалната социализация, за получаване на нов опит.

Хора с ниска самооценка, обект на неодобрение и усещане за некомпетентност най-често са склонни да формират различна от реалната онлайн-идентичност. Понякога тя функционира, освен като механизъм за компенсация на личностови дефицити, и като медиатор между социално потисканите импулси и възможността за отреагирането им във виртуалното пространство. Като резултат от идентификацията на Реалния Аз с Виртуалния или Дигитален Аз, индивидът преживява индивидуално усещане за приемане, уважение и признание, от там – и самоуважение. Но подобно преживяване

се съчетава с (може би) най-характерния за глобалното пространство процес – превръщането на виртуалната реалност не в алтернативен, а в паралелен свят.

И то – паралелен свят, в който се наблюдава ясно феноменът на автосегрегацията на индивидите в социалните мрежи . Повечето потребители систематично изключват от виртуалното си пространство всякакви източници на неприятна, неинтересна информация (включително и индивидуални източници – конкретни други потребители), за сметка на това филтрират или се абонират за определена такава.

Автосегрегацията в социума предполага някакво наличие на позитивна програма, например при етническите мигранти в повечето случаи е определена от прагматични причини, по време на пребиваването им на новото място. Подобно нещо може да се наблюдава и в мрежата, но в по-различни мащаби и в различен аспект – сдружаването там отново е на принципа на близостта (на интересите и ценностите), но прагматиката отстъпва на по-задно място, за сметка на преживяванията. Докато в реалността автосегрегацията се проявява в търсене на подобни, с цел адаптация и защита или избягване на негативен опит с мнозинството, в мрежата мотивите – освен тези, същите – са и в посока повишаване на емоционалния заряд на прекараното време, едва ли не – чисто хедонистични. В реалността автосегрегацията (и като цяло – сегрегацията изобщо) се основава на един основен признак, който може да бъде раса, пол, етнос, класова принадлежност, в по-широк аспект – и възраст или семейно положение. В мрежата отделянето е почти неограничено и индивидът може да се самоопределя, и така – самоотделя, според колкото признака поиска, и да участва в неограничен брой групи и да притежава неограничен брой членства, на база тези признаци, както и – това да става дори по едно и също време.

Социалната автосегрегация до голяма степен е концентрирана върху целите на общуването и съвместната дейност. Мрежовата автосегрегация е индивидуално явление и в голяма степен е едностранно насочено, от гледна точка на потока на информацията.

Но при всички различия, разликите в доброволното самоизключване от обществото и самосегрегацията в социалните мрежи си приличат – отделянето от обществото става, заради недоволство от организацията в него. В известен смисъл – самосегрегацията е присъща на „разочарованите“. В повечето случаи, особено в реалността, бягството от тълпата към организирана група „свои“, не носи позитивите,

които се предполага предварително, доколкото изолираните групи много рядко са способни да не бъдат сами по себе си тълпа, част от по-голямата такава, на ниво практика, а не на ниво декларативност.

Част втора. КОНЦЕПЦИИТЕ ЗА АЗА В ПСИХОЛОГИЯТА

Или, ако ще говорим за Виртуалния, трябва да се запознаем и с другите...

Аз-концепцията е предпоставка и следствие от социалното взаимодействие. Тя е относително устойчива, повече или по-малко осъзната, преживявана като неповторима система от представи на индивида за него самия, на базата на която гради взаимодействието си с другите и се отнася към себе си. Тя е цялостен, макар и не лишен от вътрешни противоречия, образ на собствения Аз, играещ ролята на нагласа към самия себе си. Оформянето ѝ е обусловено от културния контекст и възниква в хода на съвместната дейност, като неизбежен и винаги уникален резултат от психичното развитие, относително устойчиво, но и подложено на вътрешни изменения и колебания психично образувание. А като сбор от очаквания – определя и представите на индивида за това, как другите ще се отнасят с него.

Теориите и проучванията на Аз-концепцията се фокусират върху основната си цел – да демонстрират факта, че Азът „е важен“ за социалното поведение и за организацията на обществото. Всъщност, Азът и идентичността – смята М. Хънт (Hunt M., 2003) – са ключови в ролите си, както на „социални продукти“, така и – на „социални сили“.

Терминът „Аз-концепция“ се появява научния език на границата между XIX-XX век, във връзка с представите за дуалистичната природа на човека като познаващ субект и познаваем обект. Американският психолог У. Джеймс в „Принципи на психологията“ първи предлага идеята за Аз-концепцията. Според него, Глобалният Аз (личността) съдържа в себе си два аспекта: емпиричен обект (Мен), познаваем от субективното оценяващо съзнание (Аз). Азът като обект се състои от четири аспекта: Духовен, Материален, Социален и Телесен Аз, които образуват уникален образ за всеки човек или съвкупност от представи за себе си като личност.

Според теорията за Огледалния Аз на Ч. Кули, Аз-концепцията е значително повлияна от това, което индивидът вярва, че другите мислят за него. Огледалният Аз възниква във взаимодействието на индивида с първичната група, която му осигурява обратна връзка за социалния отзвук на неговото поведение.

Дж. Мийд в теорията си за „Обобщения друг“ смята за главно условие за развитието на Аз-концепцията способността да се приема ролята на другия, така че нагласите му по отношение индивида да може да бъдат оценени и интериоризирани. Обединяването на подобни оценъчни представи за Обобщения друг е основният източник на формирането на Аз-концепцията и вътрешната регулация на поведението.

Между големите имена, които разработват въпросите на Аз-концепцията, са и З. Фройд, К. Г. Юнг, А. Адлер. Е. Ериксън пък въвежда понятието „Его-идентичност“, което отразява раждането и динамиката на Аза. Той разширява неофройдисткото схващане за идентификацията на децата с родителите и я свързва с историческата и културна реалност, със социалната действителност. В резултат опозицията „човешка природа-социална действителност“ бива реинтерпретирана като Его-идентичност и групова идентичност. М. Розенбърг и Г. Каплан, като разглеждат идеята за многопластовата организация на Аз-образите, отделят различни „планове на функционирането“ на Аз-концепцията: на реалността, на фантазията, на бъдещето и прочее, в това число – и план на възможността. Възможният Аз, според плана на възможностите, е представата на човека за това, какъв би могъл да стане. Той не е тъждествен нито на Идеалния Аз, нито на Желания Аз.

По-детайлно и за разлика от идеите за еднопластовия строеж, понятието Възможен Аз е разработено в концепцията на Х. Р. Маркус. Тя въвежда понятието „Работна Аз-концепция“ – Аз-концепцията в дадено време и в зададен социален контекст на взаимодействие, част от общия репертоар на Аза, определян на микро- и макросоциално ниво. Някои работни Аз-концепции се актуализират по-често, някои – по-рядко, а въпросът за стабилността/изменчивостта на Аз-концепцията започва да звучи като въпрос за вероятността за проявяване на една или друга частна Аз-концепция в ситуация на конкретно взаимодействие.

Разгледани са още теоретичните рамки, в които разглеждат Аз-концепцията автори като А. Ташфел, Дж. Търнър, представителите на диспозиционното направление – Олпорт, Кетъл и Айзенк, на Бихевиоризма, в лицето на Скинър, на Социално-когнитивното направление, с представители А. Бандура и Дж. Ротър. По-обширно е разгледана променливостта на Аза в рамките на Ролевата теория на Ъ. Гофман.

Ролите обаче не са статичен сбор от поведения. Р. Търнър твърди, че хората изграждат ролите, които играят, внасят собствена индивидуалност, убеждения, умения

и талант. У. Макгуайър въвежда т.нар. “Спонтанна Аз-концепция”, която индивидът възприема, в зависимост от ситуацията. К. Александър и др. разработват теория за ситуативните идентичности, според която, като преминава от ситуация в ситуация, индивидът съхранява в своята Аз-концепция онези аспекти, които са най-подходящи за обстановката, и които ще му осигурят успех. Подвижността на Аз-концепцията се констатира и от теорията за множествения Аз. К. Гергън, К. Роджърс твърди, че в ежедневието си имаме хиляди причини да не бъдем самите себе си и да отхвърлим натрапените ни социални роли, а Аз-концепцията е по-скоро концепция за “мене си”, отколкото мой реален Аз. Цитирани са и водещи представители на българската социалнопсихологическа наука, като Д. Градев, според които съдържанието на Аза не се заключава само в изграждането на представата за себе си, той съдържа в себе си действено начало, като при обсъждането на усилията, влагани от личността за изпълняването от нея множество социални роли, се поставят два основни теоретични проблема. Първият е свързан с възможността за едновременното изпълнение на две или повече роли, а вторият – с фактите, които влияят при разпределението на времето и енергията, необходими за реализирането на поетите ролеви изпълнения. В процеса на социалната адаптация, независимо от своите предпочитания, личността е зависима от психическите проявления на социалната среда – добавя Градев. Навлизането в нова за нея социална среда включва психологическото ѝ възприемане. Социалната среда същевременно е обект и субект в реализирането на адаптационния процес.

Част трета. ЗА КОМУНИКАЦИЯТА

И даже малко за медиите...

В последните десетилетия човекът, от икономически и социален – стана медиен. В информационното пространство, опосредствано от компютърното общуване, глобалната мрежа и мобилната телефония, той придобива нови характеристики, а способността му да общува във виртуалния процес на обмен на смисли и символизация, е една от ключовите характеристики в новото му крос-медийно развитие. Превръщането на интернет-комуникацията в особен формат на текстоцентрична комуникация, основен за информационната сфера, води до съществена трансформация на системно-функционалните характеристики, дори на институционалната комуникация – медиите, връзки с обществеността. Интернет, като информационно-комуникационна технология,

обуславя измененията в парадигмата на социалноикономическия дискурс от информационна – към комуникативна, което предопределя приоритетното развитие на текстопораждащата функция на информационното пространство. Характеристиките на интернет-комуникацията са уникални на всички нива. Хипертекстуалността на интернет априорно осигурява равноправно взаимодействие между субекта и обекта на генерирания текст. Тази колаборация повишава лоялността на обекта на общуването към текста. От друга страна – интернет-ресурсите и хипертекстовете, по силата на особеностите на уеб-базираното общуване, по същността си са едновременно и обекти, и среда на това общуване. И двата модела на общуване в мрежата – и мултисубектният, и субект-субектният – са текстоцентрични, формират нови колаборативни характеристики на комуникативното пространство, както във, така и извън мрежата. Така, по същността си, са нов трансакционен модел.

В хода на развитието на масовата комуникация, общуването променя както формата, така и инструментите, чрез които се осъществява. За цялата си история човечеството е преживяло четири комуникативни революции, характеризирани от смяна на инструмента (средството) за общуване. Първи инструмент е устната реч, заменена по-късно от втория – писмената. С появата на хартията и книгопечатането се случва и третата революция, а четвъртата е свързана с възникването и развитието на електронните медии. С помощта на интернет, обаче, достъпността на информацията, както за масите, така и за отделния индивид, нараства в пъти. Информацията, от своя страна, става постоянно обновяваща се и неограничена по обем. Медиите вече не само отразяват действителността, както по-рано, а я променят, а интернет – като най-удобен носител на информация – е и най-ефективен инструмент за въздействие над аудиторията.

Интернет е основен механизъм за формиране на комуникативните мрежи. Мрежовите общности образуват нова плоскост на обмен на информацията, създаването на която не е по правилата на традиционните медии. В основата на комуникативната му функция е общуването и различните му форми и цели: запознанство, разширяване на кръга, получаване и обмен на информация. В контекста на комуникативната функция, виртуалното общуване придава на комуникацията различно съдържание. Именно заради отсъствието на визуален контакт общуващите конструират виртуални образи.

Интернет е много по-интерактивна форма на масмедия и може да бъде определен като „мрежа от мрежи“ – глобална, общодостъпна „паяжина“ от свързани компютърни мрежи, които обработват, съхраняват и препредават данни помежду си. Противно на придобилата гражданственост синонимия между двете понятия, Интернет и Глобалната мрежа (World Wide Web) не са синоними – Интернет е система от взаимосвързани компютърни мрежи, докато Глобалната мрежа е съдържанието – взаимосвързаните документи. Глобалната мрежа е достъпна през Интернет, както и много други услуги, включително електронната поща, споделянето на файлове и т.н. Към края на XX в. появата и развитието на мрежата бележи момента, в който всеки индивид добива възможност и средство за изява в размери, сравними с възможностите на масмедията. Отделно от това – Интернет бързо се превръща в „сбор от масмедии“ – всичко вече е достъпно през мрежата – вместо да си купите вестник или да гледате централните новини – влизате в нея и избирате, което предпочитате и когато предпочитате. Важна отлика от другите медии, обаче, е възможността за интерактивност. Подобно на интернет, мобилните телефони също може да бъдат разглеждани като интерактивна медия, още повече че към момента вероятно са и значително по-разпространени в глобален мащаб. В този смисъл те се разглеждат, обаче, във функцията си не на комуникация „един – другиму“ (телефонен разговор), а „един – към мнозина“ (рекламни и търговски съобщения през SMS, MMS, дори и като устройства, които вече се използват и като „врата“ към интернет).

Докато другите форми на масмедия са ограничени, откъм типа информация, която може да предложат, Интернет събира и може да предложи всичко наведнъж.

Теорията за ограничените ефекти, първоначално тествана през 40-е и 50-е години на XX в., смята че – понеже хората обикновено избират с коя медия да взаимодействат, въз основа на това, в което вече вярват и са убедени – медиите оказват пренебрежимо влияние върху аудиторията си и върху обществото изобщо. От друга страна, Теорията за доминиращата класа твърди, че медиите отразяват и изразяват възгледите на малцинствен елит, който ги контролира и – като цяло – медиите са контролирани от корпорации, а особено новинарското съдържание се „диктува“ от собствениците на тези корпорации.

Културалистичната теория, разработена през 80-е и 90-е години на XX в., смята, че хората общуват с медията, за да създадат техни собствени, индивидуални смисли от

образите и посланията, които получават, а аудиторията играе активна, вместо пасивна роля, спрямо медиите. Акцентът тук е, че аудиторията избира какво да гледа, измежду голям набор възможности, избира колко да гледа, а и може да изключи звука на дадена програма. Ето защо културалистично-ориентираните учени смятат, че макар някакъв ограничен елит да упражнява значим контрол над информационното съдържание на медиите, личната нагласа играе по-важна роля върху това, как аудиторията би интерпретирала информацията (пак там).

Финигън Мл. и Вишванат (Finnegan Jr., Viswanath, 2008) определят трите основни ефекта или функции на масмедииите:

- Разминаването в познанието (или празнината в познанието). Медиите предизвикват разминавания (празнини) в познанието, заради фактори като степента, в която съдържанието е привлекателно, нивото, до което информационните канали са достъпни и предпочитани, и величината на социалния конфликт и различия в общността.

- Определяне на дневния ред. Мисленето (нагласите) на хората за определени неща бива повлиявано от селекцията на медийните материали, предлагани на масовото внимание. Това е заради способността на медиите да променят начина, по който обществеността мисли и действа, те имат водеща роля в структурирането и организирането на обществения дискурс, свързан с определена тема. Според авторите – медиите биват движени от желанието за баланс (обективност) в отразяването [на информацията], а последващ натиск би могло да дойде от групи с определени политически или лобистки интереси.

- Изграждане на възприятия (нагласи), понякога наричано и „култивиране“. Това е нивото, до което медийното влияние формира възприятията и нагласите на аудиторията. Телевизията, например, е известна с т.нар. „хомогенизиращ ефект“ – уеднаквяване на възприятията, мненията и нагласите на аудиторията. Въпреки това, вместо да е прост резултат от влиянието на медиите, този ефект често се оказва по-силно повлияван от социоекономически фактори, образование, възраст и др.

Разминаването в познанието е хипотеза, оригинално издигната през 1970 от Ф. Титченър, Дж. Донахю и Кл. Олиън (Tichenor, Donohue, Olien, 1970). Тя обяснява начина, по който познанието, както и другите ресурси, често е нееднакво, неравно разпределено в социалната система, а „с увеличаването на проникването на информационния поток от масмедииите в социалната система, сегментите с по-висок социоекономически статус

проявяват тенденцията да придобиват тази информация по-бързо, отколкото сегментите от населението с по-нисък социоикономически статус, така че разминаването (пропастта) в познанието между двете проявява тенденцията да нараства, отколкото да намалява“. Допусканията на Титченър, Донахю и Олиън се свеждат до това, че хората с по-висок статус имат по-добри когнитивни и комуникативни умения, базирани на по-доброто образование, по-добре усвоени умения за четене, разбиране и запаметяване, освен това – имат по-широк обхват на социалната си активност, имат повече референтни групи и контакти. Ето защо, с увеличаването на интензитета на представянето на информацията от медията в социалната система, сегментите от популацията с по-висок социоикономически статус ще проявят тенденция да я възприемат по-бързо, в сравнение със сегментите с по-нисък социоикономически статус.

Пет години по-късно, въпреки че редица данни потвърждават хипотезата им, тримата автори (Donohue, Tichenor, Olien, 1975) я ревизират, за да определят при какви условия разминаването може да бъде намалено или дори премахнато. Те идентифицират четири променливи, които намаляват неравенството:

- В случай, че даден проблем предизвика обща загриженост в общността, като цяло, познание (информация) за него е по-вероятно да се разпространи равномерно между различните статусни образователни нива;

- Това изравняване е по-вероятно да възникне, когато проблемът се развива в ситуация на социален конфликт;

- Подобно изравняване в познанието е по-вероятно да възникне в малка, хомогенна общност, отколкото в големи, плуралистични такива;

- Разминавания в познанието (информацията) по специфични въпроси, ако са поранни, може да проявят тенденция да намаляват, с намаляването на общественото внимание към тях.

Що се касае до Интернет, полезно за разкриването на взаимовръзката между Теорията за разминаването в познанието и мрежата, е изследването на Тран (Tran H., 2013). В своя статия той отчита, че съществуват различия между социалните класи, по отношение запознатостта с обществено-политическите въпроси, освен това – социоикономическият статус силно повлиява изборите, които различните сегменти на популацията правят, по отношение избора на традиционни и онлайн-медийни

новинарски платформи. Заможните и образовани групи са по-активни в търсенето на новини от различни канали и се възползват повече от новите технологии, за да се запознаят с новините. Освен това – по-сериозните потребители на традиционните новинарски медии са по-запознати с политическите въпроси, отколкото останалите. Тези резултати – отчита Тран – са в голяма степен в съответствие с допусканията на авторите на Теорията за разминаването в познанието и схващането, че употребата на традиционните новинарски [потоци] влече след себе си [увеличаване на] познание. С други думи казано: традиционните медии остават най-важният източник на политическа информация, като играят значима роля в справянето с ефекта на информационната пропаст, на нейното разширяване (Тран Н., 2013).

Подобни изследвания все още не са правени за български условия, но може да се допусне, че – по редица съображения – изводите на Тран са приложими не напълно и с известни условности. На първо място – както ще се види и от данни, цитирани в последващите части на монографията – потребителите на интернет в България са ясно сегментирани по възраст, което – от своя страна – косвено налага извода, че потребителите на новини от традиционни медии са също относително сегментирани по възраст: по-младите ще разчитат да научават вестите от мрежови новинарски източници, докато по-възрастните – от радио, телевизия и преса. Би могло да се очаква, обаче, при най-възрастните пресата да е най-слабо повлияваща информираността, по чисто финансови причини: пенсионерите повече биха разчитали на „безплатните“ радио и телевизия, отколкото на платените вестници. От друга страна – пак по финансови съображения – ако по някакви причини (навик, заради кръстословицата и пр.) пенсионерите купуват вестници, то основно това би се очаквало да бъдат не всекидневници, а седмични издания, особено – по-достъпните. Такива, обаче, оказва се, са т.нар. „жълта преса“, която залага на сензационни и много често непроверени информации, понякога дори съзнателно манипулативни и неистинни, което – всъщност – вместо да информира аудиторията, би се очаквало на практика да увеличава „пропастта“ в познанието ѝ за актуалната политическа действителност, в сравнение с другите сегменти от популацията, ако би разчитала единствено на пресата, а не на радиото и телевизията.

Гражданската енергия може да се разпространява, както през медийни мрежи, така и през социални мрежи („Фейсбук“, „Туйтър“), където протестиращите се свързват

със свои последователи в други градове, като ги окуражават да се включат в протеста (Braha D., 2012). Интересно е кореспондиращо изследване на колектив испански изследователи (Gonzalez-Bailon et al, 2011), които анализират активността в „Твитър“ по привличане на поддръжници в протестите в Испания през май 2011 г., и отчитат доказателства, в подкрепа на присъствието на феномени, като социалното влияние и комплексното социално заразяване.

Интернет е основен механизъм за формиране на комуникативни мрежи (социалните мрежи, по същността си, са комуникативни). Подобни мрежови общности образуват нова плоскост за обмен на информация, чието създаване не е по силите на традиционните медии. Може да се отделят редица общи характеристики между аудиторията на Интернет и тази на традиционните медии. Но аудиторията на мрежата има и своите особености: по-голям брой, разпръснатост, анонимност и хетерогенност (разнородност). Освен това е и по-динамична за единица време: броят на посетителите на даден сайт за определен период може да варира от единици – до няколко хиляди. Поведението на потребителите на интернет-базираните медии, както и на потребителите на традиционните, съответства на информационните им интереси и информационните им нужди, което предопределя интересът към мрежата да бъде спонтанен и променлив. Това се отчита основно от разпространителите на информацията, които разработват системи за привличане на аудиторията, като изучават потребностите ѝ. Така се установява обратна връзка, която при традиционните медии липсва или е ефективна.

Част четвърта. АЗ-КОНЦЕПЦИЯТА В СИМУЛИРАНАТА РЕАЛНОСТ

Защото, нали Дигиталния @з търсим...

Аз-концепцията във всичките ѝ елементи регулира реалното, планирано, идеално социално поведение. „За да се конструират виртуални личности – смята Шери Търкъл (Turkle, 1997) – е нужна не само способност човек да види себе си като потенциален изпълнител на различни роли, но и да иска да ги изпълнява. Желанието да се конструират виртуални идентичности може би е свързано с това, че реалността не предоставя възможности за реализация на различни аспекти на Аза или, че е твърде „ролева“, твърде нормативна. Това поражда желание за преодоляване на нормативността, водещо до конструиране на ненормативни виртуални личности. Ако

човек напълно реализира всички аспекти на Аза си в реалното общуване, мотивацията за конструиране на виртуални личности по-скоро би отсъствала. Така интернет има характер на допълнение към основното общуване. Но може да има и компенсаторен, заместващ характер. Като удовлетворява потребност от признание и сила, човек създава такава виртуална себепрезентация, която съответства на Идеалния Аз и замества лош Реален Аз”.

Като общо правило, колкото по-разнопосочна сензорна стимулация се получава от средата, толкова повече тя се възприема като реална и толкова повече индивидът усеща присъствието си в нея, а присъствието на другите се усеща по-ясно през техните усещания за присъствието на индивида. Колкото повече онлайн-средата допуска хората да взаимодействат, толкова повече те се чувстват взаимно реални. Взаимоотношенията в киберпространството подкрепят хората да преразгледат много от традиционните възприятия за присъствие “тук и сега”. Всичките “тук”, в които може да бъде човек онлайн, се намират на един-единствен екран. Реалното физическо местонахождение изобщо не се променя, което дава ясен знак за силата на съзнанието да преформулира сензорния характер, промяната и взаимодействието в психично реална и смислена среда. Принципът за присъствие “тук и сега” в мрежата се оформя единствено от това какво човек мисли и чувства, докато седи пред монитора. От друга страна – с опита индивидът се учи да управлява многомерността на присъствието. Той може да бъде “тук и сега”, не само в една определена онлайн-система, освен това – може да бъде „тук и сега” и спрямо реална система.

Привлекателността на интернет-комуникацията не е само във възможността за едновременно общуване с няколко души и на различни теми. Участниците е възможно да се срещат и в реалността. На практика задоволяването на потребността от разширяване кръга от познанства е второстепенна функция на интернет-общуването. Първичната е битийната. „Фейсбук“, чатът, форумът не са просто място за запознанства или “стенвестник”, те са реален живот, живян в друг свят, в друга реалност. Посетителите не общуват, те живеят там. Както пише П. Кели (Kelly, 1997): “Във виртуалната среда човек може да бъде когото си поиска, да изглежда както си поиска, да бъде от който пол поиска, няма ги ограниченията от реалния свят”. Някои от тези неща са възможни и в света, извън мрежата, но изискват значителни средства и усилия, а други са принципно невъзможни. Тук трябва да се отбележи, че даденото свойство е следствие на това, че

информационната среда има за своя основа именно информацията: категория, която не принадлежи на физическия свят и не е подвластна на физичните закони и ограничения.

Очевидно, за да се конструират виртуални идентичности, е необходимо не само човек принципно да бъде способен да види себе си като потенциален изпълнител на различни роли, но и да иска да ги изпълнява. Ако реалното общество ограничава възможностите за себerealизация, е по-вероятно да се появи мотивация за влизане в мрежата и конструиране на виртуална личност. Ако човек напълно реализира всичките аспекти на Аза си в реалното общуване, мотивацията за конструиране на виртуални личности по-вероятно ще отсъства. В този смисъл, общуването в интернет е допълващо. Но то може да има и заместващ характер.

Част пета. ТОГАВА КАКВО ДА МИСЛИМ...?

Или, как потвърждаваме съществуването на Дигитален @з, чрез изследване

В главата се представят получените резултати от изследване, чрез специално конструиран въпросник от пет части. В първата част – с въпроси, свързани с нивото на опит с форуми, имейл, чат, ролеви игри, както и скали, които касаят мнението за нормативността, правилата за взаимодействие между хората в мрежата – наличие, степен на императивност, степен на разпространение, индивидуално възприемане. Друга група съждения касае нагласите: оценката и отношението към присъствието и действията, свързани с взаимодействието в глобалната мрежа. Две скали касаят доколко доволен от себе си се чувства и представя пред другите индивидът, при взаимодействието си с тях в мрежата.

Втората част събира информация, целяща да разкрие степента на различие при себеописание на индивида в реалността и за в интернет. Третата част се състои от дескриптори, изведени на базата на Тезауруса на личностовите дескриптори в българския език, съставен от Е. Герганов и В. Тодоров (Герганов Е., В. Тодоров, 2000). На изследваните лица е предложен набор от 81 дескриптора, 77 от които оригинално принадлежат на Тезауруса, а други 4 са получени при проведено изследване на себеописанията и описанията на търсения/желания партньор в интернет-профили в сайтове за запознанства. Целта е изследваните лица количествено да оценят степента на характерност на дескрипторите за тях в реалността и в мрежата. Четвъртата част е с твърдения, описващи поведението в интернет: проявите и мотивацията за тях.

Изследваните лица трябваше да степенуват по 5-степенна скала от „Напълно невярно“ до „Напълно вярно“ 60 твърдения в 12 скали. Три от тях касаят Виртуалния Аз като маска, съответно – като „инструмент“, чрез който индивидът опознава себе си; маска, която става негова „втора природа“ и опита от работата с която той пренася и в реалността; само маска – образ, в който влиза само и единствено докато е в мрежата, без от това да произтича придобиването на опит, целенасочена манипулация на другите, или себепознание. Сходни са скалите, разкриващи мотивацията в посока експеримент със себе си; манипулация с користна цел; достигането на Идеалния Аз; мотивите: компенсация, игра, автотерапевтична функция и нова Аз-концепция, която човек разкрива поради новата среда . Проверяват се и твърдения, включени в скали, касаещи Телесния Аз – възприемането на тялото и репрезентацията на физическото тяло в мрежата. Една от скалите касае и възможността Аз-концепция в интернет да остане непроменена.

Накрая се събира демографска информация за участниците: пол, сексуална ориентация, възраст, образование, населено място, месторождение, местоживеене. Събира се още информация за ниво на опит с отделни възможности, предлагани от мрежата: пазаруване, търсене на информация, на интимен партньор и други, както и данни и за псевдонима за регистрация в различни интернет-пространства.

Част шеста. ДИГИТАЛНИЯТ @З И НЕГОВИТЕ ФУНКЦИИ

Или, какви и защо сме такива в Интернет?

Анализът на данните сочи, че няма зависимост между възрастта и годините на употреба на интернет. Няма и между употребата на интернет и пола и сексуалността, месторождението и местоживеенето. Но има известни тенденции: половината от живеещите на село употребяват интернет отскоро - до 2 г., докато живеещите извън България използват мрежата над 5 години.

С много висок риск за грешка и неголеми стойности на корелационните коефициенти са и данните, получени при изследването на връзката между удовлетвореността от себе си в реалността и в интернет и опита с мрежата. Няма статистическа зависимост и между опита с интернет и айтемите, касаещи нормативността и качеството на общуването. Дисперсионният анализ обаче показва, че има статистически значима разлика между годините употреба на интернет и целите:

- между употребяващите повече от 5 г. и останалите, по отношение цел „бизнес“;
- между ползващите мрежата над 5 г. и другите, спрямо онлайн-пазаруване;
- между ползващите интернет по-малко от 1 г. и другите, по отношение търсене на интимен партньор: „новаците“ не декларират подобен мотив, за разлика от другите.

Относно „търсене на информация“ и „общуване“ няма разлика вътре в групите. Що се касае до целите, 71,7% отчитат, че ползват Интернет за работа или бизнес, 93,4% споделят, че им е средство за общуване, за търсене на информация го използват 97,3%, за пазаруване се предпочита от 34,7%. Други 26,6% използват мрежата за търсене на интимен партньор, което е малко повече от една четвърт от анкетираните.

Няма съществена разлика по пол в броя избрани и неизбрани цел общуване, минимална е разликата при търсене на информация. Мъжете, обаче, по-често избират „Бизнес/работа“ и „Онлайн-пазаруване“. Почти 43% от тях потвърждават, че използват интернет за търсене на интимен партньор, а при жените този процент е едва 15,7%.

Няма чувствителна разлика, според сексуалността, при цели „Бизнес/работа“ и „Търсене на информация“. Малко по-ясна е при „Общуване“, където процентите на би- и хомосексуалните са сходни, но се отличават с по около 5% от на хетеросексуалните. При „Онлайн-пазаруване“ също има отлика: 41% от бисексуалните са отговорили утвърдително, докато процентът при хомосексуалните е 37,2, а при хетеросексуалните – едва 34%. Чувствителни са разликите по отношение избора на „Търсене на интимен партньор“ – едва 23,1% от хетеросексуалните се възползват, докато при бисексуалните процентът е 41, а най-много е при хомосексуалните (повече от половината) – 58,1%. Коментарът може да бъде разнопосочен: както по отношение липсата на достатъчно места за срещи между хора с би- и/или хомосексуалност, така и по отношение дискриминацията в обществото към тях, която в води дори и до своеобразна автосегрегация, затваряне в общността. Още повече, че мрежата дава добри възможности за контакти между малцинствени или маргинализирани общности.

Разбира се, социалната или афилиативната употреба на Интернет може да има негативен ефект върху психичното здраве, като редуцира социалната обвързаност, докато практическата употреба може да има положителен ефект, като повишава социалната обвързаност. Интернет все повече се припознава като причина за намаляване на времето, прекарано сред други хора. Въпреки това, в някои случаи има подобряващ социалната интеграция ефект, смята Уайзър (Weiser E., 2001). Вероятно

защото колкото повече потребителите възприемат практическата полза от мрежата за придобиване на информация, стоки и услуги, толкова повече разбират важността на силните социални връзки. Освен това, може би, колкото повече потребителите разбират важността на стабилното социално обкръжение, толкова по-малко са склонни да толерират всяко нещо, което би могло да застраши важните им връзки с другите.

При регистрирането си в интернет индивидът трябва да избере име. Еквивалентно на общуването лице-в лице, псевдонимът дава първата информация, която другите възприемат. Онлайн-имената предлагат очевиден начин за представяне на определени страни на Аз-концепцията. По този въпрос, обаче, са правени твърде малко проучвания. В българското изследване, при възможността да отнесат псевдонима си към зададена предварително категория, повечето анкетирани са посочили, че най-често използват личното си име (26,8% от отговорилите). Заедно с групата на посочилите, че използват лично име, но не своето, общият процент е 29,9 на сто, което е почти една трета от отговорилите. Болшинството, отговорили с „друго“, са посочили, че това е личният им прякор (някои посочват, че им е още от дете, което значи, че е измислен и прикрепен към индивида извън Интернет, в офлайн-реалността; с други думи: използването му едва ли е мотивирано от желание за анонимност, дори напротив – за по-голяма разпознаваемост). Ето защо може да се твърди, че немалка част от хората в мрежата се регистрират с личното си име. Тук трябва да се направи уговорката, обаче, че най-често личното име се използва за регистриране на електронна поща, където точно то е за предпочитане за употреба.

Интересно е разпределението на вида псевдоним, според пола и сексуалността: респондентите заявяват, че най-често използваният от тях псевдоним в Интернет е собственото им име (или двете им имена). Но жените по-често избират името си за представянето си – 32,8%, процентът при мъжете е едва 15,9% от всички. Име на реален човек (но не своето) по-често избират също жените. Само жени заявяват, че използват името на домашния си любимец, като свой псевдоним. Псевдоними, свързани с наука и техника, са посочени само от мъже. Храни или напитки избират за псевдоним предимно жени – два пъти повече от мъжете. За сметка на това, два пъти по-често мъже избират псевдоними, свързани с митологията или мистиката, както и с понятия, свързани с бита, а повече от пет пъти по-често мъжете избират професии или титли за свой прякор. По-

често дескриптори се избират от жени, докато абстрактни понятия – от мъже. Жените избират четири пъти по-често растение или животно за псевдоним.

Пропорционално процентите сред хетеро- и хомосексуалните, избрали истинско име за себепредставянето си, са почти еднакви, докато бисексуалните почти два пъти по-рядко се представят в мрежата с името си. Възможна хипотеза е бисексуалните да са склонни много по-често и много по-старателно да крият сексуалните си предпочитания и да пазят анонимност, особено в сайтове за запознанства или сексуален флирт.

По отношение мнението на анкетираните за нормативността на виртуалното пространство може да се направи извод, че в интернет принципно няма строги правила, въпреки това – различните комуникативни пространства създават свои специфични правила, които не съвпадат напълно с правилата за в реалния живот, като са въпрос по-скоро на личен избор и самоконтрол (автоцензура). Малцина смятат, че правилата за общуване в мрежата са същите, като в реалността. Още по-малко смятат, че интернет-комуникацията има строги правила. Най-много смятат, че са строго специфични за средата и са въпрос на самоконтрол, на желание да се спазват установени от конкретната среда (форум, чат) правила.

Болшинството участници смятат, че общуването в мрежата става лесно, но се колебаят дали ги обогатява или ограбва; по-склонни са да смятат, че е полезно, но се колебаят дали има особен смисъл, както и да преценят, дали е спокойно и безметежно за тях; отчитат, че има съществени разлики с общуването, извън мрежата, но по-скоро им осигурява допълнителни контакти и подпомага сближаването с други хора, при все това – налага им ограничения на себеизявата, и във всеки случай – не са сигурни, дали им губи времето или им дава ценни неща, както и – дали ги изтощава или ги зарежда.

Колкото повече хората се сближават при общуването си в мрежата, толкова повече смятат, че това им дава поле за себеизява. Себеизявата, изразяването и разгръщането на потенциала на личността се случва само при активна комуникация с хора, смятани за близки или познати, и обратно – колкото повече хората имат възможност да изявят себе си, толкова по-отворени към близост с другите стават. Може да се заключи, че има два основни мотива за използването на интернет – за забавление и за изява на себе си. Още повече, че в мрежата, заради физическото неприсъствие на партньорите, в комуникацията губят значение редица бариери в общуването, свързани с външния вид: пол, възраст, социален статус, външна привлекателност, комуникативна

компетентност (конкретно – невербалната ѝ част). С отпадането им, очевидно, се повишават индивидуално преценяваните възможности за изява на способностите и мнението. Та може да се очаква, че опитът в Интернет ще започне в по-голяма степен да предопределя стратегиите и начините на общуване в реалността, отколкото обратното – реалният опит да влияе на общуването извън мрежата.

Анализът на степента на удовлетвореност от себе си в реалността и в Интернет сочи, че по-голямата част от респондентите, отговорили на този въпрос, са отчели, че се чувстват по-удовлетворени от себе си, като проява в реалността.

Разкрива се изключително слабо представяне на дескриптори, използвани при описание на офлайн-идентичността в употребата им за описание на интернет-идентичността. Средната стойност за интернет е 1,39 (стандартно отклонение=1,480). Повечето участници не включват или включват по един, до два еднакви дескриптора за описанията си за реалността и за мрежата. Средната стойност, по която може да се анализира устойчивостта на образа там, също е ниска и говори за нестабилността и слабата му съотносимост с образа в реалността: налице е висока степен на различие в описанията на Реалния и Виртуалния Аз.

Още по-стабилни основания да се твърди, че индивидът поддържа различни представи за себе си, че поддържа две свои различни концепции за Аза, дават данните от изследването с предложените дескриптори от Тезауруса и четирите допълнителни. Едно от откритията на проучването е, че мъжете и жените показват качествено различни образи за себе си не само в реалността, но и в Интернет.

Четвъртата част на въпросника съдържа 12 скали от по 5 айтема, целящи да анализират и обобщят мотивите да се конструира виртуална идентичност, от тях една касае съпадението между описанието на собственото тяло в нета и реалния външен вид. Оказва се, че има доста изследвани лица, които заявяват, че понякога идентичността, с която се представят, е само маска и е различна, не отразява личността им. Основната група от изследваните лица все пак отчита, че има някаква разлика в Аз-концепцията им, каквато е в реалността, и тази, характерна за ситуацията на общуване и взаимодействие с другите в дигитална среда. Що се касае до скалата, третираща представянето на собственото тяло и външен вид в мрежата, то 44,4% от анкетираните напълно отричат твърдения, че в Интернет се представят като по-красиви или с по-добри

телесни пропорции, но болшинството, макар и в минимална степен, все пак изразяват уклончивост в отговора.

Има статистически значимо различие между мъже и жени, по отношение безкористно представяне на виртуалната личност, само като маска; по отношение стабилността (непроменеността) на Аз-концепцията в двете пространства; образуване, поддържане и функциониране на своеобразен Идеален Аз в мрежата; експериментиране на нови поведения и различен имидж; възможността Виртуалният аз да се гради с цел користна манипулация; представянето на собственото тяло. Средните стойности по сумарните балове за различните скали, като цяло, са по-високи при мъжете, стойностите на стандартното отклонение – също. Изключение прави само V скала, която касае съвпадението между Реален и Виртуален Аз и по-ниските стойности означават по-малко съвпадение.

От така представените данни може да се направи изводът, че мъжете са по-склонни да се държат в Интернет по начин, различен от този, по който се държат в реалността, както и да манипулират информацията за себе си като цяло. Още информация се получава и от дисперсионен анализ по фактор сексуалност: личността в Интернет е само маска по-често за хомосексуалните, отколкото за хетеросексуалните; бисексуалните повече се самоанализират чрез нет-идентичността си, сравнено с хетеросексуалните; в мрежата Аз-концепцията по-често остава непроменена при хетеросексуалните, отколкото при хомосексуалните; гей-хората, сравнено с хетеросексуалните, в мрежата по-често градят идентичност, по-близка до идеала за себе си; хетеросексуалните ползват виртуалния си образ като експериментиране на нови поведения и имидж и като игра и по-рядко от другите две групи; бисексуалните са по-склонни от хетеросексуалните да определят като верни твърдения, отнасящи се до терапевтична функция на интернет-хипостазата си; гей-хората са по-склонни да се представят като по-привлекателни в мрежата, сравнено с хетеросексуалните.

Сексуалните малцинства завързват приятелства, търсят интимност и секс онлайн, още от зараждането на Интернет. С развитието на мобилните технологии, биват разработвани и различни приложения за смартфони. Така през 2009 г. се появява първата платформа за запознанства, приложима за мобилни телефони Grindr, насочена към потребители, които – най-общо – са „мъже, които искат да правят секс с мъже“. Тя им помага да открият други мъже, които са физически наблизко. Останалите приложения за

запознанства, които също използват принципа на локализацията, работят по сходна логика – щом влезе в приложението, потребителят вижда набор от снимки на други потребители, които са географски близо до него, придружени с кратка „биография“. Сайтовете за запознанства практически премахват нуждата някой да се представя пред другия, понеже той вече знае достатъчно много за него.

На база на получените и анализирани данни може основателно да се твърди, че своеобразният процес на отдалечаване между реалния Аз-образ и образа, представян и поддържан в дигиталната среда, фактически дефинира съществуването на специфичен личностов конструкт, характерен за взаимодействието в Интернет, който може да бъде определен като Дигитален Аз. Себесътворяването, себеконструирането най-често се определя като уникален признак на мрежовата личност. В Интернет, заради физическото неприсъствие на партньорите в комуникацията, губят значение редица бариери в общуването, свързани с пол, възраст, статус, привлекателност, невербална комуникативна компетентност. Фактът, че в мрежата се създават някакви „виртуални личности“, създава допълнителни възможности за изучаване на идентичността. Основният въпрос остава за съотношението между Реалния и Дигиталния Аз и къде са границите между себепредставянето, симулацията и самоактуализацията.

Част седма. ДИГИТАЛНИЯТ АЗ – ПРОБЛЕМ И РЕШЕНИЕ ЗА РЕАЛНИЯ

Когато Дигиталният Аз е на един Фотошоп разстояние

В първите години на чата (който в България стана популярен доста по-късно, а най-известният получи, между другото, доста сполучливото име „лафче“), когато компютрите още нямаха камери и цифровите технологии бяха недостъпни, той си беше просто това – лафче: хората разчитаха само на думите, за да опишат себе си и желанията си. С развитието на Интернет, възможността за търсене на комуникативен или интимен партньор стана неограничена – всеки може вече да говори с всекиго, за всичко и независимо къде се намират двамата. Анонимността позволи на хората да бъдат себе си или да създадат своя нова, „друга“ версия, да рискуват и да бъдат дръзки.

Тезата за „Разширения Аз“ се ражда през същата година, през която се раждат и чат-стаите – 1988. Откакто е формулирана, технологията се разви драматично и повлия начина, по който ние представяме себе си и общуваме с другите. И макар първоначално да няма предвид точно Интернет, дигиталният свят даде напълно нови възможности за

изследване на разширяването на Аза. Когато Белк (Belk, 1988) представя своята концепция за разширения Аз, вече има персонални компютри, но все още няма много уеб-страници, онлайн-игри, търсачки, социални медии, смартфони и камери в компютрите. Днес, обаче, когато всичките те са налице, възможностите за разширяване на Аза са още по-големи и очевидно изоснови променят нашето потребителско поведение, което – от своя страна – влияе чувствително на изграждането на разширените ни Аз-ове.

През пролетта на 2014 двама американски автори – Шет и Соломон (Sheth, Solomon) публикуват свой материал върху основополагащата концепция на Белк и идеята му, че това, което индивидът притежава, в голяма степен определя идентичността. Двамата разширяват оригиналната концепция, като предлагат, че с развитието на новата дигитална технология става много лесно всеки да предефинира и пресъздаде себе си дигитално, да направи свой Дигитален Аз. Преправянето на този Дигитален Аз – смятат двамата – е, едва ли не, „на един Фотошоп разстояние“. Част от тяхната концепция е идеята, че в днешно време хората [продължават да] смятат другите хора и вещите, като техни притежания, инструменти, което допълнително им позволява да определят себе си, чрез приятелите си [във фейсбук] или туитовете, които публикуват. С други думи: в интерактивното пространство на дигиталните профили ключов въпрос е как потребителите се представят, като какви се представят, и как може да създадат (и поддържат) своите „вътрешни“ и „външни“ Аз-ове. Освен това Шет и Соломон обобщават, че „в днешния дигитален свят околното пространство се адаптира към Аза точно толкова, ако не и повече, колкото Азът се адаптира към околното пространство“, в което се състои все по-увеличаваща се мощ на дигиталния свят.

Чрез населяването на виртуалния свят с аватари, потребителите създават (множество) дигитални идентичности, освен това, обаче, те взимат частици от тези си аватари със себе си, обратно във физическия свят. Някои изследователи вече говорят за „Ефект на Протей“, като съобщават, че в техни работи изследваните лица пренасят поведения и ревизират Аз-концепцията си в реалността, на база опит, който са придобили практически техните аватари, дигиталните им личности.

Като цяло, този ефект възниква на база на Себевъзприятитната теория на Бем, която предлага, че хората често променят атитюдите и вярванията си, като наблюдават собственото си поведение, по начин, по който наблюдават чуждо. Оказва се даже, че

потребителите възприемат убеждения и нагласи, които пасват на виртуалната репрезентация, независимо дали пасват на реалния им Аз

Оказва се, че виртуалната реалност ни променя – променя нагласите, променя поведението ни, определя как се възприемаме, в крайна сметка – определя какви сме. Тя се превръща в арбитър на реалността, разширява и променя чувството на индивида за собствения му Аз. Дигиталните разширения на Аза на практика го „случват“ в реалността. Начинът, по който, обаче, ние влизаме във връзка с другите в нашия социален свят, безспорно бива повлиян най-много от виртуалните социални мрежи. И понеже конструираме идентичността си, чрез взаимодействие с другите, изследванията на естеството на онлайн-комуникацията е критично за разкриването на потенциалните последици от употребата на технологиите, върху процеса на развитие на идентичността. Социалните мрежи предлагат на потребителите си лесен начин да представят идеализирани образи за себе си, които дори често значително се отдалечават от реалните им личности.

Самотата увеличава употребата, както на социалните, така и на другите медии. Интересно е да се види, обаче, че – според изследването на Уонг, Чернев и Солоуей – ефектът от самотата, като цяло, е по-голям върху употребата на другите (традиционните) медии. Вероятно, особено при съзнателно усамотяване, когато индивидът сам избира да бъде сам, той може би е по-склонен да избере медия, върху която би имал контрол, като например гледане на телевизия, четене на книга или слушане на музика, вместо ангажиране със социална медия, което изисква участие и дори синхронизирано взаимодействие (биване „не сам“). Може да се очаква, между другото, че в състояние на принудително усамотяване индивидът вероятно би бил повече склонен да търси контакт с други хора, точно чрез социалните медии.

Има няколко обсъждани в литературата позитивни последици за младите хора, които редовно използват социалните медии. Сред тях са подобряването на социалните контакти, независимостта и повишаване на комуникативната компетентност (Ito et al., 2008), както и усещане за емоционална свързаност с другите. Младите използват онлайн-медиите, за да разширят кръговете си от приятелства и интереси. В мрежата те може да бъдат „винаги на линия“ и в постоянен контакт с приятелите си, чрез личните форми на общуване, като месинджърите, или чрез публичните – като социалните мрежи от типа на „Фейсбук“. Новите медийни форми променят начина, по който младите се

социализират и учат и противно на представата на възрастните, докато са онлайн – те придобиват базови социални и технически навици, които са им необходими за пълноценното участие в съвременното общество. Адекватността на съвременната дигитална епоха означава повече от това, да можеш да достъпиш информация онлайн.

Част осма. ТРАДИЦИИТЕ НЕ СА ТОВА, КОЕТО БЯХА...

Понеже и комуникативната схема се променя в киберпространството

Електронните медии възникват едва на прага на ХХ в. и променят целия живот на човечеството и оттогава насетне непрекъснато се говори за „медиакрация“ – власт на медиите – които вече не само отразяват, но и интерпретират действителността, като я конструират по своите собствени правила.

Според традиционните представи, комуникацията е процес на предаване на информация между адресант (подател) и адресат (получател) на информацията. Но в условията на развитието на общуването в киберпространството, всеки елемент от традиционната комуникативна схема се променя. Интернет се „заиграва“ с традиционната схема „подател-получател“, като понякога я запазва в първоначалния ѝ вид, а понякога я променя до неузнаваемост. Така източник на съобщението може да бъде и само един човек (обикновен имейл), и цяла група от хора („Уикипедия“). Самото съобщение може да бъде традиционна статия, написана от журналист, или обикновено чат-събеседване. Броят получатели (аудиторията) също може да варира от един, до няколко милиона. Може да се променя, а може и да не се променя, според ролята, която изпълнява самият получател. Така Интернет налага преосмисляне на класическите определения и категории на общуването. Защото, когато става дума, че глобалната мрежа е средство за масова комуникация, става ясно, че не само думата „масова“, но и думата „средство“ не може да имат еднозначно и непроменимо определение, а то зависи от ситуацията.

Интернет променя целия стил на живот и начин на мислене на човека, трансформира личността, разширява границите ѝ, повишава се социалната мобилност, създават се нови модели за поведение, технологиите за въздействие над масовото съзнание стават все по-ефективни. Развитието на нови информационно-комуникативни технологии подпомага за интернационализацията на пазарите на труда и усилването на взаимодействието им. Интернет дели света на „свой“ и „чужд“. „Жителите му“ са група

хора, които имат достатъчно висока мотивация за пребиваването си в мрежата, харчат значителни финансови ресурси и най-вече – време за това, но и демонстрират висока емоционална включеност. Мрежата може да се разглежда като култура, в рамките на която се появяват нови средства за личностово развитие, полезни за тези, които (по някаква причина) трудно формират своя Аз-образ, въз основа на физическите си данни или социалните си постижения. По същността си мрежата е ориентирана към способността на човека сам да избира поведенческите си стратегии.

Част девета. ПОСЛЕСЛОВ

Или как симулираното общество стимулира обществото да се развива

Теоретичният анализ на работите, изследващи както феномена на Интернет, така и на комуникативното пространство, което възниква на негова основа, показва, че може да се отделят няколко подхода.

В рамките на първия мрежата се разглежда като нов социален изследователски обект, а основната му задача е съставяне на социални прогнози за развитието ѝ. В това направление Интернет се представя основно като хранилище за информация, мисли се като единно информационно пространство. И оттук се смята, че с развитието на мрежата нараства и ролята на технологиите, знанията и информацията, което предизвиква промени в обществените взаимоотношения.

Втора група изследвания е свързана с изучаването на мрежовото естество на съвременното общество, основано на интернет-технологията. Обект на изследване най-често става вече съществуващото общество, а предмет – преобразуването на основните социални институции в мрежови структури и промените в социалното устройство на обществото, предизвикани от тези процеси. В рамките на този подход Интернет се определя през комуникативните си свойства.

Трета група изследвания се фокусира върху теориите за виртуализацията на социалното. Мрежата се възприема като виртуален аналог на света, а Интернет се явява универсално комуникативно пространство, в което се разгръщат механизмите на виртуализацията на социалността, а виртуалността е неизбежен социален ефект от новите технологии за общуване. Глобалната мрежа е социален феномен, бидейки виртуална среда, в която мрежовите връзки са общодостъпни. Опосредстваната от

интернет-технологиите виртуализация на социалната реалност я трансформира, като я превръща в нова, несъществуваща допреди това действителност.

Четвъртото направление се основава на постмодернистичните концепции за обществото, а мрежата се мисли като негова следваща развитийна граница.

Петият подход възприема Интернет през идеята за глобално свръх-общество от абсолютно нов тип, в което мрежата е средство за глобализация на информацията, общуването, образованието, икономиката. Той я възприема като неотменима черта на самото общество, без която то не би било възможно.

В изследванията на интернет особено внимание се отделя на неговото „социално“ измерение – културни, езикови и психологически особености на взаимодействието, закономерности на формирането и характеристики на функционирането на виртуалните групи и общности, принципи на себеизразяване на личността и изменението на дигиталната идентичност, стереотипите на създаване и възприемане на социални обекти, стратегиите за осъществяване на всякаква дейност в мрежата. Социалните й свойства и възможности обикновено се свързват с възможността за осъществяване на интеграционни процеси, заместването на непосредственото общуване от изкуствени форми на социална комуникация, поява на нови социални образувания, пренос и разпространение на знания, норми, нагласи, разширяване на възможностите за обработка, предаване и възприемане на информация.

2. Димитров Н. (2017). Социалните анклавни на съвременността. Автосегрегация и маргинализация при ромското малцинство в България. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 208 с., ISBN 978-954-07-4306-6

Рецензенти: проф. д.пс.н. Людмил Георгиев, проф. д.пс.н. Соня Карабелъова

Монографията е смислово разделена на три части. В първата се прави аналитичен обзор на принципите на междугруповото и междуетническото взаимодействие, въвеждат се в употреба и се изясняват понятията за сегрегация и автосегрегация, разглеждат се етническите стереотипи и предразсъдъците, основани на етническия произход, отделя се внимание на т.нар. „етнически анклавни“ – групиранията на индивиди, основани на етноса им. Втората част се фокусира върху феномена на автосегрегацията (самоотделянето) на ромското малцинство в България и съпътстващите му прояви – жилищното отделяне на ромите, образованието в етнически

сегрегирани училища, здравеопазването и комуналните услуги в гетото, представя се обхванато изследване, засягащо гледните точки на самото ромско малцинство, най-общо казано: „към живота заедно и отделно“ – причините, факторите и последиците от, образно казано, физическото и „духовно отделяне“ и изолиране на групи представители на ромското малцинство от останалата част на обществото. Третата част обръща внимание на процесите на глобализация, маргинализация и социално изключване, както и начините за повишаване на междуетническото приемане и взаимната толерантност.

ЧАСТ ПЪРВА

Социалната общност и междуетническото взаимодействие

Пространствената клъстеризация изглежда неизбежна в съвременността. Процесите, които протичат в пространството, резултат в много форми на клъстеризация – гето, затворени общности, етнически анклави, религиозни общности.

Естествена предпоставка за формирането на даден етнос е общата територия, доколкото тя създава необходимите условия за съвместна дейност. По-късно, след като етносът вече е формиран, този признак може и да загуби първостепенното си значение или дори да изчезне. Друго важно условие за формирането на етноса е общият език. Но и този признак не може да се смята за универсален. Много по-стабилен признак за етническа общност е единството на компоненти от нематериалната култура, като ценностите, нормите и образците на поведение, както и свързаните с тях социалнопсихологически характеристики на съзнанието и поведението на индивидите.

Етническото самосъзнание влиза в ролята на интегративен показател за формираната се социално-етническа общност. Това е чувството за принадлежност към определен етнос, осъзнаването на единството му и различието му от другите етнически групи.

Представителите на примордиализма обясняват различието между етническите групи, като изхождат от биологичната природа и историята на човешкото общество. Примордиалистите „дефинират националната идентичност като колективен феномен, представляващ многомерна конструкция, включваща специфичен език, чувства и символика. При формирането на идентичността водеща е опозицията „свое-чуждо“, своето се дефинира чрез система от митове, които обясняват произхода и кодифицират

знаците за идентификация; чуждото се разпознава не толкова по наличието на други знаци, колкото чрез отсъствието на своите и се разбира негативно“ – не като различно, а като “не-свое”.

Според инструменталисткия подход, произходът на етносите е по необходимост и заради намиране на ефективно средство (инструмент) за подпомагане на обединението и усилването на вътрешногруповата солидарност. Подобно универсално начало са етническите връзки. Те сплотяват хората на ниво самосъзнание и притежават висок мобилизационен потенциал.

От гледна точка на конструктивисткия подход, етноидентичността и съответните ѝ емоционални преживявания са продукт на социалното конструиране в контекста на културата – групата сама твори етническата си, като очертава границите си, въз основа на нормите и представите за „свое“ и „чуждо“.

В крайна сметка – под етническа идентичност се разбира осъзнаването на индивида на собствената му принадлежност към дадена етническа група. В условията на съвременното радикално преобразуване на обществата в глобален мащаб, включително и на българското, един от най-важните проблеми на социално-политическото развитие е етносоциалната стратификация. Етническата стратификация изразява социално-етническото неравенство между различните етнически групи, свързано с доходите, образованието, престижа, властовия достъп и ресурси, статуса в общата йерархия на етническите общности на определена територия (държава). На етническата стратификация са присъщи граници между пластове, мобилност между тях, етноцентризъм, конкуренция между групите, различен достъп до властта.

На всеки етнос са присъщи представи за другите – етническите стереотипи. Те са съвкупност от опростени обобщения, позволяващи членовете на дадена група да бъдат разпределени по категории и да бъдат възприемани шаблонно, съгласно очакванията. Понякога етническите предразсъдъци биват възприемани като тяхна разновидност, понякога – като друг компонент на нагласата към другия.

Друго понятие е етноцентризмът – възглед, при който в обществото определена група се самовъзприема за централна, а всички останали възприема, като ги сравнява с нея. Смята се, че групи с ясно изразени прояви на етноцентризъм са по-жизнеспособни, отколкото тези, които са напълно толерантни към другите. Така или иначе,

етноцентризмът подпомага сплотяването на групата и появата на национално самосъзнание.

Етническа дискриминация пък е ограничаването на права и преследването на хора, въз основа на етническата им принадлежност. Политиката на дискриминация, по правило, се провежда от доминиращата етно-група, спрямо малцинства в мултиетнически държави.

На актуалния етап етносоциалната стратификация е най-важният фактор за междуетническите контакти в трансформиращите се общества, а в условия на възраждане и засилване на етно-идентичността – притежава и силен конфликтогенен потенциал. А способността на мултинационалните общества да предвиждат и разрешават по цивилизован начин междуетническите конфликти, е най-важният показател за гражданска зрелост и ниво на развитие на демократичните процеси в тях.

Етническите параметри на социалната и професионалната стратификация на обществото в някаква степен са неизбежни, макар и да са преодолими. Още повече, че за целите на оптимизацията на междуетническите отношения следва да се премахват диспропорциите в социалните условия на живот, особено в непосредствено контактуващите групи. В последните години в България значително се усложняват междуетническите отношения, особено във връзка с икономическите и политическите реформи, приватизацията. При това нееднаквите стартови условия, различната динамика на реформите, отдалечеността от центъра, значителните разлики в условията на живот и нивата на развитие в регионите, обострят и междуетническите отношения, особено в части от страната, където малцинство в абсолютни проценти (на държавно ниво) е мнозинство в относителни (на регионално ниво. Допълнително нещата се усложняват от характера на разпределянето на политическата власт и използването на икономическите ресурси, в интерес на отделни етнически групи, за сметка на останалата част от населението. Подобна ситуация поражда допълнително напрежение в междуетническите отношения на местно ниво.

Понеже в многоетническото общество съществува фактическо неравенство между етносите, междуетническите отношения са и предизвиквани, и съпровождани от демографски и миграционни процеси. Резките различия в демографските процеси може съществено да променят етническия баланс в определена територия. Етническото съотношение може да се влоши, заради масово преместване на граждани, бежанци и

преселници. Подобни притоци на население повишават междугруповата конкуренция в разпределението на ресурсите и социалните блага, рязко променят обществено-политическата ситуация и провокират междуетническо напрежение и конфликти.

Етносите взаимодействат, вследствие на различни исторически обстоятелства. Сред факторите важно значение имат три класа явления: ходът на историческите събития, в резултат на които се оформят отношенията; исторически събития, които придобиват символично значение в контактите; особености на социално-историческото развитие на контактуващите етноси. Сред социалните фактори, влияещи на междуетническите отношения, най-съществени са взаимовръзката между социалната и етническата стратификация, влиянието на социално-структурните изменения, социалната мобилност на даден етнос. Идеалната ситуация в междуетническите отношения би била, ако контактуващите етноси притежават еднакъв статус. Подобен тип взаимоотношения, обаче, се срещат изключително рядко, като по-разпространени са вариантите от дискриминационен тип. В подобни случаи е необходима промяна в социалното положение на взаимодействащите си етноси. Въпреки това – достигането на баланс между статусите води до междуетническо напрежение. Причина за него е фактът, че доминиращата общност, (обикновено, но незадължително, това е мнозинството) се налага да ограничи някои свои права (по-скоро придобивки, привилегии), докато в същото време у подчинения етнос бързо се развива потребност от укрепване на собствения статус и запазване на новоотвоюваните привилегии.

Развитието на междуетническите процеси зависи до голяма степен от държавното и политическото взаимодействие между етносите и икономическите връзки между тях. Трябва да се отчита, обаче, и влиянието на правови и идеологически фактори върху тези процеси. Особено важна, измежду политическите фактори, за междуетническите отношения е държавната политика, провеждана спрямо етническите малцинства.

Сегрегация и автосегрегация

Сегрегацията съществува навсякъде по света, и нито пространствената концентрация на различни групи, нито отделянето на други, са нови феномени. Основава се на социалноикономически, религиозни, образователни и езикови

признаци, а някои групи сами избират да се отделят, за да защитят или укрепят социалната си идентичност.

В крайна сметка, Теорията за социалната идентичност (Tajfel, Turner, 1979) твърди, че идентичността е функция на членството на индивида в социално определена група и на сравненията, които той прави с другите, извън тази група. Когато тези сравнения станат още по-ясни и релевантни, индивидът ще прояви склонност към повишаване на позитивните атрибуции за собствената си група и на негативните атрибуции, свързани с не-членовете на групата. Ето защо, важен аспект на идентичността е себевъзприемането, именно като член на социално определена група. Изборът на индивида на различни социални групи и категории, към които да принадлежи и с които да се идентифицира, е основен фактор за изграждането на комплексност на социалната идентичност. От друга страна – развитието на общи групови идентичности и позитивните контакти предпоставят развитие на по-високи нива на толерантност и взаимна подкрепа в междугруповите, от тук – и в междуиндивидуалните отношения.

Най-общо: отделянето може да бъде на териториален признак, въз основа на раса, етнос или религия, като в тези случаи обикновено две или повече групи са отделени пространствено (държави, региони, населени места, квартали), включително и чрез някакъв обект в това пространство.

Терминът, неразривно свързан със сегрегацията, е „гето“ (или район, в който е налице жилищна сегрегация). Най-общо той има смисъл на „всяка физическа част от града, преобладаващо заселена от някаква конкретна група хора“. Това означава, че населяващата го група е възможно да бъде разглеждана като сегрегирана. Гетото се обитава от маргинализирани членове на обществото, които не отстояват своя интерес по регламентиран начин и не се съобразяват с наложените им от мнозинството правила, тъй като то е извън юрисдикцията на другите обществени институти, или поне тя е доста ограничена. Домс и Московичи, например, разграничават аномично и номично малцинство (Домс, Московичи, 2006). Според тяхното разбиране, аномичното не се съобразява с правилата, просто защото не ги знае или не ги разбира. Номичното малцинство има свои правила и не одобрява тези на мнозинството, или пък въобще ги отхвърля, и предлага контра-норма.

За много социални групи може да се каже, че в тях протича „доброволна сегрегация“, т.е. – те се стремят към обособяване, не търсят статус и успех, според

правилата на „голямото общество“, и при благоприятно стечение на обстоятелствата би могло да се обособят окончателно. Обикновено подобни хора ги обединява обща дейност, близък мироглед, общи цели. Доброволната сегрегация, като особен феномен, е почти толкова често срещана, колкото и принудителната.

Автосегрегацията, самоотделянето (или самоотлъчването), е доброволното отделяне на определена група, най-често религиозна или етническа, от останалата част от обществото в държавата, което може да доведе до невъзможност за нормална социална интеракция и да формира социално изключване. Често незавършената автосегрегация изглежда като обща работа над колективен проект, интензивно общуване, изработване на собствен, алтернативен език и история. На този фон съвместното преживяване става крайно и окончателно условие за формирането на „доброволната сегрегация“, но самият процес започва по-рано – като групов експеримент за създаване на друга икономика, друг морал, друга култура и друг език.

Естествено, и при автосегрегацията има запазени формални обменни отношения с останалата част от обществото. Основната черта на доброволната сегрегация, обаче, е в интересите и вътрегруповите връзки, които стават по-силни и по-важни, отколкото връзките с външното общество и интересите на външния свят.

Предразсъдъците, основани на етноса

Обикновено предубежденията към някоя етническа група не се осъзнават – човек е убеден, че враждебното му отношение или най-простото му „нехаресване“, е съвсем естествено и е предизвикано единствено от качествата или поведението на съответната група, а убеждението си подкрепя с „факти“ и личен опит. И обикновено нещата стават така: двама индивиди общуват, но възниква конфликт или повод единият да започне да не харесва другия. Когато конфликтующите са от една и съща група – той остава частен, но ако принадлежат към различни групи – конфликтът лесно се обобщава и отрицателната оценка за един индивид се превръща в негативен стереотип към цялата група: всички перничани, всички гърци, всички европейци, всички негри... Факт е, обаче, и че личният опит не е и най-важният – ние формираме стереотипи и предразсъдъци, и без да имаме директен опит с представител на дадена група, и това го показва един от класическите експерименти в тази насока, проведен от Юджийн Хартли още в първата половина на миналия век, който изследва предразсъдъците към три несъществуващи

народности у хора, които няма как някога да са имали контакт с техни представители – не са слушали приказки за тях, не са чели в учебниците за тях, но – оказва се – мнението за тях на тогавашните американци било напълно негативно.

Ирационалността на предубежденията не е само в това, че може да съществуват, независимо от личния опит, или че нагласата, като цяло, фактически не зависи от специфичните черти, чието обобщение претендира да бъде. Когато хората обясняват враждебността си към някоя етническа група, обикновено описват конкретни негативни черти, които смятат, че са ѝ присъщи. Против всяко малцинство, обаче, винаги се отправя едно и също, стандартно обвинение: те са единни, винаги се поддържат, откъдето идва и опасността от тях. И се оказва, наистина, че малцинствените групи, особено подложените на дискриминация, като цяло показват по-висока степен на сплотеност, отколкото мнозинството. Естествено – това не е причина, а следствие от отношението на мнозинството – самата дискриминация е фактор, който подпомага сплотеността. Предубежденията на мнозинството създават у членовете на малцинството ясно изразено осъзнаване на различието им. И това, естествено, ги сближава, кара ги да се подкрепят, да се държат заедно, но не е свързано с никакви специфични психични, етнически или расови особености. С течение на времето това чувство на солидарност се закрепва като навик и започва да се предава през поколенията.

Както и да са възникнали, с течение на времето етническите стереотипи придобиват характер на норма, предавана през поколенията, като нещо безспорно и подразбиращо се. Множество изследвания сочат, че повечето хора усвояват предубежденията си още в детството, преди да развият възможността за критично мислене и осмисляне на постъпващата нова информация, а под влияние на възрастните – изработват емоционални предпочитания, които впоследствие се затвърждават като съответните стереотипи.

Не трябва да се пренебрегва и фактът, че етническите нагласи се формират не сами по себе си и не само от семейството, а от средата като цяло – от господстващата идеология, изразявана чрез пропагандата, изкуството, медиите. Предразсъдъците намират практическото си изражение в многобройни форми на дискриминация на етническите малцинства (отказ от наемане на работа, жилищна сегрегация, недопускане до обществени места и др.). А това, от своя страна, като влошава социалното положение

на дискриминираната група, затвърждава представата за нейната социална непълноценност.

Етническите анклави – отделянето, основано на етноса

Ако бъде взет за отправна точка общият психологически принцип на Ташфел и Търнър (Tajfel, Turner, 1986), според който диференциацията (оценъчното сравнение) на категоризируемите групи е неразривно свързана с други когнитивни процеси – на груповата идентификация (тези, които развиват чувството за „Ние“, за сметка на „Те“), общият процес на диференциация-идентификация води до формирането на социална идентичност, която е резултат именно на сравнението между „своята“ и „другите“ групи. Точно в търсенето на позитивна социална идентичност индивидът или групата се стремят да се самоопределят, да се обособят и да утвърдят автономията си.

Често имигрантите, пристигнали в нова страна, се опитват да останат заедно с общността си, за да си съдействат и да добият усещане за общност. Подобни групирания може да бъдат наречени „етнически анклави“ и може да бъдат формирани от всяка група или общност – такива са, макар и все още „в зародиш“ и дадени за пример с доста условности, арабският квартал, формиран около т.нар. Женски пазар в София, или предпочитанията на китайската общност (която основно търгува на едноименния пазар) да живее в квартал Илиянци и близкия ЖК Свобода (пак в София).

Малко по-сложен е примерът с кв. „Столипиново“ (част от ЖР „Изгрев“) в Пловдив, който – бидейки първоначално село, населено основно с роми в покрайнините на града – в годините преди 10 Ноември беше направен опит да бъде заселен с млади семейства от българския етнос и за тази цел масово се бутаха къщи и се строяха нови панелни блокове, в които те да живеят, заедно с роми. Така или иначе, обаче, по-голямата част от населението на квартала си остана ромско. На същия принцип, но с обратна пропорция, бяха настанявани по-малко роми, сред преобладаващо българско население жители, в панелните блокове на по-новия ЖР „Тракия“, пак в Пловдив. След смяната на комунистическия режим, обаче, по много причини – част от които свързани с желанието да се присъединят към общността си, част от тях – свързани чисто финансова изгода – започна масова „размяна“ на жилища между собственици от двата квартала. Така българите от „Столипиново“ заменяха по-големите си жилища за по-малки в „Тракия“, или се принуждаваха да доплащат немалки суми при размяна на равностойни

жилища, само и само да се преместят от „Столипиново“, а ромите с охота (и с финансова изгода) се местеха при „своите“. Ако оставим настрана чисто икономическите мотиви, последното може да бъде разглеждано и като пример за доброволна сегрегация, именно автосегрегация. Напоследък, обаче, се наблюдава – макар и слаб – интерес към „връщане“ в „Тракия“, предвид по-добрата инфраструктура, по-добрия достъп до социални услуги и по-добре устроената среда за живот там, отколкото в „Столипиново“.

В българските етнически обособени райони на населените места, в които живее преобладаващо или единствено дадено малцинство (основно ромско), се наблюдава системно оттегляне на капитали и negliжиране от органите на местната и централната власт, не само на мерките за сигурност, но и по посока липса на подобрения в инфраструктурата, включително училища, обществени сгради, улици, паркове, транспорт, сметосъбиране. Което още повече влошава състоянието на средата и намалява привлекателността за живеене в подобни части на населените места, дори за самите представители на съответния етнос.

ЧАСТ ВТОРА

Автосегрегацията при ромското малцинство в България

Националните процеси в Европа през последните десетилетия явно показват остротата на въпроса за културното и религиозното самоопределение на народите в мултикултурното пространство. А то включва в себе си както културата на мнозинството, така и културата на етническите малцинства. Така етнокултурната карта на съвременна Европа става безкрайно пъстра и многообразна, което – не на последно място – се дължи и на миграционни процеси.

Югоизточна Европа, Балканите исторически се изграждат като кръстопът и място за взаимодействието на различни народи, култури и религии. И – за разлика от останалата част на Европа – тук все още сред някои народи са актуални процеси на постоянно конструиране и реконструиране на етнокултурната идентичност. В същото време – в полиетничното и мултикултурно пространство на съвременните Балкани трябва да бъде отделена една общност, която често се оказва в маргинално положение, спрямо макрообщността – ромските групи.

От политическа гледна точка, уникалността на ситуацията е в това, че – бидейки едно от най-големите малцинства – ромите са „диаспора без метрополия“ – малцинство,

без държава, която да може да се грижи за културното и икономическото им развитие. Това предопределя и трудностите при създаването на механизми за решаването дори на социалните им проблеми, но това и формира спецификата, че – в резултат от различни етнокултурни процеси – ромските общности възприемат значителна част от културата на мнозинството, сред което живеят, което се отразява на езика, фолклора и религиозните им представи. В същото време си остават носители на самобитна общоромска култура, която остава в основата на локалните традиции.

Динамиката на междугруповите отношения в България е особено актуален проблем. В исторически план българското общество се е изградило като мултикултурно, като освен българското етническо мнозинство, включва и множество етнически малцинства, сред които най-многобройни са българските турци и ромите, а широка репрезентация имат евреите и арменците. Засилените процеси на мобилност и миграция, особено след присъединяването на България към Европейския съюз, както на местно население – извън границите на страната, така и на преместванията вътре в границите на държавата, но и на мигриране на нови хора отвън, водят до увеличаване на етническото разнообразие, до промяна в конфигурацията на етносите и до усложняване на междуетническите отношения в държавата. Заедно с традиционните етнически малцинства, макар и с относително бавни темпове и по различни, най-вече чисто икономически причини, расте броят и на имигрантите, основно от арабски страни.

Ромите, като един от класическите случаи на етническа общност, живееща под форма на диаспора – специално на Балканския полуостров изобщо – са неразривно интегрирани в цялостната социална структура на отделните държави. Но въпреки това интегриране и взаимнопроникващите етнокултурни дадености, те изграждат и съхраняват своята специфична етнокултурна система, която успешно функционира и до днес, при все различните превратности в историческата им съдба.

В същото време – а и може би точно заради специфичната им етнокултурна система – съвместният им живот с другите етноси, и особено с мнозинството, съвсем не е безпроблемно. „Маргинализацията и лумпенизацията на ромите определят рязко скъсения времеви хоризонт на техните цели, стремежи и планове“ – пише Мизов (2008). Да се живее ден за ден вече е не само личен, но и социално наложен избор [...] Преходът към демокрация провокира и специфична етнизация на бедността, неграмотността, безработицата, социалната изолация, житейската безперспективност и

маргинализацията. Отделни сегменти на криминалната престъпност все повече етнически се профилират и портретират. Това сериозно пречи за демократичната консолидация на обществото и нацията в трудния исторически период [...] Няма друг етнос по време на прехода, който перманентно да влошава своя портрет в масовото съзнание и социалната психика на българското гражданство, както това категорично, систематично се случва с ромите. За това определени вини имат както обществото, така и самите роми [...] Социалните или етническите предразсъдъци на ромите за себе си, на другите за тях, или на ромите за останалите етноси, експлозивно растат. Дистанциите и бариерите между етносите се променят в негативен дух. А това катализира социалната конфликтност.

Съществува и друго, много по-балансирано гледище. Традиционното възприятие на етнографията възприема ромите като интегрална част от социалния живот в държавите, в които живеят. И макар да признават, че притежават твърде специфична етносоциална структура и организация на социален живот, реализиращи се на различни равнища на тяхната характерна междугрупова етническа общност, културолозите и етнографите смятат, че ромската култура има съвсем различен характер, в сравнение с другите балкански (а и въобще европейски) народи. „Тя по принцип е отворена за чужди влияния, адаптираща в себе си изключително „външни“ елементи и форми, които се преработват и включват в общата етнокултурна система, където се осмислят и функционират вече като свои, т.е. превръщат се в неразривна част от тази система“ – пише Попов (1996). „Този процес е толкова постоянен и повсеместен, че днес почти няма културни форми и елементи [...], за които може със сигурност да се твърди, че са донесени от циганите на Балканите – било от прародината им, било – от дългите години на миграциите им по света. По този начин етнокултурната система на циганите се оказва изключително синкретична, даже и в сравнение с „балканските норми“ – напр. обвързването и съчетаването на двете противостоящи религиозни системи (християнството и исляма) при циганите достига много по-цялостни и завършени форми, отколкото при другите балкански народи. Активно протичащите процеси на взаимодействие и адаптация в тази система на определени културни форми (напр. традиционни вярвания, обичаи, празници, обреди и т.н.) продължават вече векове наред и затова още по-смущаващи се оказват изключенията, излизащи (поне на пръв поглед) от рамките на тези процеси и вадещи до появата на специфични културни

феномени при циганите, при които липсват преки аналогии в културата на съвместно живеещите с тях етноси“. С други думи – налице е изключително висока степен на адаптивност към нови условия на етнокултурната система на ромите.

Самата идея у мнозинството за малцинството, като за второ качество хора, може също да бъде определено като един от много възможните проблеми във взаимоотношенията между двете групи. В този смисъл – автосегрегацията би могло да се разглежда като отговор на отношението на мнозинството и въпрос на „отиване и оставане сред свои“ – своеобразна копинг-стратегия за събиране заедно с индивиди от един и същи етнос, с цел създаване на усещане за общност. Още повече, че подобно допускане ще намери своето основание в представено впоследствие проучване, според което почти 42 на сто от респондентите-роми отчитат, че мотив за етноса им да живеят заедно, е „за да са по-силни заедно“. Употребявайки автосегрегацията като елемент от стратегията си за сигурност, малцинството я трансформира в стратегия за установяване и опазване на чувството за общност, за опазване на идентичността.

Естествено, не може да се пренебрегне и желанието за анклавизация на социалното пространство на ромите, с чисто прагматична цел – придобиването на социална независимост и отчуждаването, изразявано чрез противопоставяне на обществените порядки, неплащането на битови сметки и – изобщо – неучастието в социалния живот.

Друго възможно гледище, свързано с възможни прагматични мотиви за самосегрегирването, е то да е с цел изразяване на идентичността в насока живот заедно, не заради противопоставяне на мнозинството, а заради културно самосъхранение. Подобна теза също открива свои потвърждения в проведено за целта на настоящата монография изследване.

Жилищното отделяне на ромите

Във всяко общество съществува проблемът за социалното неравенство и неравнопоставеното разпределение на пространството. И ако въпросът е каква е връзката между социалното пространство и неравенството, отговорът е прост: социалните структури се отразяват в пространствените. Така въпросът прави проблема със сегрегацията и влиянието на неравното разпределение на пространството над поведението на социалните групи централен.

Жилищната сегрегация е физическо отделяне между две или повече групи в различни квартали. Докато традиционно се асоциира с расовата сегрегация, като цяло се отнася до всяка форма на отделяне, основана на критерии като раса, етнос, доходи. И докато формално сегрегацията е забранена, при жилищното райониране се наблюдава устойчив модел на отделяне и обособяване на етнически хомогенни квартали.

Обедняването, като резултат от жилищното оттегляне на някои социални групи и общности с по-високи социалностратификационни позиции, е класически процес и се наблюдава в много страни, включително и България. След 1990 г. у нас се отчита динамично разместване на социалните слоеве в пространството, като допреди това относително високохетерогенното население, се сегрегира и хомогенизира социално и пространствено по групи и общности, като основен индикатор е жилищната среда. В резултат на това гетата нарастват и като брой, и като обхват на съществуващите преди това, същевременно се наблюдава и влошаване на материално-физическите, битовите условия на живот в тях. Паралелно със сегрегацията, като форма на повишена пространствена концентрация или на струпване по определен признак, тече процес на самосегрегация: доброволен избор на изолация от останалите общности – отделяне, предизвикано (и/или подпомогнато) от дадено мнозинство, което е изолирало малцинството, но не винаги против волята му, с други думи – когато малцинството в дадена пространствена единица се струпва, за да се превърне в мнозинство или единствена група в определено пространство, територия. Доброволната сегрегация се наблюдава в случаите, когато една общност реши самостоятелно да живее отделно или се „споразумее“ за това с другите общности.

Нееднообразните в етнически състав райони стигат до множество бариери пред постигането на колективност в общността, каквито са културата, икономическото положение, основните ценности. За да бъде постигната стабилна разнообразна среда трябва да се положат усилия за икономическото развитие, повишаване на равнището на сигурността и образованието. Социалният статус на ромската група, обаче, генерира социално напрежение и влошава перспективите на младите поколения за успешна социална интеграция и развитие.

„Ако имах възможност да избирам етноса им, бих искал съседите ми да бъдат...“

В рамките на проучване, проведено в периода юни 2015-март 2016 г., насочено към установяване на нагласите за живот в еднородна или етнически и религиозно разнообразна среда, на въпроса „Ако имах възможност да избирам етноса им, бих искал съседите ми да бъдат...“, изследваните лица отговарят с „няма значение“ само в 28,3% от случаите. Въпреки че на респондентите е предоставена възможност да дават повече от един отговор 42,2% заявяват, че искат да живеят само с българи, 27 на сто, заявяват, че искат да живеят в някаква комбинация от съседи, в която задължително да има българи. Ако съберем двата процента, то представителите на мнозинството са най-предпочитани за съседи от отзовалите се на анкетата – почти 69 на сто.

На второ място по предпочитания за съседи са арменците. Те присъстват в 45 от попълнените анкети. Евреите са трети по популярност (19 на сто от респондентите). Следват турците (малко над 12 процента) и на последно място са ромите, които присъстват само в един конкретизиран избор, и то – несамостоятелно, в комбинацията „българи, турци, роми“. В този смисъл, с някаква степен на увереност може да обобщим, че склонни да живеят с роми са на практика само тези, които са дали отговор „няма значение“, конкретно – 28,3 на сто от отзовалите се на анкетата. Това е по-малко от една трета и малко повече от една четвърт от участниците.

Макар и донякъде спекулативно, ако към респондентите, заявили безразличие към етноса на съседите си, добавим процентите за съответните етноси, конкретизирани от останалите участници, би могло да изведем следната картина: над 97 на сто от респондентите предпочитат да живеят с българи, на второ място са арменците с малко над 55%, на трето, с приблизително 47%, са евреите, четвърти са турците, с малко над 40% „привлекателност“ за съседи. Резултатите очевидно показват, че ромите са най-малко предпочитани за съседи от страна на представителите на българския етнос.

Освен посоченото изследване, в тази част се цитират и други – български и международни – проучвания, свързани с нагласите към съседи или наличието на приятели от ромски произход.

Ромското малцинство и образованието в етнически обособени училища

Местоживеенето предопределя достъпа до трудовия пазар, транспорта, образованието, здравеопазването, сигурността. Хората, които живеят в квартали с висока концентрация на малцинства с ниски доходи, са поставени в среда с лошо

здравеопазване, високи нива на тийнейджърска бременност и престъпност. Подобни квартали имат и високи нива на безработица, затруднен достъп до трудовия пазар и недостатъчно достъпен транспорт, което още повече затруднява намирането на работа. Резултатът е изолация и сегрегация на малцинствата и икономически непълноценните.

И ако за западните страни може да се твърди, че една от основните причини за нееднаквите образователни възможности е недостъпността до качествено образование у малцинствата, заради липса на икономически възможности (Huttman et al., 1991; Briggs, 2005), то в България нещата стоят по друг начин. У нас, въпреки достъпа до образование, малцинствата традиционно не се възползват пълноценно, основно заради културни обусловености и невъзприемането на образованието като ценност.

Ромите са склонни да възприемат като основна причина за недопускане до пазара на труда принадлежността си към ромския етнос, а не ниското си образование или изобщо липсата на такова. Това, от друга страна, понижава и мотивацията им за придобиване на по-високо образование. Голяма роля играят и ценностите на ромската група, според която образованието не е толкова важен фактор, а широко разпространено е мнението, че дори с образование, представителите на тяхната група нямат шанс за успех.

Бедността е друга отличителна черта на концентрираните етно-малцинствени общности. При тях често липсват обществени услуги и инфраструктура, не се предоставят възможности за работа, липсват здравни институции. Така, освен етническа сегрегация, се стига и до класова. Още повече, че представителите на общността, които имат повече възможности или по-високи очаквания, я напускат, и в гетото остават само най-бедните слоеве, които нямат възможност (и/или нямат желание) да излязат. Така трите фактора – доходи, класово положение и етническа сегрегация (в т.ч. и автосегрегация) – може да обяснят повишената концентрация на бедност в определени райони.

Голяма част от причините за ранното напускане на училище са социокултурни и са свързани с очакванията на родителите към – според перцепцията – вече „порасналите“ деца: самите те да станат родители в приетите от общността възрастови периоди, да започнат да носят пари в семейството. С други думи: неспазването на традицията е нежелано и може да се смята, че самите представители на малцинството ще избягват съзнателно да противоречат на установените порядки, именно с цел да не бъдат отхвърлени.

Нарастването на относителния дял на отпадащите от сферата на образованието, както и липсата на реални възможности за пълноценна социална и културна изява в другите сфери на обществения живот, намаляват съществено възможностите за реализиране на комплексна институционална политика, насочена към преодоляване на проблемите в ромската среда. Еднаквата и безстимулна среда в сегрегирани училища влияе на успеваемостта на учениците много повече, отколкото ресурсите, с които разполагат учебните заведения. Факт е, че в годините на Прехода ромите развива видима и устойчива тенденция за сплотяване и отдръпване от останалата част от обществото, а сегрегирани етнически общности се асимилират (респ. интегрират) по-бавно, особено заради овладяването на езика, който се явява основно средство за приобщаване. Така малцинството влезе в порочен кръг, от който може – и отделни индивиди проявяват инициатива – да излезе, или „да излезе от гетото“, само чрез усвояване на знания и умения, но в самото гето то няма как (и очевидно няма и къде) да ги получи, а за да ги получи – трябва да успее да излезе...

Още една гледна точка към ромското образование

Един от пътищата за разбиране на училищната (а и на жилищната) сегрегация при ромите, е през бедността, маргинализацията и социалното неравенство, които – на свой ред – пораждат (увеличаваща се) бедност, неравенство и (само-)отделяне. Подобен подход се противопоставя на тезата за доброволната сегрегация.

Изборът на училище е дебатиран много въпрос. Съществувалата през времето до 10 Ноември 1989 г., и известно време след това, система обвързва мястото на образование с мястото на живеене – с други думи: системата на „кварталните училища“ и разпределянето на учениците в най-близкото училище и в конкретен клас, спрямо адреса на живеене, беше заменена от система, основана на избор. Естествено, изборът на родителите за образованието (включително мястото, на което да бъде получено), е въпрос за упражняване на елементарни човешки права. Друг довод е използването на пазарно-конкурентния подход към образованието, който – смята се – би следвало да подобри качеството му, чрез „битка“ на училищата за ученици, която – от една страна – да повиши качеството на образованието, а от друга – да даде възможност родителите да изберат учебното заведение, което да осигури по-качествена образователна и педагогическа грижа за децата им.

Като се има предвид, че повечето ромски семейства живеят в бедни (и етнически и социално-икономически еднородни) квартали, родителите от малцинството разполагат с малки или никакви възможности за избор при определянето на образователното бъдеще на децата им, особено като се вземе под внимание това, че изборът им е предрешен от социалното им положение. Още по-отчетливо е това в малките населени места. Идеята, че ромските родители съзнателно избират да се самоизолират, от тук – да изолират и децата си, няма как да е единствената възможна причина и няма как да отразява сложните реалности в ромските гета, без да се вземат под внимание етническият и икономическият компонент.

Дори и в етнически обособения квартал или населено място да съществуват повече от едно училище, изборът отново е ограничен от еднаквото ниво и еднаквите възможности, които предлагат и по отношение материална база, и по отношение качество на преподаването. Отделен въпрос е, дали и как самите родители са в състояние да направят информиран избор, ако и да биха имали възможност за такъв, при положение, че самите те – и това не е рядкост – не са образовани и не са в състояние да преценят адекватно различни алтернативи.

Оправданието с ромската култура и традиционния мироглед на това етническо малцинство е удобен инструмент и удобен аргумент, използван в публичния дискурс при припознаването на всякакви социални или структурни обяснения за разбирането на естеството на сегрегацията, в рамките на ромските квартали, или в рамките на самите училища там. По-голямата част и от политическото говорене не обръща особено внимание на неравенството между ромското малцинство и мнозинството, дори и между отделни слоеве в самото малцинство. Вместо това се поставя ударение над задължението на малцинството да се интегрира и да възприеме ценностите на мнозинството. Кое то пък – от своя страна – води само до допълнителна маргинализация на ромското малцинство. Пропускът да се отчете важността на социално-икономическото положение в дискусиата води до отдалечаващи се от същността дебати за интеграцията и образованието. А във времена, в които дори мнозинството подлага на съмнение романтичната идея за меритокрацията, като „управление на способните“ (да не се прави паралел с „умните и красивите“), или постигнат социален успех, заради получено образование, няма как малцинството да повярва в обществена система на

„равните възможности“, при която хората се доказват, чрез способности и талант, а не получават обществено признание и достъп до власт, заради богатство или произход.

Проблемът е, че настоящият обществен дискурс проблематизира етнически сегрегирани училища, за сметка на (в един или друг смисъл) класово сегрегирани, като смята за социална заплаха единствено първите, а не вторите.

Здравеопазване и комунални услуги в гетото

Друг резултат от хиперсегрегацията може да бъде намерен в здравословното състояние на обитателите на определени жилищни райони. В малцинствените квартали липсват качествени здравеопазване и здравни услуги. От друга страна – гъстотата на населението в тях е един от водещите фактори за бързото развитие на епидемични заболявания. Други фактори са ниската хигиенна и здравна култура и прогресивното увеличаване на броя на неосигурените здравно сред ромите, което чувствително ограничава достъпа им до здравни грижи, освен спешната медицинска помощ.

По отношение на ромското население у нас е трудно да се каже в каква степен безработицата и ограниченият достъп до публични услуги са заради пространствена сегрегация или заради други фактори. Хипотезата за „пространственото несъответствие“ на Каин (Kaïn, 1968), която визира гетата в американските градове, не може да бъде единствено обяснение на феномена, поне що касае българските условия. Според хипотезата му, безработицата сред чернокожите в щатите е по-висока, защото живеят в райони, отдалечени от основните центрове на заетост, а безработицата се обяснява като следствие от пространствената сегрегация. В България, обаче, допълнително (и може би дори по-силно) влияят фактори, като ниско образование и „заучена безработица“ (живот на социални помощи) и отказ на малцинството да приема работа, особено такава, която – предвид квалификацията – предлага невисока работна заплата, сходна с размера на обезщетенията за безработица или социалните помощи. Подобно обяснение се доближава и до идеята за „култура на бедността“ в гетото, която именно развива в общността склонност към самоизолация и създаване на трайни навици, които водят до възпроизводство на бедността, както и до някои твърде спорни неолиберални концепции за бедността, според които бедните сами са виновни за състоянието си, държавата споделя част от вината, понеже ги е направила инертни и непредприемчиви,

докато се опитва да им помогне с щедрите си програми, и така е предизвикала още по-голямо и трайно обедняване.

По отношение ползването на услуги (в случая – комунално-битови) интересни са анализите в докторската дисертация на Б. Захариев (Захариев), който изследва неплащането на сметки за доставка на електричество и вода в ромските квартали. Една от тезите му е, че феноменът се дължи на различни модели на групово поведение, един от които е „стадният ефект“ – ориентирането по поведението на околните, като най-лесен начин за интегриране в дадена общност. Освен това – допълва авторът – при групово нарушаване на правила индивидуалната отговорност и потенциалната опасност от наказание за отделния индивид намаляват.

В крайна сметка, т.нар. „стаден ефект“ се доближава, в по-широк смисъл, и до друга обсъждана в монографията теза, свързана с нежеланието да правиш неща – включително да се съобразяваш с правилата – нетипични за мнозинството в групата си, заради страха да бъдеш отхвърлен от нея.

Дори взети заедно, бедността и сегрегацията са необходимо, но само по себе си недостатъчно условие за натрупването на дълг от неплатени сметки за комунални услуги. Има изключително бедни обособени селски ромски общности, които са изрядни платци. Допълнителни фактори за възникването на проблема са различни форми на социална дезорганизация, които са много по-разпространени в градските гета, отколкото в селските общности.

Неплащането на сметки за комунални услуги е основен елемент от гетоизацията на една общност, който поражда сериозна социална дезорганизация. Дори когато първичният импулс, пораждащ проблема, е свързан с паричната бедност на част от членовете на общността и с фактическата невъзможност да плащат сметки, впоследствие механизмът на социалната дезорганизация, за която се предполага, че е силно заразна, го разпространява през статусните, социалните и етническите граници.

Ромските гледища към живота заедно и отделно

Вписването на ромите в макрообществото традиционно е свързано с икономическата интеграция, която има групов характер, при запазване на вътреетническите норми. Основна зона на межкултурния контакт на ромите с обкръжението им в продължение на столетия са били търговията и услугите, при

взаимно ограничаване на межкултурната комуникация в други области, което до ден-днешен възпира пълноценната интеграция на ромите в съвременното общество.

В оригинално изследване, специално проведено за целите на настоящата монография, се съгласиха да участват 115 души, от които 38 (33% от всички) от София, кв. „Факултета“, 59 респонденти са от Пловдив, като от тях 26 (22,6%) са от ЖР „Тракия“, а 33 (28,7 на сто) – от ЖР „Изгрев“, кв. „Столипиново“. Други 18 души (15,7% от извадката) са жители на с. Якимово, обл. Монтана.

Анкетата съдържа две части – в едната се събира демографска информация на съгласилите се да участват: пол, възраст, образование, етническо самоопределение, изповядвана религия и местоживеене. Към тази група айтеми са и два въпроса, свързани с преместването – дали респондентът се е преместил да живее там, където живее в момента, от някое друго място (без да се уточнява) и каква е била причината за това.

Всички айтеми (включително и във втората част), без тези, с видими характеристики на личността (пол) и населеното място, съдържат възможността „Не желае да отговори“. Втората част съдържа 6 въпроса с възможни отговори, ранжирани в Ликертови скали „Напълно съгласен-Съгласен-Неутрално мнение-Несъгласен-Напълно несъгласен“. Това са въпросите: „Ромите в България сами искат да живеят в ромски махали“, „Ромите в България живеят в ромски махали, за да си запазят културата и традициите“, „Ромите в България живеят в ромски махали, за да са по-силни заедно“, „Ромите в България живеят в ромски махали, за да им е по-весело заедно“, „Ромите в България живеят в ромски махали, за да не плащат ток и вода“ и „Ромите в България са принудени да живеят в ромски махали“. Всички те са насочени към разкриване на причините за живот в самосегрегирани етнически общности (каквато в с. Якимово няма, така че там респондентите по-скоро трябва да дадат мнение „за другите“, а не „за себе си“). Седмият айтем е свързан с предишния, като дава възможност на анкетираните, в случай, че споделят мнението, в една или друга степен, че ромите живеят отделно по принуда, да уточнят причините, той гласи: „Ако мислите, че ромите в България са принудени да живеят в ромски махали, моля, уточнете какво ги принуждава...“.

Осмият и деветият въпрос касаят съседството. По този начин настоящата анкета се явява „огледална“ на преди представеното проучване за нагласите на мнозинството към съседите им. Текстът на айтемите е еднакъв: „Ако можех да избирам, бих искал съседите ми да бъдат...“, като в двете условия респондентите следва да уточнят

етническият произход на съседите си (с възможности: „роми“, „българи“, „турци“, „арменци“, „евреи“ и „други“, като на последната възможност се изисква допълнително посочване), както и тяхната религиозна принадлежност („християни“, „мюсюлмани“, „атеисти“, „друго“, отново с очакването за уточняване).

Последните два въпроса касаят причините – според анкетиранияте – ромите да нямат работа и децата да не посещават училище. На въпроса „Ромите нямат работа, защото...“ предложените възможности за отговор са: „не са учили достатъчно“, „не знаят добре български“, „нямат умения“, „защото са роми“ и „друго“. На последния въпрос: „Ромите не ходят на училище, защото...“ възможностите за отговор са: „не знаят добре български“, „не им е интересно“, „не им е полезно за работа“, „трябва да помагат възрастни“ и „друго“. И при двата въпроса е предоставена възможност за допълнително посочване на възможности при избор на „друго“. Вариантите са избрани, с оглед данните от предишните проведени и цитирани в настоящата монография чужди изследвания.

Айтемите в анкетата са интенционално формулирани по този начин, за да може да бъдат максимално достъпни за възприемане и разбиране от респондентите, например този, свързан с липсата на работа, дава алтернатива „Защото са роми“, а не „Защото биват дискриминирани при наемане“ – например. Допускането е, че „дискриминация“ за мнозина от респондентите би била по-сложна за разбиране дума.

Демографията на извадката е следната: 58 от респондентите са мъже (50,4%), а 57 са жени (49,6%), от тях до 21 годишна възраст са 29 души, 18 човека са между 21 и 25 години, други 12 са във възрастовия диапазон 26-30 г., 31-35-годишни са 19 човека, 11 са на възраст между 36 и 40 години, а над 40-годишни са 26 от участвалите в анкетата. По отношение на образованието – никога не са посещавали училище 6 души от участниците (5,2%), не са завършили начално образование 10 души (8,7%), завършили само начално са 17 човека (14,8%), с основно образование са една четвърт от респондентите или 29 души (25,2%), а декларирали завършено средно образование са 53 човека (46,1%), сред анкетиранияте няма висшисти.

Болшинството от участвалите в проучването се самоопределят като роми (45,2% или 52 души), а останалите 63 човека (69,6%) са се самоопределили или като българи (30,4%), или като турци (24,3). По-голямата част от респондентите от кв. „Факултета“ в София се самоопределят като роми, много малко от тях се самоопределят като турци, има и няколко души, които декларират българска етническа принадлежност. Обратно –

в ЖР „Тракия“ в Пловдив много малко се самоопределят като роми, за сметка на почти еднакъв брой респонденти, определили се като турци и като българи, две трети от анкетираните в монтанското с. Якимово се самоопределят като българи, една трета – като роми и нито един от тях не е заявил турска етническа принадлежност. Преобладаваща турска принадлежност пък заявяват респондентите от „Столипиново“, където едва 15% се самоопределят като българи, а 36% – като роми.

Като християни са се самоопределили 61 души (53% от участниците и 54,5% от маркиралите възможност по айтема), като мюсюлмани са се заявили 40 души (34,8% от всички и 35,7% от обявилите религиозната си принадлежност).

От тези, които са се обявили за християни, 38 души са се заявили като роми, а 23-а – като българи, никой не се е определил като турчин. От мюсюлманите 9 души са се обявили като роми, болшинството са се заявили като турци – 24 души, а едва 7 човека са се декларирали като българи; сред атеистите двама са роми, четирима са турци, а петима са се самоопределили като българи. Болшинството от самоопределилите се като турци живеят в двата пловдивски квартала, за сметка на преобладаваща част християни в кв. „Факултета“, както и само християни в с. Якимово. Има известни основания да се смята, че има пространствено разпределение и – съответно – струпване на носители на определена религия в определени пространства (квартали, населени места), но – отново – няма стабилна основа твърдение в едната или другата посока: че местоположението предопределя религиозната принадлежност на обитателите си, или че струпването е предизвикано от желание носителите на съответната религия да се отделят пространствено с хора от своята религия.

Силна желателност се отчита и в отговорите на въпроса за съседите – масово се изброяват всички, предварително предложени възможности. Вероятно – за да подсилат контраста между собствената си готовност за живот с другите и лишаването им от такава възможност, от страна на мнозинството. Любопитно е, че възможностите „арменци“ и „евреи“ присъстват само при изброяване наведнъж на всички възможности, което е още един повод да се мисли в посока желателност при маркиране на алтернативите.

Изразена желателност в отговорите по отделните въпроси се вижда и при респондентите от кв. „Столипиново“, които – на пръв поглед – правят впечатление на неконсистентни помежду си, като например – наблюдава се несъгласуваност между отговорите на въпроса, свързан с желанието за живот в етнически хомогенна среда и

мотивите за живот в нея – участниците хем отговарят, че не желаят да живеят в такава, хем заявяват, че се чувстват по-добре в нея.

Има разминаване и в отговорите на въпросите за личната „принуда“ и „принудата по принцип“, която отново маркира нежелание да се отговаря коректно на въпросите, свързани с мотивите за живеене в етнически еднородна среда.

На пръв поглед може да се отчете, че с повишаване на образованието, „крайните“ отговори намаляват и хората стават повече склонни да търсят алтернативата на „неутралното мнение“.

Въпросът за плащането на битовите сметки (конкретно – за електроенергия) е силно провокативен и – както се вижда от отговорите – респондентите, особено в „Столипиново“ – масово отказват да му отговорят.

При респондентите от с. Якимово прави впечатление, че често оставят без отговор отделните твърдения с оправданието „Не зная“ (при тези от пловдивския квартал „Столипиново“, обаче, липсата на отговори по отделните айтеми е най-често заради нежелание да се даде отговор). Причината е, че те не живеят изолирано, напълно интегрирани са във всички сфери на социалния и икономическия живот, доколкото за такива би могло да се говори в някакви сериозни мащаби в Северозападна България.

Що се касае до въпроса „Ромите в България сами искат да живеят в ромски махали“ – мненията са разнопосочни, с превес към опцията да се изразява несъгласие. Така „Напълно несъгласен“ са дали отговор 22,6% от респондентите, други 19,1% са заявили умерено несъгласие (общият процент на несъгласните е 41,7 на сто), докато съгласни са 23,4% (от тях „Напълно съгласни“ са 19,1%, а възможността „Съгласен“ са маркирали 4,3%). Неутрално мнение изразяват 15,7% от участниците, а почти една пета – 19,1% – са отказали да отговорят на въпроса. Тук стойностите на корелационния коефициент на зависимост между местоживеенето и избора са достатъчно силни: ако се допусне, че мнението се повлиява от местоживеенето, коефициентът Eta е със стойност 0,623, малко по-висока е стойността му, обаче (Eta=0,627) при хипотезата, че изборът на местоживеене е предопределен от съгласието по въпроса, че ромите доброволно избират да живеят в ромски махали. Така или иначе – явно двете неща са взаимно повлияващи се. От данните се вижда, че повечето респонденти, които са несъгласни и крайно несъгласни със становището, че самоотделянето е доброволно, живеят в кварталите „Факултета“ и „Столипиново“, докато тези, които в една или друга степен се

съгласяват с подобно твърдение, живеят в район „Тракия“ в Пловдив и в село Якимово. Трябва да се направи и уточнението, обаче, че респондентите от Якимово масово отказват да дадат отговор на този въпрос – от 18 души само 6 отговарят с „Напълно съгласен“, един е „неутрален“, а 11 души не желаят да изразят мнението си. Тук допускането е, че отново се проявяват два фактора: от една страна желанието на някои ромите да търсят вина за обстоятелствата, извън себе си; от друга – жителите на Якимово по-скоро да не могат да дадат точен отговор, предвид факта, че не са сегрегирани и не са в състояние да припознаят възможни причини. Малко по-късно ще бъдат показани зависимости между местоживеенето и отговора на един, до голяма степен „огледален“ въпрос: „Ромите в България са принудени да живеят в ромски махали“.

От тези и от останалите данни, осигурени от изследването, може да се направят някои изводи. Като например този, че малко по-значими мотиви за самоотделянето са „удоволствените“, а не „защитните“, насочените „навътре“ (в общността), а не насочените „навън“ (към другите етноси) съвместни усилия и дейности.

Освен това – респондентите демонстрират търсене на причини за липсата на работа извън себе си – в средата, в икономическата ситуация в държавата и най-вече – в дискриминационното отношение към тях.

Огромното мнозинство от респондентите, изобщо отговорили на съответния въпрос, твърдят, че отпадането на ромските деца от училище е заради липса на средства. Данните за ходенето на училище, също както и касаещите заетостта, обаче, като цяло ясно показват насоченост у ромите към търсене на причините навън – в икономическата ситуация и необходимостта да останат вкъщи, за да помагат (основно за осигуряване на доходи).

В крайна сметка – това изследване потвърждава данни, получавани и от други, предишни проучвания на ситуацията в ромските жилищни ареали. В същото време – добавя нови, автентични данни, даващи допълнителна яснота за мотивите и причините ромското малцинство да проявява тенденция към струпване и хомогенизиране на пространствата, които населява. Така – става ясно – този етнос практически до голяма степен сам избира живот в покрайнините не само на физическото, но и на социалното пространство, сам се поставя в маргинализирано и – в някаква степен – сам съдейства за окончателното си конституиране като група в социално неравнопоставено положение. Като резултат – представителите на ромския етнос, бидейки изтласкан (и самоизтласкал

се) встрани от обществения живот и съвместната дейност в българското общество – биват и системно недопускани (или фактически с блокиран достъп) до упражняването на различни свои права, възможности или възползване от ресурси, които иначе са достъпни за членовете на другите групи и които са от ключово значение за интеграцията на изключените групи по принцип, като например заетост, здравеопазване, образование.

ЧАСТ ТРЕТА

Глобализация, маргинализация и социално изключване

В годините на прехода в България маргинализацията придоби масов характер и някои специфични форми. Кризата в обществените отношения подпомага процеса на маргинализация на цялото население, формира се „социално дъно“, включващо представители на етническите малцинства, но и бедни, просещи, безимотни и безпризорни членове на мнозинството. Особеност на маргинализацията в България е, че – веднъж оказали се „на дъното“ – подобни хора има малка вероятност да се върнат към нормален живот и да се впишат отново в общността. Подобни аутсайдери са основно хора в неконкурентна на трудовия пазар възраст, здравословно състояние, липса на умения.

Маргиналността, като явление, свойствено за обществата в преход, се определя от граничното състояние на обществото, намиращо се между две системи и в условията на сътресения в икономиката, социално-политическите отношения, образованието. За някои маргинални слоеве е характерно постепенното изработване на специфична ценностна система, на която са присъщи враждебност към съществуващите обществени институти, крайни форми на социална дезадаптивност и неприемане на статуквото. Маргиналите, често без постоянен доход и с изменена ценностна система, са готови на престъпления, основно икономически, обусловени от положението им.

Понеже атрибути на маргиналността са социални фактори, като бедността, безработицата, икономическата и социалната нестабилност, като припознават множеството фактори, причиняващи изключването, в държавите от Европейския съюз усилията са насочени към безработицата, като ключова причина за социалното изключване. Причината е, че в съвременните общества трудът е не само основен източник на доход, с който се плаща за услуги, но е и основният източник за формиране

на самочувствието и себевъзприятието на индивида. Голямата част от социалната мрежа и чувството на принадлежност и на приобщеност също се въртят около работата. Много от индикаторите за крайна форма на социално изключване, като бедност и бездомничество, зависят от дохода, който обикновено се получава от трудова заетост.

Като цяло, проблемът със социалното изключване обикновено се свежда до липсата на равни възможности и неравнопоставеността, тъй като някои хора са по-често обект на изключване, отколкото други. Маргинализацията на определени групи е проблем, дори и в много от икономически най-развитите държави, в които мнозинството се радва на завиден достъп до икономически и социални възможности и блага. Социално изключените индивиди предпочитат нелегални начини за постигане на целите си, тъй като и не виждат начин да паснат на общество, което не би ги приело (или не ги и приема) и без друго. Но така се влиза в порочен кръг – обществото не приема и изключва хора, които не му пасват. По-опасното е, че младите хора се сблъскват с намаляващи възможности за намиране на работа и осигуряване на добър начин на живот. Което, от своя страна, може да ги подтикне към незаконни начини за постигане на желанния стил на живот. Нещо, с което лесно би могло да се обясни и нивото на ромската престъпност в България.

Толерантността като цел и като средство

Толерантността, като тип индивидуално и социално отношение към различията, като търпимост, е в основата на обединението на обществото и постигането на междуетническо помирение, намаляване на негативните явления и тенденции в междуетническите отношения. В тази връзка особено значение има познанието за психологическите механизми, стоящи зад етнокултурното взаимодействие в груповото съзнание и ролята на социално-перцептивните образи, като регулатори на вътрегруповата и извънгруповата активност на етническите формации. Оттук е и необходимостта да се изучат социалнопсихологическите закономерности в отношенията между етническите групи, като единни и цялостни субекти на междугруповото, междуетническото взаимодействие и взаимното възприятие и приемане.

Предвид разпадането на държавните образувания на Балканския полуостров и военните конфликти в Бивша Югославия, за България свикнахме да се говори като за

„остров на стабилност“ и етническа толерантност. Но ако се отиде по-навътре или – още по-точно казано: по-надълбоко в социума, неизбежно ще бъде установено, че основата на етническата толерантност у нас е социалнопсихологическата общност, образувана не по етнически, а по регионален, териториален принцип, която създава близост в междуетническите нагласи и социалноперцептивни образи у представителите на различни етнически групи, основани даже не толкова на културното, колкото на социално-битовото им сходство.

3. Димитров Н. (2017). Социалните анклавни на съвременността. Гей пространства. Социални и сексуални ареали на ЛГБТ-общността¹. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 216 с., ISBN 978-954-07-4307-3

Рецензенти: проф. д.пс.н. Людмил Георгиев, проф. д.пс.н. Соня Карабелъова

Това е един от малкото научни трудове изобщо, които се занимават с аспекти, касаещи хомосексуалните хора в България. Разгледани са въпроси, свързани с жилищната сегрегация, с регистрирането и поддържането на спортни клубове за хора с т.нар. „нетрадиционна сексуална ориентация“, с местата за срещи на представителите на ЛГБТ-общността – като се започне от парковете, мине се през гей-сауните и гей-баровите, и се стигне до виртуалното пространство и различните мобилни приложения за общуване и търсене на интимен партньор.

Първата част е наречена ПСИХОЛОГИЯ НА ПОЛА, ИНДИВИДУАЛНИ ОЧАКВАНИЯ КЪМ СЕБЕ СИ И ОБЩЕСТВЕНИ НАГЛАСИ

Полово-ролевата идентификация е една от ключовите съставни части на Аз-концепцията, докато всички други функции и характеристики се основават именно на тези представи – Азът, като същество от мъжки или женски пол. Различават се два процеса на формиране на половата принадлежност на индивида: полова идентификация и полова типизация. Идентификацията е по-ранен процес на отъждествяване на себе си с ролята на друг човек (родител или негов заместник) и подражание на неговото поведение. Половата типизация, която последва идентификацията, е по-осъзнат процес на овладяване на културно одобрявани норми на

¹ От „Лесбийки, гей-мъже, бисексуални и трансполови хора“

поведение, типични за ролята на мъжа или жената в дадена култура. Определянето и усвояването на половата роля е най-важният и универсален компонент на Аз-концепцията.

Половата идентичност е основно екзистенциално чувство за мъжественост или женственост, тя предопределя ранното придобиване на знания за съхранението и възпроизводството на характерни дейности за собствения пол. Половите характеристики, ценности, интереси, предпочитания и поведение, са силно свързани помежду си. За психологията на пола централно е гледището, че индивидът прогресивно придобива набор от поведения, развива интереси, личностови черти и когнитивни предразположености, които са по-типични за неговия биологичен пол, а индивидуалното усещане за принадлежност към него е ключов елемент от развитието на Аз-концепцията. Придобиването на половоопределящите характеристики практически сегрегира двата пола, като елементите на половата типизация са повече групови, отколкото индивидуални. Така културните норми на ниво общество, определящи „чиста мъжественост“ и „чиста женственост“, водят до автосегрегация на сексуалните малцинства, чиито представители не успяват да се впишат в единия или другия „калъп“.

В англоезичната литература раздробяването и диференциацията отива по-далеч, като възприема пола, само като израз на биологичната основа ('sex'), докато термини, като „джендър“ и „джендърна роля“ позволяват да се разглеждат ситуации, в които обществата концептуализират, на база не на биологичната основа, а на културно обусловената полова роля, повече от два пола ('gender'), или в които индивидите би могло да променят пола си, през време на живота си. Проблемът на социалните науки е, че често се губи разликата между биологичното и културното.

Двете понятия се използват за прокарване на т.нар. „хоризонтална социална полова стратификация“ (за разлика от вертикалната – класова, съсловна). И докато 'sex'-ът е „стартовата“ позиция на индивида в обществото, получавана по рождение и предопределена от биологични фактори, то 'gender'-ът е белег за социализация, според половата принадлежност. Ако първото, полът се отнася до различните биологични характеристики, с които се раждаме, то сексуалността – до начина, по който тези различия придобиват смисъл, в рамките на културата. В повечето култури това става чрез приписването към една от двете категории: „мъж“ или „жена“. След това всяка от тях

бива описвана с набор характеристики, които изглеждат взаимоизключващи се – и те са етикетирани като „мъжественост“ и „женственост“. Това не означава, че всичко е заради културата. Всъщност, макар че индивидите се раждат с набор индивидуални физически и биологични характеристики, впоследствие те се осмислят чрез категориите на културата. В този смисъл – няма нищо биологично в сексуалността, в половата идентичност, а индивидът се научава да „осмисля“ сексуалната категория, към която са го причислили другите, културата.

Мъжете възприемат пола си за „по-престижен“ и повече приемлив за обществото, а своята сексуалност, изразявана през половото им поведение – като по-свободна от правила и санкции, за разлика от женската, която се възприема основно в рамките на репродуктивността, на продължаването на поколението и рода (на мъжа). Има, обаче, и едно изключение – хомосексуалността. Докато при жените тя традиционно се разглежда като „временно отклонение“, като „заблуда“, то мъжката хомосексуалност в западното (християнското) общество е традиционно отхвърляна и строго наказвана, особено – след брака, и при нея не се допуска „временност“, епизодичност или еднократност.

Особено е отношението на обществото и към т.нар. „крос-сексуална идентификация“ (идентифицирането с другия пол или трансгендерността) и „кросдресинга“ (обличането с дрехи на другия пол, травестизъм или трансвестизъм), изобщо – към „преминаването в другостта“. Що се отнася до крос-сексуалността и травестизма, социумът също е много по-толерантен към жените, които се възприемат като мъже и които се обличат в мъжки дрехи, отколкото – към мъжете, които се възприемат като жени или носят женско облекло. Освен че от векове насам е допустимо жени да носят панталони, първоначално – по някакъв специфичен повод, например езда, впоследствие, с възникването и разпространението на феминизма – и в ежедневието; за мъжете – конкретно в България – е допустимо само в един-единствен случай да носят женски дрехи – при някои определени обреди и пресъздаването на фолклорни (обикновено карнавални) ритуали, в които има социална забрана да участват жени, но пък жени трябва да бъдат изобразени, каквито са кукерските маскарадни игри. Оттам насетне – мъж в женски дрехи е неприемливо.

ПОЛЪТ КАТО ДИФЕРЕНЦИРАЩ ФАКТОР

Половата сегрегация е физическото, правното или културно обусловеното отделяне на хора, на база биологичния им пол. Макар и контроверсна практика, понякога отделянето на мъже и жени е ключов елемент в определени ситуации и социални практики. Тя може да бъде пълна или частична и може да се прояви както в обществен, така и в личен контекст.

Половата сегрегация е глобален феномен, който обаче се проявява различно в различните части на света. Някъде се смята за безобиден или нормален, другаде половата сегрегация е противозаконна. Опасения, свързани със сигурността и опазването на правото на личен живот, традиционните ценности и културни норми, или вярата, че половата сегрегация може да бъде полезна за образованието, например – всички те повлияват отношението, политиката и законодателната рамка, касаеща половата сегрегация.

В рамките на феминистичната теория са изведени шест основни теоретични подхода, които може да бъдат използвани при анализа на причините и ефектите от половата сегрегация. Те включват либертарианство, егалитаризъм (еднакво третиране), диференциален феминизъм (феминизъм на различията), антисубординационен, критичен расов феминизъм и антиесенциализъм. Всички те са представени и обяснени в тази част.

Десегрегационните политики често се опитват да предотвратят полова дискриминация или да намалят професионалната сегрегация. Те насърчават жените и мъжете да навлязат в сфери, в които типично преобладава другият пол.

СЕКСУАЛНОСТТА КАТО РАЗДЕЛИТЕЛ

Логично продължение на темата за половата сегрегация би била и темата за сексуалната сегрегация – отделянето (в по-честия случай – самоотделянето, автосегрегацията) на сексуалните малцинства.

Зад всевъзможни обяснения (най-често – заради постигане на по-високо ниво на сигурност) – в някои държави продължава, макар и с бавни темпове, процес на сегрегация – включително и формално добронамерена – и автосегрегация на сексуалните малцинства.

Сексуалната идентичност може да бъде разглеждана и в рамките на соционормативните и психологическите (себевъзприятни) аспекти на идентичността.

Соционормативната дименсия отразява степента, в която индивидът е социално и психично свързан с дадена група, и така потенциално може да бъде повлиян от нея. Това може да включва посещения на места, често посещавани от другите членове (напр. гей-бар или гей-клуб), участие в прояви, подкрепяни от членовете на групата (гей-олимпиада, гей-парад) или поддържане на информираността за състоянието на групата, чрез четене на вестници, списания, посветени и предназначени за членовете ѝ.

Психичните или себевъзприятни фактори се отнасят до усещането и отношението към собствената сексуална ориентация, нагласите към собственото сексуално поведение или привличане към собствения пол (напр. „авто-хомофобия“) и до важността на сексуалната ориентация за идентичността на индивида.

Много хора биват стигматизирани, заради фактическата или възприеманата им сексуална ориентация или полова идентичност, което – от друга страна – и нарушава човешките им права. Някои от тях стават жертви на престъпления от омраза, а в много случаи и не получават помощ и съдействие от съгражданите си, които са станали свидетели на такива.

По отношение въпроса, „Как, лично Вие, бихте се чувствали, ако съседът Ви е хомосексуален“, проучване на Европейската комисия (известното „Евробарометър“ от 2008 г.) установява, че – като цяло – средностатистическият жител на Европейския съюз не би имал против съседите му да са хомосексуални. Все пак – има чувствителни различия между страните. По скалата на толерантност от 1 до 10 (където 10 е максимално ниво на толерантност), най-толерантни се оказват в Швеция (9,5), Нидерландия и Дания (по 9,3), докато в другата крайност – най-нетолерантни, или хора, които най-малко харесват идеята съседите им да са хомосексуални, се оказват в Латвия (5,5), България (5,3) и – на последно място – в Румъния (4,8). Що се отнася до друг въпрос – доколко са били склонни да приемат хомосексуалист да бъде върховен представител на властта в държавата им, изследване от 2008 г., цитирано в доклад на Съвета на Европа, сочи, че хората в Швеция, Дания и Нидерландия са най-позитивно настроени, докато българите, румънците и кипърците са най-зле настроени към подобна идея. Същото изследване, повторено на следващата година – през 2009 – дава отново най-негативни нагласи в България, Румъния и Турция.

Кое то практически обяснява резултати от предишно изследване на автора на монографията (Димитров, 2010), което установява, че само в едва 8,2% от обхванатите

профили в сайт за запознанства, насочен предимно към гей-мъже, лицата са заявили, че са разкрили своята хомосексуалност, докато 66,3% я крият, а 25,5 % не са дали отговор на въпроса при регистрирането на профила си там, което също може да се допусне за показател за нежелание/избягване за дискутиране на темата, оттук – и прикриване на сексуалното поведение.

В крайна сметка, в България съпротивата срещу сексуалното отклонение продължава да доминира в обществените представи. Ако човек открито заяви своята хомосексуалност, рискува да се превърне в негативен ролеви и поведенчески модел, да стане обект на стигма, отбягване или открита агресия.

РАЗЛИЧИЕТО КАТО НАРУШЕНИЕ НА ДЖЕНДЪРНИТЕ НОРМИ И БИСЕКСУАЛНОСТТА КАТО ИНТЕГРАТИВНА СТРАТЕГИЯ

Социалните норми са общопризнати правила, стандарти за поведение, изградени и установени с цел да осигурят устойчивостта на социума, чрез стабилното и урегулирано взаимодействие между индивидите и групите. Те, нормите, целят интегрирането на индивида в групата, а групата – в социума, регулирането на социализацията, контролирането на отклоняващото се поведение, формирането на модели и поведенчески еталони. Именно чрез социалните норми обществото се стреми да осигури осъществяването на определени свои функции, осъществяването на които е от обществен интерес, който – от своя страна – не задължително е интерес на мнозинството. Въпреки това, той е обществен в смисъла, че с помощта на социалните норми осигурява координацията и съгласуваността в действията на индивидите, за да може преди всичко да се разгърне и да протича успешно съществуването и развитието на обществото.

В общественото съзнание хомосексуалността е максималното възможно нарушение на джендърните норми. Осъзнаването, че хомосексуалността е неприемлива, изправя индивида пред тежкия избор, дали да я признае и разкрие, или да я скрие. И едното, и другото влече стрес, напрежение във взаимоотношенията, загуба на контакти с близки, приятели, социална среда.

Макар в България хомосексуалността да бива декриминализирана още в края на 60-е години на XX в., в периода преди 10 Ноември темата е строго табуирана. След демократичните промени в градската култура на България (основно в София, Пловдив и

Варна) се случват видими промени. За значителна част от обществото, обаче, хетеросексуалността продължава да се възприема като единствено приемлива форма на сексуално поведение.

Като се „подчинява“ на правилата на социализацията, традиционното общество не спира да възпроизвежда практически патриархалните си порядки. Това е и причината хомосексуалността все още да не е тема, която често да става обект на публично говорене, но да продължава да бъде силно стигматизиращ фактор, изтласкващ носителите ѝ към границата на социума, като ги превръща в със сигурност не малобройно, но пък сякаш невидимо „малцинство“, което допълнително поражда и процеси на маргинална самоидентификация на самите хомосексуални.

Бисексуалността се явява най-разпространената индивидуална стратегия за избягване на проблеми в обществото, чрез живот по хетеронормативните, хетеросексуалните правила – двойственият живот, при наличие на брачен партньор от другия пол и собствени деца, заедно с хомосексуални контакти, най-често от случаен, непостоянен характер. Вероятна причина за избор на подобна стратегия е повишаването на собственото приемане, като последица от приемането на обществото и подобрените възможности за интеграция в обществото, предвид приемането от страна на другите. Естествено, в случая думата „приемане“ е много условна, предвид това, че индивидът бива приет само като привиден, практически симулиращ хетеросексуалност, чието придържане към „нормата“ е само гарант за „обществено благополучие“, предвид това, че „да бъдеш гей“ е опозоряващ, стигматизиращ факт. Така бисексуалността се явява жизненоважна за индивида стратегия, чрез която той се опитва да се „реабилитира“ и да се впише в хетеросексуалната среда. По тази причина и хетеросексуалността се явява камуфлажна, още повече, че за социума дори и явната, декларирана бисексуалност се възприема като несъвместима с хетеро-нормата. Нерядко именно бисексуалността, пораждаща вътрешен конфликт, се явява и основната причина за т.нар. „интернализирана хомофобия“. Може да се предположи, че броят хора, които реално водят бисексуален полов живот, е чувствително по-малък, отколкото самоопределящите се като бисексуални. Причината за това е представата за това, че бисексуалността е „по-престижна“ от гледна точка дори на отделната личност, отколкото хомосексуалността, доколкото при бисексуалността не е напълно загубена мъжествеността, която пък е най-значимата ценност на патриархалното общество.

Отделно от това е и, което Кнаус (Knous, 2006) разкрива: че общността на гей-мъжете и лесбийките дискриминира бисексуалните мъже и жени не по-малко отчетливо и не по-малко силно от хетеросексуалната общност, както самата тя се изразява: „бисексуалните са малцинство в едно би-фобно общество“. Подобно нещо е установявано и по-рано (Rodriguez Rust, 2002): „Бисексуалните се изправят пред изключването от лесбийките и гей-мъжете и пред интернализираната би-фобия, заучена, докато членуват в общност на хомосексуални мъже и жени“. В същото време „хетеро-обществото“, освен че гледа на бисексуалността като „противозаконна, неправомерна и грешна“, възприема бисексуалните като „опасни и хиперсексуални“ (Callis, 2013).

Изследванията показват, че устойчивата асоциация между неподчиняването на джендърните норми и хомосексуалността са сериозни препятствия към промяна в обществото и отношението му към половите роли (Phelan, 1993). Особено негативно към гей-мъжете е отношението на хетеросексуалните мъже, тъй като те биват възпитавани по-строго в спазването на традиционните роли и отклонението от мъжката роля за тях е много по-неприемливо и асоциирано с хомосексуалността, отколкото отклонението от женската роля (Garfinkle, Morin, 1978; Whitely, 1990). Така хомосексуалността се превръща в неизбежен стигматизиращ белег. Стигмата има пряк негативен ефект върху носителите на клеймото, като повишава вероятността от тяхното социално изключване, предразсъдъчно отношение и дискриминация, не на последно място – пряко физическо насилие. Стигматизираните биват подложени на по-лошо отношение на работното място, в образователните институции, системата на здравеопазването, правосъдието.

Непреките ефекти на стигмата върху носителя ѝ се отнасят до начина, по който той възприема и интерпретира социалната среда. Практически всички членове на дадена култура, включително и стигматизираните индивиди, са наясно с културните стереотипи, свързвани със стигмата, дори и да не са носители или изразители (обекти или субекти на стигмата – стигматизирани или стигматизиращи). Стигматизираният индивид е наясно с това, че бива подценяван от останалите, познава доминантните културни стереотипи, свързвани с неговия белег, и осъзнава възможността да бъде подложен на дискриминация. Подобни вярвания са колективни репрезентации и в този смисъл – и останалите носители на същата стигма също са наясно с възможното отношение от страна на околните, които не са носители на стигматизиращия белег, и

последниците от него. Та, тези колективни репрезентации повлияват начина, по който носителите на стигмата подхождат или интерпретират определена ситуация, в която има риск да бъдат подценени, да се проявят негативни стереотипи към тях или да бъдат подложени на дискриминация. Така стигмата се превръща в интерпретативен мотив, отправна точка, чрез която те интерпретират социалната среда, което – от своя страна – би могло да ги направи и свръх-чувствителни към поведения и отношение, които те припознават като признаци на подценяване, което да „блокира“ техните взаимоотношения и взаимодействието им с останалите членове на социума, предвид възможно „самореализиране“ на личното им „пророчество“, че ще бъдат отхвърлени от другия, още преди да започнат да общуват.

Именно колективните репрезентации може да имат негативен ефект върху стигматизирания, като повишават неговите притеснения, че би бил негативно оценен от другите, заради стигматизиращия белег.

Стигматизираните се справят по различни начини – някои от стратегиите са фокусирани върху проблемите, като може да направят опити да елиминират белега, който предизвиква отношението на околните (напр. при хората с наднормено тегло, които отслабват). Но това не винаги е възможно и друга стратегия е избягването на стигматизация, е чрез замяна на социалната група с друга, в която индивидът се чувства повече ценен, и отбягване на предишната група. Идентифицирането с група, към която принадлежат индивиди със същата или сходна стигма, е характерна стратегия за представителите на ЛГБТ-общността.

МЕДИЙНИ ВЛИЯНИЯ ВЪРХУ АЗ-ОБРАЗА, ХРОНОЛОГИЧНА ВЪЗРАСТ И НАГЛАСИ КЪМ СТАРЕЕНЕТО СРЕД ГЕЙ-МЪЖЕТЕ

Гей-мъжете се смятат за вече възрастни доста по-рано, отколкото в традиционната култура. На страниците на лъскавите гей-списания (включително, а и особено в непорнографските) присъстват доминиращо млади мъже, а гей-порнографията третира по-възрастните за „маргинализиран фетиш“, като дори в различните телевизионни предавания и филми, в които има персонаж-гей, изключително рядко той е над 40 години, дори и в програмираните в ЛГБТ-каналите.

Майкъл Джонсън отбелязва, че възрастово сегрегираната същност на общността на гей-мъжете прави връзките между хора на различни години много трудни, а

състоянието допълнително се влошава от едновременното влияние на две тенденции: на възприемането на по-възрастните гей-мъже като „немъжествени“ от по-младите и – респективно – от себевъзприемането на възрастните гей-мъже, като „немъжествени“, и така ейджизмът в гей-общностите допълнително се трансформира в – както я определя Джонсън – „интернализирана хомофобия, която приравнява стареенето с „оженственостяване“, липса или загубване на мъжествеността“.

Образът на собственото тяло, подобно на другите компоненти на Аз-концепцията, е субективен, но нито един друг елемент, както тялото, не е така открит за външно наблюдение и социални оценки. Така нареченият „Телесен Аз“ и образът на тялото: ръстът, теглото, телосложението, цветът на очите, пропорциите, са тясно свързани с нагласата на индивида към себе си, самочувствието и преживяването на собствената адекватност и себеприемането. Общото ниво на удовлетвореност от собственото тяло е пропорционално съизмеримо с общото ниво на приемане на себе си. Освен това, традиционната култура (което може да се отнесе и към субкултурата на хомосексуалните) предявява очаквания към физическото тяло, които правят половата идентичност (от там – готовността за спазване на субкултурния идеал) гъвкава.

Гей-мъжете – смятат Левеск и Вишески (Levesque, Vichesky, 2005) са подложени на особен риск от неудовлетвореност от тялото. Резултатите от тяхното изследване показват, че повечето участници в него са загрижени повече от мускулатурата, отколкото от теглото си, а повишените тенденции към социално сравнение и повишеният индекс на телесна маса са свързани с по-висока неудовлетвореност от тялото. Освен това – разкриват учените – въпреки че включеността и възприеманото приемане от гей-общността не са предиктивни за общата неудовлетвореност от тялото, те откриват доказателства в подкрепа на допускането си, че връзката между образа на тялото и самочувствието може да е повлиявана от интегрираността в гей-общността, определена като включеност и възприемано приемане.

Левеск и Вишески (Levesque, Vichesky, 2005) разкриват, че колкото повече един мъж проявява склонност да сравнява тялото си с идеализирания медиен образ, толкова по-малко позитивно той преценява собствения си външен вид, толкова по-загрижен е да не е пълен или да не напълнее, и толкова по-мускулест иска да бъде. Двамата автори откриват и известна зависимост между склонността към сравняване и по-високото ниво на включеност в гей-общността. Тази връзка – смятат те – може би отразява общата

загриженост за външния вид, типична за гей-общността. И макар да признават, че не са в състояние да изведат каузалност, коментират, че колкото повече време индивидът прекарва във възприемане (гледане, слушане, четене) на медии, насочени към гей-аудиторията, толкова по-интензивно и по-дълго е изложен и възприема идеализирани образи, и толкова повече се сравнява с тях. Друго допускане – смятат те – е, че мъжете, които проявяват склонност към социално сравнение, е по-вероятно да търсят гей-ориентирани медии, като източници на модели за сравнение. Освен това – ако доминантният идеал за гей-мъжа е той да бъде мускулест, индивидът може да очаква, че по-доброто приемане (по-голямата включеност) в гей-общността ще се асоциира с по-високия стремеж към мускулесто тяло. Което – според изследването – се оказва така: включеността в гей-общността се свързва с повишен стремеж към мускулесто тяло. Интересното е обаче, въпреки това, че по-високото възприемано приемане в гей-общността е свързано с по-малки нива на желание за мускулесто тяло. Двата автори смятат, че усещането за приемане може да намалява натиска върху гей-мъжете да изглеждат по определен начин, за „да паснат“ на гей-общността или е възможно възприетото приемане да е свързано с по-ниски нива на интернализирана хомофобия, която би могло да се манифестира като неудовлетвореност от тялото. С други думи: поне, що се отнася до загрижеността за постигането на мускулесто тяло, която се свързва с общата неудовлетвореност от телесния образ, включеността излиза, че повишава загрижеността, докато възприеманото приемане я понижава.

Зилбърстийн и колеktiv (Silberstein et al., 1989) смятат, че външният вид е интегрална част от самочувствието на гей-мъжете. В сравнение с хетеросексуалните мъже, хомосексуалните показват по-високи нива на неудовлетвореност от тялото и възприемат външния вид като повече централен за възприемането на личността си. Освен това – тренировките им са повече мотивирани именно от желанието им да повишат привлекателността си.

Печатните медии рядко обръщат внимание на любовта в еднополови двойки, най-често се обсъждат проблеми на правата и свободите им. Що се касае до визуалните медии, то дълго време еднополовите двойки са изключени от кинематографската продукция, а впоследствие, и то – отново задълго – само в западното кино, се появяват, като второстепенни персонажи (Merskin, 2014). Еднополовата любов започва да се появява на екрана доста по-късно от образа на хомосексуалния персонаж изобщо. При

това – в някои жанрове тя се стигматизира и се изобразява, като проява на ненормалност.

В днешно време в западноевропейските и американските сериали и кинофилми масово присъстват представители на ЛГБТ-общността. В много случаи дори излизат от рамките на второстепенността и биват сред главни персонажи, въпреки това – по изключение във филми, посветени на тематика, различна от живота на лесбийките, гей-мъжете, бисексуалните или транссексуалните хора. Въпреки това – присъствието им е относително нов феномен. Що се касае до киното – също се броят на пръсти популярните кинофилми за широка аудитория, в които главните герои са хомосексуални.

В българските медии темата за хомосексуалността присъства основно като повод за скандално привличане на внимание или като „жълтина“ – новини, свързани с клюката, любопитното, омаскаряването, подигравката. В съвременното българско кино и в телевизионни сериали тя присъства по изключение и се разглежда по-скоро като „проява на слабост“ от героя или нещо, което го прави уязвим. Освен това: „Агресивно настроените към хомосексуалистите постоянно намират подкрепа за емоционалните и поведенческите си нагласи в средствата за масова информация [...] дори и да са спорни и недоказани, тези случаи дават пълноценна „храна“ за социалното отхвърляне и генералната омраза“ (Градев, 2010).

ХЕГЕМОННАТА МАСКУЛИННОСТ И ГЕЙ-МЪЖЕТЕ

Гей-мъжете се опитват да „удържат“ на стигмата на хомосексуалността, като предприемат различни поведенчески стратегии, смята Джонсън (Johnson, 2002). Те включват отричане, възприемане на хипермаскулинни качества и/или автосегрегация – самоотлъчване, изолиране от останалата част от обществото. Докато разрешават противоречието да бъдеш едновременно „гей“ и „мъж“, много гей-мъже поддържат и изразяват идеализираните сексуални и полови послания, свързани със символична сила, устойчивост и самочувствие, характерни за среда с хегемония на маскулинността. И макар да не ги поддържат постоянно – често се възползват.

По тази причина – продължава Джонсън – когато са изправени пред алтернативата да се откажат от маскулинната си полова принадлежност, за сметка на тяхната (хомо-) сексуална идентичност, (хомо-) сексуалната им идентичност често бива потискана, или дори отричана. В опит да продължат да поддържат маскулинната си

привилегированост, за сметка на гей-идентичността си, много гей-мъже активно се опитват да потиснат женствеността си, като преувеличават различни аспекти от хегемонната маскулинност. В резултат на това те несъзнавано подсилват и интензифицират хегемонните хетеросексуални и маскулинни идеологии, като поддържат устойчивите, „груби“ мъжествени модели на поведение.

Концепцията за хегемонната маскулинност се появява през 80-е години на XX в. и повлиява чувствително възприемането на мъжете, пола и социалната йерархия. Каригън, Конел и Лий (Carrigan, Connell, Lee, 1985) определят маскулинността чрез следните черти: 1) господство над жените; 2) господство над другите мъже, напр. нискостатусни, възрастни, от друг етнос или хомосексуални; 3) обезателна хетеросексуалност, като норма; 4) стремеж към неизменно запазване на така описаните характеристики.

Мъжествеността обикновено се разглежда в диалектическа връзка с женствеността, като мъжествеността е по-ценената от двете. Тя не е статична характеристика, а разтегливо понятие, организирано в рамките на социалното взаимодействие. Тя не е и само обект на познание, а на взаимодействие между индивида и структурата на социума. Въпреки че мъжествеността може да бъде представена, изразена по различни начини, подобен аргумент означава, че мъжете често се чувстват задължени, съзнателно или несъзнателно, да се държат по специфични начини, предопределени от конкретната културна среда. Именно доминиращите идеологически норми за мъжественост се определят като „хегемонна мъжественост“ или маскулинност (Johnson, Samdahl, 2005).

Хомосексуалните мъже са интересни от социалнопсихологическа гледна точка, тъй като те постоянно изразяват парадоксално отношение към хегемонната маскулинност, като понякога се противопоставят, а понякога подкрепят и подсилват доминиращите идеологии. И понеже гей-мъжете се сблъскват с хегемонна маскулинност, базирана на хетеросексуалността, техните ежедневни взаимоотношения издават противоречиви послания (пак там).

Някои автори обръщат внимание на противоречието, с което се сблъскват гей-мъжете, като смятат, че хетеросексуалните връзки, и съответното „сексуално функциониране“ с жени, се възприемат като доказателство за мъжественост. Респективно – липсата на секс с жени неизбежно ще увреди мъжката половоролева

идентичност. В този смисъл: след като хомосексуалното влечение на гей-мъжете не се основава на влечение към жени, то директно се противопоставя на хегемонната хетеросексуална мъжественост. В отговор на това хегемонните идеологии създават послания, които често използват гей-мъжете като антитези на маскулинността, като ги изобразяват като женствени. Гей-мъжете се опитват да устоят и да се противопоставят на стигмата на хомосексуалността, като предприемат различни стратегии. Те, именно, включват „бягство“ и/или автосегрегация, затваряне в общността. Докато се справят с противоречието да са едновременно гей и мъже, мнозина от тях поддържат и изпращат идеализирани сексуални и половоролеви послания, свързани със символична власт, сила и себеуважение, издържани в рамките на хегемонната маскулинност. И въпреки че не всички мъже я „практикуват“, повечето мъже извеждат ползи, възползват се от нея. По тази причина, когато са изправени пред алтернативата да се откажат от привилегиата на мъжествеността, за сметка на (хомо-)сексуалната си идентичност, някои гей-мъже потискат или дори отричат своята (хомо-)сексуална същност. Други правят опити да поддържат привилегиата на мъжествеността, въпреки гей-идентичността си, и съзнателно подсилват и интензифицират хегемонните хетеросексуални и маскулинни идеологии, като предприемат опресивни, силови действия (и възприемат респективните поведения – б.м.), свързани с това „да бъдеш мъж“ (Johnson, Samdahl, 2005).

Ако бъде разгледана българската система на отношения, ще се види, че тя е доста различна от западната. Особеностите на българската джендърна система се предопределят не от степента на „освобождение“ на мъжете или жените, а от конструирането на абсолютно нов тип общество и нов тип личност. Основна характеристика на новия социален живот става не освободеността, а дисциплината. Социалистическата държава не освобождава жените от подчинението на мъжете, а ги освобождава от патриархалните семейни отношения, за да ги подчини, заедно с мъжете, на властта на държавата. Така държавата разглежда жената като особена социална категория и обект на особена грижа – социалните грижи, гарантираните държавни плащания и привилегиите, свързани със съвместяването на заетостта и майчинството, превръщат жените в специфична държавнозависима група. Трудовият колектив се превръща в най-важен агент на социализацията не само за жените, но и за мъжете, а работата – основен смисъл на живота в онова общество.

Така, с промяната на същността на семейството, се маргинализира и позицията на мъжа във възпитанието на детето, а неговата роля се заема от държавата. Традиционната роля на мъжа отпада само по отношение на семейството, неговата доминация в обществената сфера остава несъмнена. Мъжете в социалистическото общество биват поощрявани да се реализират в труда и да растат в йерархията на трудовия колектив. Така джендър-системата на българското общество отпреди 10 Ноември 1989 масово въвлича жените в обществения живот и им дава определена икономическа и социална независимост, а относително пренебрежимата роля на бащата в отглеждането на децата легитимира контрола на жените над децата и подрива позицията на мъжа в семейството. Хегемонната социалистическа маскулинност се строи въз основа на „службата“ – на казармата.

Падането на комунизма бележи и крах в половоролевата система на българското общество. В годините на прехода се появява „заместващата женственост“ на попфолк-певицата и „заместващата мъжественост“ на мутрата. Допълнително последният образ се усилва от отслабването на другите образи от средата, в която е поставен – на „неуспелия“ и „неуспешен“ интелектуалец или спортист, чиито усилия остават напразни, от гледна точка на уважение и респект от останалите участници в социума.

ГЕЙ-СПОРТЪТ

Хетеронормативността може да бъде разглеждана като доминантна парадигма във физическото възпитание и спорта. Тя описва възприемането на хетеросексуалността като даденост, нещо съвсем естествено и обикновено. Този начин на мислене често придобива крайни форми в спортната култура, където приоритетът на хетеронормативното мислене проявява нетолерантност към хомосексуалността.

Хомофобията не само е широко разпространена в спорта, но всъщност спортът често бива концептуализиран като арена, на която мъжете-атлети имат възможност да поддържат маскулинна хегемония, като потискат жени и индивиди, които се определят като гей/лесбийка. Хомофобията е проблем в спорта, както за мъжете, така и за жените. Жените-атлетки с по-добри резултати често са стигматизирани, като биват етикетирани като лесбийки, което отразява видимата дихотомия между постижения и фемининност.

Интересен феномен е, обаче, че българското общество е много по-мълчаливо-толерантно към жени в традиционно мъжки спортове (като бокс, борба, вдигане на

тежести, футбол). За тях не се говори стигматизирано или – ако се говори – се използват определения като „мъжко момиче“, което фактически е с позитивен конотат и в контекста на постиженията им означава, че се борят мъжки, смело, с жар, и побеждават. В същото време дори не се допуска да се мисли за мъже в традиционно женски спортове (например художествена гимнастика или синхронно плуване), а мъжете в някои, мислени като „по-скоро женски“ (фигурно пързалане), се възприемат с маскулинността си, само в състезанията по двойки, където има жена, която да „валидизира“ мъжествеността на състезателя, в индивидуалните състезания винаги има „нещо съмнително“ в гледката на мъж в трико.

В исторически план хомофобията е вкоренена в културата на спорта, въпреки че се манифестира по различни начини сред доминираните от мъже и от жени спортове. За „мъжките“ спортове хипермаскулинната субкултура промотира хомофобия, до степен хомосексуалността да се възприема като заплаха. И – разбираемо – спортистите кроят ревниво сексуалността си.

Автосегрегацията на представителите на сексуалното малцинство може да бъде видяна още и в т.нар. „гей-спорт“, особено в „гей-олимпийското движение“ – един вид паралелни олимпийски игри, в които участват и се състезават хомосексуални хора (макар формално те да са „отворени“ за всички, които искат да вземат участие и да се състезават в някой от спортовете).

В България са правени няколко опита за формиране на спортни клубове на хомосексуални хора. Към момента никой от тях не функционира. Причините – липса на интерес. Функциите им са били разпределена между гей-бара (социализация и афилиация) и интернет-сайтовете за запознанства (търсене на интимен партньор), а чисто спортната им функция е била поета от други, несегрегирани спортни клубове.

ЖИЛИЩНАТА СЕГРЕГАЦИЯ ПРИ ХОРАТА СЪС СЕКСУАЛНО ВЛЕЧЕНИЕ КЪМ СВОЯ ПОЛ

Стивън Мърей (Murray, 1993) смята, че „съвременните градски анклавни в Северна Америка, в които живеят еднополови двойки (както мъжки, така и женски – б.м.), се различават от анклавите на етническите мигранти по няколко показателя – докато имигрантите са относително бедни и говорят език, различен от английския, хомосексуалните двойки са добре интегрирани социоекономически и родният им език

е английският. Като резултат гей-мъжете и лесбийките, които живеят в гей-квартали, [вероятно] са избрали сами да живеят с други хомосексуални двойки, за разлика от имигрантите, които са били принудени да живеят с други хора, които говорят техния език“.

Като се изключат американските изследвания, липсват други данни за жилищната сегрегация на еднополовите двойки в световен мащаб. За България също няма как да бъдат дадени еднозначни данни в тази насока. Това е така, на първо място, понеже обособени, сегрегирани гей-квартали няма. Главната причина е, че населението на страната, като цяло, след това – на големите градове изобщо – е твърде малко, за да може да има достатъчен брой потенциални жители на цял един такъв квартал, независимо колко голям е той. Отделно от това – българското общество е патриархално, в него хомосексуалността не се толерира (още повече – демонстрирането ѝ), от там – само част от гей-хората изобщо приемат хомосексуалността си, от тях – още по-малка част я „осъществяват“, още по-малко „излизат от гардероба“ (при все, че не е задължително да е в този ред), още по-малка част изобщо заживяват в [трайна] двойка. Не трябва да се пропускат и фактори, като ограничения жилищен пазар, недостатъчно достъпното жилищно кредитиране и ниското заплащане на труда. Всичкото това силно намалява потенциалната възможност от обособяване на сегрегирани части от някои от по-големите градове, заселени от представители на сексуално малцинство.

В Западноевропейските държави, обаче, отделни обособени жилищни части от градовете, чиито заселници са ЛГБТ-хора, има. Един от градовете е Париж. Според някои автори, като Рено Боавен (Boivin, 2011), обаче, „северноамериканските жилищни анклавни се отличават чувствително от европейските гей-квартали, които трудно позволяват някакво „общностно вписване“, за каквото би следвало да са създадени“. И докато наличието на американските – продължава Боавен – сигнализират за „утвърждаване“ или „освобождаване“ на сексуалното малцинство, в европейските примери териториалното струпване на хомосексуални хора – какъвто е случаят с квартала в Париж – може да бъде интерпретирано като резултат от социално и териториално изключване, на което са били подложени на другите места, на които са живели. Фразата „гей-квартал“ – продължава Боавен – която става популярна през 90-е години на XX в., за да измести „гето“, което е използвано от радикалните хомосексуални групи, „е резултат от социално и дискурсивно, отколкото автентично описание за

пространствената концентрация на ангажираност (вкл. бизнес – б.м.) на хомосексуалните обитатели. Тя сигнализира за други промени в начина на живот и репрезентациите на хомосексуалността“.

Само може да се хипотезира, обаче, дали и ако в България възникне обособен жилищен район за ЛГБТ-хора, той би следвал американския (утвърждаване на сексуалното малцинство) или западноевропейския модел (последница от социално и териториално изключване). Двата случая, освен видимо, са и принципно различни, тъй като в единия (американския) може да се говори за фактическа доброволна сегрегация, докато в другия (европейския) – отделянето е недоброволно, въпрос на маргинализация и изтласкване на малцинството към и отвъд периферията, на образуване на своеобразен „социален анклав“.

В анкета, целяща да проучи нагласите към жилищно сегрегиране на ЛГБТ-хората в България (отделяне в обособени квартали, като Сохо в Лондон, Льо Марс в Париж или Челси в Ню Йорк) и възможните причини "За" и "Против" живеене в подобен тип райони, проведена в периода януари-май 2016 г., на въпроса „Известно ли ви е в България да има (вкл. зачатъци на) обособяване на жилищен район, предпочитан за живеене от ЛГБТ-хората?“, 22,1% отговарят с „Да“, останалите 77,9% заявяват, че не знаят да има подобен квартал. При все немалкия процент информирани, едва 15% от тях дават конкретни данни – всичките за части на град София.

Тези, които са отговорили отрицателно на въпроса, дали има гей-квартал някъде в България, са допълнително инструктирани да изброят основните причини да няма такъв. А те, оказва се, са: „Нетолерантност у другите и страх“; „Лоши взаимоотношения в самата гей-общност“ и „Финансови причини“.

ГЕЙ-БАРЪТ – МЯСТО ЗА ПРИЯТЕЛСТВА, СЕКС И... БИЗНЕС

Всяка група, която бива сегрегирана и изолирана, пише Робин Грифитс (Griffiths, 2008), и която често е подложена и на гонения, по естествен начин ще търси да намери „защитено място“, в което членовете ѝ да се събират, и така – да придобиват усещане за солидарност. С други думи: групата да се самоотдели, да се самосегрегира в определено пространство. В случая с хомосексуалността, това би могло да бъде и гей-барът, който често е встрани от основните места, на които се събира мнозинството, в закътани улички,

обикновено на границата, маргинализиран (каквито, практически, са и неговите клиенти).

Както пише Грифитс (Griffiths, 2008): „Като цяло в западните демокрации, с течение на времето обществото става и по-толерантно, и в съзвучие с повишената обществена нагласа към осъзнаване за правата на ЛГБТ-хората. От 70-е години на XX в. досега гей-баровете и клубовете започват да се променят – някои се преместват от местата с приглушена светлина на „задните улички“ – в лъскави стъклени дворци в центровете на градовете; и вместо да държат любопитните очи навън – дойде времето да надникнем вътре“. В крайна сметка – смята Грифитс – барът осигурява място за себереализация.

В България баровете (в т.ч. и клубовете) за хора с нетрадиционна сексуална ориентация – противно на твърдението на Грифитс – не са „встрани“, на „закътани улички“ и „на границата“. Даже напротив. Две от първите популярни такива заведения – клубовете „Спартакус“ и „Калигула“ – бяха, съответно, на едно от най-оживените места в София, в подлеза на Софийския университет, в непосредствена близост и до Народното събрание, както и на главната улица в Пловдив. Функциониращите към момента, поне такива, за които може да бъдат намерени публично достъпни данни, са също в централната част на София и самия център на Варна.

Горното, от една страна, на мнозина вероятно би се привидяло като признак на зрелост на българското общество и проява на толерантност (или поне търпимост). Съпоставено с данните, приведени по-горе, за фактическата толерантност и за липсата на обособен „гей-квартал“ в нито един български град, обаче, локализирането на заведенията, в които ЛГБТ-хората може да се срещат и забавляват, в централните градски части, е по-скоро, понеже „няма къде другаде“, а центърът, практически, е равноотдалечен от останалите части на града, в които живеят гей-хората, без да са в хомогенизирани групи.

Съществуването на заведения (нощни клубове, дискотеки, барове, кафенета, дори фитнес-клубове), в които мъжете се срещат с други мъже, с цел (евентуално) намиране на сексуален партньор, е относително модерен феномен в световен мащаб, а в България – още повече. Социалната стигма и законодателството, преследващо хомосексуализма, са довели до това, че мъжете търсят и намират други мъже за секс на всевъзможни, обикновено обществени места. В интернет лесно може да се намери

информация от т.нар. gay-guides (букв. гейводители – от „гей-пътеводители“) за отделни обществени къпални из цялата страна, плажове, отделни алеи в градски паркове и крайградски зони, дори градски тоалетни. Заради потенциалните опасности от евентуално разкриване (вкл. полицейско преследване, изнудване или дори нападение), търсенето на интимни или само (еднократни) сексуални партньори се прехвърля в скрити, тайни канали и „явочни“ места. Въпреки това, както в много други западни култури, в днешно време и в България използването на заведения (барове, дискотеки) за социализиране, забавление или срещи с (потенциални) сексуални партньори, е вече добре организирано и те представляват социално-приемливи пространства. Гей-клубовете и кафенетата предоставят възможност за намиране на партньор (включително и за спонтанен секс „на място“), доста по-приемлива от парковете и тоалетните (които, все пак, продължават да съществуват като места, използвани от някои субгрупи на гей-общността). Най-големите български градове имат, по-малко или повече на брой, своеобразни „гей-сцени“, било то барове или клубове, специално предназначени за ЛГБТ-хора, или просто обикновени заведения, възприемани като „приятелски настроени“. В крайна сметка, за много хора, особено когато „излизат от гардероба“, посещаването на гей-бар или друг клуб, е важна стъпка към намирането на приятелства, партньор, изобщо – към усещането за принадлежност и приемане от дадена общност, в случая – ЛГБТ-общността. За някои посещението на подобни места е единствена алтернатива за социална принадлежност и срещи.

Естеството на интеракциите между гей-мъжете варира ясно, според „сексуалното пространство“, в което се случват. Има ясни и важни различия в търсенето на секс, в зависимост от местата. Освен това – контекстът, в който двама души са се срещнали, е важен за разбирането им за срещата и за възможното развитие на взаимоотношенията им. В гей-бара е възможно да опознаеш (вкл. не само от една среща) даден човек, а впоследствие – и да създадеш приятелство, дори връзка. Това няма как да се случи при (обикновено и по правило) бързия секс в парка или в градската тоалетна. С други думи: има ясен контраст между „сексуалната култура“ на бара и на откритите пространства.

В специално изследване на нагласите към заведенията, в които се събират ЛГБТ-хора в България, проведено в периода август-октомври 2016 г., участие взеха 83 души – всички те – представители на общността и посетители. Преобладават мъжете, чиито предпочитания за сексуален партньор, са други мъже – почти половината от извадката

(49,4%), следвани от жените, чиито сексуален партньор е друга жена (22,9%). Това прави хомосексуалните хора основната група участници с общо 72,3%. Следват бисексуалните мъже и жени – общо 19,2 на сто, шестима души са се обявили като транссексуални (7,2%), един е декларирал, че е „хетеросексуален, но подкрепящ“.

На респондентите беше предложено да дават свободни отговори на набор въпроси, свързани с нагласите им (общо отношение, предимства, недостатъци) и причините, поради които те лично, както и другите хора посещават гей-барове и гей-клубове. Предложени бяха и въпроси, свързани с цялостната им оценка на нивото на ЛГБТ-клубовете в България, както и – дали поддържат контакти с хора, с които са се запознали в заведенията и извън тях. Отделен въпрос касаеше спецификата на тези контакти.

На въпроса, свързан с причините, поради които лично респондентът посещава заведение за ЛГБТ-хора, отговорите се разпределят така: болшинството изтъкват като причина, че самите те са хора с нетрадиционна сексуална ориентация за тях е съвсем естествено да посещават подобни места (34,9%), следващата причина (22,9%) е за запознанство с нови хора, без да се уточняват характерът и целта на запознанството, докато мотив „търсене на сексуален партньор“ отчитат 6% от отговорилите. По-спокойни се чувстват 19,3%, по-защитени – други 8,4%, конкретен отговор „защото в гей-бара липсва дискриминация“ дава един човек (1,2%), а защото там се чувстват „по-освободени“ заявяват 15,7% от респондентите. За да се забавляват отиват 20,5%, за да „прекарат приятно“ други 7,2 на сто, за разнообразие и от любопитство – по 1,2%.

Що се касае до общото отношение към обособените места за ЛГБТ-хора, на респондентите е предоставена възможността за избор по 5-степенна скала („Напълно положително-Положително-Нито положително, нито отрицателно-Отрицателно-Напълно отрицателно“), като огромното мнозинство от тях изразяват „позитивно“ или „напълно позитивно“ отношение, а респонденти, които да са изказали „напълно негативно“ – липсват.

От заявилите, че посещават ЛГБТ-заведения, за да се забавляват, 82,4% от групата са с „Изцяло положително“ мнение към тях. Малко по-колебливи в отношението си са респондентите, посещаващи ги по други три причини: „Запознанство и срещи с нови хора“, „Спокойствие“ и „Защита“: едва 52,6% от групата, заявили, че търсят запознанство, изразяват изцяло положително мнение към гей-баровете в България, докато 42,1% от

групата отговарят с „По-скоро положително“; 62,5% от тези, които ги посещават, заради спокойствието, което им осигуряват, изразяват изцяло положително мнение, докато малко по-балансиран са 31,2%; от тези, които заявяват, че търсят сигурност в местата за забавление и срещи на ЛГБТ-хората, 57,1% изразяват изцяло положително мнение към тях, докато 28,6 на сто, макар да изразяват положително мнение, не го споделят в крайността му. За сметка на това всички, посочили причина „Секс“ изразяват „Изцяло положително“ мнение към местата, на които се събира ЛГБТ-общността.

Любопитно е, че най-голям процент вътре в групата си (42,7%) избират като причина да посещават гей-барове за забавление бисексуалните мъже и бисексуални жени (една трета от групата). Три четвърти от би-мъжете заявяват също и, че ги посещават, заради възможността да се държат освободено там (при гей-мъжете пропорцията е само една пета, например).

От тези, които са обявили като причина за посещаването на барове, насочени към ЛГБТ-хора, това, че „са такива“, с други думи: че принадлежат към общността, 75,9% заявяват изцяло положително мнение към заведенията у нас. Най-голям процент посетители в самата си възрастова група, са тези между 31 и 35 години (46%), както и в групата на хомосексуалните мъже (41 на сто от групата са обявили, че ходят в гей-бара, защото са хомосексуални).

От посетителите, заради възможността да намерят партньор за секс, най-много са гей-мъжете. Предвид и други данни, цитирани в монографията, може да се допусне, че бисексуалните мъже, например, предпочитат други канали за намиране на сексуални партньори от същия пол, още повече, че за тях водещата личностова черта, която търсят у партньора, е дискретност, каквато гей-барът няма как да предложи в необходимата степен. За сметка на това – при гей-мъжете водещи са други черти, които се търсят у потенциалния партньор. Още повече, че нито един бисексуален мъж не е посочил като мотив за посещаване на бар „Запознанство и срещи“. За сметка на това – еднаква пропорция вътре в групите на гей-мъжете и на лесбийките (съотв. 26,8% и 26,3%) отчитат като важна за тях и тази възможност, която предоставя барът.

Кратък коментар на данните, особено при сравнението им със сходни изследвания от други държави, би бил, че – за съжаление – гей-барът в България има много по-малко социална функция, колкото защитна – много по-малко е място за среща

с приятели и още по-малко – за срещи, с цел секс, и много повече – място, където „да се скриеш, за да бъдеш себе си“.

На въпроса „Поддържате ли контакт с други хора, които сте срещнали в заведение, което посещават ЛГБТ-хора?“ болшинството от респондентите са отговорили утвърдително (79,5%), отговорилите отрицателно са чувствително по-малко (20,5%). Интересно е, обаче, да се видят данните, свързани с описанието на това „в какво се състоят контактите“. Приятелство са установили и поддържат 59% от респондентите, други 3,6% определят контакта си по-скоро само като познанство. Делови, бизнес отношения, обаче, са установили в гей-бара и поддържат извън него 7,2 на сто. Сексуални взаимоотношения с хора, които са срещнали в бара, имат 15,7%, докато дълготрайната си връзка са намерили там 4,8%. Отговорите на трима души трудно може да бъдат определени: двама заявяват, че поддържат „всякакви“ взаимоотношения, докато един е отговорил: „Ми цел забава“.

Любопитно е да се видят някои зависимости между данните. Например това, че като място за бизнес-контакти гей-барът е посочван само от хомосексуални и бисексуални мъже, докато нито една жена (лесбийка или бисексуална) не е заявила, че това пространство би могло да бъде използвано и за делови взаимоотношения и бизнес-връзки. При все това зависимостта е слаба. Що се касае до йерархията в структурите, в които работят (фирмите и организациите) – зависимостта е също слаба, но от шестимата респонденти, които са се обявили за висши мениджъри, двама посочват гей-бара като място за бизнес-контакти, докато в другите групи, които са и значително по-големи, само по един респондент споделя, че открива възможности за установяване и поддържане на делови взаимоотношения.

Що се касае до търсенето на сексуален партньор в заведение за ЛГБТ-хора, тази възможност отново е припознавана само от мъже – един от шестима бисексуални и дванадесет от двадесетидеветимата хомосексуални, всички във възрастовия диапазон 21-35 години, като най-голямо е процентното съотношение между търсещите секс и общия брой представители в групата на тези между 31 и 35 години (38,5%), докато нито една жена не е дала такъв отговор. Интересно е и това, че респондентите, които са заявили, че са намерили партньора си в гей-бар, са до 25-годишна възраст.

От тези данни става ясно, че като социални пространства, баровете, посещавани от хора с нетрадиционна сексуалност, осигуряват пълната палитра взаимоотношения

между хората – от приятелство, през секс, до професионални и бизнес-отношения. Като забележка към българските заведения, обаче, някои от респондентите отчитат, че те са твърде малко и – според някои от тях – дори „еднотипни в универсалността си“, като за тях би било полезно да има още едно ниво на диференциране (което – по същността си – е допълнително ниво на отделяне, на автосегрегация) и да се обособят места, на които, например, да се срещат само гей-мъже и други – в които да се събират само жени, които търсят да намерят приятелство, секс и любов с други жени.

ЗА ГЕЙ-САУНАТА КАТО „ИНТЕРНЕТ ОТ ВРЕМЕТО НА ДИНОЗАВРИТЕ“ И ЗА МОБИЛНИТЕ ПРИЛОЖЕНИЯ – КАТО „СЪВРЕМЕННАТА ГЕЙ-САУНА“...

Друго място, с много повече „социални функции“ за гей-общността, отколкото е първообразът му за останалата част от обществото, е гей-сауната. За ЛГБТ-хората тя не е толкова „място за здравословни процедури“, колкото „място за запознанства и секс“. В София (достъпни данни за други градове няма) досега е известно да е имало три такива обекта. Към момента на написването на книгата и трите не функционират, единият – по данни от собственика му – е продаден и последващата му съдба е неизвестна, на два от тях уеб-страниците са деактивирани, на третия сайтът функционира (макар на него да има само адрес и телефон и никаква друга информация). В различни форуми може да бъде прочетено, че сауната с работещия уебсайт също е затворена (на някои места версията е „за ремонт и разширение“, на други – от ХЕИ, заради „лоша хигиена“, на трети – след акция на ДАНС, без да са ясни причините). Очевидно подобно начинание не е рентабилно в български условия. В различни интернет-среди може да бъде намерена информация за други места за срещи на (предимно) гей-мъже, но те са общодостъпни и – като цяло – популярни, напр. публични басейни и спа-центрове със свободен достъп.

И докато за Съединените щати, например, за гей-общността баните и сауните се възприемат като вдъхновяващ успех на почти вековна политическа битка за преодоляване на изолацията и развитие на чувство за общност и изразяване на сексуалността, за придобиване на права и за създаване на „сигурни пространства, където гей-мъжете да общуват и търсят сексуални партньори при минимални рискове от насилие или унижение“ (Vérubé, 2003), то за България – дали защото тепърва би набрала популярност в по-късен етап, или социализиращата ѝ функция е била своевременно

поета от Интернет, още преди да се появи, но гей-сауната – оказва се – не придобива този статут, който има в другите държави, в които се появява десетилетия преди това.

Освен традиционните сайтове за запознанства, напоследък все по-популярни сред хомосексуалната общност са различните „геосоциални мрежови услуги“ – приложения за смартфони, които определят местоположението на потребителя и използват постоянно включения му към Интернет телефон, за да го свържат с други потребители, според географската близост между двамата. Сайтове като Grindr (първата геосоциална апликация за гей-мъже, пусната през март 2009 г., и към момента се определя като най-голямата и най-популярната мобилноапликационна общност в световен мащаб за хомосексуални мъже, която може да се използва в 192 държави) се превръщат – ако може да си позволя метафората – в новите „интернет-сауни“ за гей-общността и пренареждат пейзажа в междуличностните отношения.

СЕГРЕГАЦИЯТА ПО СЕКСУАЛЕН ПРИЗНАК В ОБРАЗОВАНИЕТО

В тази част се привеждат данни, касаещи опита с обособяването на училища и извънкласни (извънучилищни) форми на образование и обучение на хора с нетрадиционна сексуална ориентация и предпочитания към своя пол, както и трансполови хора. В България, и като цяло в Европа, подобни заведения липсват, но в Съединените американски щати примерите са доста. И – оказва се – успешно осигуряват защитена образователна среда на възпитаниците си, от гледна точка на пренебрежение, тормоз и явно физическо насилие, от страна на останалите ученици, каквито се срещат и на каквито са били подложени, докато са се обучавали в традиционните образователни институции.

МАРГИНАЛИЗАЦИЯТА КАТО ОСНОВА ЗА ПРИДОБИВАНЕТО НА ИДЕНТИЧНОСТ

Наблюдава се и широко разпространена (макар и не винаги явно изразявана) нетолерантност и дискриминация срещу тези, чиято сексуална ориентация се отличава от сексуалността на мнозинството. Поведението им, а и самите ЛГБТ-хора се стигматизират като „греховни“, „противозаконни“, „противообществени“, не по-малък проблем е, че много често хомосексуалните хора биват ограничавани дори в кариерното си развитие. А с увеличаването на „забележимостта“ им, присъствието им бива възприемано все повече и повече като заплаха за социалните порядки и обществения

ред. И – както пише Градев (2010) – „обикновено на хомосексуалистите се приписва статуса на аутсайдерите и на тази основа се открива пътят за проявата на насилие спрямо тях, „узаконено“ от неконтролираното убеждение, че това е нещо законно, разбира се, от позицията на предразсъдъчното мислене“.

Фактор, който обяснява поддържането на негативни нагласи към ЛГБТ-общността, е свързан с т.нар. „механизъм на низходящото сравнение“ – също обяснен от Градев (2010) – който стои в основата на една от функциите на стигмата, а именно поддържането на висока самооценка и чувство за самоуважение, базирано на сравнението с по-ниско стоящи групи в социума. „Индивидите с нестабилна самооценка и понижено самоуважение поддържат негативна нагласа към обезвластените аутсайдери и изпитват психично удовлетворение, че имат „по-голяма“ социална цена, спрямо тях“ (Градев, 2010).

Ясно е, че хомосексуализмът е стигматизираща характеристика, а хомосексуалните, особено гей-мъжете, са чест обект на вербална и физическа агресия. Има данни, които показват, че тези, които стигматизират гей-мъжете, е много вероятно да потискат собствени страхове от привличане към своя пол (Adams, Wright, Lohr, 1996).

„Когато един мъж осъзнава, че е гей – пишат Мейър и Дийн (Meyer, Dean, 1998) – той вече отдавна е под влиянието на социалните сили, които стигматизират гей-мъжете, израсъл е в култура, която етикетира хомосексуалистите като болни и извратени, поради което и незаслужаващи обич, уважение и граждански права“. Освен това: „хомосексуално ориентирани лица най-често са отгледани от хетеросексуални родители и социализирани като хетеросексуални, в среда, която често промотира анти-хомосексуални нагласи. За разлика от членовете на стигматизираните малцинствени етнически групи, повечето хомосексуално ориентирани хора не са изложени на себесъхранителни, подкрепящи настроения и тенденции вътре в семейството. По тази причина, когато се разкрият, повечето хомосексуални хора не само губят една (семейството), но и нямат достъп до друга (гей-общността) подкрепяща ги референтна група (Meyer, Dean, 1998). Така, докато се опитва да съгласува сексуалната си ориентация със статуса си на стигматизиран, личността може да развие аз-образ на непълноценен индивид. Разочарованите или враждебни родители или страхът да предизвикаш разочарованието или лошото отношение на родителите си, може да усилят ефекта на стигмата на хомосексуалността у индивида.

Маргинализираните групи често се изправят пред комплексни избори при определянето и изразяването на собствената си идентичност. Те би могло да изберат или да бъдат принудени да изберат да се асимилират от по-голямата група, като така изоставят алтернативната си идентичност, или – в противен случай – да бъдат подложени на осъдително отношение от доминантната група. По този начин колективните връзки, които ги дефинират като група, отслабват.

Обратно – те може да изберат да подчертаят отделна идентичност, контрастираща на доминантната норма и да я изразяват демонстративно, като изтъкват индивидуалната си гордост от нея и колективната мощ, произтичаща от подобно неподчиняване на хегемонната идентичност. Точно това се случва и с ЛГБТ-общността и опитите – макар и спорадични в български условия – да бъде предизвикано общественото внимание, чрез ежегодните публични прояви, наричани „Гей прайд“.

Подобно развитие на нещата, обаче, може да изложи маргинализираната група на риск от допълнителна изолация и да предизвика репресивна реакция от доминантната група, ако последната се чувства застрашена. Освен това може да доведе до въвеждането на нов набор доминантни норми, в рамките на самата маргинализирана група, което да резултира в нови разделения и допълнителна маргинализация за тези членове, които не са в състояние или нямат желание да се съобразяват с тях. В действителност повечето маргинализирани хора, в това число и особено представителите на ЛГБТ-общността, балансират между тези две крайности, като развиват многоаспектна идентичност и поддържат комплексни взаимоотношения с широк спектър индивиди и групи.

СТУДИИ:

- 4. Dimitrov N. (2016). Parameters of Pseudonymy in Bulgarian Virtual Space. Internet-Clubs as an Online Self-Presentation Context. Forum Username Analysis. В: Годишник на СУ, ФФ, книга Психология, т. 107, С. УИ „Св. Кл. Охридски“, ISSN 0204-9945, стр. 164-187**

Рецензент: проф. д.пс.н. Людмил Георгиев

Себепрезентацията е най-видимият и проактивен начин за Аза да участва в социалния живот. Тя може да бъде определена като опит на индивида да предаде

информация на другите за себе си. По този начин интернет-пъркорите се превръщат в ключов параметър на себепредставянето. Това е, защото на първо място те са първото нещо, което привлича вниманието, на второ – защото останалите възможности за представяне на Аза са твърде ограничени, заради спецификите на интернет-пространството.

Представеното изследване разглежда типологията на пъркорите, използвани за общуване, от потребителите на един от най-популярните български интернет-форуми.

Потребителските псевдоними предлагат очевиден начин да се презентират аспекти от Аз-концепцията и възможните Аз-ове. Малко изследвания, обаче, се занимават задълбочено с псевдонимията в Интернет. Предлаганият материал представя изследване на типологията на използваните при общуване псевдоними на потребителите на един от най-популярните български интернет-форуми – Клубовете на dir.bg. Чат-стаите, ролевите игри и другите интернет-базирани технологии предлагат много различни контексти за представянето на Аз-а онлайн. Това дава възможност да се разгледа една нова „сцена“ за изявяване на различни страни, характеристики на Аз-концепцията на личността.

Основен акцент в работата е поставен върху съпоставката между представянето от автора изследване на псевдонимията в българското интернет-пространство и аналогично изследване, проведено в Израел от Хая Бехар-Израели. Приносът на Бехар-Израели е интерпретиран и обогатен в условията на достатъчно различия в характера и резултатите на проведеното изследване на българската извадка, която е с чувствително по-голям обем и с отчетени различни характеристики.

Работата се позовава и на автори като Ървинг Гофман, Ерик Ериксън. Интересуващият автора проблем за идентичността и себепредставянето открива свои аргументи и в работи на български автори като Л. Спасовска, Кр. Байчинска, Л. Андреева, Д. Христова.

- 5. Димитров Н. (2016). Мотиви за груповото отделяне на малцинствени общности в български условия. Анализ на автосегрегацията при етнически и полови малцинства. В: Годишник на СУ, ФФ, книга Психология, т. 107, С. УИ „Св. Кл. Охридски“, ISSN 0204-9945, стр. 188-216**

Рецензент: проф. д.пс.н. Людмил Георгиев

Сегрегацията е принудително отделяна на някоя група от останалата част от обществото. Доброволната сегрегация е също толкова често срещана, както и принудителното отделяне. Автосегрегацията на която и да било група, основана на етнос или религия, може да доведе до невъзможност за нормално социално взаимодействие и до социално изключване. Подобен феномен може да бъде определен като „етнически анклав“ и може да бъде формиран от всяка една група или общност, не само от традиционните за дадена страна малцинства. Зад обяснението за постигане на по-високи нива на сигурност, в някои държави протича и процес на автосегрегация на сексуалните малцинства.

Студията третира различни проблеми, които срещат ромите, като причина и като следствие на жилищната сегрегация, характерна за тях, както и някои параметри на социалното капсулиране в различни дейности на гей-мъжете и лесбийките в България. Привеждат се данни, сочещи, че в годините на Прехода ромите все повече развиват видима и устойчива тенденция за сплотяване и отдръпване от останалата част от обществото, установява се, че сегрегирани етнически общности се асимилират (респ. интегрират) по-бавно, особено заради овладяването на езика, който се явява основно средство за приобщаване, а жилищната сегрегация има непряко влияние върху образованието и върху здравословното състояние на обитателите на затворените общности, тъй като в тях няма достъп до качествени здравни грижи – лечебни заведения и аптеки.

В българското общество хомосексуалността все още не се толерира (още повече – демонстрирането ѝ). Ето защо само част от гей-хората изобщо приемат хомосексуалността си, от тях – още по-малка част я „осъществяват“, а много малко изобщо заживяват в трайна хомосексуална двойка. Не трябва да се пропускат и фактори, като ограниченият жилищен пазар, недостатъчно достъпното жилищно кредитиране и ниското заплащане на труда. Всичкото това силно намалява потенциалната възможност от обособяване на сегрегирани части от някои от по-големите градове, заселени от представители на сексуално малцинство. Капулирането му, обаче, се осъществява на друга – комуникативно-интерактивна плоскост.

6. Димитров Н. (2016). По тялото посрещат: Телесен аз-образ, ейджизъм и хегемонизация на маскулинността в гей-общността. В: „Клинична и консултативна психология“, бр. 3, ISSN 1314-0280, „Стено“, стр. 3-18

Ейджизмът се отнася до набор възприятия и нагласи, които обезценяват възрастните хора и процеса на стареенето. Този феномен е особено остър в гей-общността, където мъжете се автосегрегират в дискретни групи, основно образувани по възрастов признак. При хомосексуалните жени подобни процеси не се наблюдават. Възрастово сегрегираната общност на гей-мъжете затруднява връзките между хора от различни поколения, едновременно защото по-възрастните биват възприемани от по-младите като „немъжествени“, но и защото самите те се себевъзприемат така. Ейджизмът в гей-общността допълнително се трансформира в интернализирана хомофобия, приравняваща стареенето със загуба на мъжествеността.

Сексуалната култура на съвременното продължава тенденциите, заложи в края на предишното столетие: едновременна индивидуализация и на плурализация на стиловете на живот и – в този смисъл – вече става все по-наложително да се говори не за „сексуална култура“, а за „сексуални култури“. Отделно от това – сексуалното поведение все повече се еманципира от прокреативната си функция – да продължи рода, и става все повече рекреативно – да достави удоволствие. Хетеросексуалната норма започва да губи нравствения си монопол и се превръща само в една от социално приемливите прояви на сексуалността – във все повече държави еднополовите бракове или съвместното фактическо съжителство биват легализирани и във все повече общества дискриминацията по сексуална ориентация с превръща в юридически и морално неприемлива. Крайният резултат ще бъде не увеличаването на броя или процентното съотношение в обществото на хората, които изпитват влечение към своя пол, а това, че ще престанат да се боят и ще „излязат от гардероба“ (от англ. ‘coming out of the closet’ – букв. „излизане от гардероба“ – израз, който маркира процеса на разкриване на сексуалността пред близки, приятели и обществото, като цяло). В социален план нормализацията на хомосексуалността означава дори повишаване на социалната търпимост и отслабване на половата поляризация, включително – дискриминацията на жените или мъжете.

Безспорно, основните двигатели на този процес са медиите – образите, които представят, и моделите на мислене и поведение, които налагат. Сред тях най-мощна е

глобалната мрежа. С появата и масовото разпространение на Интернет обемите информация, до които има достъп отделният индивид, нараснаха главоломно. Освен това – новите медии са по-открити за разнообразните мнения и подпомагат за представянето и възприемането от публиката на различни картини за света.

Мрежата е особено важна за тези, чийто реален живот е ограничен, по отношение експресията на Аз-а и междуличностното общуване. В тези случаи хората изобщо, а и ЛГБТ-хората в частност, използват Интернет повече като заместваща алтернатива на непосредственото (реалното) общуване, особено при повишена необходимост от социална подкрепа. Интернет има специална роля за маргинализираните групи изобщо, като улеснява обвързването, според специфични характеристики на личността (хомосексуалност, етническа принадлежност и пр.), отколкото по географски признак, интереси/хоби или професия. От друга страна, самата мрежа е маргинализираща сила. Не само, но и именно защото отделя индивида от реалния свят, макар да го включва в общност на други, но пък също отделени от света индивиди, контактуващи помежду си.

Репрезентацията на еднополовата любов в медиите, особено новите, като Интернет, и нейната концептуализация, са интересен предмет за изучаване, на първо място, защото в много общества еднополовата любов бива изтласквана от публичното пространство. Печатните медии рядко ѝ обръщат внимание, най-често се обсъждат проблеми на правата и свободите. Що се касае до визуалните медии, то дълго време еднополовите двойки са изключени от кинематографската продукция, а впоследствие [и то – отново задълго] само в западното кино се появяват като второстепенни персонажи (Merskin, 2014). Еднополовата любов започва да се появява на екрана доста по-късно от образа на хомосексуалния персонаж изобщо. При това – в някои жанрове тя се стигматизира и се изобразява, като проява на ненормалност. В западноевропейските и американските сериали и кинофилми вече масово присъстват представители на ЛГБТ-общността. В много случаи дори излизат от рамките на второстепенността, въпреки това – във филми, посветени на тематика, различна от живота им, лесбийки, гееве, бисексуални или транссексуални хора присъстват по изключение.

В българските медии темата за хомосексуалността присъства основно като повод за скандално привличане на внимание или като „жълтина“ – новини, свързани с клюката, любопитното, омаскаряването, подигравката. В съвременното българско кино и в телевизионни сериали тя присъства по изключение и се разглежда по-скоро като

„проява на слабост“ от героя, или нещо, което впоследствие ще го направи уязвим и заради което другите или ще го съжаляват, или ще се възползват, за да му навредят.

Мъжествеността обикновено се разглежда в диалектическа връзка с женствеността, като мъжествеността е по-ценената от двете. Тя не е статична характеристика, а разтегливо понятие, организирано в рамките на социалното взаимодействие. Не е и само обект на познание, а на взаимодействие между индивида и структурата на социума. Въпреки че може да бъде изразена по различни начини, подобен аргумент означава, че мъжете често се чувстват задължени, съзнателно или несъзнателно, да се държат по специфични начини, предопределени от конкретната културна среда. Хегемонната маскулинност бива разбрана като поведенчески модел, не просто като набор от ролеви очаквания или идентичност. Не означава насилие, въпреки че би могло да бъде подкрепяно с такова, а означава надмощие, постигнато чрез културата, институциите и убеждаването. От статистическа гледна точка то не е норма, а е присъщо само на малцинство от мъжете, но определено е нормативно поведение. Този модел позволява доминирането на мъжете над жените, което бива отграничено от другите „маскулинности“, особено от субординираните. Гей-мъжете са интересни за социалната психология, тъй като постоянно изразяват парадоксално отношение към хегемонната маскулинност – понякога се противопоставят, понякога подкрепят и подсилват доминиращите идеологии.

7. Dimitrov N. (2017). Some Aspects of Spatial and School Segregation and Self-segregation of Roma Minority in Bulgaria. В: „Socio Time/Социальное Время“, бр. 9, Изд. „Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Поволжский государственный технологический университет“, Йошкар Ола, ISSN 2410-0773

Студията е написана на английски и публикувана в чуждестранно научно издание. Разглежда проблемите, свързани с образованието на представителите на ромското малцинство в България, като възприема гледната точка, че етнически сегрегирани училища възпроизвеждат бедност и социална депривация от поколение – на поколение.

Етническите явления са тясно свързани със социалноикономическите, от които, в крайна сметка, са и обусловени. В този смисъл – всяка от формите на съществуване на етноса се явява определена социалноикономическа цялост. От нивото на

социалноикономическото развитие на страната пък зависи характерът и състоянието на междуетническите, но и на международните взаимоотношения. В полиетническите държави влияние върху междуетническите отношения оказват етно-териториалните различия от социалноикономически характер, разликите в условията на живот на представителите на отделните етноси. Блага, като богатство, престиж, власт, достъп до комунални и социални услуги, включително здравеопазване и образование, често се разпределят, според етническата принадлежност.

Етническите параметри на социалната и професионалната стратификация в обществото в определена степен се оказват неизбежни, но въпреки това са преодолими. Още повече, че за целите на оптимизацията на междуетническите отношения следва да се работи за отстраняване на диспропорцията в социалните и битови условия на живот, особено между непосредствено контактуващите групи.

В последните години в България междуетническите отношения значително се усложняват. В една или друга степен ромското малцинство все още съхранява особеностите на доиндустриалния културно-битов модел, заедно със съответстващите особености на комуникацията, менталността и социалните връзки. Интеграцията на ромите в макрообществото е традиционно свързана с икономическата интеграция, която има групов характер, наред със запазването на вътреетническите норми. Основна зона на междукултурен контакт между ромите и тяхното обкръжение в продължение на столетия, са търговията и услугите, при взаимното ограничаване на междукултурното общуване и взаимодействие, както и връзките в други области, което продължава да възпрепятства пълноценната интеграция на ромите в съвременното българско общество.

Очакванията са, че при промяната на отношението към ромското образование и начина, по който то бива предоставяно като услуга от институциите и получавано от потребителите си, ще се промени изцяло и нагласата на самото малцинство към него, като ключов фактор за интеграция в обществото и подобряването на възможностите за реализация от представителите му.

- 8. Димитров Н. (2017). Традиционни и алтернативни интерпретации на обучението в сегрегираните училища. В: „Реторика и комуникации“, бр. 28, С. ISSN 1314-4464**

Училищното обучение в България до 16-годишна възраст е задължително. Въпреки това голям брой млади хора от ромския етнос отказват да получат образование. Една от възможните гледни точки е свързана с невъзприемането му като ценност. В същото време, оправданието с особеностите на културата, битието и житейската философия на ромите е удобен инструмент и често използван аргумент в публичните обсъждания на сегрегационните процеси, които пряко ги засягат. Много често се игнорира и темата за неравенството между ромското малцинство и мнозинството. Поставя се силно ударение най-вече върху задълженията му да се интегрира и да възприеме ценностите на мнозинството, а това води до допълнително магинализиране. Един от начините за преодоляване на този неблагоприятен социален процес е свързан с осигуряването на гъвкави възможности и подходящи политики за активно включване на младите роми в образователните и социализационните процеси.

В ромските общности, в които образованието се възприема като ценност, членовете се и стремят към него, въпреки битовите условия, в които са поставени и въпреки неудовлетворените потребности на дефицита, с които се налага да се справят. Идеята, че човекът следва да е достатъчно добре „облечен и нахранен“, за да се заеме с интелектуални занимания, игнорира факта, че креативността се поражда от недостиг. Естествено, факт е, че когато един индивид е твърде зает в удовлетворяването на понискостоящите си потребности, би било изключително трудно за него да се включва, да участва активно в социалния живот или да допринесе за развитието на социума. Очаквано – индивидите от по-бедните прослойки ще останат встрани от по-големия социум, докато са фокусирани върху задоволяването на базисните си потребности.

Когато става дума за социалните отношения на човека, те трябва да бъдат конкретизирани именно като ценностни регулатори на поведението. Изменението на ценностите, обаче, води до промяна в индивида и в цялото общество. Що се касае до национално-етническото взаимодействие, социалните ситуации, свързани с ограничението, в една или друга посока, на националната самобитност или култура, водят до неудовлетворени потребности от етническо себеизразяване и, като резултат – до преобладаване на дефицитарната форма на изразяването им. Подобна ситуация не само пречи на развитието на националната култура, но и ограничава самото формиране на метапотребностите (свързаните с растежа), с други думи: потребностите на социалните субекти от етническа принадлежност и развитие.

При това, ако някой си постави за цел да променя стереотипите – и на малцинството, но и на мнозинството – едни към други, следва да спазва поне две правила. На първо място: процесът на формиране на нови стереотипи и нагласи трябва да бъде тясно свързан с изменение в условията на физическата и социалната среда. Второ – да се съобрази с това, че темповете на формиране на новите в различните социални субекти се различават. В противен случай нововъзникналите стереотипи ще бъдат крайно неустойчиви, а според актуализацията на едни или други потребности, интереси, ценностни ориентации, произтича по-активна, или – обратно – по-забавена промяна на нагласите и стереотипите. От това, в крайна сметка, зависи ясното разбиране на факторите, от които зависи трансформацията на съвременните етнически стереотипи в българското общество, от тук – и нагласите на малцинството към важните за „големия“ социум теми.

СТАТИИ И НАУЧНИ ДОКЛАДИ:

- 9. Димитров Н. (2006). "Човекът като симулация". В: ИНСАЙТ, С., ISSN 1312-0158, бр. 10/2006, с. 39-42**

В интернет всеки има възможност да гради себе си, да представи пред останалите образа, който иска те да възприемат. И това се случва – в Интернет никой не се занимава да подлага на съмнение истинността на профила на потребителя. По няколко причини: първо – защото би било загуба на време и енергия със съмнителен резултат, второ – защото „гарван гарвану око не вади“, с други думи: всички се опитват да управляват впечатлението, което оставят, и всички се опитват да представят образа си за пред дигиталната среда по определен начин, който често е различен от образа, който имат в реалността, извън мрежата.

Киберпространството, или Интернет, е голяма електронна мрежа, която е смисловият вариант на виртуалната реалност. Но въпреки че като физическа локация то практически не съществува в реалността, това не значи, че на него не би могло да му се припише реалност, още повече – в параметрите, с които сме свикнали да описваме точно физическата реалност. Киберпространството фактически е неин вариант.

Виртуалната реалност е всякакъв род представяне на действителността, което няма физическа субстанция, всяко заместване на реалността, всяка нейна симулация.

Когато попадат в метареалността, хората се „разтварят“ в нея, губят индивидуалните си черти в традиционния им смисъл, и придобиват нови.

Комуникацията във виртуалния свят съществено се отличава от общуването в извънмрежовия. Дигитализирането на личността емоционалните отношения създава уникална пространствена структура, която не е строго локализирана в нито едно от измеренията и има свои собствени характеристики: ограничено сензорно преживяване, размиване на пространствените граници, разтягане и свиване на времевите рамки, загуба на статуса, анонимност, идентификация и множественост на личността, митологично мислене.

Новата среда е мощен фактор за динамиката на Аза. Доколкото няма проблеми с адаптацията, в нея той е по-силен, по-умен, по-ловък, по-красив, по-богат... Влизането в симулираната реалност е излизане от ролята на стандартизирания човек и връщане към естественото състояние на свободно и независимо съществуване – състояние, което невинаги е приемливо в реалната социална среда. В резултат на това индивидът създава нова, ясно различима категория, специфично усещане за собствената личност, характерна за взаимодействието в конкретната среда. Обитателите на Интернет имат възможност, и се възползват от нея, да създават или дори да си присвояват идентичности.

10. Димитров Н. (2015). Аз-концепция и виртуално пространство. В: Лидерство и организационно развитие, С. ISBN 978-954-07-3946-5, С. УИ „Св. Кл. Охридски“, стр. 1207-1214

Аз-концепцията е предпоставка и следствие от социалното взаимодействие, определя се от социалния опит. Тя е цялостен, макар и не лишен от вътрешни противоречия, образ на собствения Аз, играещ ролята на нагласа по отношение самия себе си.

Уникална характеристика на мрежата е, че е подвластна на потребителя – индивидът може да контролира каква информация дава за себе си, да оперира със собствената си идентичност, да изгради и да поддържа свой компютърен образ за пред останалите: той може да контролира не само каква информация достига компютъра му, както и каква информация (най-вече за него самия) излиза от там. В този смисъл, той

може да контролира и борави със собствената си идентичност, да изгради и активно да поддържа свой компютърен персонаж – свой “Виртуален Аз”.

Изследване установява, че голям брой изследвани лица не отчитат изобщо или отчитат малък брой съвпадения в дескрипторите, с които са инструктирани да опишат образа си във физическата реалност и този във виртуалното пространство. Освен това, индивидите са склонни да мислят за реалния си Аз-образ относително по-обобщено, докато виртуалният им Аз-образ е по-богат на характеристики. Образът в мрежата е нестабилен и слабо съотносим с образа в реалността. Подобни и други данни дават основание да се твърди, че индивидите поддържат различни представи за себе си в реалността и в интернет, че поддържат две свои различни концепции за Аз-а.

11. Димитров Н. (2015). Личностови дескриптори в обяви за работа. В: Лидерство и организационно развитие, ISBN 978-954-07-3946-5, С. УИ "Св. Кл. Охридски", стр. 532-538

Научните източници, които се занимават с описателни думи, касаещи труда, са недостатъчни, като повечето се фокусират е върху дескриптори, отнасящи се до длъжността, а не – до личността. В публикацията се представя изследване, обхващащо 616 обяви за работа от три държави: България, Руската федерация и Великобритания. Сайтовете са осем: три български, три руски и два британски. Обработката на данните става чрез класически контент-анализ.

На база данните може да бъде обобщено, че най-търсеният служител е комуникативен, отговорен и екипно ориентиран търговец, който – ако иска да се развива в България или Русия – трябва да бъде лоялен и дисциплиниран, докато добра кариера би постигнал във Великобритания, ако притежава умения да планира, да може да работи самостоятелно, когато се налага, и да не чака подканяне.

Друго откритие, произтекло от анализа на данните е, че по-голям брой личностови дескриптори се наблюдава по-често в обявите за по-ниски позиции. Това би могло да бъде обяснено с липсата на опит и/или квалификация, спрямо които да има очаквания, за сметка на личностовите черти. Обратно – за високите позиции са важни повече практическият опит и професионалните умения. Изключение правят обявите за ресторантски персонал, шофьори и програмисти (особено последните), където

изобилстват професионални изисквания и очаквания за степен на развитие на определени умения, за сметка на почти повсеместната липса на личностови дескриптори, които – явно – не са от първостепенно значение за изпълнение на дейността.

12. Димитров Н. (2016). Промяната на идентичността в дигиталния свят: Сравнение между дескриптори на Аз-концепцията, използвани в реалността и в Интернет. В: Лидерство и организационно развитие, ISBN 978-954-07-4129-1. С. УИ „Св. Кл. Охридски“, стр. 1294-1303

Ограниченията, които поставя Интернет, основно откъм обем давана информация, поощряват категоризацията. Това най-добре се вижда в сайтовете за запознанства, където индивидът предоставя данни по предварително установен формуляр. Така има реална опасност и от авто-стереотипизация (свърх-категоризация).

Публикацията описва изследване, чиято цел е изследваните лица количествено да определят и оценят степента на притежание и характерност на набор от предварително предоставени дескриптори, от гледна точка на двете възможности – за в реалността и за в Интернет (на практика – да опишат с предварително предоставени думи своя Реалния и Виртуалния си Аз-образ). Поставената задача е да бъдат определени най-честите черти и сборове от черти, изграждащи виртуалните образи. Хипотезата е, че е вероятно да се отличат няколко базови фактора, които за реалния и виртуалния образ ще бъдат различни.

В реалността индивидът мисли себе си като властен, предпазлив, съобразителен, отговорен. Но за виртуалните прояви тези дескриптори не са съществени. В Интернет той е свободомислещ, надменен, лицемерен, сприхав, груб, безочлив, вулгарен, враждебен, отегчен, но и (което е любопитно) – жалък и романтичен. Поведението в мрежата се преценява като рисково и разкрепостено – нивото на предпазливост, характерно за реалността, е силно занижено, индивидът няма причина да бъде нащрек, да проявява съобразителност и отговорност за поведението си. Разкрепостеността, допускана от виртуалната реалност, дава възможност в интернет-поведението да отпаднат културно обусловените ограничения.

13. Димитров Н. (2016). Професионален и извънпрофесионален Аз-образ при работещи в областта на Човешките ресурси. В: Лидерство и организационно развитие, ISBN 978-954-07-4129-1. С. УИ "Св. Кл. Охридски", стр. 685-694

Професионалната идентичност е важна за фиксирането на мястото на индивида в обществото. Спадането към дадена професия предопределя самоопределението и оформя начина, по който другите възприемат индивида. В този смисъл, професионалната идентичност бива определяна като съвкупност от атрибути, вярвания и ценности, които хората използват, за да дефинират себе си в специализирани, определяни от умения и образование, длъжности и професии.

В публикацията се представя изследване, което цели да разкрие степента на различие при себеописанието на индивида, като агент – от една страна – в ежедневието, в контактите си с близки и приятели, от друга – в работна обстановка, докато изпълнява професионалната си роля. Инструкцията е изследваните лица да опишат себе си, каквито смятат, че са в извънработна среда – сред близки, познати, приятели – да определят „границите“ на своя Реален Аз. След което – да направят същото със своя Трудов Аз.

14. Dimitrov N. (2017). Gay Bar as a Social Bunker. В: „Россия в многовекторном мире: национальная безопасность, вызовы и ответы“. Изд. „Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Поволжский государственный технологический университет“, Йошкар Ола, ISBN 978-5-906541-13-0 (Ч. 1), 141-143

Въпреки че често се използват като синоними, гей-барът и гей-клубът са принципно различни места. Барът е социално пространство, в което хората се социализират „на по пиене или две“. Докато клубът е по-изолирано пространство, което може да има и ограничения на достъпа, включително и той да бъде платен, а за представителите на ЛГБТ-общността той е много по-сигурно и защитено пространство, а някои от клубовете предоставят възможността за използване на т.нар. „тъмни стаички“, в които посетителите може да се усамотят и да правят секс намясто.

Статията представя на английски език пред публика на международен форум в чужбина първоначални данни от проучването на нагласите към заведенията за забавления и срещи, насочени към българската ЛГБТ-общност, проведено сред

клиентите на един от клубовете „за хора с различна сексуална ориентация“. Обхванати са малко по-малко анкетирани лица (n=74), отколкото са участвали в проучването, обобщено в монографията, касаеща „географията“ на гей пространствата в България. Причината е, че данните изразяват преходен етап в събирането на информацията. Въпреки това – дават стабилни насоки за анализ, още повече, че всички отзовали се са практически немалка част от ограничена група (посетители на гей-клуб), самата тя – част от ограничена на брой общност (ЛГБТ-хора).

Участниците са инструктирани да отговарят на въпроси със свободни отговори, целящи да проучат възприятията (нагласите към гей-бара, предимствата и недостатъците на подобни пространства), както и причините те самите и останалите посетители да предпочитат да посещават заведения, насочени към представители на общността. Резултатите показват, че водещите причини са: „За да съм сред приятели“ и „За да съм сред свои (хора като мен)“ – за 46% от отговорилите, а на второ място са мотивите, групирани като „За да се чувствам защитен, на сигурно място, необезпокояван или, за да не съм обект на дискриминация“ – за 40,5% от тях. На трето място е мотивът „За забавление“ (33,8%), а търсенето на интимен партньор е мотив за 21,6% от респондентите.

Няма крайни отговори по 5-степенната Ликертова скала, касаеща нагласата към сегрегираните места, насочени към общността, като мнозинството отчитат, че отношението им е „Положително“ и „Изцяло положително“ – 90,5%.

По отношение принципните предимства за тях от посещаването на места, на които посетителите са ЛГБТ-хора, респондентите отговарят най-често с причини, свързани със сигурността и безопасността, заради страх от прояви на хомофобия, следващи по значимост са възможността да „бъдеш себе си“ или „да изразяваш емоциите си към партньора си свободно“.

15. Dimitrov N. (2017). Self-Concept, Gender Psychology and Cultural Expectations. В: „Россия в многовекторном мире: национальная безопасность, вызовы и ответы“. Изд. „Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Поволжский государственный

технологически университет“, Йошкар Ола, ISBN 978-5-906541-13-0 (Ч. 1), 143-147

Културните очаквания съществено повлияват процеса на социализация на мъжете и жените. Други значими разлики се проявяват не само в изразяването на сексуалността, но и в това как момчетата и момичетата я „опознават“.

Обществото очаква от двата пола и да придобият определени умения и професии. Така толерантността към отклоненията се различава според пола. Общността и обществото като цяло, в много по-голяма степен не приема присъствието на мъже в смятани за „женски“ домейни, за сметка на жени, заети в „мъжки“ сфери на дейност.

Мъжете възприемат своята полова принадлежност като „по-престижна“, а половото си поведение – като с по-малко ограничения, докато половото поведение на жените се приема традиционно само в репродуктивната му функция.

Разлика има и във толеранса към мъжката и женската хомосексуалност. Докато при жените тя традиционно се възприема като „временно отклонение“ или „прищявка“, в Западното (християнско) общество мъжката хомосексуалност се смята за немислима и – съответно – бива строго наказвана, особено след евентуален брак, като при нея не се допуска „временност“ или „еднократност“ на акта. По подобна схема се проявява и отношението към бисексуалността – докато при жените тя е повече или по-малко допустима и приемлива и се разглежда като „обратима“, при мъжете бисексуалността се възприема като „фалшива“ и „невъзможна“, и се приравнява към хомосексуалността.

16. Димитров Н. (2017). Автосегрегацията при етнически и сексуални малцинства: предпоставки, мотиви, последици. В: „Предизвикателства и перспективи пред съвременната психология“, С. УИ „Св. Кл. Охридски“, ISBN 978-954-07-4277-9

Целта на настоящата работа е да направи съпоставки между предпоставките за отделянето, характерни за ромското малцинство и за представителите на ЛГБТ-общността в България, както и да се разгледат приликите и отликите между мотивите и последиците от отделянето и самоотделянето.

- И при двете има – малко или много – участие на „мнозинството“ при предопределяне избора за самосегрегиране. В този смисъл – автосегрегацията е резултат от сегрегацията, дори защитен механизъм, копинг-стратегия на отделените индивиди, които се събират заедно, за да създадат усещане за общност;

- От горното може да изведем и втората причина за самоизключването – то се явява и форма на изразяване на идентичността и при двете разгледани групи;

- Разликата е, че ако при ромите един от водещите мотиви за самоотделянето, е запазването на идентичността, то при ЛГБТ-хората отделянето е повече стратегия за придобиване на идентичност;

- При гей-хората в България не се наблюдава т.нар. „гетоизация“ или жилищна сегрегация. За сметка на това – при ромите това е един от основните и най-видими признаци на отделянето им.

- Друга разлика е по отношение „присъствието сред свои“ – докато при ромите то е постоянно, при тях е „обитаване със своите“, то при гей-хората присъстването в общността е спорадично, то е „временно бягство при своите“.

- Временното бягство от и иначе постоянното пребиваване вътре в „големия социум“, от страна на ЛГБТ-хората, вероятно за много от тях е също мотивирано от защита – своеобразна социална мимикрия, снишаване, сливане с мнозинството. От една страна това ги затруднява в намирането и поддържането на сексуални партньорства, още повече – в поддържането на интимни партньорства и съжителство, от друга – така те плащат „цената“ на другостта, която „другост“ е – като цяло – неприемана от обществото, а в частност – има и своите открити противници. Подобна „социална мимикрия“ при ромите, като цяло, липсва, по-скоро инцидентна е и е въпрос на „българеене“ или „турчеене“ (т.нар. „преферирано етническо самосъзнание”);

- И в двата случая автосегрегацията има за една от основните си цели и функции защитата. Понякога дори не става въпрос за защита, в смисъла на „запазване“, на „консервиране“ на традиции, ценности, идентичност, даже напротив – нерядко става въпрос за защита от чисто физическо посегателство;

- Що се касае сигурността – ако при етническото малцинство автосегрегацията е елемент от стратегията за усилване на чувството за сигурност, то при гей-хората отделянето е с цел изобщо придобиване на чувство за сигурност;

- И двете малцинства, обаче, се обединяват, за да изразят „сила“. Но докато при ЛГБТ-хората в България обединяването е спорадично и в рамките на гей-парадите (наричани и „гей-прайд“ – от англ. ‘pride’ – гордост, като контрапоза на социалната стигма), а жилищно обединяване няма, то при етническите малцинства обединяването е тъкмо жилищно. При етническите малцинства има елемент на прагматичност – те се

обособяват, за да бъдат „силни“ в отчуждаването си и в социалното си (само-) изключване, изразявано дори в противопоставяне на обществените порядки, през неплащането на данъци, битови сметки, неучастието в социалния живот.

17. Димитров Н. (2017). Някои аспекти на социализацията и възпроизводството на джендърната култура. В: „Предизвикателства и перспективи пред съвременната психология“, С. УИ „Св. Кл. Охридски“, ISBN 978-954-07-4277-9

Половата и половоролевата (джендърна) социализация са част от общия процес на социализация на индивида. И ако тя се разглежда като процес на адаптация и интеграция в обществото или като саморазвитие и себerealизация на личността в социална среда, то при изучаването на половата социализация следва да се отчитат и двете тенденции. Така половата и половоролевата социализация на първо място е усвояването на социалния опит, нагласи, начини на поведение, присъщи на единия или другия пол. На второ място е формирането на полова идентичност. То включва възприемане на сходството и различията между индивида и представителите на неговия и на противоположния пол, емоционална самооценка като представител на дадения пол, себеутвърждаване като такъв. Въпреки това, личността, като се стреми към свобода и независимост, разширява личния си опит и осигурява себerealизацията си, като – докато протичат тези процеси – индивидът може в една или друга степен да се отдалечи от половия, особено – от половоролевия стереотип.

Критериите за джендърно социализирана личност са три: съдържанието на формираните нагласи, стереотипи, ценности и представи, свързани с общественото предназначение на мъжете и жените; адаптивността на личността, нормотипичното ѝ поведение и начинът на живот, според половата принадлежност; половоролевата идентичност, като част от самосъзнанието, описваща преживяването на себе си като представител на определен пол. Така джендърната социализация започва буквално с раждането, а в установяването на половоролеви качества най-голяма роля имат стереотипите, способстващи за еднозначното разбиране на възможностите на мъжествеността и женствеността. В социализацията става възпроизводството и развитието на джендърната култура на обществото.

18. Димитров Н. (2017). Дескриптори на Аз-образа при работещи в областта на управлението на човешки ресурси в България. В: "Предизвикателства и перспективи пред съвременната психология", С. УИ "Св. Кл. Охридски", ISBN 978-954-07-4277-9

Професионализацията на управлението на човешките ресурси, чрез образованието и иновациите в сферата, е в центъра на стабилен и устойчив процес. Не само в световен мащаб, но и в български условия, професионалистите в областта се развиват като специалисти с широкоспектърна експертиза. При все това, общественият им образ не винаги съвпада с професионалния им. Не само по отношение възприятието и дори стереотипните представи към тях, от страна на околните, но и по отношение двата образа, които те се стремят да поддържат и да представят в двете среди: извънпрофесионална и професионална.

За целите на настоящото изследване на респондентите е предложена модификация на Теста с 20 съждения (Twenty Statements Test, TST) на Кун и МакПартланд. В настоящото изследване изискването е анкетираните да опишат свободно себе си с по 5 дескриптора такива, каквито са сред близки и в работна среда. Инструкцията е изследваните лица да опишат себе си, каквито смятат, че са в извънработна среда – сред близки, познати, приятели – да определят „границите“ на своя Реален Аз. След което – да направят същото със своя Трудов Аз. Една от (между другото, много логична, предвид предишни изследвания и водещи теории, работещи по ролевото и по работното поведение) хипотезите е, че участниците ще описват двете прояви на Аза си относително нееднакво. На първо място – това би следвало да е, заради различните очаквания към индивидите, по време на изпълнението на двете им различни роли, както и целите, предизвикателствата пред изпълнението им, които си поставят самите изпълнители, ролевите очаквания и – естествено – личната мотивация да се поддържа единия или другия образ, едната или другата роля.

За да се квантифицира съдържанието на данните, е използван контент-анализ, като дескрипторите са преобразувани в предварително определени категории по детайлната схема, разработена през 1994 от Рийс и Никълсън (Rees, Nicholson, 1994), определена като SICV (от англ. „Skills, Interests, Character, and Values“ – „Умения, интереси, характер и ценности“). Уменията, например, биват разделени на когнитивни,

социални, технически и организационни. Единица на анализа при кодирането е смисълът.

В обобщен вид данните показват, че извън работната си среда професионалистът по човешки ресурси се описва като: емоционален, добър, забавен, искрен, позитивен, отговорен, подкрепящ, грижовен, естествен, мил и спокоен. Професионално значимите качества, които проявяват, според самите HR-и, са: отговорен, организиран, изискващ, комуникативен, амбициозен, гъвкав, откровен, перфекционист, коректен, лоялен, отдаден, подкрепящ, позитивен, помагач, толерантен, търпелив, целенасочен и целеустремен.

19. Димитров Н., А. М. Маринкова (2017). Стереотипи и социални дистанции към някои етнически и религиозни групи в българска извадка. В: „Пътища на професионализма в социалната работа“, С. УИ „Св. Кл. Охридски“ (под печат)

Понятието социална дистанция е въведено с цел да се намери термин, който най-добре описва и съпоставя расовите стереотипи и предразсъдъци. С него се наблюдава близостта и степента на разбиране както между отделни индивиди, така и между дадени социални групи. За целите на настоящото изследване беше съставен въпросник, целящ да разкрие нагласите на респондентите, по отношение готовността им за съвместен живот или съвместна дейност с представители на няколко етнически групи, различни от българската. Предложени на изследваните лица са следните хипотетични ситуации (обобщено представяне): възможност за брак – на децата им или на самите респонденти – с представител на определен етнос; членове на етническа група да гостуват в дома им, да бъдат техни непосредствени съседи, да живеят в техния квартал, тяхното селище, в региона или в държавата; Представители на някой от предложените етноси да работи заедно с тях, като позицията му, спрямо респондента, е на изпълнителен директор на фирмата, на пряк негов началник, непосредствен колега, подчинен или общ (неквалифициран) работник, работещ в предприятието, в което се труди (или си представя, че работи) и самият респондент; детето на респондента да учи в училище, в което: две трети и повече от учениците са представители на определено малцинство, половината от съучениците му са от малцинство, една трета или няколко от децата са от дадена малцинствена група. На респондентите е предложена възможност и да изразят отношението си към потенциална възможност властите да предоставят жилища, близо

до техните, на хора в неравностойно положение, членове на определен етнос. Има въпроси, касаещи готовността за преместване на респондентите от мястото, в което живеят, заради закупуване на жилища от представители на дадена етническа група.

Резултатите от представеното изследване са показателни за готовността на мнозинството за съвместен живот или съвместна дейност с представители на различни етнически групи, различни от българската. Получените данни потвърждават предишни изследвания на въпроса, според които арменците и евреите са най-фаворизираните групи в българското общество, а ромите остават традиционно най-отдалечени в социалната дистанция, спрямо мнозинството.

20. Димитров Н. (2017). Измерения на маргиналността при ромското малцинство в България. В: Сборник научни доклади от VIII Национален конгрес по психология, С. (под печат)

Ромското малцинство на практика до голяма степен само избира маргиналната си позиция – живот в покрайнините не само на физическото, но и на социалното пространство, само съдейства за окончателното си конституиране като група в социално неравнопоставено положение. Като резултат – ромският етнос, бидейки изтласкан (и самоизтласкал се) встрани от обществения живот и съвместната дейност с другите етноси в българското общество – бива и системно недопускан до упражняването на различни свои права, възможности или възползване от ресурси, които иначе са достъпни за членовете на другите групи и които са от ключово значение за интеграцията, като например заетост, здравеопазване, образование.

Материалът представя изследване, проведено в няколко ромски общности, което добавя нови, автентични данни, даващи яснота за мотивите и причините малцинството да проявява тенденция към струпване и хомогенизиране на пространствата в жилищните ареали, които населява, както и за мотивите да не участва равнопоставено в обществения живот.

Някои от фактите, които установява работата, са например, че:

- Болшинството от участвалите в проучването се самоопределят като роми (45,2%), останалите са се самоопределили или като българи (30,4%), или като турци (24,3);
- При отговорите на въпросите, касаещи потенциално съседство представители на мнозинството или на някой от другите традиционни етноси в България, се

наблюдава силна желателност в отговорите – масово се изброяват всички. Това е вероятно продиктувано от желание на респондентите да подсилят контраста между собствената си готовност за живот с другите и лишаването им от такава възможност, от страна на мнозинството.

- За почти половината (47%) от респондентите запазването на културата и традициите е възможна причина за самоотделянето и живота, сред представителите на ромския етнос. Може да се направи и обобщението, че малко по-значими мотиви за самоотделянето са удоволственияте, а не защитните.

21. Димитров Н. (2017). Социални измерения на ЛГБТ-пространствата в България.

В: Сборник научни доклади от VIII Национален конгрес по психология, С. (под печат)

Важен аспект в разбирането на половото поведение е степента, в която сексуално обусловената и сексуално мотивирана интеракция варира, според социалния контекст, в който се осъществяват срещите между ЛГБТ-хората. Естеството на интеракциите между представители на сексуалните малцинства варира според пространството, в което се случват. Например, изцяло публичното протичане и интерактивната динамика на срещите в т.нар. „гей-барове“ и „гей-клубове“ би могло да бъде противопоставено на безличната, често анонимна (и видимо асоциална) динамика, която предоставят другите места за срещи. Налице са ясни и важни различия в търсенето на секс, които зависят от пространството. Освен това – контекстът, в който двама души са се срещнали, е от ключово значение за перцепцията им за естеството на срещата и за възможното развитие на познанството, последващите контакти и потенциалната връзка между тях. В бара е възможно двама души да се запознаят и да се срещат повече от веднъж и дори да се сприятелят или да създадат двойка, което не може да се случи в пространството на парка или обществената тоалетна. С други думи: налице е видим и ясен контраст между „сексуалната култура“ на гей-бара и публичните пространства. Като социално пространство, т.нар. „гей-барове“ в България са далеч не само място за забавление, а са своеобразен „микро-космос“, който предоставя възможност за осъществяване на пълния спектър междуличностни взаимоотношения.