

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Пламен Димитров Шуликов (член на научно жури съгласно Заповед на Ректора на Софийски Университет „Св. Климент Охридски” РД 38-598 от 11.10.2019 г.) за материалите, представени от гл. ас. д-р Ясен Бойчев Бориславов за участие в конкурс (ДВ, бр. 65 от 16.08.2019 г.) за заемане на академичната длъжност „доцент” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – история на българската журналистика)

Още със самото си заглавие основният труд на д-р Ясен Бориславов (**Българският сатирично-хумористичен периодичен печат между двете световни войни. – София, 2019**) обещава да пресече един с друг няколко проблемни кръга – история, естетика и медиазнание, които, видени според непосредствените потребности на изследването, могат с известно приближение да се четат редуktivно и като хроника на колективното битие, естетическа категория (смешно) и вестник (поне в повечето от 60-те периодични издания, влезли в полезрението на Я. Бориславов). Контаминативен тематичен резултат, какъвто може да бъде например „Смешна вестникарска хроника на българския обществен живот между войните”, не би следвало да е изненада за избора на автор, преминал пълен бакалавърски курс по две специализации – журналистика и история. Така през бинокулярната оптична система „конвенционална история/ вестник” се разпознава силуетът на едно продуктивно досещане от 50-те години на XIX век. Христоматийно известно в медиазнанието поради преизобилно позоваване върху него, то твърде асиметрично надхвърля по значимост „незначителния” фрагмент, в чиято кратка жанрова конструкция е някак мимоходом промълвено. Става дума, разбира се, за метафоричния смислов пренос на А. Шопенхауер „вестниците са секундарник на историята”, поместен в §238 на „Parerga und Paralipomena” (Приложения и пропуски) именно като нещо, пропуснато по-рано, ако се съди по втората част на заглавието. Не кой знае колко по-късно след това уместността на метафората ще бъде практически удостоверена и от Ж. Клемансо, и от Б. Мусолини, чийто богат вестникарски опит ще се окаже ефективен трамплин към съвсем не игровата „творческа работилница” по световна история. Пропило впоследствие без остатък и медиазнанието, убеждението в тази зависимост неизбежно историзира и самото него. Достатъчно симптоматичен аргумент би било дори само обстоятелството, че комай единствената пролука, през която историзмът прониква в твърде непроникливата по условие методологическа система на руския формализъм, е именно интересът към медийната реч. Останало само като проект в съветска Русия по политически причини, това познавателно изкушение бива блестящо доразвито от франкфуртци.

Уместно съобразен с бегло очертаната традиция е и предприетият от Я. Бориславов опит систематизацията на обширния свод от сатирично-хумористични

периодични издания у нас между войните да бъде извършена въз основа на такъв външен и неспецифичен на пръв поглед критерий спрямо рационалната същност на естетическата категория „смешно“, както е критерият „политическа тенденциозност“. Приложението му има съществен принос към структурната отчетливост на изследването, в което са обособени две основни класификационни групи периодични издания – на „политизирания смях“ и на „развлекателния булеварден смях“.

Първата от тях, цветиво разслоена основно в червено и оранжево и лесно разпознаваема по нейната барикадно-агресивна, а често и груба, плакатна, буквална тенденциозност, очевидно съвместно, макар и с обратен знак, е възприела известните „инструкции“ на д-р К. Кръстев за противодействие срещу тенденциозността в литературата. И никак не е чудно, че именно със статута си на своего рода анти л'арт поетик те се оказват твърде прилежно усвоени в сатирично-хумористичната ни словесност след 1944 г. Казано с думите на Я. Бориславов, „линията на пролетарския и класов хумор..., макар да изглежда някак периферна сред общия поток на хумористичните издания през 20-те и 30-те години, през следващите десетилетия се е оказала най-влиятелна по отношение на българската култура на смеха в медиите“ (с. 52). Бих добавил – далеч не само по отношение на смеховата ни култура и далеч не само по отношение на родните ни медии от „следващите десетилетия“.

Като предпочитан учител по плакатна тенденциозност тесняшките и дружбашките хумористични издания между войните вероятно разпознават преди всичко П. Р. Славейков – модална близост, неподмината в изследването. Ако се съди по подзаглавието на неговата „Гайда“ (сатирически вестник за свестяване...), той още през 60-те години на XIX в. някак интуитивно „пристрастява“ родните критерии за естетическа ценност на смешното както към плющияния класицистичен завет на Н. Боало, според когото истината избира за свое оръжие сатирата, така и към някои недвусмислено медицински резултати от безмилостна терапия на публиката чрез „демонично стръвен хохот,... извиращ от звяра в човека“ (Й. Бадев). Разбрана като хлевоуст площаден лечител на обществените недъзи, сатирата е сродна у Славейков с критиката, поне както личи от неговия, може да се каже, първи роден манифест на литературната ни критика „Нито за хатър, нито от страх“. В духа на тази традиция и първият яростен критик на българановския хумор А. Протич ще препоръча сатирата на С. Михайловски като най-продуктивен, но несъзрял от „Българан“ ценностен ориентир. Коментирана от Я. Бориславов, изненадващо недалновидната позиция на иначе образования изкуствовед Протич предизвиква искрено задоволство преди всичко с това, че българановци не са се съобразили с нея. Що се отнася до сатиричната „линия на пролетарския и класов хумор“ в родната ни периодика между войните, следва да бъде приветствувано ценностното търпение на Я. Бориславов, с което той устоява на тежкото изпитание да представи нейната, меко казано, невдъхновяваща картина. Тук няма как да бъде премълчано предположението, че може би единствено култивираната у автора историческа обективност е била негов незаменим помощник. Пишещият настоящите редове, пред когото за щастие такава непосилна задача не стои, честно си признава, че напълно би се задоволил с лапидарната, но проникновена оценка на Й.

Бадев. Според титулярния литературен критик на „Слово”, периодичните издания от тази линия, представена най-пълнокръвно чрез „Червен смях” и „Див Дядо”, изпълняват „тясна партизанска служба... за тях човекът се покрива с партизанина, животът – с партията. Хуморът в тях няма нищо общо с художествения хумор” (Й. Бадев). Добри думи заслужава изборът на Я. Бориславов да помести този текст на Бадев („Нашите хумористични списания”, 1923 г.) в приложението към книгата си. То едва ли би загубило, ако в него бе отделено място и за статията на А. Каменова „Хуморът на безхуморните” (1929 г.), иначе съвместно коментирана от автора. Достатъчен атестат за компетентността на Й. Бадев по въпроса за естетическата същност на смешното би било дори само мнението на Чудомир, че след Бадев, първи публикувал отзив за разказите му, всички останали критици само преповтаряли казаното от него (Чудомир. Дневник).

Втората обособена група периодични издания (на „развлекателния булеварден смях”) също притежава ценностно разслоение с достатъчно изразен релеф. Така например непреодолима е аксиологичната бездна между втория „Българан”, опитващ се да възкреси своя харизматичен облик от времето на *fin de siècle*, и, да кажем, „Червената ти връзка”, мимолетният 8-седмичен живот на който е прекъснат заради порнография чрез решение на просветното министерство от 09.1923 г. Впрочем в книгата на Я. Бориславов систематизацията на изданията, преднамерено странящи от партизанска тенденциозност, е усложнена чрез допълнителни класификационни критерии. „Папагал”-ите са обособени въз основа на визуалния им екзотизъм, тъй наречените „бичове” – заради тяхната изнудваческа користност (социологически особено интересен феномен, заслужаващ самостоятелно изследване), „Щурец” – заради очевидната доминация на неговите съвкупни художествени достойнства сред цялостния контекст на хумористичните издания от периода. Всеки един от тези критерии, разбира се, е безспорен. Същевременно обаче като колективна проява периодичните издания формират своеобразието си (и тематично, и стилово) преди всичко посредством възпроизводството на дружествения манталитет, вграден в тяхната изходна мотивация. Зад всяка екипна проява с периодична честотност прозира, четете се ценностният кодекс на авторите, които в повечето случаи или поне в най-представителните, най-устойчивите и най-монолитните сред тях са членове на дружески кръг с общо аксиологично изповедание. И това общо изповедание, тази обща ценностна „вяра” намира далеч не само вестникарски или журнални проявления, но се препотвърждава и чрез множество жанрово разнокалибрени актове от протокола на дружеското всекидневие – писма в стихове, експромпти, артистични стилизации, епитафии, честитки, календарни поздравления, пародийни манифести и прочее жестове, удостоверяващи идейното общечитие. В този смисъл като особено надежден, устойчив критерий, дефиниращ екипната общност на значимите периодични издания, бих посочил приятелските кръгове, обичайно наричани бохемски компании. Те са най-естествената жизнена среда, в която безкомпромисно се възпроизвеждат споделените ценностни убеждения. Тъй например, ако изключим несъстоялата се в периодично издание „Весела България”, косвена представа за чийто дух дават текстовете на Алеко, първият „Българан” е всъщност онзи „ръкав”, от който (подобно на Гоголев „Шинел”)

„излиза“ високата естетическа норма на българския хумор, високото техническо майсторство на родната интелектуалска ирония, възпроизвеждани впоследствие и в Подвързачовия кръг, и в „Барабан“, и в „Смях и закачки“ на „Зора“, и в „Щурец“ главно заради общността на някои от основните фигури сред техните екипи. Ако Алеко не беше несвоевременно загинал, със сигурност и негов шаржов портрет, рисуван от А. Божинов, би го представил сред звездната компания българановски автори в „Литературен сборник на българановците“ от 1906 г. С известни корективи, произтичащи от неизбежни периодични промени в авторските екипи, мисля, че „по следите“ на бохемските компании е възможно да бъде изградена убедителна класификация на хумористичните издания у нас, разбира се, до 1944 г.

Естествено формирани по ценностен път, дружеските обединения водят екипен живот на своего рода „технологични“ цехове с безкомпромисна яснота както във връзка с поетическата техника на смешното, така изобщо по повод на управлението на смисъла, а, не на последно място, и по повод на нравствената мяра, с която това знание е практически приложено в речевата употреба. В този смисъл един от въпросите, стоящи и пред коментираното изследване, дори без да е формулирана подобна специална цел в него, е свързан с уточняването в родния културен контекст на представите за техническа специфика на смешното, за логическите механизми, по които то възниква като афективен рефлекс. Паралелно с непосредствения предмет на работата си Я. Бориславов отделя дължимото внимание и на този въпрос, като щрихира основни посоки на разсъжденията в класическата естетика и техните рефлексии в родната критика от известната полемика между П. Р. Славейков и Т. Бурмов до наши дни. В общи линии той залага на една надеждна линия, подхваната от Аристотел и солидно укрепена чрез неговия авторитет. Според нея смешното е грешка или безобразие, които не причиняват страдание никому. Тази гледна точка и до днес съхранява своята актуалност в по-тясна дефинитивна употреба, да кажем, при разграничението между хумор и сатира. Именно през нейната оптика и Й. Бадев, и П. Бицили виждат през 30-те своеобразието на човеколюбивия хумор у Чудомир. Този традиционен дефинитивен ракурс обаче е приложим спрямо етичната специфика, която видовете разслоения на смешното притежават. Същинският технически въпрос „как се конструира речта, предизвикваща смях?“, според Шопенхауер, за пръв път формулира едва Цицерон, който впрочем сам признава, че са му попадали „някои гръцки книги с [примерно] заглавие *За смешното*“, очевидно незапазени. И макар да се отказва от отговор под претекст, че остроумието не подлежи на научно изследване, тъй като „никой по никакъв начин не може да бъде обучен на остроумие“ (Цицерон. За оратора), все пак въпросът за поетическия механизъм на смешното намира своята отчетлива писмено фиксирана формулировка, върху чийто отговор потомците да разсъждават. Ако бъдат пропуснати ред последващи дефинитивни опити (напр. на Р. Декарт, Т. Хобс, Б. Спиноза и др.), дори Кантовата представа за смеха като „афект от внезапното превръщане на напрегнатото очакване в нищо“ (наред с теорията на Жан Пол) е преценена от Шопенхауер като несъстоятелна. Едва Шопенхауер формулира смешното като афективно следствие от логическа операция – „внезапно разбрано несъответствие между понятието и мислимия в него реален обект“, т. е. като „конфликт между

мислимото и съзерцаемото”. Той дори определя родовата същност на смешното като формално логическа операция, като силогизъм, чиято голяма предпоставка е безспорна, а малката се проявява конспиративно под прикритието на достатъчно прозрачна, достатъчно разпознаваема „чужда” маска. Именно тази двуплановост на речевата конструкция (Шопенхауер предлага метафорична подмяна на смешното с ъгъл, образуван от пресичането на *две линии*) ще открием доста по-късно, през 1924 г., в дефинитивната представа и на наш автор, чиято важна работа¹ Я. Бориславов уместно коментира. Михаил Димитров, тогава все още асистент по експериментална психология в СУ, говори за „диспарантност на представите”, за „двойно разположение на съзнанието” и при производството на смешното, и при неговата рецепция. Така, ако се има предвид и още един важен текст на наш интерпретатор от 30-те², става донякъде ясно, че по това време родната критическа рефлексия вече схваща смеха като висша проява на интелекта, като техническа виртуозност на мисълта, като осмислена самоценност на достатъчно софистицираното техническо умение да се конструират остроумия и парадокси. В подобна зряла представа за поетическата техника на смешното очевидно и у нас личат следи от „Смехът” (1900 г.) на А. Бергсон. Там смехът е видян като такава рационална проява на чистия разум, която се нуждае от кратковременна анестезия на сърцето, традиционно мислено по романтически маниер за метафорично вместилище на ирационалните афективни състояния. В този смисъл самодостатъчното техническо умение за конструиране на смешното, което, превърнато в самоценна интелектуалска игра, проявява безразличие към каквито и да било етични регламенти, би било верен аксиологичен критерий за систематизация на хумористичните артефакти, в това число и на периодичните хумористични издания. Тук е уместно да се спомене, че основните претенции на Протич към първия „Българан” са свързани именно с демонстративното самоопиянение от овладените технически възможности, от непочтителното и контратенденциозно „пазарско фокусничество” на авторите му, които „с бяс римват и ритмуват всичко, що се изпречи пред очите [им]”³.

Очевидно позакъсняла у нас, представата за смешното като рационална проява на чистия разум, в крайна сметка е наложена съвсем не без посредничеството и на високи европейски образци. Като уточнява периодичните издания, повлияли родните критерии за художествена ценност на смешното, Я. Бориславов, разбира се, посочва и мюнхенското „*Simplicissimus*”, може би най-авторитетното сред тях. Изкушавам се да добавя два допълнителни аргумента. Първия намираме в стихотворението на Подвързачов „Родина”, където името на списанието е изрично включено в състава на една макаронична римна двойка („Все тъй си детски жалка ти/ и в робство, и във независимост –/ тъй важно-весела – почти/ измислена за *Simplicissimus*”). Вторият аргумент е косвен. Дава го Змей Горянин в една своя тъжна „изповед на интелегента”,

¹ М. Димитров. Психофизиология на смеха// Годишник на СУ, т. XXI, 1924 г. Статия въз основа на този обемен текст М. Димитров публикува и по-късно: М. Димитров. Психология на смеха// Философски преглед, 1929, кн. 3, с. 44-53.

² К. Чолаков. Психология на театралния шарж// Философски преглед, 1935, кн. 1, с. 78-81.

³ А. Протич. Българан// Мисъл, 1905, с. 129.

самоиронично назована „Шега”. Там иззад името на споменатата немска художничка Кете Колвиц с голяма вероятност прозира мюнхенското хумористично списание, където тя е постоянен сътрудник („А сега съм влюбен във едни/ призраци със женски дрехи: болни,/ гладни и разплакани жени/ от картините на Кете Колвиц”⁴). Мюнхенският адрес на „Simplicissimus” подсказва и за още едно влияние, идващо оттам. Става дума за тамошните хвърчащи листи „Fliegende Blätter” с още по-дълголетна традиция, датираща чак от 1845 г. Влиянието на това седмично хумористично списание, наред с блестящата формулировка на заглавието му, може да бъде удостоверено дори само по заглавията на нароените у нас повече от 10 на брой ту хвърчащи, ту хвъркати листове, сред които даже и един „Хвърчащ българан” от 1907 г. Магнетичното въздействие на немското издание върху родната ни култура личи и по негови, така да се каже, „сериозни” разширения, например Гео-Милевите проекти „Лирични хвърчащи листове” и „Хвърчаща библиотека”, както изобщо по събирателното понятие „летящи списания”, въведено в края на 30-те от Й. Бадев.

Най-накрая бих посочил и уместността на един въпрос, реторично зададен от Я. Бориславов в самия край на изследването му – „дали образът... е по-ефективен като въздействие от словото?” (с. 173). Неизбежните взаимодействия между иконичен и речеви образ в периодиката, особено в „бързите” издания с напрегната периодична честотност, имат ресурса да попаднат в теоретичния център на едно, надявам се, предстоящо изследване на автора върху нашия периодичен печат. Трайният интерес на Я. Бориславов към този периметър от националната ни култура ме кара да вярвам, че това е напълно възможно.

Вторият монографичен текст, представен от автора (**Българската журналистика между двете световни войни (1919-1939). – София: Авангард Прима, 2010**), напълно удовлетворява критериите за висока оценка на учебно пособие по история на българската журналистика, като изгражда картина на медийната среда от периода с обхват, осигуряващ необходимата пълнота и системност на изследвания обект. Предмет на вниманието са и периодичният печат, и българското радио, и журналистическите организации, и правният регламент, уреждащ достъпа до медийния пазар на журналистическата, а, не на последно място, и на предприемаческата инициатива. С риск да се повтори бих подчертал отново, че, продуктивно съвместил компетентността на историк и медиен човек, авторът очертава достатъчно представително обществено-политическия контекст, в неизбежно каузални отношения с който е и неговият съвкупен медиен образ. Тъй например политическите блянове за съсловна изпълнителна власт, осъществени донякъде в земеделското управление (разбира се, съвсем не изолирано от аграрническите тенденции в политиката на тогавашна Европа, напр. Хърватската селска партия на Анте и Степан Радич), са интригуващо спрегнати с разрастването на специализирания печат (с. 6), възторжено откликнал на особено популярната у нас през 20-те кооперативистка доктрина – мирновременен отзвук на осъзнатата през войните мощ на „колективитета”. Подобен е паралелизмът между публичната умора от вътрешнополитически конфликти, довела в

⁴ Зора, 3.10.1932 г.

крайна сметка до забрана на политическите партии през 1934 г., и постепенното, но сигурно преображение на вестника на идеята (на политическата тенденция) във вестник на информацията (с. 62).

Очертаният в книгата профил на комунистическата преса от периода е интригуващ не толкова с неизбежните констатации на нейни очевидно доминиращи физиономични белези – скука, догматизъм, доктринерство, русизми (напр. „да се отпочне”, с. 34), език на омразата, колкото с вътрешнопартийните отклонения от тази, така да се каже, „генерална” стилова линия. Специалният акцент върху статиите на ляв журналист като Димитър Найденов в ляво издание като „Поглед” („Езикът на нашия печат”, „Сектантството в печата”, с. 36) е уместен избор с несъмнен педагогически принос към автентизма на медийната картина. Далеч не само като досадно повторение звучи и припомненият от Я. Бориславов цялостен контекст, в който е положена легендаризираната от комунистическата историография А.-Страшимирова оценка за Цанковото правителство „клаха народа си, както и турчин не го е клал”. Студентите, а и далеч не само те, е редно да знаят, че в оценката на Страшимиров сатанизираните от дълголетния пропаганден панегирик „кръволоци” са равнопоставени на онези, които са „подгаврили надеждите на народните маси и са забегнали” (Димитров и Коларов), за да се заемат с цинична калкулация на политическите резултати от септемврийската хекатомба.

В умиротворителен противовес спрямо крещящо тенденциозната политическа преса са представени и консервативните издания, някои от които с известен уклон към политическата десница, а други – политически независими, но за сметка на това пък професионално обречени на информационната си мисия. В разказа на Я. Бориславов за тях личи авторско пристрастие тъкмо към този сегмент от общата медийна картина между войните. Напълно разбираемо за медиен човек, то се дължи, по мое мнение, на две причини. Първата, свързана с журналистическата етика, е добре обоснована от Ив. Плачков. Неговият професионален „манифест” („кратко и справедливо писане; никаква омраза и партизанщина; никаква лъжа...”, с. 55), макар конкретно обвързан с в. „Мир”, има стойност на обща програма за повечето от значимите консервативни периодични издания. Втората виждам в стремежа към публична консолидация, който впрочем като своего рода общ „сговористки” патос на консервативната преса не е гаранция за идилични отношения дори в този относително единен медиен сегмент. Достатъчно е да се посочи статията в „Зора” на Д. Крапчев („Монологът на печата”, 1929 г.), чрез която той остро полемизира уж конкретно с „файтонджийския вестник” на А. Дамянов „Утро”, а всъщност със самия Дамянов и неговата вестникарска империя, по повод на монопола в печата.

Несъмнена изследователска перспектива притежават и такива подхванати теми, свързани например с появата на професионалния репортер, на професионалния фоторепортер, с употребата на достоверни правителствени канали за информация, с типографската „американизация” на вестника и пр., които имат ресурса да аргументират статута на тогавашната ни консервативна преса като продуктивен образец дори в днешно време. Тъкмо тези издания от 20-те и 30-те впрочем

кодифицират феномена на тъй наречената „позиция на Чилов”, общопризната и масово сочена и до днес като несъмнен български принос в световната рекламистка практика.

Качествата на представените от кандидата монографични трудове, достатъчният брой негови публикации в реферирани издания от предходната му квалификационна процедура досега, изцяло удовлетворените административни критерии по настоящата процедура, резултатите от неговата последна атестация, дарбата му на разказвач, умението му да конструира ефектни формулировки, пряко достигащи същината на изложението, както изобщо цялостният му облик на автор с оригинални идеи, ми дават пълна увереност да предложа на уважаемия кворум да присъди на *гл. ас. д-р Ясен Бойчев Бориславов* научното звание *доцент* по професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – история на българската журналистика).

1.01.2020 г.

Проф. д-р П. Шуликов: