



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

Факултет „Икономика на инфраструктурата“
Катедра „Медии и обществени комуникации“

Ивайло Бойков Диманов

**ДИНАМИКА
НА САТИРИЧНИТЕ ПОХВАТИ
В БЪЛГАРСКИЯ ПЕРИОДИЧЕН ПЕЧАТ
ПРЕДИ И СЛЕД 1989 Г.**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд

*за присъждане на образователна и научна степен „доктор”
по научната специалност „Организация и управление извън сферата
на материалното производство“ (Медии и комуникации)
в направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки*

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:
ПРОФ. Д.Н. ЛЮБОМИР СТОЙКОВ

София, 2022 г.

Декларация за авторство

Във връзка с представения дисертационен труд на тема:

„Динамика на сатиричните похвати в българския периодичен печат преди и след 1989 г.“ и провеждането на процедура за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научната специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (Медии и комуникации) в направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки,

Декларирам, че:

Настоящият дисертационен труд е мой авторски продукт. Използваните източници на информация са документирани и цитирани коректно съгласно действащите в Република България стандарти. Посочените, като постигнати, резултати не са заимствани от изследвания, в които нямам участие.



Подпис:
(Ивайло Диманов)

27.02.2022 г.
София

СЪДЪРЖАНИЕ

I. Структура на докторантския труд	4-5
II. Обща характеристика на дисертацията.....	6
1. Актуалност на темата	6
2. Теза и изследователски хипотези	7
3. Цел и задачи.....	7-8
4. Обект и предмет на изследването.....	8- 9
5. Методология на дисертационния труд	9-10
6. Ограничения на изследването.....	10
7. Аprobация	11
III. Резюме	11-15
IV. Основни изводи от емпиричното изследване.....	16-23
V. Справка за основните приноси.....	24
VI. Публикации по темата на дисертационния труд	25

Заглавие на английски език: Dynamics of the satirical devices in Bulgarian periodical press before and after 1989

Ключови думи: журналистика, политика, свобода на словото, цензура, хумор, сатира, медии, общество, виц, карикатура, памфлет

Key words: journalism, politics, freedom of expression, censorship, humour, satire, media, society, anecdote, politics, caricature, pamphlet.

I. СТРУКТУРА НА ДОКТОРАНТСКИЯ ТРУД

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД	6
БЛАГОДАРНОСТИ	13

Първа глава.

Жанрова система на хумора и сатирата в периодичния печат

1. История и типология на хумора.....	14
1.1. Основни групи хумористични и сатирични жанрове	19
1.2. Дефинитивен конструкт и отлики между хумора и сатирата.....	23
1.3. Особенности на конкретния хумор	26
1.4. На какво се смее българинът - вчера, днес и утре?	32
2. Динамика и метаморфози в хумористичната мерена реч.....	36
2.1. Епиграмата - ракурси на поетическото остроумие	36
2.2. Словесна изящност и многообразие на сатиричната поезия	38
2.3. Баснята - метафоричната мъдрост на вековете	42
3. Типология и систематизация в кратките форми	
3.1. Афоризъм и каламбур - парадигми и трансформации	46
3.2. Социална онтология на пословицата и бурлеската	47
3.3. Същност и разновидности на анекдота	49
3.4. Виц и анекдот - сходства и дисонанси	51
4. Вицът - носител на богатите традиции на българския фолклор	
4.1. Някои исторически аспекти на вица	57
4.2. Поява и развитие на битовия и политически виц	59
5. Героизация и дегероизация на типажите в анекдотичния фолклор.....	64

Втора глава.

Българската периодика преди и след демократичните промени

1. Антропология и функции на печатните медии

1.1. В началото бе Словото. Вестникарското слово	68
1.2. Характеристика и функции на периодичния печат	70
1.3. Динамика и топонимия на сатиричните издания	82

1.4. Обществено-политически резонанс на литературното наследство на българските хумористи и писатели-сатирици	85
---	----

2. Социалната роля на хумора и сатирата в българския периодичен печат

2.1. Традиции и разпади в ценностната система на българина.....	91
2.2. Аксиология на смеха	105
2.3. Структурни, стилистични и езикови трансформации преди 1989 г.	110
2.4. Криза в социалния статус на съвременния медиен хумор	118

3. Свободата на словото в дискурса на времето

3.1. Цензура и автоцензура	121
3.2. Хронология на похитената истинност	131
3.3. Репресии над българската сатира	141
3.4. Етичният кодекс - достатъчна гаранция ли е за журналиста?	149

Трета глава.

Характеристика на визуалния хумор в периодичния печат

1. Поява и развитие на карикатурата в българската периодика	166
2. Особенности на шаржа, комичния колаж и комикса	173

Четвърта глава.

Практически изследвания

1. Емпирично проучване на тема „Динамика на сатиричните похвати в периодичния печат през погледа на пъстрата читателска аудитория“	176
2. Литературна анкета с изтъкнати писатели-сатирици	187

ЗАКЛЮЧЕНИЕ	205
-------------------------	-----

СПРАВКА ЗА ОСНОВНИТЕ ПРИНОСИ	209
---	-----

БЕЛЕЖКИ	210
----------------------	-----

БИБЛИОГРАФИЯ	215
---------------------------	-----

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИЯТА	222
---	-----

ПРИЛОЖЕНИЯ	223
-------------------------	-----

II. Обща характеристика на дисертацията

Настоящият труд има амбицията да покаже значението на медийния смях за социалното здраве на българското общество. В него се анализират теоретични и практически проблеми в съвременния хумористичен печат. В контекста на модерната полемика се интерпретират важни възгледи на чуждестранни и български автори за отношението хумор – власт, медии – идентичност, сатира – цензура и др. Приведени са редица примери и аргументи за илюстриране на вечната борба на хумора със слабостите и пороците на политическата система.

Наблюденията върху социалната ефективност на сатиричната журналистика и детайлният анализ показват симптоматичен спад на специализираните издания, занижен обем и вестникарска територия, отслабено влияние върху читателската аудитория и редуциран социален резонанс, което до голяма степен влияе и върху съвременната роля на хумора и сатирата в периодичния печат в годините след демократичните промени в България. Един от изводите в края на студията е, че хуморът и сатирата в днешното медийно пространство са с атрофирали социални функции и обществена значимост.

Настоящият дисертационен труд е посветен на сложните и динамични процеси в медийния хумор и по-специално в периодичния печат - преди и след прехода в България. Съществен елемент от взаимоотношенията хумор – обществена комуникация, са рефлексите в читателската аудитория.

Целта е да се обоснове ролята на комуникативността в съвременната сатира чрез анализ на доминиращите хумористични форми - анекдоти, фейлетони, пародии, карикатури.

Разработката предлага дескриптивна преоценка на някои по-важни аспекти на трансформациите и метаморфозите в съвременния хумор, сходствата и дисонансите между вербалния и публикувания хумор, както и дегероизацията на осмиваните личности по време на прехода. Детайлният анализ показва симптоматиката на социо-лингвистичните ракурси в специализираните издания, социалния резонанс и дисбаланс сред читателската аудитория.

В заключение са формулирани конкретни изводи за спецификата и особеностите на българския хумор в структурата на обществената комуникация, както и трансформациите в динамиката на съвременния хумор у нас.

1. Актуалност и значимост на темата на изследването

Политическата сатира и нейният коефициент на полезна дейност са винаги актуален и значим информационен ресурс, достоен за обстоен анализ. Изследванията в този

труд легализират сериозни научни изводи, свързани с динамичните процеси в медийния хумор, а оттам и в по-широк социално-обществен ракурс.

2. Теза и изследователски хипотези

Основната теза в настоящото изследване е, че ролята на хумора и сатирата в периодичния печат е от особено важно значение за качествената медийна комуникация в съвременния свят. Четвъртата власт притежава мощен арсенал от сатирични похвати, които са тъй нужни за възстановяване на нейната социална ефективност и обществена значимост.

Първата от работните хипотези, която би могла да бъде проверена (най-вече чрез факторния анализ по метода на главните компоненти) е, че социалният статус на хумора и сатирата в периодичния печат е в пряка зависимост от динамичните обществено-икономически и политически промени в най-новата история на България. Нещо повече - в хода на изследването ще се опитам да докажа, че колкото по-напред вървим към осъществяване на демократизацията в нашето общество, толкова повече рухва социалният рейтинг на печатния и вербалния хумор в България.

Втората хипотеза е, че цензурата срещу свободното слово има и своеобразна „лечебна“ сила. Дисертационният труд ще се опита да докаже с анализ и с конкретни примери как цензурата мотивира, амбицира и калява творческия хъс и бунтарски дух на творците, които пишат хумор и сатира.

Третата хипотеза на настоящото изследване е, че днес хумористичният печат е в безусловен колапс и има нужда от спешна реанимация. Динамичното развитие на технологиите, виртуалните онлайн комуникации заради пандемичните обстоятелства и не само заради тях, всекидневно отчуждават хората един от друг, осезаемо отсъства природосъобразното живо общуване, прегръдката, усмивката, смехът. Човечеството губи своите духовни потребности, култура, душите ни хронично боледуват.

3. Цел и задачи

Основна цел на настоящия дисертационен труд е чрез анализ на динамиката на сатиричните похвати в българския периодичен печат преди и след 1989 година да се структурират и изведат принципите и закономерностите на медийния хумор в България в контекста на свободата на словото и демокрацията. Настоящото изследване има амбициозната идея да осветли неизследваните територии на хумора в жанро-

вото и тематично многообразие на медийното пространство, да проследи динамиката на трансформации в печатния хумор, търсейки приликите и отликите в социо-лингвистичния ракурс на промяната.

Останалите цели на това изследване са:

- Дискурсивен анализ на семантиката на хумористичния и сатиричния текст в печатта.

- Да се проследи функционално-комуникативният ефект на сатиричния печат преди и след промените.

За осъществяването на тези амбициозни цели в хода на изследването са формулирани и конкретни задачи.

Основните задачи на изследването са:

1. Теоретичен обзор на хумора и сатирата в полигамията на медийното многообразие.

2. Анализ на съотношението между вербален и писмовен хумор в социално-обществен аспект.

3. Да се проследят тенденциите в политическия хумор преди и след промените.

4. Емпиричното проучване на социалните и темпорални функции на хумора и сатирата, би осветлило относителния дял на хумора и сатирата в стилистичния арсенал на българския печат.

5. Корпусно изследване на езиковите похвати, подтекстовата стилистика и езоповски хумор в условията на тоталитарна цензура.

4. Обект и предмет на изследването

Обект на настоящия дисертационен труд е хумористичния печат в България преди и след 10.11.1989 г. Предмет на изследването са сатиричните похвати и техните динамични трансформации в медийния хумор в хода на демократичния преход. Ограниченията на разработката са от времеви и териториален характер. Основен мотив за избора на тази тема е слабият научен интерес към хумора и сатирата като социо-лингвистичен и медиен феномен, както и многото бели полета в изследователската дейност, свързана с динамиката на трансформациите в българския медиен хумор. Личният и професионален мотив при избора на темата на дисертационния труд е, че дълго

време съм непосредствен участник в процесите, които формират съвременната история на хумора и сатирата в България.

Медиите, които са изследвани тук, са специализирани хумористични издания, както и сатирични приложения, страници и притурки за хумор и сатира в централния и местен печат в България. Мотив за избора на тези конкретни медии е, че всички те са позиционирани изцяло в проблематиката, която изследва настоящия дисертационен труд и тъкмо те биха могли да докажат или опровергават работните хипотези в проекта.

5. Методология на дисертационния труд

Спецификата на предложения дисертационен труд предполага използването на широк спектър от похвати и методи от теоретичната област на информационните технологии, обществените комуникации, литературата, медиите и журналистиката. Научното изследване е структурирано по метода на дедукцията (от общото към частното).

Методите, които са използвани са:

- Анализ и синтез на теоретични източници, изследвания, проучвания и доклади на водещи международни изследователски институти;
- Наблюдение на основните информационни източници, изкушени от проблемите на хумора и сатирата, както и специализираната научна литература.
- Сравнителен анализ на българските хумористични издания, страници за хумор и сатира, притурки и публикации в социалната мрежа.
- Анкетно проучване за читателските нагласи, което има за цел да обобщи техните интереси в изследваната област – кои най-често четат и харесват и колко време отделят на хумора в печатните медии, какво съдържание най-често потребяват, кои теми и жанрове следят най-често и т.н.
- Разработване на авторски алгоритъм за управление на динамичните процеси в медийния хумор, изграден на базата на добрите и лошите практики, които са изследвани.

Методология на изследването

Темата на дисертационния труд има широк диапазон и интердисциплинарен характер, тъй като засяга различни сфери в социално-обществения и културен спектър - история на журналистиката, социо-лингвистика, медии и социални мрежи, етика и

свобода на словото, литература, драматургия и публицистика. Затова в дисертационния труд са включени методи на изследване от всички тези области и те хармонично се допълват: анализ и синтез на теоретични източници, изследвания, проучвания и доклади на водещи експерти по медийна регулация, преглед и критичен анализ на научни и емпирични източници, наблюдение, изследване на случаи (case study) и анкетно проучване.

Чрез метода на анализа и синтеза е изследвана функционалността на няколко хумористични издания и притурки за хумор и сатира: в. „Стършел“, сп. „Карикатура“ и специализираните седмични страници: „Добър вечер“ на в. „Вечерни новини“, „Млад Еж“ на в. „Народна младеж“, „Весело хоро“ на в. „Кооперативно село“, „Хитър Петър“ на в. „Земя“, „После“ на в. „Сега“ и „Кафене“ на сп. „Тема“.

Методът на наблюдението е в основата на детайлния анализ на печатния хумор в **периода 1959 – 2021 г.**

За целите на анкетното проучване е изготвена анкетна карта, която включва 13 въпроса. Анкетата е анонимна, с цел по-голяма свобода и искреност в отговорите. Респондентите са избрани на случаен принцип и обособени в две целеви групи по възрастов признак (до 45 години и над 45).

Изследването, макар да е осъществено в София, е на национално ниво, тъй като участниците са посочили разнообразно жителство, а периодът на провеждане на анкетното проучване е юни 2020 - август 2021 г. В него са се включили 120 респонденти. Изследването служи като ориентир за реалното състояние на изследвания проблем през последните години. Изводите от него се отнасят и са валидни само за изследваните респонденти. Събраната информация бе обработена с помощта на приложението Google формуляри (Google Forms)⁶.

6. Ограничения на изследването

Времето ограничение на изследването е в трийсетгодишния период преди 10. 11. 1989 г. и след това, а анкетното проучване е проведено през 2020 - 2021 г.

Изследователският проблем на дисертационния труд е свързан с анализирането на архивните материали. По-старата вестникарска периодика не е дигитализирана, в някои от годишните течения липсват отделни броеве, други са похабени или напълно унищожени.

В емпиричното изследване сред читателската аудитория бе невъзможно по-младите респонденти да направят съпоставка между медийния хумор преди и след демократичните промени поради обясними причини и сравнителният анализ в докторантския

труд е извършен въз основа на отговорите на втората целева група с респонденти над 45-годишна възраст.

7. Апробация

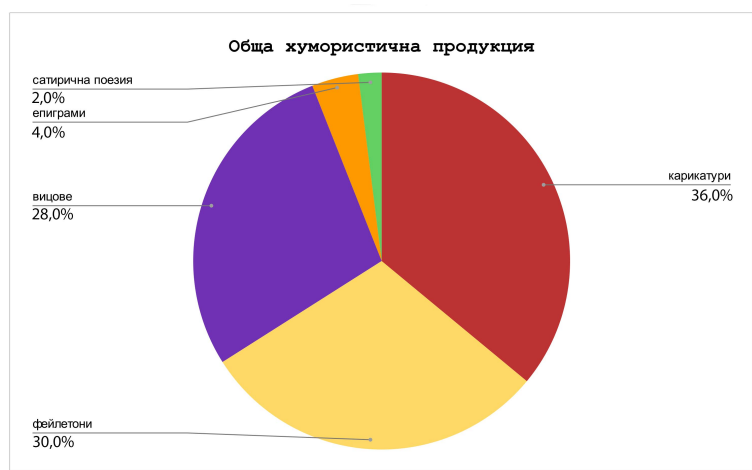
Части от дисертационния труд са публикувани в специализирани научни издания и са представени на научни конференции.

III. Резюме

Настоящият дисертационен труд е ситуиран в три основни раздела. Първият от тях е посветен на теорията, типологията и жанровото многообразие на хумора и сатирата от древността до днес. Втората част на изследването проследява историята и развитието на печата по света и у нас, като основно внимание е отделено на зараждането и биографичната хронология на специализираните хумористични издания в България преди и след демократичните промени. В този основен раздел на дисертацията сериозно внимание е отделено на динамиката в сатиричните похвати, трансформациите в хумористичния дискурс, а голяма част е посветена на свободата на словото, цензурата и автоцензурата, репресиите над свободата на изразяване у нас и по света. Третата глава проследява историята и развитието на визуалния хумор. В последния раздел са представени практическите изследвания, свързани с темата на дисертационния труд. Но нека резюмираме студията в по-детайлна конкретика.

Първа глава, още в началото представя жанровата система на хумора и сатирата в периодичния печат. Спецификата на този тип журнализъм предопределя възникването на някои научни спорове относно типологизацията на хумора и сатирата. Доколко са журналистика и доколко литература? Повечето от цитираните източници в изследването са склонни да приемат едно условно разделение. Конкретният хумор, документалният фейлетон, злободневката и памфлета са по-близо до традиционните журналистически жанрове и публицистиката, докато веселите разкази и художествени фейлетони, миниатюрите, епиграмите и басните, както и сатиричната поезия са в кохортата на литературните видове и носят отличителните белези на трайната висококачествена текстуалност. Важно място в този първи раздел заема паралелното анализиране на приликите и отликите между хумора и сатирата, динамиката и метаморфозите в хумористичната мерена реч. Тук са конкретизирани литературните достойнства на изящната словесност в сатиричната поезия, извечната метафорична мъдрост на баснята, ракурсите на поетическото остроумие в съвременната епиграма. Каква е разликата между виц и анекдот, какви са сходствата и дисонансите помежду им и защо политическият

виц се радва на всенародна почит повече в тоталитарните общества, отколкото в условията на демокрация. В първата част на дисертацията е отделено подобаващо място и на останалите кратки сатирични форми в периодичния печат, проследена е динамиката на техните трансформации, както при афоризмите и каламбура, така също и при пословиците и бурлеската, очертана е тяхната роля и социална онтология. В хода на изследването е извършен математически анализ на процентното съотношение на различните хумористични жанрове според публикациите в българския периодичен печат. /Виж диаграмата /



В края на този основен раздел, посветен на жанровото многообразие и типология на хумора и сатирата през различните етапи на развитие в периодичния печат, е добавен и един на пръв поглед страничен акцент, който всъщност индиректно отчита социално-обществената ефективност от хумористичните публикации в български печат. Става дума за героизацията и дегероизацията на основните типажни в анекдотичния фолклор, както и в злободневната медийна сатира. Проследявайки в исторически аспект на какво се смее българинът вчера, днес и утре, дисертационният труд дава косвени доказателства за същността на динамичните процеси в хумористичния печат в България.

Вторият и може би най-важен раздел от настоящото изследване е посветено на историческото развитие, антропологията и функциите на печатните медии и в частност - развитието на българската периодика преди и след демократичните промени. Особено внимание е отделено топонимия и съдържанието на сатиричните издания у нас и техният обществено-политически резонанс. И тъй като една от работните хипотези е пряко свързана със социалната роля на хумора и сатирата в българския периодичен печат, основните усилия в дисертацията са насочени към изследване на структурните, стилистични и езикови трансформации в хумористичния печат преди 1989 г. и след това.

Основната теза на настоящия труд е свързана с кризата в социалния статус на съвременния медиен хумор и на нея е посветен цял вътрешен раздел. Парадоксално е, че в при тоталитарната власт хумористичните издания имаха по-висок обществен рейтинг, отколкото в наши дни. В областта на културата, изкуството и медиите ситуацията бе под пълен партийно-държавен контрол. Първият ръководител беше елементарен и неук, но изключително интуитивен и хитър. Той бе взел под крилото си неколцина видни интелектуалци - писатели, журналисти, художници, артисти. Водеше ги на лов, обгрижваше ги с привилегии и социални облаги - така, както опитният ловец поставя хранилки за дивеча, който напролет ще отстреля. Това е и една от причините в България да няма изявени дисиденти, пострадали от тоталитаризма. В периодичния печат действаше максимата „Вържи попа, да ти е мирно селото“. Вътрешноредакционната цензура и строгият идеологически контрол действаха безотказно. Честните журналисти и писатели, които мразят някой да им диктува, ползваха професионални трикове, за да надхитрят отдел „Пропаганда“ на ЦК на БКП и съответните отдели на Държавна сигурност.

Един от основните сатирични похвати в хумористичните издания бе използването на Езопов стил на писане. Великолепни „баснописци“ през 70-те и 80-те години на миналия век бяха „стършелите“ Мирон Иванов, Кунчо Грозев, Христо Пелитев, Петър Незнакомов, Ясен Антов, Чавдар Шинов, Черемухин, а от по-младите писатели - Румен Балабанов, Станислав Стратиев, Валентин Пламенов, Кръстьо Кръстев, Димитър Бежански, Иван Кулеков, Петър Софрониев, поетите-сатирици Иван Карик, Радой Ралин, Марко Ганчев, Васил Сотиров, Виктор Самуилов и др.

Друг популярен сатиричен похват в хумористичния печат по онова време бе подтекстовото писане, с втори, че дори и с трети план на иносказателно послание. При този похват авторът разчита на високата интелигентност на читателя, тъй като подтекстът е почти криптиран и не всеки би могъл да прозре написаното между редовете.

Често срещан прием в писането на остра сатира бе двусмисленият конструкт на текста според формулата „Думам ти дъще, сещай се, снахо!“ Да речем, фейлетонистът иска да осмее калпавата продукция на българска стомана в „Кремиковци“. Но главният редактор е баджанак на партийния секретар в комбината и фейлетонът няма как да види бял свят с директна критика. Тогава авторът започва да плюе производството на кремиковски профили в United States Steel Corporation в Питсбърг, Пенсилвания. Как не ги е срам тия американци да произвеждат такава калпава продукция, да хвърлят срамно петно върху авторитета на нашия металургичен гигант, гордостта на социалистическата ни индустрия. По сходен тертип излиза фейлетон с подигравателен тон за ходатайствата в Белия дом за синчето на някой активен борец против... комунизма. Или пък някой читател на „Стършел“ (тогава вестникът редовно поддържаше обратна връзка с читателите и проверяваше техни сигнали, изпратени по пощата) взел, че си купил „Жигули“ с фабричен дефект и липсващ волан, а дежурният редактор му отговаря с двусмислена ирония: „Не бери грижа, другарю читател, седни в колата и запа-

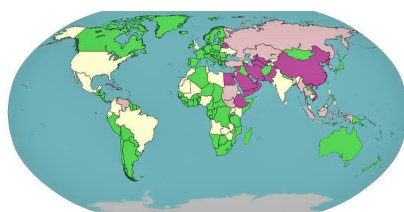
ли мотора, държавата ще те извози.“ В ония години имаше евтина и елементарна агитационна пропаганда с плакати и лозунги, изографисани къде ли не - по площади, фасади на сгради, училища и обществени тоалетни дори. Особено популярен бе слоганът: „Грижата за Човека - основна грижа на Партията.“ А под него някой бе дописал със спрей: „Ние знаем и кой е Човекът.“

Понякога анонимният градски хумор раждаше такива шедеври от оригинални графити, за които проф. Иван Славов, автор на „Златната решетка“ и летописец на кича, имаше желание да напише отделна книга, но внезапната смърт обърка творческите му планове.

Основен акцент във Втора глава е вечно актуалната тема за цензурата и автоцензурата, репресиите над български писатели-сатирици преди и след демократичните промени, както и ролята на Етичният кодекс, когото не без основание наричат Библията на съвременния журналист.

За съжаление значителна част от действащите в момента български печатни медии не подписаха споразумението, а това са всъщност проблемните жълти издания с висок тираж и ниска социална и етична хигиена, в които конвенционалният хумор отстъпва на агресивния сарказъм и нецензурирана гротеска, вероломно нахлуване в личното пространство на публични личности, недостойна подигравка с трагични човешки съдби и лични драми. Това вече няма нищо общо с хумора и сатирата в българския печат, в случая иде реч за погазване на елементарните норми на етика и морал в журналистическата професия.

Що се отнася до законната регулация в медийното пространство, в дисертацията е представена диаграма, която илюстрира динамиката на държавния контрол и регулаторните процеси, свързани с разпространението на Интернет и онлайн комуникациите по света.



Цензуриране на интернет по страна

2017



Третият основен раз-

ДЕЛ в настоящата дисертация

е посветен на визуалния хумор в периодичния печат. Проследени са историческите артефакти от появата на първата карикатура на Анибале Карачи до съвременните параметри на

модерната дву- и триизмерна сатирична илюстрация в онлайн изданията и социални платформи в мрежата.

Според една от теориите, терминът „карикатура“ произлиза от италианското *caricare* (преувеличавам). Според друга версия фонетично и хипотетично думата карикатура може да се определи като производна между испанската дума *carra* /лице/ и *carattere* /характер/ от италиански. И понеже в този жанр на преден план са лицето и тялото на персонажа, силно или частично деформирани и окарикатурени, можем да приемем, че карикатурата е криво огледало за характери и техните слабости в хиперболизиран мащаб. Карикатурата често, но не непременно носи хумористични черти. По мнението на повечето автори жанрът възниква през 16 век в ренесансова Италия, като за неин непосредствен предшественик се смята гротеската. Близки до карикатурата жанрове са комиксът, шаржът, а в англосаксонските страни *cartoon* и др.

„Добрата карикатура, както всяко произведение на изкуството, е по-близо до живота от самия живот.“, признава един от бащите на карикатурата Анибале Карачи. В раздела са представени и най-ярките майстори на българската школа, сред които личат имената на Александър Божинов, Илия Бешков, Борис Ангелушев, Александър Жендов, Стоян Венев, Райко Алексиев, Чудомир, Борис Димовски.

Според известния карикатурист Джеймс Гилрей - правейки своя избор, карикатуристът по един доста обиден начин изважда на показ нищетата на ума и подчертава дефектите на тялото. С усъвършенстването на печатарската техника, карикатурата придобива мощен тласък в разпространението и броя на почитателите чрез периодичните издания в стара Европа. Социалният ангажимент на този вид графично изкуство е да осмива недъзите на обществото и отделния индивид в частност.

Силата на въздействие и социални внушения на визуалния хумор не се измерват в пиксели и мегабайти. По време на Втората световна война военните карикатури на Кукриниксите са вдигали в атака цели дивизии на Източния фронт, политическите шаржове на Тодор Цонев са принудили Държавна сигурност да арестува всички негови рисунки от страх да не видят бял свят, а провокативните карикатури на Шарли Ебдо вдигнаха на оръжие целия ислямски свят и проляха невинна кръв. Четвъртата власт е могъща сила и играта със сатирични похвати понякога е игра с огъня.

IV. Основни изводи от емпиричното изследване

Инструментариумът на изследването включва следните стъпки:

Тема на емпиричното изследване - „Динамика на сатиричните похвати в периодичния печат през погледа на пъстрата читателска аудитория“

Обект на изследване – 120 пълнолетни български граждани, избрани на случаен доброволен принцип. Проучването бе проведено по метода на пряката анкета, което предполага бързо събиране на много и разнообразна информация. В рамките на изследването, бяха попълнени 120 анкетни карти от представители на две целеви групи, условно разделени по възрастов признак - до 45 и над 45-годишна възраст. Анкетните карти включват конкретни въпроси от затворен тип с възможност за избор на отговор. Използвана бе авторска анкета, съдържаща 13 стандартизирани въпроса. За отговор на повечето въпроси бе използвана 5-степенната скала на Ликерт.

Обхват на изследването – на национално ниво, за периода от юни 2020 - август 2021 г.,

Основна цел – изследването би трябвало да очертае ролята на хумора и сатирата за социалното здраве на гражданското ни общество.

Задачи:

- Дефиниране на многообразието от читателски предпочитания в пъстрия паноптикум от сатирични жанрове в печатните медии.
- Провеждане на мониторинг на активността на академичните институции в социалните мрежи и задълбочен анализ на различни по статус профили.
- Детайлно проучване на динамичните промени в читателския интерес към фейлетона, карикатурата и вица.
- Наблюдение и анализиране на приликите и отликите в предпочитанията на двете целеви групи, обособени по възрастов признак.

Хипотези:

- Медийният хумор би следвало да е любимо четиво за широката аудитория, независимо от възрастта, местообитанието или професията.
- Политическите вицове вероятно са най-атраaktivния жанр преди демократичните промени, но би могло да има и изненади в хода на емпиричното изследване.

- Прогнозите за нисък рейтинг на сатиричната поезия са свързани с ниския процент на публикации на този жанр.
- Очакванията за ниска ефективност на медийния хумор в социален аспект са предварително прогнозируеми поради ниския коефициент на полезно действие от страна на целия периодичен печат.
- Ако съвременните хумористични издания разполагаха с онлайн приложения, целевата група от млади респонденти не би била толкова индиферентна и безхаберна по отношение на конкретиката в някои от въпросите в анкетата.

Методика на извадката

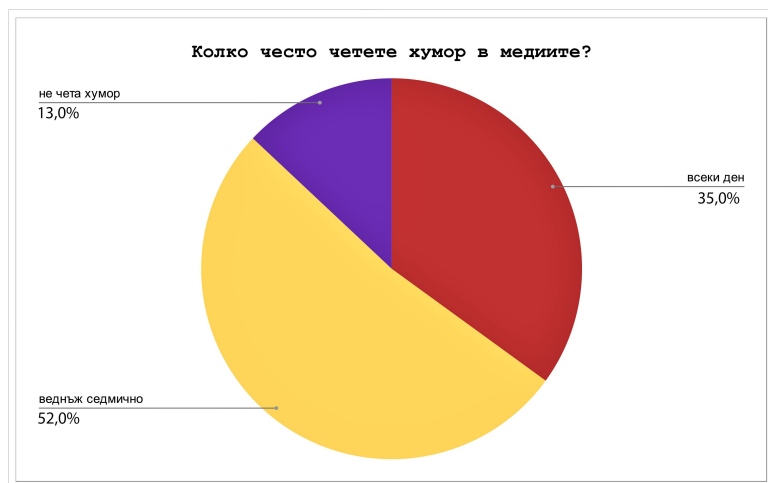
По своята природа темата на изследването е многоаспектна. Отнася се към сферите на образованието, комуникациите, философията, социологията и социалните медии, информационните технологии, литературата и оперативната журналистика, социо-лингвистиката.

За целите на изследването са използвани доказано работещи методи, тъй като липсва достатъчно емпиричен и донякъде теоретичен опит по конкретно поставената тема на дисертацията. Някои от тях са: наблюдение, сравнение, контент-анализ, синтез, индукция, дедукция, анализ на информация от социалните мрежи и други.

Какво показват резултатите от анкетата?

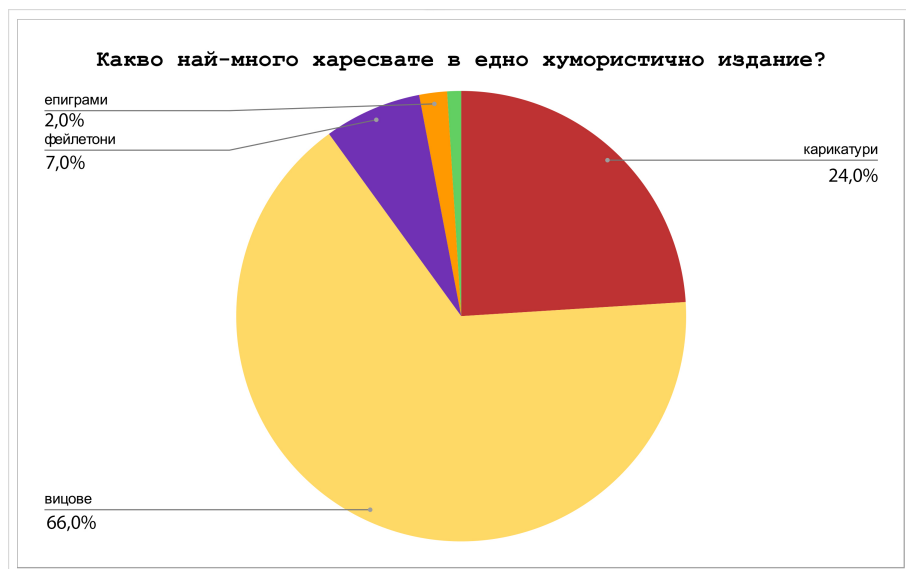
- От 120 респонденти 76 са жени, 44 - мъже.
- 98 са от София, 15 - от голям град и само 7 са от по-малки селища и села.
- 43 от анкетираните са на възраст под 45 г. и попадат в първата целева група.
- 77 от анкетираните са на възраст над 45 г. и попадат във втората целева група.
- 35 % четат хумор всеки ден, 52% - веднъж седмично, и едва 13% изобщо не четат хумор.

/Вж Диагр. 2/



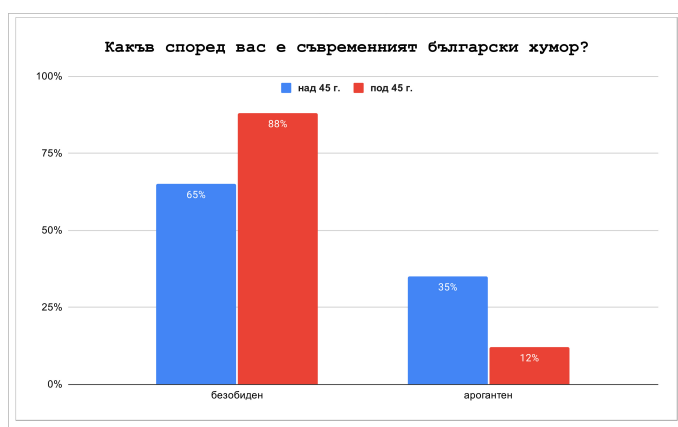
На въпроса „Какво най-много харесвате в едно хумористично издание?“, най-висок процент имат вицовете - 66 процента, след тях са карикатурите - с 24%, следват весели разкази и фейлетони - 7%, епиграми - 2% и сатирична поезия - под 1 процент.

/Вж Диагр.3/

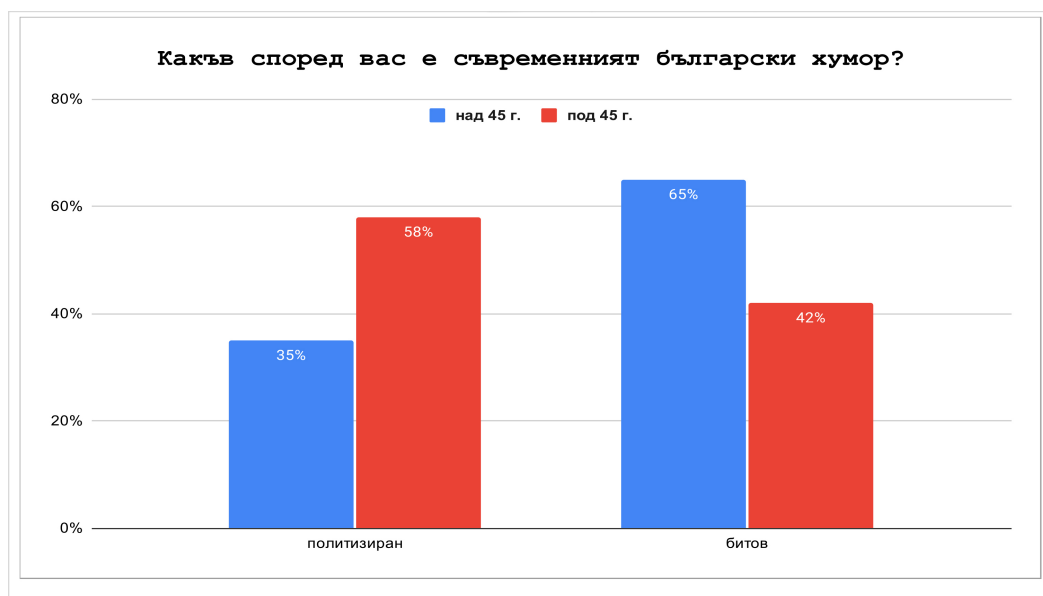


Следващият референтен показател - актуален/овехтял, не показва толкова високи амплитуди в процентното съотношение. По-младите респонденти от първата целева група като цяло намират съвременния хумор в медиите за овехтял /86 %/, останалите - за актуален. Във втората целева група процентите са почти изравнени - 52% намират хумора за актуален, останалите 48 на сто - за овехтял.

65 на сто от анкетираните в първата целева група /до 45 г./ смятат, че съвременният хумор е безобиден, останалите го определят за арогантен. Любопитното тук е, че отговорите в двете целеви групи коренно се разминават. Според отговорите на респондентите над 45-годишна възраст 88 на сто определят съвременния хумор за арогантен, останалите го намират безобиден. /Вж Диагр.4/



Един от най-важните въпроси в анкетата е за съотношението битов/политически хумор. Първата целева група от по-млади респонденти намира хумора за твърде деполитизиран /65 на сто го определят като битов/, докато втората целева група смята, че хуморът се е политизирал /58%/ . Последната цифра е изключително важна за целта на настоящото изследване, тъй като респондентите дават този процент на базата на свой сравнителен анализ спрямо медийния хумор преди и след промените. /Вж Диагр.5/



И двете целеви групи дават превес на лечебната сила на хумора /съответно 65 на сто и 58 на сто/

Твърде интересни за анализ са пъстрите отговори на следващия въпрос в анкетата - Може ли днес конкретен фейлетон да смъкне от власт: министър, депутат, стопански ръководител, хигиенистка? И двете целеви групи дават нулеви ставки на първите два варианта - министър и депутат. И понеже много от анкетираните са давали повече от един отговор, ще обобщим получените данни - 86 на сто от първата целева група смятат, че е възможно уволнението на хигиенистка, други 51% предричат санкции за стопански ръководител след публикация на конкретен фейлетон. Втората целева група от по-възрастни читатели дава предпочитания за евентуално уволнение на стопански ръководител /77%/ и 25 на сто - раздяла с чистачката.

Достатъчен ли е според вас броят на хумористичните издания, специализирани страници и притурки за хумор у нас? Тук отговорите са близо до абсолютния максимум - 96 на сто от двете целеви групи считат, че броят на изданията и територията за хумор в периодичния печат е крайно недостатъчна.

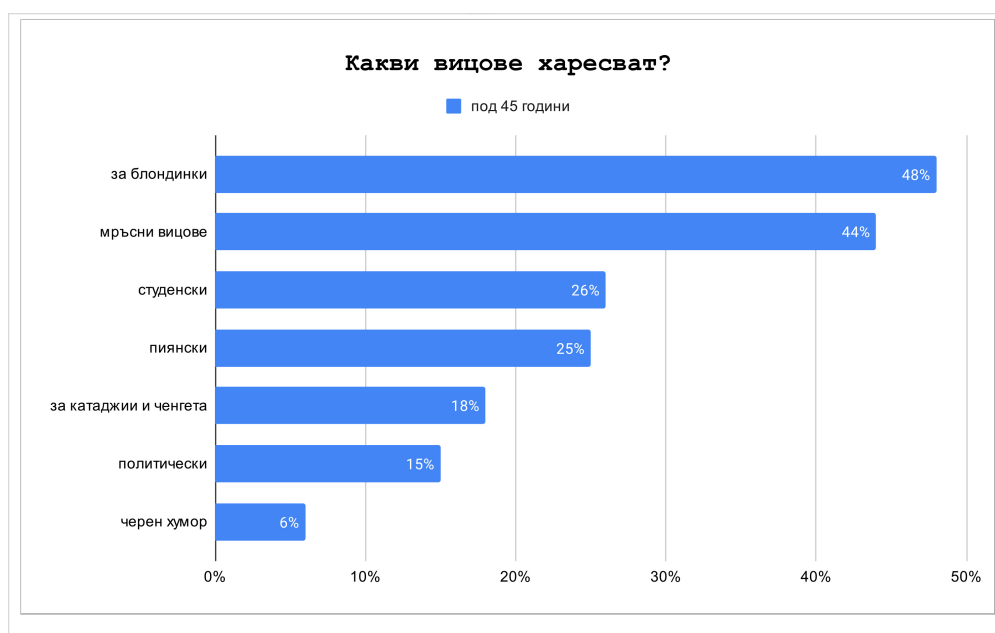
Има ли днес цензура в България? На този актуален въпрос в анкетата, респондентите от първа целева група отговарят уклончиво - 65 на сто смятат, че

въпреки извоюваната свобода на словото, в България има цензура. Втората целева група е с по-висок процент - 85 на сто са убедени, че свободното слово у нас е цензурирано.

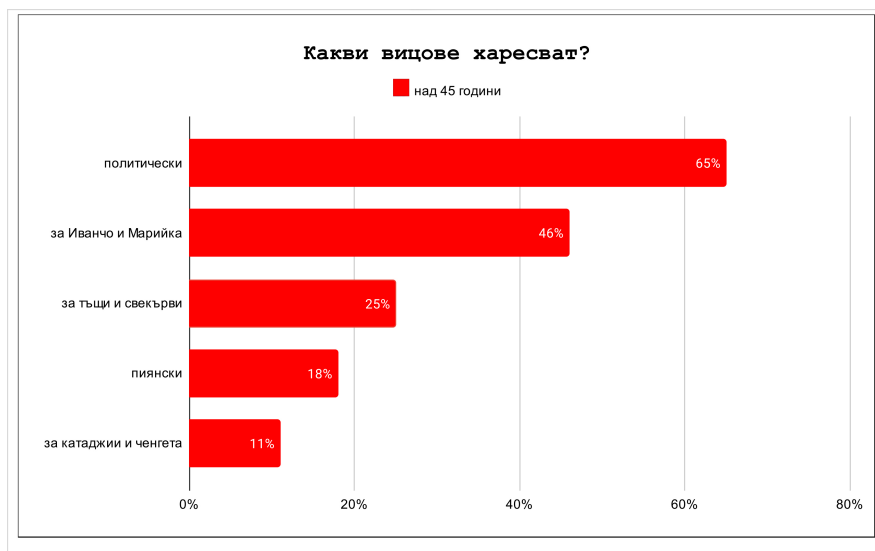
На подвъпроса дали е имало цензура преди промените първа целева група дава категоричен отговор - да /99 на сто/. Очевидно тази категоричност в отговорите е на база на чутото и прочетеното от младите анкетирани, които нямат преки впечатления от въпросния период. Това е симптоматика за историческата достоверност, която черпи младото поколение от различни източници. По-възрастните респонденти отговарят различно - преди демократичните промени е имало цензура едва според 36 на сто от тях.

Предпоследният въпрос в анкетата - „Какви вицове харесват?“ е включен не заради тематичния репертоар на вестникарските виц-паради, които ни заливат всеки ден, а за да се проследят промените, настъпили в ценностната система на българите. Предпочитанията към един или друг тип вицове може да даде изключително важна информация за трансформациите в обществената нагласа към естетическите стойности и критерии за съвременния хумор, за политическия статус на харесваната или нехаресвана сатира, както, разбира се, и ориентируваща представа за добър вкус.

Нека разгледаме първата целева група. Най-висок процент при нея са събрали вицовете за блондинки /48 процента/, мръсните вицове /44 процента/, студентските /26 процента/, пиянските /25 процента/, вицовете за катаджии и ченгета /18 процента/, политически хумор /15 процента/, черен хумор /6 процента/. /Вж Диагр.6/



Във втората целева група резултатите са съвсем различни. На първо място са политическите вицове /65 на сто/, на второ място - вицовете за Иванчо и Марийка /46 на сто/, след тях за вицовете за тъщи и свекърви /25 на сто/, пиянските вицове /18 на сто/ и вицовете за катаджии и ченгета /11 на сто/. Вж Диагр.7/



Последният въпрос в анкетата е свързан с обществения престиж на хората, които пишат хумор в периодичния печат. За съжаление респондентите от първата целева група са се затруднили с отговорите. 63 на сто не са посочили нито едно име, едва 6 души са записали името на Радой Ралин, 3 - Иво Сироманов, 2 - Михаил Вешим и един е обявил Любомир Левчев за сатирик. Втората целева група е далеч по-информирана за хората, които пишат хумор. 66 на сто сочат за любим сатирик Радой Ралин, 45 на сто - Христо Пелитев, 26 на сто - Станислав Стратиев, 8 души са обявили Черемухин, четирима - Мирон Иванов, 3 - Чавдар Шинов, 2 - Иван Кулеков и един - Петър Незнакомов.

И тук отговорите са повече от един, затова няма как да се изведе точен коефициент, по който да бъдат класифицирани отговорите на различните респонденти. Но и непредубеденият наблюдател лесно може да разпознае някои трансформации, видни с просто око.

Какви са основните изводи от емпиричното проучване?

Първо: Очевидно е, че младото поколение почти не чете хумор и сатира. Обективни предпоставки за този печален факт има предостатъчно и те са разгледани и описани в трета глава на дисертацията.

Второ: Една от основните хипотези в настоящият труд е, че след демокра-

тичните промени, въпреки свободата на словото, цензурата продължава да налага своите възбрани, изживявайки се като регулаторен орган над медиите в България. Всъщност тоталитарната държавно-партийна цензура от миналото е претърпяла трансформация и днес вече е корпоративно-публична в частна полза.

Трето: Не така стои въпросът с автоцензурата. Днес тя е чувствително пониска, но никак не е безопасна. Напротив, страхът поражда непоправими последици върху светогледа, внимателната подредба на изразни средства и думички в текста, колебливата авторска позиция по деликатните теми на деня и в крайна сметка авторът сам обезкървява и обезсмисля своята публикация. От друга страна, по силата на обстоятелството, че работя в Съюза на българските журналисти и всеки ден общувам с главния секретар на СБЖ Анна Заркова, няма как да не видя последствията от журналистическото волнодумство. Киселината, оставила завинаги белег върху лицето ѝ, е знак за всички честни журналисти, че разследващата журналистика, критичните материали, както и конкретните хумористични публикации в медиите носят огромни рискове за своите автори. Тежък е честният кръст, който почтените писатели и журналисти носят на гърба си.

В заключение можем да обобщим, че хуморът и сатирата загубиха от блясъка на Езоповската метафорика в годините на тоталитаризма. Днес можеш да осмееш директно висш служител в държавата до степен, в която освен че нарушаваш личното пространство, чест и достойнство на потърпевшия, нарушаваш и Етичния кодекс на българските медии, а въпреки всичко резултатът е нулев. Както в едната посока (от засегнатата страна към автора), така и в другата – реакцията на контролните и регулаторни държавни органи спрямо обвиненията и нападките в сатиричния текст. Т.е. хуморът и сатирата в днешното медийно пространство са с атрофирали социални функции и обществена значимост.

В същото време се налага и друг сериозен извод – днес все по-голяма роля в медийната „профилактика“ на социалното здраве на нацията играят електронните издания и особено - социалните мрежи. Гражданското общество реагира светкавично на проблемите и кризите на деня, без да чака съответните общински и държавни институции да вземат отношение в законния срок. Един ироничен пост във Фейсбук, една злободневна карикатура или саркастична реплика са в състояние да провокират мълниеносното създаване на

група, спонтанен флашмоб, или дори протест в защита на гражданските ни интереси, застрашена природа, незаконно строителство или в името на някоя справедлива кауза – явления, за които бащата на Бай Ганю, писателят сатирик Алеко Константинов би могъл само да мечтае.

Днес, повече от всякога, интелектуалният свят високо цени чувството ни за хумор, самоиронията, тънкия усмихнат подтекст в изказа или в конкретна публикация. И в съвременната журналистика една медийна изява върши далеч по-добра работа, ако е гарнирана с изискан хумор, отколкото облечена скучно в протоколна конвенция.

Там, където цензурата задушавя свободното слово, тъкмо там процъфтява политическата сатира и зад привидната анонимност на вербалния градски фолклор социалната енергия на обществото изпуска пара изпод капака на авторитаризма. Сочният политически виц е гръмоотвод срещу статичното електричество, натрупано в буреносните облаци на тоталитаризма.

В настоящия труд можем да обособим следните по-важни изводи:

1. В годините на прехода вербалният хумор и в частност политическият виц е позагубил значителна част от своя таргет, популярност и социални функции.

2. Героизацията и дегероизацията на основните действащи лица в съвременната медийна сатира е динамичен процес с колебливи амплитуди от „Осанна!“ до „Разпни го!“

3. Ролята на хумора в структурата на обществените комуникации е обратно пропорционална на управленския капацитет на политическия елит в България. Колкото повече управленска некомпетентност и партийно скудоумие налива политическият елит в социалната мелница на обществото, толкова по-пиперлив и цветущ е хуморът в анекдотичния фолклор.

V. Справка за основните приноси

I. Научни приноси

1. За пръв път в българската наука е направен комплексен анализ на динамиката на сатиричните похвати в периодичния печат в контекста на неговата социална значимост, свободата на словото и гражданските права.
2. По нов начин са интерпретирани хуморът и сатирата в съвременното медийно пространство, като са обосновани и доказани атрофиралите им социални функции и силно отслабената им обществена значимост.
3. По нов начин е разгледана и оценена превантивната роля на цензурата по отношение на устойчивостта на политическата сатира и гражданското общество.
4. Иновативно са концептуализирани и структурирани същността и разновидностите на анекдота и вица със специален акцент върху динамиката и променената роля на политическия виц.
5. Формулирана е обратно пропорционална зависимост между медийния хумор в обществените комуникации, от една страна, и управленската компетентност на българския политически елит, от друга.

II. Научно-приложни приноси

1. Лабораторното изследване на експерименталните тестове обогатява хумористичната и сатирична журналистическа традиция и е ефективно средство за развитие на съвременния медиен хумор.
2. Задълбочените интервюта с изтъкнати български писатели-сатирици съдържат ценен професионален опит, който може да бъде усвоен и прилаган от съвременните представители на журналистиката и публицистиката, както в печатните, така и в електронните медии.
3. Дисертационният труд съдържа важен познавателен и методически ресурс от исторически, политически и сатирични журналистически практики, които имат образователна стойност и ще бъдат полезни както на действащи журналисти, така и на студенти и преподаватели по журналистика.

VI. Публикации по темата на дисертацията

1. Диманов, Ивайло. Социалната роля на сатиричната журналистика в България. В: Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2019, №41. ISSN 1313-9908. Available from: <http://www.media-journal.info/?p=item&aid=389> .
2. Диманов, Ивайло. Хуморът в структурата на обществената комуникация (Трансформации и метаморфози на политическия виц в България). Доклад на IX Международна научна конференция „Инфраструктура: бизнес и комуникации”, 22.04 2020 г. София, УНСС, 2020.
3. Диманов, Ивайло. Медийният хумор и „лечебната“ сила на цензурата. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2022, № 50. ISSN 1313-9908. Available from: <https://www.media-journal.info/?p=item&aid=440> .