



**СУ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА
„ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ НА КУЛТУРАТА”**

Заглавие

„Аматьорът като феномен на културата“

**ДИСЕРТАЦИЯ ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА НАУЧНА И
ОБРАЗОВАТЕЛНА СТЕПЕН „ДОКТОР“ по
направление 3.1. Социология, антропология и науки за
културата, докторска програма „Културология“
(Културна антропология)**

**Докторант:
Мария Иванова**

**Научен ръководител:
проф. Ивайло Дичев**

**София
март 2023**

Съдържание:

0. Увод: 4-13

1. ЛАРП: Играта на сериозните актьори: 14-83

- Увод: 14-21

Предшественици на ЛАРП: 22-23

Фенство: 23-25

- Характеристики на ролевите игри на живо: 26-39

Основни понятия: 27-31

Видове ЛАРП: 31-32

ЛАРП vs. други културни практики: 32-37

ЛАРП и фолклор: 38-39

- ЛАРП в България: 40-79

Драконов свят: 43-55

Нощта на Старите Богове: 56-64

Сталкер ЛАРП: 64-67

ЛАРП общност: 68-77

Придобити умения: 77-79

- Заключение: 79-83

2. Косплей: Новият маскарад: 84-142

- Увод: 84-88

- Косплей по света: 87-104

Предшественици на косплея: 89-93

Косплей – начало: 93-97

Основни понятия, свързани с косплей: 97-99

Косплей vs други културни практики: 99-106

- Косплей в България: 106-111

Халювълната: 106-107

Косплей събития в България: 107-111

- Косплейърите в България: 112-136

Как се създава косплей костюм: 113-118

Елемент на ролплей: 118-121

Ролята на снимката в косплея: 122-123

Косплей общност: 123-136

- Заключение: 136-142

3. Мемета: дигиталният фолклор: 143-225

- **От мем към интернет меме: 150-156**
 - Меметика: 156-157
 - Вайръл: 157-160
- **Вътрешност на мемето: 160-175**
 - Текст: 162-163
 - Вид хумор: 163-165
 - Хора-мемета: 165-166
 - (Не)разбираеми мемета: 166-174
 - Мемета и авторско право: 175
- **Външни прояви на меметата: 175-195**
 - Мемета като средство за създаване на общност: 176-182
 - Глобално-локално: 182-192
 - Мемета като реклама и бизнес: 192-193
 - Мемета като артефакти: 193-195
- **Видове меме страници в България – 195-225**
 - Меме-хоби: 197-214
 - Професия мемеджия: 214-221
- **Заклучение: 221-225**

- 4. Заклучение: 226-234**
- 5. Библиография: 235-252**

- Приложение : 253-255**

Увод

Настоящият труд е резултат от три по-мощни антропологични изследвания, проведени в рамките на 7 години, обвързани с културните феномени ЛАРП (аббревиатура от англ. live action role play или ролеви игри на живо), косплей (от костюм и игра) и интернет меметата¹ (изображение, видео, част от текст и т.н., които се копират и разпространяват бързо от интернет потребителите, често с леки вариации). Като човек, чието детство е преминало през 90-те, имам огромен интерес към развитието на технологиите. Запознаването с аркадните игри, пикселизираните изображения на първия видян от мен компютър, дисковете и дискетите, колекционирането на карти на кечисти, салфетки, плакати от списанието *Браво*, срещата с първите видеоигри, за които специално се събирахме у съседни, всичко това рисува една поколенческа картина, свързана с фенство, любителство чрез консумация на продукти от популярната култура, изграждане на представа за хоби и свободно време. Моят баща ми е разказвал как по време на неговото тийнейджърство изображенията, които са достигали до хората, са били крайно ограничени. Тогава той е черпил вдъхновение за картините си главно от книгите. Епизод 4 на *Междувъздушни войни* чрез анимацията и цялата визуална вселена, която баща ми и неговите съвременници са видели с очите си, открива пред тях съвсем различна перспектива, която развива в някаква степен вдъхновението им. В съвременната популярна култура изключително разпространени са продукти, мотивирани от представата за носталгия, насочени спрямо конкретни поколения. Неформалният разговор със студенти от втори курс в специалност *Културология* по време на лятната школа през 2021 г. по *Културна антропология* ме вдъхнови за увода на настоящия дисертационен труд. Съвсем спонтанно започнахме да си разказваме спомени от детството – какви игри сме играли навън или пред компютъра, за какви играчки сме си мечтали, какво сме колекционирали, какви са първите ни спомени от интернет и от социалните мрежи и други. В хода на разговора осъзнах, че по-голямата част от коментираните продукти на популярната култура са ми познати, но съществуват и такива, за които не съм чувала. Ще дам пример – между 5-и и 7-и клас колекционирах броевете на списание *Браво*, тъй като имаше многообразни плакати на

¹ Съществуват разнообразни вариации в България при изговарянето на чуждицата, най-популярни от които са директната транслитерация от английски „мийм“, меме, дори мем – от която дума произлиза понятието. Изборът ми да използвам конкретно думата меме (с ударение на първото „е“) произлиза от факта, че е най-разпространеният изговоряем вариант, както от респондентите ми, така и от общите ми наблюдения (от разговори, български медии, социални мрежи и т.н.). В настоящия текст думата „меме“ ще се отнася за интернет меметата. На английски думата за мем и меме е една и съща, затова изследователите използват термина „интернет меме“.

музикални групи, които слушам. Тогава бях фен на немската група *Токио Хотел*, които в известен смисъл влизаха в по-широката субкултура на емотата (emo-core)². Често тази субкултура носеше твърде негативни последици за участващите в нея, тъй като в някаква степен пропагандираше култ към депресията – суицидни прояви, състояния на крайна тъга и други. Първият сайт, в който влязох благодарение на съседско дете, беше именно сайтът на *Токио Хотел*. Малко след това аз също притежавах компютър и денонощно преоткривах различни форуми, посветени на групата и емо културата – разбира се, много по-малобройни, отколкото са форумите и сайтовете към днешна дата. Защо споделям всичко това – студентите от втори курс, с които имаме незначителна разлика от 5-6 години, са колекционирали различни списания, играли са различни видеоигри или са имали различни наименования за такива, практикувани навън. Например не знаеха за играната от мен и връстниците ми *Писмо*, която много наподобява *Дама*, а аз не знаех за *Обущар*. В първите два случая разликите се основават на комерсиален момент, свързан с това, какво се е продавало, какво въобще е било популярно. В последния обаче различните игри могат да се обяснят например с различните градове, в които сме израснали. Колекционирането от тяхна страна на списанието *Барби* обаче, бе ключов момент за някакво известно осъзнаване, че въпреки приликите, ние сме част - малко или много, от различни поколения – те - родени между 1996 и 2009, а аз, родена в периода 1980-1995. Въпреки че представителите на двете поколения израстват с технологиите, основната разлика между тях е, че тези от първото поколение (от което съм част и аз) наблюдават процеса на развитие на технологиите, а вторите са родени с наличието им. Неслучайно споделих в началото за пикселите и аркадните игри. Последните са в рязък контраст със съвременните технологии, чрез които едно анимирано изображение изглежда напълно достоверно. Понятието *поколение* по време на следването ми като студент, магистър и докторант е откривало пред мен много неясноти, подобно на понятието *народ*, което е: „едно много разтегливо понятие. Някои го свеждат до период от 20 години. Съвременният свят сви годините на едно поколение. Днес поколенията се сменят по бързо – през десет години. Както и понятието национална идентичност, понятието поколение е едно празно понятие – в него се включват най-различни неща. То отговаря на въпроса кои сме ние и в този смисъл позволява да говорим за себе си, за нашето време, за нашите битки“³. В книгата на

² Емо субкултурата е свързвана с феновете на „емоционалния хардкор“ (или emocore), подстил на пънк рок-а през 80-те години. Емокор музиката е известна със своите силни, изповедни, експресивни и емоционални характеристики. Обикновено се свързва с младежи, които са унили и ядосани на обществото, другите хора или на себе си.

³ Вж. Дичев, И. 2014. Новите пропасти между поколенията, Портал Култура (2016)
<https://kultura.bg/web/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5->

Галина Гончарова *Политики на поколенията* пише: „На нивото на първичните интуиции и асоциации поколенията може да се представи като среден термин между връстниците и приятелите“ (Гончарова, 2018: с. 19). Тук това обяснение е съвсем акуратно предвид описаната от мен ситуация. Когато момичетата, родени след 1996-а са колекционирали списанието *Барби* (заедно с всички подаръчета – камъчета, гривни, блестящи кичури и др.), моите връстници са били приети току-що в гимназия. В този смисъл не е било подходящо за последните да колекционират списание *Барби*, оставило ключов отпечатък върху голяма част от студентките. Връстниците и приятелите могат да бъдат обаче и представители на семействата им. При разговора със студентите повечето от тях споделиха, че имат по-големи брат/сестра, а това в някаква степен ни сближаваше още повече, що се отнася до коментираните от нас носталгични спомени. Според Карл Манхайм (1928) стратификацията на преживяванията и извличането на смисъл от участието в едни и същи събития дефинират поколенията. Той говори за поколенческа идентичност, естествена картина на света и самото детство, върху които се натрупват всички останали значения на опита. Така ние чрез една споделена (донякъде) картина на света си спомнихме дружно за онези странни извънземни, които като поливахме с вода, порастаха, Чичко Тревичко, количките с дистанционно, йо-йо-тата, като разбира се, за някои от тях имахме различни понятия. Например желето, което повечето от нас хвърляха по стените или таваните, едно от момичетата нарече *камилска цифка* (широко разпространено иначе, но не и от моето детство). Карл Манхайм (1928) спомемава т.нар. „обща поколенческа взаимовръзка“, в която живее една и съща младеж, ориентирана към еднакви актуални исторически проблеми. Като ключов за нас актуален исторически проблем бих дефинирала именно появата на интернет. Спомнихме си за сайта Kefche.com и се оказа, че сме играли на същите игри. Ако примерът със списанието *Барби* бил по-абстрактен, що се отнася до разликите в поколенията, ще дам пример с прото-социалните мрежи, в които имах акаунт малко преди да вляза в гимназията и които студентите от втори курс не са познавали. Става дума за *impulse.bg* и *sofianci.com*. В първия сайт имаше българи от цялата страна, получавахме т.нар. own-чета, които представлява някаква прото-версия на *харесване* (like) във Facebook. Едни от най-харесваните снимки бяха такива в огледалото, с нацупени устни (т.нар. duck face), със слънчеви очила, вафлички в косите и др., което провокира етикети като *кифла*, *емо-кифла*, *скейт-кифла* и др. в жаргона от

[%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83-%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0/](#)

(посл. посетен на 27.04.2022 г.).

тийнейджърските ми години. В сайта *sofianci.com* можехме да се запознаем с хора от столицата, но той беше по-малко популярен. Покрай сайтовете за запознанства още преди да вляза в гимназията се запознах с много хора от по-горните випуски. Тогава нямаше Facebook, единствено *MySpace*. Там можеше спрямо различните си интереси да представиш своята начална страница. Така на базата на визуално предоставена информация, която обаче е строго индивидуална, хората биха могли да се запознаят с теб – какви цветове/шрифтове използваш, каква е музиката, която започва да звучи, когато някой отвори твоята страница, какви стихове/текстове/картинки си споделил и много други детайли. Този сайт мога да кажа, че в някаква степен представлява един от първите ми учители по дигитално изкуство. Сега можем да видим сайтове като *Letterboxd.com*, в които различни потребители, вдъхновени от киното, могат да създават различни листи (понякога ранкирани) с филми, на базата на визуален аспект, свързан с постери (цветове⁴, обект и др.), жанрове, вкусове, заглавия и т.н., което по някакъв начин наподобява тази прото-версия на социална мрежа, до която съм имала достъп като тийнейджър. Друго съществено събитие бе през 2006-а, когато се появи *YouTube*. Преди него ползвахме *Vbox7*, откъдето слушахме музика, гледахме предавания, създавахме свои листи, но малко след началото на *YouTube* се появиха влогърите. Няма да забравя момента, в който имаше точно трима известни влогъри (поне спрямо впечатленията на моите връстници) – *Shane Dawson*, *Ray William Johnson* и *PewDiePie*. Гледахме с интерес съдържанието, което качват – първият е нещо като вдхновител за един от най-известните влогъри у нас – *Емил Конрад*, вторият качваше забавни видеа и свои коментари по тях, а третият е известен с клипове, свързани с видеоигри. Комуникирахме си чрез *ICQ* и *Skype* и там се запознахме с емотиконите, които се движеха и представляваха синецдохи на нашите истински реакции. Впоследствие се появи *Facebook*. В приятелската си листа там от 2009 година докъм 2012-а имах главно съученици. Минимална част от родителите си бяха направили профили в социалната мрежа, а сега тя се възприема като *отживелица*, за разлика от *Instagram*, *TikTok*, дори *Twitter*. Сайтовете за стрийминг набират все по-широка популярност. Чрез *Patreon*⁵ и *OnlyFans*⁶ феновете могат да следят по-активно творчеството на своите любими артисти или да създават такова. Многобройни са вече инфлуенсърите, повечето от които започнали като

⁴ Вж. <https://letterboxd.com/rubyslippers17/list/1001-list-by-colours/page/4/> (посл. посетен на 27.05.2022 г.)

⁵ *Patreon* е американска платформа за членство, която предоставя бизнес инструменти за създателите на съдържание, за да управляват абонаментна услуга. Той помага на създателите и художниците да печелят месечен доход, като предоставя награди и предимства на своите абонати.

⁶ *ОнлиФенс* (Само за фенове) е уебсайт за възрастни със седалище в Лондон, Великобритания. Създателите на съдържание могат да печелят пари от потребителите, които се абонират за тях. Освен на месечна основа потребителите могат да ги спонсорира и чрез бакшиши или чрез *pay-per-view*.

влогъри, се превръщат в медийни звезди, рекламират продукти и дават съвети как да се живее. С всичко това бих желала да представя контекста, в който ще разгледам по-обстойно конкретните културни практики, които ще бъдат изследвани, какво е вдъхновило тяхната поява и как са се развили те. С оразличаването на различния исторически контекст – грубо разделен на преди интернет, след появата на интернет и след появата на смартфони, ще представя мотивацията на хората, занимаващи се с трите изследвани културни практики, като съвременници на (някои от) тези исторически събития.

В дисертационния труд обект на изследване е аматьорът, който влиза в три основни културни практики – на ролевите игри на живо, косплей и меме дейността. Предметът на изследване е потребяването на културно съдържание от страна на аматьора. Схващането за аматьора в повечето случаи се разглежда спрямо опозицията с професионалиста. Човек, който се занимава в свободното си време с някаква дейност за удоволствие, се нарича любител или аматьор, на английски: *hobbyist*, от хоби. Думата *хоби* според Ивайло Дичев „задава един поигрив нюанс на непрофесионалните занимания на съвременния човек. *Hobbyhorse* е дървеното конче, на което се люлеят децата. В началото на XVIII век англичаните започват да употребяват думата в смисъл на идиосинкразно, малко детинско занимание без практическа полза“ (Дичев, 2017). Терминът *любител* (фр. *amateur*, лат. *amator* – този, който обича) се определя като „този, който се занимава с нещо, напр. наука, изкуство, умение и т.н., от любов, а не професионалист, дилетант, обичащ“ (Вујаклија, 1980: 36, Цит. В: Keveždi, 2019: 20). Контекстът, в който се ражда подобно понятие, е свързан с „относително развити, градски общества, където се е появило свободно време и излишък на ресурси“ (Дичев, 2017). Това масово безплатно споделяне на информация, послания и мнения ни ситира в сферата на една споделяема култура (Vadde, 2017) и масова аматьоризация (пак там). Понятието „аматьор“ е положено в опозицията с професионалист. Има се предвид човек, който извършва дейност не заради заплащането, а заради любовта и харесването (Klaic, 1987: 56 цит в: Keveždi, M., 2019). Синонимно понятие на *аматьор* е дилетант, занимаващият се с някаква дейност без специална подготовка за това. Често думата „аматьор“ има негативна конотация, тъй като бива обвързана с несериозна дейност, леност, безделие и недостатъчни познания – „ако ценителят е този, който знае, а дилетантът този, който само мисли, че знае, любителят често е този, който би искал да знае, но е твърде мързелив да се учи“ (Keveždi, 2019). Ако обаче се върнем малко назад в историята на това, което се има предвид под *аматьорски практики* ще срещнем различни гледни точки. Думата *аматьор* е била използвана още през 18-и век за

човек, който има вкус към всяко изкуство или занаят. Според някои автори развитието на науката археология подкрепя тезата, че аматьорството предхожда професионализма – „първите образци на пещерни рисунки са открити случайно от любител археолог през 1879 г. в Алтамира, Испания“ (Kleiner, 2011: 20, цит. в Keveždi, M. 2019). Колекционерството и любовта към конкретни предмети ни отвеждат от своя страна към музеите – „произходът на музея се крие в колекциите на италиански аматьори, които поддържат ясно разграничение между предметите на изкуството и предметите на природата, за да изградят последователен образ на света“ (Mariaux, 2006: 220, цит. в Keveždi, M. 2019). С развитието на фотографията често за по-„чисти“ и значими се считат снимките от фотографи-непрофесионалисти – „днес примитивизмът се римува с аматьорство. Непрофесионалните културни изрази, характеризиращи се с ниска разделителна способност, понякога дори неподкрепяни от редактиране и ретуш, неподходящи, неуместни или сурови, се смятат за по-автентични“ (Tanni, 2014). Понятието за аматьорство се разглежда в сферата на неинституционалното и неофициалното. Освен възможността да бъдем аматьори писатели, фотографи, танцьори или нещо друго, което пожелаем, колекционирането на музика, филми, изкуство в нашите компютри и смартфони също би могло да се разглежда като форма на аматьорска практика. В този смисъл започват да се размиват границите между професионалното съдържание и това, което е направено за удоволствие – „всеки е критик. Това ни препраща към старата поговорка, че всеки, който получи възможност да прецени чуждото представяне, ще го направи. Това е фраза, която често се произнася с раздражение и с намек, че „на всички“ липсват опит и авторитет, ако не и предпазливост. С други думи, този „всеки“ е аматьор“ (Vadde, 2017: 27). Авторът споменава термина на Лорънс Лесиг *култура на ремикса (remix culture)*, който бива обвързан с дейността на масовото безплатно споделяне. Достъпът до интернет осигурява своеобразен космос от различни представи, картини, позиции, от които всеки би могъл да черпи опит. Частиците на този космос се намират в постоянен процес на дообогатяване и промяна, като впоследствие се превръщат в нещо съвсем различно. Последното често е представено под формата на конкретен вид творчество, положено в сферата на забавното, развлекателното, несериозното, но това е само привидно. Меметата от забавни картинки с текст, които циркулират из виртуалното пространство, започват да се използват като реклами, а създателите им биват допитвани за всякакви маркетингови стратегии. Продава се парче сандвич за десетки хиляди, защото в запряжката се виждал образът на Дева Мария, а друг решава да предлага своите използвани чорапи, превръщайки това в успешен бизнес.

Обединяващото трите изследвани феномена (ЛАРП, косплей, мемета) е, че са практики, в които всеки един любител–непрофесионалист би могъл да се включи. Необходимо е човек да има голяма страст към определен продукт, жанр, стил и др. от популярната култура и да успява да използва специфични кодове, свързани с адекватната употреба на конкретната практика. Трите описани културни дейности изискват спонтанна реакция на участници или аудитория и специфична публичност. Освен това, срещането с всяка една от тези културни практики носи след себе си многообразни културни продукти, на които би могло да се гледа като произведение на изкуството. Те се полагат успешно в дихотомията забавно-сериозно като ще бъде проучена възможността им за комерсиализация и професионализация. Изследваните културни феномени се практикуват от фенове, като тяхното хоби често граничи с професия и доходоносна работа. Традицията на *направи-си-сам* (DIY⁷), идваща главно от многобройните туториали (видео уроци) в YouTube, еkleктиката, предоставяща всевъзможни опции за избор на нова мания, предоставят широк хоризонт в изявата на разнообразни, новопридобити таланти. Един любител би могъл да се превърне в истински експерт относно дадена тема и това често е основен сюжет в съвременни продукции тип *Stanger things*. В конкретния сериал, излъчван по Нетфликс, нърдовете (нещо като синоним на гийковете) са главните действащи герои – симпатични деца, превърнати вече в нашумели звезди. Това наблюдавахме по-рано и в *Теория за големия взрив* и като цяло представлява модерна тенденция, придобиваща облика на клише. Когато се замисля за думата *гийк* се сещам за продавачите в магазини за комикси, които знаят абсолютно всичко за всеки комикс и това им помага да ги продават на различните клиенти. В ЛАРП и косплей т.нар. *крафтене* (занаятчийство, майсторене, изработване на нещо с ръце) е задължителен елемент. Освен концентрирания, ясно насочен интерес към конкретни продукти от популярната култура, смятам, че трябва да представя и въпросното крафтене като неизменна част от изследваните феномени, свързани със страстните любители-хобиисти. Освен чрез материалното създаване на костюми, инвентари, цялостна визия, каквото наблюдаваме в ЛАРП и косплей, в меметата крафтингът е свързан с определено схващане на дигитално създаден шаблон, определен код на хумор и всичко това е подпомогнато от компютърни програми за визуална обработка.

⁷ Do-it-yourself = е метод за изграждане, модифициране или поправка на неща без пряка помощ от експерти или професионалисти. Терминът е свързан с потребителите от началото на 20-ти век предимно в областта на дейностите по поддръжката на дома. Фразата „направете го сами“ е била използвана до 50-те години на миналия век, във връзка с възникването на тенденция хората да се занимават с усъвършенстване на дома и различни други строителни проекти като едновременно творчески дейности, за отдих и спестяване на разходи.

Изследователските ми интереси са свързани с визуалните изкуства и фенските практики. Страстните любители на жанрове и фрагменти от популярната култура адаптират глобални сюжети на местно ниво, популяризирайки феномени като косплей и ЛАРП в България. Мотивацията да изследвам тези два феномена е свързана с факта, че у нас тепърва прохождат подобни културни практики и към момента съществува известен дефицит от научни трудове на родни изследователи, посветени на разпространението им в България.

Едно от първите неща, които обединява трите изследвани феномена, е имитацията – взимат се популярни герои, теми, събития и моди, които се репликират до безкрайност, понякога с много незабележими вариации. Изходната ми хипотеза за трите изследвани феномена е, че те представляват хобита, които са включени в общата рамка на категории като инфантилно, несериозно, забавно и нямат потенциал за професионализация. Основен акцент се поставя върху това, че всеки, без изключение, би могъл да се включи, без да се изискват специални умения. Интернет се характеризира с прозрачност, която позволява на хората да се мотивират за отделни дейности, хобита и практики, чувствайки се част от общност. Дигиталната ситуация представя възможността за достъп до обширна информация и в този смисъл за участието в отделните културни практики можем да вземаме ресурс от видео уроци или съвети от някой форум.

Задачите, които стоят пред последващото изложение, са свързани с изясняването на следните въпроси: Какво е взаимодействието на изследвания обект с други културни практики? В какви понятия биха могли да се мислят групите от хора, занимаващи се с подобни хобита? Има ли открити местни специфики, свързани с тези дейности или практикуването им е свързано с асимилация и имитация на глобални сюжети? Могат ли тези феномени да се разглеждат като професия? Какво е взаимоотношението между онлайн и офлайн поведението на участниците? Съществува ли разлика между високо (елитарно) и ниско (народно) или тя в голяма степен бива размита? Дали изследваните дейности могат да се разглеждат като нова форма на празничност, нов фолклор и колективно творчество?

Избрах културните феномени *ЛАРП*, *косплей* и *мемета* като дейности, които активно въвличат хора с разнообразни професии, възрасти и интереси в колективна дейност, свързана със

спонтанната реакция, интерактивността, съучастието и преинтерпретирането на вече познати културни образи.

Тъй като субкултурите през новия век притежават много постсубкултурни характеристики, свързани с фрагментарния характер на групите, както и със загубата на ясно разграничимите граници между различните стилове (Барова, 2017 :20), изследването е съсредоточено около трудове от постсубкултурната теория. Понятия като нео-племе (Meffesoli, 1985), сцена (Straw, 2005), лайфстайл и др., фенските практики (Jenkins, 2006) ще бъдат отнесени към опита за дефиниране на изследваните общности. Понятието от Клод Леви-Строс *културен бриколаж* и тезата на Ролан Барт за смъртта на автора помагат за мисленето на творенията на отделните групи. Понятия като разпространяема култура (Jenkins, Ford, Green, 2013), култура на участието (Jenkins, 2006), култура на ремикса (Lessig, 2008), методът на направи-си-сам (DIY), culture jamming и др. описват контекста, в който изследваните феномени се развиват. Отделните понятия ще бъдат подробно обяснени спрямо разгледаните културни феномени. Последните освен че са разгледани на база сходства, водят след себе си множество аспекти, които ги оразличават.

Методите ми на изследване, свързани с културните практики ЛАРП, косплей и мемета, са авто-етнография, употреба на качествени рефлексивни методи на база дълбочинни интервюта с общо 28 респонденти, включени наблюдения на ЛАРП, косплей, драг шоу терени, както и преглед на сайтове, страници във Facebook и Instagram, свързани с изследваните практики. Избирам метода на качествената рефлексивна етнография, тъй като обединява емпатията, диалога, участието и съучастието (Blackman 2010a, 195-196, цит. в Барова, 2017). Основна цел на дисертационния труд е представяне на гласовете на *Другия* чрез ангажирано участие на изследователя. Чрез т.нар. *рефлексивен завой* изследователите разказват историята на тяхното включване и взаимодействие в изучаваната общност. Две от трите години, в които следвах редовна докторантура, бяха белязани от пандемията от Covid-19, следователно огромна част от събитията бяха отменени. Това обаче не попречи, а дообогати финалната част на дисертацията, насочена към феномен, случващ се в дигитална среда и анализ на практиките на респондентите по време на извънредна ситуация.

Културният бекграунд на изследователя, свързан с поколението, към което принадлежи, има влияние върху неговите хипотези, информираност относно културните феномени, които

разглежда, както и способността за разбиране на част от тях. Що се отнася до ЛАРП, в голямата си степен речевите, поведенческите или визуалните препратки на игровите персонажи може да са непознати за мен, ако не съм срещала дадено произведение в жанровете на фентъзи, (научна) фантастика и други. За косплей и неговата връзка с Япония, манга и корейската култура е възможно да не съм виждала някой известен персонаж, сюжет и това да попречи на моята разпознаваемост, тъй необходима за културния феномен. А що се отнася до меметата, чувството за хумор е нещо специфично за всеки отделен индивид. Има различни видове хумор и хумор техники, чрез които едно мем може да се създаде. Следователно дадено мем може да се схване по различен начин от различни хора и няма как всяко едно да бъде разбираемо за всекиго. Видовете поп-културно съдържание, артефакти, продукти и др. са до голяма степен свързани с поколенческите моди (техни примери дадох в началото на текста). В потенциалното изследване тези детайли трябва да бъдат вземани предвид. Един запален фен на фентъзито и научната фантастика, който има страст към театъра, би изследвал ЛАРП по различен начин от този на изследовател, интересуващ се от класическа литература или криминални романи например. Един запален манга фен или човек, израснал с анимета ще разглежда косплея по различен начин от човек, в чието детство мангата и анимето не са били толкова популярни. Един изследовател на меметата, който черпи информация от Twitter, ще изследва по различен начин мем жанра от този, който се е съсредоточил върху меметата от 4Chan. В голяма част от хипотезите и обясненията на феномените се крият както предварителни или придобити познания за отделните феномени, така и възможни дефицити, свързани с анализа. Тези културни феномени се развиват в контекста на трансмедиялността, мултимодалността, дигиталната ситуация и скоростните темпове, с които технологията се развива, поп-културните продукти и моди се множат, а още докато пиша този текст, вероятно се появява неизследван от мен жанр мемета или хумор техника. Основна мотивация за изследваните феномени представлява фактът, че те са слабо изследвани в България, въпреки че са актуални и значими. Това води в някаква степен до масово неразбиране на конкретните феномени от страна на българското общество и negliжиране на спецификите на отделните практики. В следващите глави ще направя опит за по-конкретното дефиниране на отделните културни феномени, практиките на новия аматьор и какво носи той за разбирането на потребяването на култура днес.

Увод

Една от съвременните характеристики на културното потребление се крие в желанието за вникване във фикцията. Представата за виртуално пространство никога досега не е придобивала толкова буквални измерения. От виртуалните видеоигри се преминава през виртуална музикална група (*Gorillaz*) към VR (виртуална реалност) филми, дори към виртуално порно (което има собствена категория в порносайтовете). Неизменна част от съвременното на 21-ви век са технологиите, позволяващи ни потапяне в една друга реалност или предоставящи ни възможност да добавим една несъществуваща върху реалната. Научната фантастика и фентъзи литературата вдъхновяват филми, музика, балове, игри, които дават възможност на зрителите, читателите или участниците да дообогатяват досега си с произведението чрез своя личен прочит. Онлайн фен-критиката с бързи темпове достига до възможността да промени естетиката на цял филм, защото първият трейлър не се е харесал на публиката (пример с *Лигата на справедливостта*, 2017 г.). Така фенът има много повече поводи да се свърже със създателя на любимото си произведение, да го ремиксира, доизгради чрез собствената си интерпретация и прочит. Дигиталната ситуация предразполага към всякакви форми на творчество, вдъхновени от продукти на популярната култура.

В края на 80-те години в България се заражда специфичен интерес към настолните ролеви игри (*tabletop games*), който позволява на участниците да използват своето въображение, личната си интерпретация и да създадат един фикционален свят за конкретен период от време (в повечето случаи вариращ до няколко часа), в който са се събрали със своята приятелска компания, семейство или познати около масата. Това, между другото, е и централен вдъхновител за пулярния сериал *Stranger things*. Посредством основните рамки, които задава играта, те влизат във взаимодействие помежду си, което се различава от всекидневния им опит – като ученици, студенти, работещи. Любимите им герои приемат нови характеристики, мотивирани от импровизация, според конкретната интерактивна ситуация – такива, които творят един своеобразен автопоезис. Играчът се поставя на мястото на героя, влиза в роля и по време на игра задава неговия стратегически ход, който му е нужен за

постигането на дадена цел, но в същото време твори един съвсем нов живот на нещо фикционално, като влага част от въображението си. Всеки един автопоезис си комуникира с останалите, а цялата игра може да бъде разгледана като творба, имаща своите времеви рамки, съществуваща само и единствено сред участниците, събрани около картона с рисунки, пионките или фигурите, зарчетата или картите и т.н. Зрители няма, те сами представляват своеобразна публика. Светът на фантастичното (създаден от различните светове на всеки един член) и светът в реалността съществуват пространствено паралелно, но последният трябва да се забрави и да остане само първият (тъй като участниците не взаимодействат с реални обекти от стаята по време на играта).

Първото ми антропологическо изследване е посветено на ЛАРП игрите в България. До момента с този културен феномен се е занимавала главно изследователката Ангелина Илиева, като през 2018-а година излезе нейната книга *Ларп културата: между и отвъд*, плод на 10-годишно изследване по темата. Още тук искам да кажа, че нейната изследователска перспектива, за разлика от моята, е по-скоро на изследовател – *insider*, който е проследил *отвътре* спецификите на ЛАРП културата като част от ЛАРП обществото, участвайки активно в огромна част от проведените ЛАРП събития, както и в ролеви игри на живо и конференции в чужбина, посветени на темата. Трудовете на Ангелина Илиева представляват огромно богатство за разбирането на феномена, но акцентът в изследването ѝ не е поставен върху отделни, споделени разкази от респонденти ларпъри, част от *Larp Bulgaria*. През 2019 г. излезе моята книга *Ролевите игри на живо. Живот in и off game*. По-голямата част от изложението в тази първа глава от настоящия дисертационен труд ще бъде съсредоточено именно върху най-основните моменти от изследването, което осъществих между 2015 и 2017 г., описано в книгата ми. Това ще бъде допълнено с наблюдения върху културния феномен на ЛАРП след написването на труда ми, както и ще бъде взета и анализирана получената обратна връзка за книгата от респонденти ларпъри. След написването на *Ролевите игри на живо. Живот in и off game* настъпи пандемия от Covid-19, поради което голяма част от ЛАРП събитията бяха отменени. Освен това се появи известно затваряне от страна на ЛАРП общността или поне тази част от нея, свързана с респондентите ми, спрямо потенциално мое участие, тъй като ролята ми на изследовател поставяше известни граници между *мен* и *тях*. Установих, че някои от споделените разкази в книгата се превръщат предвид свободния достъп до нея в деликатни за респондентите, било то защото биха могли да развалят потенциални техни игрови отношения, или поради лични причини. Среща се нежеланието от страна на част от ЛАРП

общността външни за тях лица да коментират впечатленията си за тяхното хоби публично. Тази реакция в някаква степен затвори общността спрямо продължението на изследването от моя страна на ЛАРП, тъй като ролевите игри на живо в България се правят от и за играещите, от и за общността. Изследователите аутсайдъри в този смисъл биха могли, подобно на мен, да изпитат трудност да се внедрят в това общество, що се отнася до българския контекст, тъй като не са присъствали на тренировките, които се правят преди събитията, не са прекарвали достатъчно време с ларпърите като част от техните компании, не биват разпознавани сред ЛАРП обществото. Именно затова в тази глава значителна част от информацията ще бъде взета от изследването, което правих между 2015-2017 г., преди публикуването на книгата ми, както и преди медийните изяви, свързани с нея. Описаните обстоятелства ми помогнаха да доразвия и преинтерпретирам някои от първоначалните си хипотези и да ги представя в нова светлина в дисертационния труд.

Първият път, в който разбрах за ЛАРП, беше свързан с комедиен филм, в който дейността бе представена по-скоро като странно хоби на фенове на фентъзи в аспект, акцентиращ върху инфантилността, несериозното и забавното. В *YouTube* бях гледала продукция на *Vice* - късометражен филм за ларпър-аутист, който чрез изградения от самия него фикционален персонаж успява да се справи с комуникативните си умения и социализация. Докато пишех дипломната си работа за придобиване на бакалавърска степен съществуваше форум, който съхраняваше огромно богатство от разкази на ларпъри след събития, техни критики спрямо организаторите, насоки за бъдещи игри и т.н., който към днешна дата не е публично достъпен. Запознавайки се с коментарите на ларпърите, тогава ми направи впечатление специфичната им фенска комуникация – сякаш всеки един от тях е част от един фантастичен свят, към който имат страст, но не би съществувал без участието им. В подобен тип събития има хибридно преливане между организатори–автори и участници–читатели, като се разбира, че от публика няма нужда и че сами по себе си всички замесени в ролевата игра на живо са творци и създатели. В някои западни страни, главно в САЩ, ЛАРП се прави и пред публика, при това предимно с комерсиални цели, но в България ситуацията е различна.

Ролевите игри на живо се създават само и единствено за всички участващи в тях. Основната цел на ЛАРП е свързана с интерактивност, съ-създаване и съ-творене на въображаем свят, който е легитимен сам по себе си посредством играчите. В ЛАРП игрите авторът е и публика, и читател, и интерпретатор, а колективно изобретената реалност витае в едно наподобяващо

фолклора пространство, но в същото време авторите не са анонимни. Това устно творчество вдъхновява опити за документиране, но прекалено големият му обем представлява пречка за цялостното му обхващане. Създаденото пространство отеква в спомените на ларпърите и създава траеща памет с над 10-годишна история, напомняща усещането за безвремие от детските години и игрите, свързани с него.

По време на ЛАРП ролята, героят, говорът, поведението, ценностната система, характерът и визията се създават от участника посредством неговите желания, влечения, интереси и въображение. Всичко това трябва да бъде в комуникация с базовата обстановка на света, в който той влиза (бил той фентъзи, исторически, постапокалиптичен, стиймпънк, киберпънк и всичко друго, за което може да се създаде една история–скелет). Следователно що се отнася до България, ако фенът харесва фентъзи, приказни светове, в които има орки, вампири, рицари, елфи и др., и иска да изяви себе си чрез уникален герой (създаден и изигран физически от него), ще избере *Мъглата* (преди *Драконов свят/ДС*); ако харесва постапокалиптични сюжети, свързани с подземни пространства и мутанти, ще избере да участва в *Сталкер*, ако му допада произведението на Роджър Зелазни „Една нощ през самотния октомври“, тайната самоличност и идеята за urban exploring⁸, ще избере ЛАРП-а *Нощта на Старите богове*). За ЛАРП обаче е нужно да има и други запалени фенове, които също да направят тези стъпки. Културният феномен зависи от интеракцията и представлява своеобразен колективен перформанс, в който колективната вяра в общността е най-важна.

Целта на изследването ми е да представя ЛАРП игрите, като ги различа от останалите игри (RPG, MMORPG, tabletop games и т. н.), както и от практиките, свързани с исторически възстановки, косплей и импро театър. В този смисъл ще се опитам да опиша основните компоненти, които съставляват ЛАРП, да отгранича отделните типове ЛАРП в България, както и специфичните светове, които създават. Освен това имам за цел да задам перспективата да се гледа на ЛАРП като на културен феномен в България, в който всеки би могъл да вземе участие, без да има специфични професионални умения. Единственото, което е нужно, е голяма страст към дадения игрови свят, желание и любов. Следователно тази практика ще бъде анализирана през призмата на аматьорската дейност.

⁸ Изследване на градското пространство. В повечето случаи става дума за откриване на нови, интересни, скрити места в града, било то красиви гледки, паметници и др.

От разговори с хора от различни среди мога да заключа, че дори и днес ЛАРП е изключително малко познат в България, въпреки че активните български участници наброяват 150–200 души в цялата страна (към 2019 г.). При голяма част от хората, които са донякъде запознати с ЛАРП практиката, се забелязват именно тези стереотипни конструкции, част от които съм споделяла и аз – че е нещо подобно на косплей, исторически възстановки или импро-театър. Затова ще се опитам да илюстрирам мотивацията на участници и организатори да се занимават с такъв тип игри, а също и на базата на изследвания от участници, дизайнери, организатори и теоретици на ЛАРП по света и наблюденията ми за българския ЛАРП да сравня културния феномен в България с този в чужбина, тъй като могат да бъдат установени доста разлики в стратегиите за практикуването и управлението им. Задавам си въпроса и дали има възможност за развитие било то като комерсиален туристически инструмент или за използването му за образователни цели и по какъв начин културният хоризонт тук го обособява.

Методите, използвани за събиране на емпиричния материал за настоящото изследване, са дълбочинни интервюта с участници и организатори (гейммастър, които също влизат в ролята на играчи) – общо 10, петима организатори и петима участници, на възраст от 19 до 39 г., с различни занимания, професии и хобита. Респондентите ми са 5 от мъжки пол на възраст между 24 и 34 г. и 5 – от женски, на възраст между 19 и 39 г. От 10-те респонденти 4-ма са гейммастър (и организатори), но и участници, един от тях понякога помага за организацията (не е официално организатор), а останалите петима не са се занимавали никога с организацията на ЛАРП игри. Отделно тези петима участват в различна продължителност от време в ролеви игри на живо. Към 2019 г. най-младият ми респондент участва активно от 2 години, а най-възрастният – от 13 години. Освен това използвах методи на онлайн етнография, като следях коментари и публикации на участници в ЛАРП форум, facebook страница на *LARP The Fog*, двете страници *LARP Bulgaria*, както и вече отделните сайтове на *The Fog* и *Stalker LARP*. В анализа си съм използвала и информация от публичните facebook профили на своите респонденти и съм наблюдавала практиките им, свързани с използването на дигиталните технологии.

Интересът ми към темата започна с припознаването на практиките на ларпърите главно чрез тяхното заимстване от различни култури, литературни жанрове и традиции. Смесването по иновативен начин на предмети, инвентар, идеи, вдъхновение и др. ги превръщат в създатели-

консуматори. Като опит за определяне на това тяхно действие най-подходящ ми се струва прочитът на Клод Леви-Строс за *културен бриколаж* (Леви-Строс, 2002: 33). Според него, „за да изпълнят своя замисъл, бриколажистите използват единствено наличните инструменти и материали“. Специфичната роля на сетинга (създаден в повечето случаи от гейммастърите) като литературна форма, която само задава посоката и обстановката на действието, но няма характера на нещо завършено, ме отведе към идеята на Ролан Барт за *смъртта на автора* (Барт, 2003) и *раждането на читателя* (пак там) именно чрез неговото действие и специфична, различна от тази на всички останали, интерпретация в играта. Оттам насетне моят интерес се разшири към запознаване с изследвания и теории, свързани с ЛАРП игрите в чужбина, публичните дискусии от средите, занимаващи се с фантастика (в голяма част от които активно участие взема и Ангелина Илиева), дисертационни трудове, посветени на ЛАРП, писани през последните няколко години, и литература, свързана с ролевите игри като цяло (RPG, MMORPG, настолни ролеви игри и т.н.).

Спецификата на фантастичната литература, по-конкретно фентъзи жанра, би могла да се интерпретира като *съвременна приказка* (за етапите на развитие на героя и сюжетната линия фентъзито черпи вдъхновение от приказката), а и самата структура на играта, свързана с лавирането между театър, празник, ритуал и пърформанс, са обгърнати от специфичен фолклорен ореол. Първата ми хипотеза е, че ЛАРП представлява своеобразна форма на колективно творчество.

Разпространено е подобна практика да се мисли като нещо инфантилно, несериозно, че не помага с нищо и е губене на време, а още повече – че е някакъв опит да се избяга от реалността. Тук се роди втората ми хипотеза, свързана с това, че ЛАРП е бягство от реалността.

Третата ми хипотеза е, че в ролевите игри на живо няма сериозен елемент, те са положени в сферата на инфантилните дейности, които вероятно имат някаква връзка с опита за връщане към преживяванията от детството. В същото време обаче, някои от ларпърите са много чувствителни как тяхното хоби е описано в медиите и приемат темата изключително сериозно (особено организаторите на ЛАРП събития). В този смисъл една от задачите е да се отговори на въпроса – какво предизвиква това напрежение между забавното и сериозното.

За маската и ролята като конкретен образ в драматично произведение, отреден за актьорско изпълнение, досега са написани много трудове, както и за това, че в ежедневието си всички ние имаме някакъв специфичен образ-идеал, който се опитваме да показваме пред другите в различните ситуации, в които се оказваме. Ларпърите обаче доизграждат тази идея за роля, като имената на героите им са част от имената във facebook профилите им, а и в комуникацията помежду си използват по-скоро имената на фикционалните персонажи. Четвъртата ми хипотеза е, че ЛАРП е хоби, което освен използването на имената на героите като прякори, няма отражение върху живота на участниците. Задача на изследването е да се изясни неяснотата, свързана с влиянието на играта върху поведението на човек извън нея – дали има възможност да се придобива някакво различно умение, или всичко е на базата на забавление и идващата емоция от практикуването на любимото хоби. Друга задача е да се разнищи дали има смесване между фикцията и реалността.

Към 2019 г. ларпърите в България са около 200 души, които обаче имат сформирания като *Кралството на седемте хълма* – участници-жители от Пловдив (7 хълма = 7 тепета). Според думите на респондент всички участващи в ЛАРП се самоопределят като приятелска компания. Картата на *отборите* по картата на България говори, че ларпърите представляват някакво общество от групи (в играта – фракции, организации, кланове...), от хора, което в някои случаи е дори географски обусловено. От наблюденията ми по време на ЛАРП дейностите, които участниците извършват в и извън игра, ги сплотяват (in-game пиршества или празнуване на сватба, off-game пиене на бира и обсъждане на станалото в играта), което довежда до мисълта за общност, обединена от някакъв специфичен празник. За тях обаче не знаех допреди 2015 г., както и много от хората, с които комуникирам в ежедневието си. Следователно вероятно ли е те да се крият по някакъв начин и трудно да допускат хора в своята група? От множеството разговори, които съм провела, няма как да не усетя специфичния им жаргон, който е една от предпоставките за субкултурно формиране. Петата ми хипотеза е относно това, че ларпърите образуват своеобразно общество/общност. Една от задачите е да се опитам да отговоря на въпроса кое е най-адекватното понятие, дали може да се говори за субкултура или става дума за нещо друго. Шестата хипотеза е, че ЛАРП може да се разглежда като нова форма на празничност.



Ил. 1. Политическа карта на познатия свят. Източник: <https://thefog-larp.org/world-map/>, посл. посетен на 27.05.2022 г.

7. Последната ми – седма хипотеза, е свързана с това, с което съм се запознала от литературата по отношение на ЛАРП в чужбина. В много държави ЛАРП се използва като метод на обучение (по история и философия например) или с комерсиални цели (балове, ЛАРП пред зрители и т.н.). Следователно друга от задачите на изследването е да разбере в каква степен ЛАРП има подобни потенциали. Хипотезата ми е, че ролевите игри на живо в България не се използват в образователната система и нямат комерсиален потенциал. Ще представя социо-психологическия профил на участниците и организаторите, с които съм комуникирала, като си задавам въпроса дали би ли могъл да се определи някакъв своеобразен типаж на хората, които се занимават с тази дейност.

Тъй като истории на клановите са вече изследвани от Ангелина Илиева (2011, 2012) (по фентъзи ЛАРП-а *Драконов свят*), няма да наблягам на преразказ на създадената фикция и задълбочаване в самата игрова реалност (например всички значими in-game събития през игрите, истории на героите, на клановите и т.н.). Игрите са достатъчно богати наративно и изключително наситени с множество художествени елементи, които, надявам се, някой ден ще вдъхновят и друг научен труд, но целта ми е различна – да обособя местните практики на потребление на култура в българските ЛАРП игри и да предложи хоризонт за възможното им развитие.

Предшественици на ЛАРП

Една от най-важните характеристики на ролевата игра на живо е представянето за някой друг, който е направил така, че за определен период от време в конкретен ден и час се променя и визуално (било то чрез обличането на определена дреха или слагането на определен накит – т.нар. травестия) и поведенчески (чрез заплашително танцуване или говорене по различен начин). Ларпърите забравят ежедневието си статут и влизат в друг такъв (Ericsson, 2004: 20) – внимателно избран и изграден от тях, в зависимост от конкретните зададени основни рамки на сюжетната линия. Всичко това се прави с дадена цел, която до някаква степен е наслоена с ритуален елемент⁹.

През XVI-XVIII в. възниква импровизираният театър и традицията на *commedia dell'arte*, с които и до днес бива свързан ЛАРП-ът. В началото на XVIII в. Мария-Антоанета разиграва подобен вид ролева игра с придворните си (Salomonsen, 2003). Вероятно това е била практика и в други дворове. В началото на XX в. с появата на психоанализата ролевите игри се използват с терапевтична цел. Всичко казано дотук обаче е само предисторията на това, което започва да се случва в края на 70-те години на миналия век, под влиянието на настолната ролева игра *Подземия и дракони* (*Dungeons and Dragons*, 1974 г.), мотивирала както ларпърите в чужбина, така и едни от най-активните ларпъри в България.

Подземия и дракони, създадена от Дейв Арнсон и Гари Гигакс, се приема като начало на ролевите игри и идеята за това те да се случват на живо. Въпреки това през 1974 г. все още не се е говорило за ЛАРП. Предшественици на ролевата настолна игра се предполага, че са военните игри, а и известен пример за това са импровизираните бойни игри като *Dagorhir*

⁹ Възможна генеалогия на подобна практика с голяма условност би могла да се направи, представяйки ги за наследници на ролеви игри от Античността и Средновековието. Римляните често са разигравали митологични сцени или славни битки в Колизеума, като отново се поставят на мястото на богове, антропоморфни същества или друг реален персонаж, славно загинал в победата например. Карнавалите също са типичен пример за преобличането, което в повечето случаи е символно наситено с прогонването на зли сили или някаква друга сакрална задача. В този ред на мисли аналог в българската традиция са кукерите. Грижата за костюма на кукера изисква много труд, внимание от страна на човек, който чака конкретен ден в годината, за да се въплъти в страшно същество с митологични характеристики само и единствено, за да се изправи срещу въображаемото зло.

Battle Games, боен тип ЛАРП игри от примитивен вид, тъй като няма идея за използване на игрова *магия*. Първоначалната идея на *Подземия и дракони* е участникът да се представи за герой, който ще се вмъкне в подземни пещери, ще се сражава с чудовища и ще открие в един момент съкровище. Тази игра би могла да се приеме и като вдъхновяващата сърцевина на това, което се случва малко по-късно с появата на компютърната технология и видеоигрите. Много важна характеристика на настолните ролеви игри е участието на разказвача, който направлява действията, хода и възможността за създаване на идеята за фикционален свят, движещ се от въображението на участващите. Играчите в *Подземия и дракони* са по-склонни да се кооперират, отколкото да се конфронтират. Започва да се появява нуждата *dungeon-мастърът* или т.нар. разказвач да създава някаква опозиция, да поставя задача, понякога несъвместима с обичайната дейност, с цел да създаде напрежение и конфликт. Тези усилия на разказвача се превръщат в правила. В началото на 80-те години ролевите игри започват да се изследват от различни хуманитарни дисциплини и да се теоретизират, тъй като има много мнения, че са вредни и нямат образователен ефект за младите, а за възрастните са инфантилни. Това се подкрепя от информация на един от респондентите ми, че *Подземия и дракони* би могло да се играе по всякакви сетинги. Това е вид компромис, който позволява на геймърите да запазят подземния лабиринт като основа за своята игра, но добавят и логика към това – подземията вече се възприемат като „функционални общности“ (Mason, 2004: 5). Тук започва всъщност реалната представа за сетинг, тъй като зависи от *dungeon-мастъра* да направлява и насочва сюжетната линия на играта, но реално от отделните играещи зависи нейната крайна отправна точка. Сюжетът започва да се обогатява, напластява и изпълва спрямо желанията, възможностите и начините на интерпретация на играчите. Мейсън пише, че през 1980 г. Глен Блаков определя 4 вида мотивация на играчите – военен играч, силов играч, разказвач или ролеви играч.

Фенство

Фенът е *културен брикольор*, който има богато въображение и прави всичко възможно, за да го материализира. Всекидневният ни опит ни поставя пред един безкраен хоризонт на

фолклорни практики, обекти, изкуство, вярвания, история, които рефлексират върху нас. Ролевите играчи са фенове. Те всички са обединени от любовта към фантастичното и потапянето във фикционалната вълна, по която моделират поведението, стратегията и мотивацията на героите си. Употребяват в играта си литературни и филмови източници, културния си хоризонт, наситен с различни интереси, вярвания, познания за фолклор, митология и много други елементи, които дообогатяват историята на героя. Онлайн комуникацията увеличава силно възможността за дебати и разговори между феновете на еднакви или сходни произведения. До някаква степен „феновете виждат нереализирани потенциали в популярната култура и желаят да разширят участието на публиката... фен-културата е диалогична, а не разрушителна, повече въздействаща, отколкото идеологическа и по-скоро колаборативна, отколкото конфронтационна“ (Jenkins, 2013: 150). Фенството създава един постоянен диалог, който е безкраен в хода на интерпретацията от въображението на различните почитатели, тъй като на всеки от тях се харесват различни аспекти от даденото произведение или дори различни произведения. Социалните мрежи дават възможност да се случва едно неспиращо творчество, което реално обаче няма един автор; всички замесени са еднакво значими автори. Тук ще подкрепя твърдението си с тезата на Ролан Барт (Барт, 2003) относно смъртта на автора, коментирана вече в статията „За „рицарите с работно време“ и „феновете историци“ или кой преиграва културата“ (Иванова, Бакърджиева, 2016). Авторът, изолиран, не е толкова важен, колкото интеракцията между отделните автори, които не довършват произведението, а го поставят на една безкрайна интерпретация, въвличаща ги отново и отново. Това напомня на коментираните сериали от Лилова (2011), в които зрителят/читателят е въвличен в един продължителен процес, който напомня за внимателното многогодишно изграждане на героите в MMORPG-тата и дори сливането на играта с професията на по-зарибените, които продават игрови инвентар или ресурс. Според статията на Ивън Торнър (Torner, 2017), провокирана от нуждата от оразличаване на феновете (потопени в една експлозия от комерсиалните изисквания на филмите за супергерои на *Marvel Universe* например или друга масова популярна фантастична поредица) и ларпърите (витаещи в своята свобода на интерпретацията), съществува доста противоречив баланс между това да си *добър* фен и *добър* ларпър. Дори една елементарна комерсиална практика – на продаване на тениски, свързана с ЛАРП, застрашава специфичната културна форма на такъв тип дейност, защото би я комерсиализирала и би застрашила свободата на личната интерпретация, оригиналност и разгръщане на въображението. Заимстваните герои от популярни продукции не са предпочитани и сред българските ларпъри.

Героят е толкова по-сложен, различен и интересен, колкото повече е отдалечен от разпознаваеми канони, поведение, визия и др., свързани с популярни герои от масови продукции. Следователно, въпреки че според мен ларпърите са до голяма степен фенове и любители на фантастичното и това ги обединява в тяхната дейност, трябва да се прави разлика между тях и стандартните консуматори на франчайз, на които ще бъде обърнато по-специално внимание в главата за косплей.

Всичко това може да бъде обобщено от идеята, коментирана от Десислава Лилова (2011) в статията *Литературата онлайн: подривните практики на фенфикшъна* относно феновете и фенството – „те не смятат, че въображаемият свят принадлежи на своя създател. Според тях той принадлежи на всички, които биха искали да се пренесат в него или с други думи – на неговите фенове“ (Лилова, 2011). Със създаването на онлайн мрежата фенството се изменя, тъй като новата дигитална среда все повече ускорява процеса на комуникация между феновете. Тази специфична ситуация може да се нарече *фенство-точно-навреме*, защото самите фенове искат да споделят и да получат незабавен отговор на своите идеи (Hills, 2002: 78–9, цит. в Jenkins, 2013: 141). Както човек може да участва в игри, в които да създаде по подобие на свой идеален герой персонажа и поведението си, така може и да си плати да се качи на влакчето му (в лунапарк) или да докосне скъсаната му риза (в музей). Фенството в този смисъл е едно от онези пространства, в които хората се учат как да живеят и да взаимодействат в едно осъзнато общество (по труда на Levy – „Collective Intelligence“, цит. в Jenkins, 2013). Под формата на игра, вдъхновена от много фенове на нещо – в случая фантастичното като цяло, се прави опит по някакъв начин да се вникне в различни аспекти от живота (било то справяне с някакви вътрешни страхове или откриване на различни начини на реагиране в дадена ситуация). Всъщност самите фенове представляват интерактивна публика, а с развитието на технологиите и достъпа до виртуалното пространство връзката между тях става по-силна.

Именно защото в подобно хоби участват страстни фенове на фантастични жанрове, които влагат изключително много любов, усилия и време в самодейното изграждане на своите персонажи, без това да има професионален характер, разглеждам ЛАРП като хоби, създавано от аматьори (от *aimer* – обичам).

Характеристики на ролевите игри на живо

Игровата графика, анимация и дизайн позволяват на хора от цял свят да се съберат на една фикционална територия, която има своята митология/история, география, алгоритъм, норми и всичко това, което ние възприемаме за даденост в ежедневието си и което често ни отегчава. MMORPG-тата дават известна свобода на участниците – да избират своята раса, вид, характер, цел, които са специфични. Интернет пространството открива пред играча една трансмедиялност, „която позволява на публиката не само да вникне в разказ или история, но и активно да участва в процеса на разказването“ (Ciancia, 2013, цит. в Lehto, 2016: 107). Мой близък ми разказва за т.нар. *realm* (сфера, зависеща от сървъра, който се използва), която е била изключително красива визуално – езеро, край което той и неговият най-добър приятел тогава решават да отидат, посредством техните герои от WOW. Докато героите им стоят до езерото и дори не се бият, а пият бира in-game, играчите си разказват онлайн (в играта) до фикционалното езеро какво са правили през деня, как е минало контролното в училище и всичко това, което биха си казали на живо. Именно тук аз виждам невероятната прилика с ЛАРП игрите и това те да бъдат съвременна практика по света – най-вече в Северните страни, Русия, Германия и др., която обаче не е ограничена от монитора на компютъра или лаптопа, не е нарисувана, а се създава от въображението, материалите, ресурсите, крафтенето и културния *background* на участниците на реална територия, в българския случай най-вече навън, в градски или околорадски пространства сред природата. Тук ясно се вижда разликата с настолните ролеви игри, тъй като в ЛАРП-а героите in-game взаимодействат с предметите и реалността off-game (точно затова е много важен теренът, където ще се изпълнява действието – било то гора или бункер). Сливането на двата свята съществува само и единствено заради участниците. Ако някой в този момент наблюдава играта, без да участва, едва ли ще му бъде интересно и въобще няма да има представа за фантастичния им свят. Най-голямо влияние ЛАРП игрите имат в Скандинавските (Норвегия, Швеция и Дания) и Северните страни (Финландия, Исландия – автономни региони на Оландските острови, Гренландия и Фарьорските острови), както и в Русия, Англия, Германия, Европа и САЩ. Ситуацията с финансирането на ЛАРП игрите в някои страни много се различава от българската. В Швеция съществува национална игрова организация *SVEROK*, която получава и канализира средства, отпуснати от правителството за всякакви игрови дейности. Там заниманието с ЛАРП се е превърнало в нещо като професия.

Основни понятия

Що се отнася до основните понятия, помагащи за описването на културния феномен ЛАРП, ще започна от игровия свят/реалност. Пространството от реалността – било то гора, планина, мол, градска среда, зала или бункер, бива доизградено чрез игрови дизайн, вписва се в играта чрез символи, декор, украса, импровизация и въображение на участниците и се превръща в игрова реалност (*диегезис*). Всъщност под диегезис би могло да се разбира виждането на всеки отделен играч за игровия свят. Това би могло да се свърже с неговата лична интерпретация, културен опит, образование, интереси и предишни хобита. Настолните ролеви игри са ограничени откъм свободата на това да вникнеш, буквално да се превърнеш в героя си, каквото всъщност мотивира ларпърите да предпочитат действието на живо. Въпреки това любовта към героя им ги предизвиква често да опитват да се държат и говорят като него, за да дообогатят играта си, потапяйки се във фикционалния свят, влизайки в тялото на нещо друго, забравяйки за досегашния си опит в реалността. Друго, което различава ЛАРП от настолните ролеви игри, е, че за включването в настолна ролева игра не е нужна предварителна подготовка, за разлика от ролевите игри на живо, където е продължителна и сложна. Някои изследователи представят играчите като „аватар в диегетична рамка“ (Stenros, 2004: 167). Сходство между двете би могло да се намери на база на представения игрови свят, който и в двете игри изисква потапяне и това човек да повярва в реалността на героя си, тук и сега. Разликата е, че „в ЛАРП участникът извършва сам движенията, а в дигиталната игра тази активност се прехвърля на аватар-героя“ (пак там). Самата игрова реалност – това, което при нашето превръщане в играчи и съобразяване с история и ситуация на играта виждаме като реално – представлява диегезисът. Всичко, което съществува в една игра, било то ЛАРП или компютърна, има някакъв предварителен замисъл. Разгадаването на този замисъл се осъществява чрез комуникацията на играча с диегетичното пространство и потапянето му в него. Всеки отделен играч би могъл да има различно възприятие за диегезиса и да вижда определени игрови кодове, а други да остават скрити за него. Това единствено е подвластно на интерпретацията на конкретния човек, а тя е продукт на потенциална безкрайност. Тук бих говорила за хоризонт на играта и хоризонт на участника, които, за да бъде успешно игровото потапяне, би следвало да бъдат максимално слети. В ЛАРП игрите „гората в диегетичния свят е идентична на гората в реалния свят. Бутафорната сабя е предимно иконична и макар смътно наподобява сабя. Действията, свързани с правила, са символни. Подът е индекс, в смисъл, че служи като диегетичен под, но също така е иконичен, в смисъл, че само наподобява

диегетичния под“ (Lopenen and Montola, 2004: 42). Например в случая с пода – той само наподобява истинския под в игровата реалност (диегетичното пространство), защото може сетингът да бъде средновековен, а подът да е от XXI в., или научнофантастичен сетинг с прозрачен под, а той в действителност да е дървен. Според Монтола съществува „субективен диегезис“, тъй като всеки участник има различна представа и интерпретация на игровия свят, а ролевите игри представляват взаимодействие между различните диегезиси (Montola, 2003 цит. в Stenros, 2004: 76). По същия начин, вместо за *субективен диегезис*, бихме могли да говорим за субективна интерпретация на игровата реалност, зависеща от предишния ни игрови, културен и образователен опит. Следователно понятието *диегезис* често се приравнява на различната, субективна интерпретация на конкретната игра. От гледна точка на изолираното пространство на играта диегезисът би могъл да се разглежда като „временна реалност“ (Pohjola, 2004: 93).

Други две основни понятия, свързани с ЛАРП, са: in-game (в игра) и off-game (извън игра). Те обозначават влизането в роля и започването на играта. За да влезе в роля, участникът трябва да забрави за своето реално аз и да влезе в едно друго пространство, точно както прави, когато играе или гледа филм например, и се поставя на мястото на протагониста/антагониста или второстепенните герои. Какво означава да се превърнеш в играч – облеклото, поведението, говорът, смехът, сънят дори (в случаи, в които е забранено във времетраенето на играта да се излезе off-game), са контролирани от сетинга и съобразени с него - „героят може да пици от болка, докато играчът се наслаждава с пълна сила на сцената“ (Konzack, 2007: 89), „играчът не просто трябва да претендира, че е герой, той трябва да претендира, че вярва, че е герой“ (Pohjola, 2004: 84).

За създаването на ЛАРП е нужен т. нар. гейммастър, който има задачата да положи основите на тази фикционална среда. За добър гейммастър в повечето случаи се счита този, който осигурява максимална свобода за участниците, така че те да не разбират, ако са контролирани, а и да не се стига до насилственото им излизане от роля вследствие на разочарование. Като съвет към гейммастърите се дава следното: „Повечето участници биха били много щастливи, ако им се даде възможност да определят мотивите на своите герои. Позволете им да ви помогнат – те просто ви дават материал, който иначе вие трябва да измислите. Уверете се, че действията, до които това ще доведе, остават същите, а планът за

вашата история не само ще се осъществи, а ще стане и по-силен. Ако всеки играч се почувства звезда, вие сте на правилния път“ (Jenti, 2005: 128).

Разкодирането на игровите кодове и механизми обаче понякога не е успешно. В такива ситуации би могло да се приеме, че вината е на гейммастъра, който не е информирал достатъчно добре участника за подобна ситуация, но причината би могла да бъде и друга. За С. Д. например най-неуспешният ЛАРП е бил точно заради такова неразбирателство:

Аз наистина прекарах този ЛАРП в един храст, в един друг храст, в трети храст, в четвърти храст в чакане на нещо, което евентуално идваше и то не се случи. В един момент ги заряха хората, с които трябваше да играя, отидох при тях да кисна и се озовах в същата ситуация. Аз в един момент буквално бях с още двама души в един храст, лафихме си, единият заспа и го ръчках да се събуди, заспа после другият и се предадох. Стана ми студено, изстинаха ми бъбреците, въртях се, суках се, в един момент казах: „Хайде, хора, излизаме от храстите“, защото другите не дойдоха...

Именно тук трябва да се върна към идеята, че няма как да се създаде една цялостна история на ЛАРП игрите, тъй като всеки един отделен участник има своя различна интерпретация за основните рамки, идващи от сетинга. Както за С. Д. този ЛАРП е представлявал провал, така за друг играч тази ролева игра на живо може да представлява най-голямото удоволствие. Ще спомена важното за разбирането на ЛАРП понятие - *имерсия*, тъй като тя е „вътрешно състояние на ума, което се състои от 3 неща – процеси, пърформънс и усещания. Процесите са мислите и решенията, които улесняват имерсията; пърформънсът е това, което правиш, когато си влязъл в образ...; а усещанията са преживяванията – емоционални и психологически, когато си влязъл в образ“ (Holter, 2007: 20). Холтър представя героя като полуавтономна цялост. Имерсията изисква интерпретация на игровите механизми по време на игра, но и изиграването на нещо, което би направил героят, а не играчът в една обичайна ситуация. „Разбирането означава херменевтична интерпретация на игровите текстове. Приемането е отхвърляне на всички свои предразсъдъци, вярвания и ценности веднъж, щом играчът е разбрал предразсъдъците, вярванията и ценностите на героя... във фазата на разбирането играчът идентифицира всички факти, свързани с играта, а по време на приемането той излиза отвъд тези факти“ (Larri, 2007: 79). Думи като имерсия, стимули за игра (примамките от гейммастърите, които движат играта) се употребяват и във форума от някои от гейммастърите, което означава, че са запознати с игровата теория. Впечатление ми направи употребата на думата *счулвам* по отношение на провал в ЛАРП. Това би могло да се свърже по някакъв начин

с идеята, че те виждат ЛАРП-а като нещо, което не трябва да се *счулва*. Аз го разбирам като огледало, някакъв вид стъклоно произведение, което съществува благодарение на всички участници – следователно за да не се *счули* играта, не трябва да се случва излизане извън роля в рамките ѝ. От официалния форум установявам, че съществува жива връзка между участниците, представяща техните впечатления на база случил се ЛАРП, това, което не им е харесало или обратно. Това, което е разочаровало на зимния ЛАРП през 2015 г. организатора И. К., е употребата на алкохол от страна на някои играчи, което е *счупило* играта на всички. Тя споделя:

За вечерната част изобщо не знам какво да кажа. БРУТАЛЕН ОФТОПИК в 90% от времето и пианство. Не, не, не искам да слушам изобщо как някой си се бил напил ингейм. Не беше ингейм, мога да позная. И да ви кажа нещо – не си губя времето от живота да ви организирам ларпове, за да слушам 2 часа как някакви пияни хора крещат и се псуват на майка, защото това им е представата за РП обида... Та това беше ларпът – животните и брутален офтопик. Някой каза: „Супер беше, побихме се, видяхме се с хората и се напихме“. Не знам какво сте си мислели, че имам предвид с „неангажиращ ларп“, но не е това. Това е връщане с 9 години назад, когато бяха палатките с ларпове – пианска вечер с изблици на бой с тръби през деня. И най-много ми е тъжно от това, че сега хората разправят колко много им е харесало. Не съм си мислила никога, че ще кажа такова нещо. Ако това искате наистина, и ако това е посоката, в която искате да се развива ларпът, за да сте доволни, не съм сигурна, че искам да съм част от това развитие¹⁰.

Това е типичен пример за проблемите и препятствията, пред които се изправя един организатор. В случая той е огорчен от неподходящите за сетинга псувни, поведение и липса на задълбочено вникване и изиграване на героите от страна на участниците поради злоупотреба с алкохол.

Сетингът представлява сюжетната основна рамка на играта, която има определена история. Съществува като вид обстановка, в която участниците избират да влязат, а без последните – тя не би имала смисъл. В повечето случаи е изградена като литературна форма, която се написва най-често от организаторите, и би могла да има конкретни жанрови характеристики (фентъзи, научна фантастика, киберпънк, стиймпънк, постапокалипсис, историческо събитие и др.). Има едно специфично изключение, което би могло да се нарече реалистичен сетинг - *360-градусов илюзорен ЛАРП*, създаден така, че само задава различна ситуация за играчите.

¹⁰ Форум на larp-bg.org. Тема: Зимен ларп по ДС (26.12.2015). Отзиви и коментари, потребител Lt. Hellen Frost, 28.12.2015 г., 15:18:22 pm.

Те играят това, което са в реалността, но самата ситуация на ЛАРП предполага, че ситуацията е фикционална. Т.нар. *360-градусов илюзорен ЛАРП* представлява абсолютно или напълно вживяване, в което за сценография се ползва възможно най-малко символен реквизит, играчите са в роля през цялото време на играта. Всъщност, този вид ЛАРП много прилича на риалити формати тип Big Brother. Там участниците играят себе си, но Големият брат им дава конкретни задачи под формата на мисии, които трябва да изпълнят според неговите критерии, за да си гарантират оставането в къщата. Излизането им от роля се случва когато излязат от риалити формата.

Видове ЛАРП

За ЛАРП сериите се говори като за една вечно незавършена история. Голям брой от ролевите игри на живо са съпътствани от т.нар. скрипт или сценарий, който ограничава играчите, а и превръща ЛАРП в поджанр на театралното изкуство. Това най-често се случва с по-големите игри, в които гейммастърите са неспособни да дадат голяма свобода на повече от 1000 участници, тъй като създаването на интеракцията между повече хора е и по-трудно. В САЩ и Западна Европа това е тенденция, там и ЛАРП-овете се правят за комерсиални цели, тъй като добиват формата на представление/спектакъл. В Източна Европа такива практики са пренебрегвани, защото за участниците свободата всъщност представлява най-важният елемент. Ларпърите в България (участниците в ЛАРП по *Драконов свят*) не биха могли да си представят в ролята им да има и минимална намеса, по думи на респондент:

нямаш ограничения на това, което искаш да бъдеш в ЛАРП-а... можеш да си всичко, което можеш да изиграеш и което би се вписало адекватно сред създадения досега свят (С. Д.)

Освен по структурни елементи ЛАРП игрите се различават по местата, на които се случват. Ролеви игри на живо се практикуват много често в гората, планината и изолирано пространство от града, особено когато представят фантастичен, приказен свят. Там играчите са отделени от другите хора, които не участват в тяхната игра. Понякога дори се строят определени декори, сцени, чиито терени са предвидени да служат само и единствено на играта. Има игри от *проникващ (pervasive)* тип, които обаче се изиграват на обичайни, всекидневни пространства за хората (незнаещи например за конкретния ЛАРП) – молове,

централни улици, паркове и т.н., като българският пример е с градския ЛАРП, в който съществува елемент на незнание дали даденият човек е играч или просто минувач. В Дания е изключително разпространена употребата на ролевите игри на живо в образователната система (за преподаване на история, философия и др.), но там участниците са предимно деца между 12 и 16 г. – докато при родните ЛАРП-ове в тази възрастова група участват значително по-малък брой деца.

Играчите имат желание да участват в ЛАРП-ове в чужбина, като разказват, че някои от ЛАРП-овете – например в Полша, изглеждат много по-красиви, вдъхновяващи и интригуващи в сравнение с тези, които се правят тук. Играта се развива в реставриран замък, където участниците се хранят, спят и забавляват. Декорите са много по-пищни, обстановката е много по-реалистична, но това е финансова машина и в повечето случаи, за да може да се управлява, играчите имат ограничен избор за героя си и придружаващ го скрипт. Билетът за участие на подобен ЛАРП е повече от 1000 лв. (към 2019), а по-голямата част от българските ларпъри не биха могли да си позволят тази сума.

ЛАРП vs. други културни практики

В България изключително популярни са т.нар. *ескейп стаи* (escape rooms) с разнообразни сюжети, жанрове и др., чрез които отново участникът може да влезе в един друг свят и да решава задачи с цел бягството от него. Филмът е на дистанция от нас, защото не участваме в него, както и вътре във видеоиграта, докато играем. Това е отново пример за желанието на зрителя да се потопи във фикционална ситуация и времепространство. Съществува едно желание отвъд, мета-желание с цел вникване, докосване, което не винаги следва от един филм или постановка, тъй като те са на дистанция от зрителя. През 2016 г. стана изключително популярно приложението *Pokemon Go!*, което работи на същия принцип – фантастични обекти, показани на екрана на мобилния телефон, които обаче не всеки минувач в парка разпознава като такива. Само тези, които имат приложението, са призвани да видят анимираното същество (което се намира на тревата, на която си стъпил например). Ясно може да се открие тънката граница, но и сливане и преливане от реалното – истинското (софийски паметник), към нереалното – илюзорното (покемонът, който е кацнал върху него) – характеристика на съвременното изкуство и творене. ЛАРП-ът е „интерактивна медия, в която организаторът създава фиктивен сетинг и предистория, в които участниците изиграват своите

роли... общност и история в рамките на сетинга. Историята бива импровизирана и от участниците зависи как тя ще се развие“ (Hutchison, 2007: 212).

Често ЛАРП се сравнява с импровизирания театър, но има голяма разлика, тъй като няма как ЛАРП-ът просто да се наблюдава, това не е заложено в същината и целта му. Единствените наблюдатели са извиканите фотографи (ако такива въобще има) или неигровите персонажи, които пак се грижат за запазването на историята, т.нар. разказ, който ролевите игри на живо вдъхновяват. За разлика от тенденциите в чужбина, даващи свобода единствено на гейммастъра да напише история както на света/сетинга, така и на отделните герои, тук се създава едно разказване, което придобива свой специфичен дискурс (по време на игра) и което оставя своите следи (под формата на снимки, видео, дневниците на отделните герои и т.н.), но никога не го изписва изцяло, защото е потенциално безкрайно.

От продуктите на популярната култура сме свикнали да получаваме лесносмилаеми послания от всякакъв тип. Екшъните са типичен пример за това бързо случване наприличащи си една на друга картини, които в крайна сметка не носят дълбок смисъл и не би могло да се извлече поука от тях. Подобно нещо би могло да се каже и за т.нар. исторически възстановки, „в които историческата автентичност в костюмите, въоръжението и ролевата характеристика играят важна роля и където ролевите играчи са част от това, което се нарича „жив музей“ (например викингските пазари и историческите събития, поставени на сцена“ (Wade and Sandvik, 2007: 239). В повечето случаи те се правят за честването на празник. Преиграва се конкретен сценарий на базата на историческото събитие, което се е случило на конкретната дата. Хората от малките градове (Копривщица, Панагюрище и др.), а също и от големите (София, Плевен и др.) се събират на едно място и гледат театрална постановка на живо, която всяка година е с минимални промени и все пак притежава някакво усещане за празнуване. То оживява пред тях, тъй като има значителни ресурси от пиротехника, но в същото време, по мои наблюдения, често дори за децата представлява досада. Зрителите влизат в сюжета единствено чрез пробването на ризници, стрелянето с лък и т.н., но това, което им се дава, е с линеен характер. Интерпретацията в такъв вид пърформанси е ограничена, дава се готов продукт заедно с инвентарите, оръжията и дикторския глас, който описва какво се е случило на същата дата преди години, понякога и векове. Често събитията са преиначени и се показват с една романтична краска (типичен пример е възстановката на Априлското въстание). Това би могло да обогати знанието на зрителите, но не винаги да им се позволи да имат разнообразие от

различни интерпретации и да ги промени по някакъв начин. По мое мнение на последната също би могло да се гледа като на вид творческа дейност, наподобяваща театъра. Сравнението с *жив музей* точно от тази гледна точка е адекватно, тъй като възстановките напомнят за често досадното за повечето ученици ходене в музей, в който стоят с часове и им се показват факти под формата на извори, дати, години, а и материали. Респондентите ларпъри са позитивно настроени към усилията на възстановчиците да пресъздадат автентично инвентара и ресурса, но въпреки това, според тях, им липсва елементът на свободата на въображението. С. Д. споделя:

лично им се възхищавам, защото това е много по-голямо проучване, което трябва да проведеш... това е възстановка. Това не е да докараш фентъзи нотката там вече нещата са, както са били преди, което означава, че самото проучване е много по-сериозно от това, което аз принципно правя за ЛАРП. Чисто исторически трябва да се запознаеш с това, което ще възпроизвеждаш и после имаш момента с истинските оръжия, от което аз лично настръхвам. Не мога да си представя какво е да те удари истински меч по бронята, освен че много, много боли... въпреки това не бих участвала, но бих с удоволствие ги гледала, просто защото имам нужда от свободата на въображението. Там не мога да си позволя чак толкова голяма свобода, колкото ми се иска. Защото на ЛАРП аз всичко мога да блъфирам, докато там, реално, аз трябва да си направя домашното...,

К. А. казва:

Участвам активно в исторически възстановки от 2004-та година до момента. Занимавам се толкова задълбочено с тях, че дори написах книга за българския средновековен костюм. Не смятам обаче, че възстановките с нещо са „по-висши“ от ЛАРП-а. Напротив – те и ЛАРП-ът взаимно се допълват.

В историческите възстановки се пресъздават конкретни исторически събития, всичко е представено на базата на сюжет, хореография и не съществува представяне на личната интерпретация на актьорите чрез поведението на техните герои. Освен това в повечето случаи историческите събития са от времето на османското владичество, следователно жените са представени като домакини, в никакъв случай воини. Това много често е коментирано като дефицит от ларпърки, при обяснението им защо нямат желание да участват в исторически възстановки. Българските ЛАРП игри, според думите на респондентите, с които съм комуникирала, дават абсолютна свобода на участниците да си изградят своя герой, като това

зависи единствено от въображението им. Отново според моите събеседници е нужно да спазват *горе-долу* сетинга (ако обстановката е научнофантастична, ще предполага специфичните за научната фантастика разгадаване на кодове, при фентъзи – декодиране, което идва от него). Всички респонденти от женски пол заявяват това като предимство спрямо предполагаемото им участие в историческа възстановка, тъй като в нея няма да са това, което биха искали, заради историческия период, в който се случват повечето от реенактмънтите. ЛАРП-ът им предоставя възможността да изградят желаната ценностна система, стратегия и социална класа, тъй като за ролите им не са дадени сценарий, реплики и хореография, а те имат възможността сами да ги създадат.

Има друга съществена разлика в тенденцията в България (в сравнение с тази в чужбина и българската с историческите възстановки) и това е, че ЛАРП в момента се самофинансира, няма комерсиална цел, каквато се наблюдава при ролевите игри на живо със зададен сценарий (например в САЩ), а хората, които участват активно ЛАРП в България (към 2019 г.), са приблизително 200 души от цялата страна. Няколко пъти са получавали държавна подкрепа, която обаче е била минимална и няма подобни приноси, свързани с ресурсите, които самите участници са готови да дадат за събитията. Все пак организаторите са доволни от предоставянето на терен, И. К споделя:

държавните институции винаги са ни помагали и що се отнася до терен, са ни го предоставяли. Аз също съм се отблагодарявала като организатор, разбира се. Не се е случвало да не ни подкрепят....

Като цяло конкретните средства не са достатъчни за проектите на българските ларпъри. При историческите възстановки нещата седят по по-различен начин, тъй като явлението е много по-масово. Често те се правят с комерсиална и политическа цел. Изнасят се тържествени речи от кметове, заливат ни с директно видео за грандиозността на реенактмънта по новинарските блокове, изложени са лъкове за продажба (направени от животински кости), аксесоари, които в повечето случаи нямат общо със събитието (мъниста със знак *мир/peace*) и др., които посетителите могат да закупят.

Има междинна форма между ЛАРП и възстановките и това може да се види при *Прабългарската школа за оцеляване – Бага-Тур*, където се смесват фикционални фолклорни елементи с прабългарската история, но те отново са поставени на сцена пред зрителите. Това

би могло да се сравни с импровизирания театър на живо, където все пак импровизацията има някакви ограничения и предварителен замисъл как ще протече – за да може да има театър, трябва някой да го гледа, да има публика (по Lampo, 2011). Поводът е отново празник, например Благовещение. За разлика от ЛАРП игрите обаче вникването в героя е много по-ограничено, има някакви самодиви, но те имат единствената задача да представят една фееричност, мъжете яздят коне, но всеки с желание може да стане такъв. Това недостатъчно задълбочено представяне на герои, без вникване в техния предполагаем бит, култура, ценностна система и др. би могло да се свърже със стереотипизираната картина от действия, представена в българския филм *Воевода*, от посланието на който излиза, според някои филмови критици, че българите единствено са *клучали* по хълмовете по време на битки, а който може да се присъедини в *клучането* и има възрожденски потури, е добре дошъл да чества *българщината*. М. Касабов пише: „виждаме хайдутите да седят в пещера, да седят на полянка, да седят под някое дърво. Това явно е хайдушкият живот – едно вечно клечене в балкана“ (Касабов, 2017). Бягството от реалността, което багатурите правят, взимайки ролята на самодиви и влизането им по този начин в действителността (Бакърджиева, 2017), е много по-ограничено, отколкото при ларпърите. В текста си Ф. Бакърджиева въвежда понятието за „влизане в действителността“ чрез разказа на Ива и това, че отказва да се напива в ежедневието си (въпреки че в дискотеката не е с дрехите на героя, който играе), за да не изложи самодивата, която изиграва в определени дни от годината. Това, че не си позволяваш да се „излагаш“, би могло да се свърже и с всякакво друго членство в клуб – например литературен. В случая с ларпърите обаче това е един постоянен процес на изграждане на друга идентичност (траеща не само в членството и по време на конкретния празник). По думите на М. Б.:

то, това цялото се е развило естествено, просто трябва да си го спомниш, както човек си спомня как му се е случил животът, така си спомняш на героя ти, какво му се е случило... на мен ЛАРП-ът ми е дал някаква възможност да бъда нещо, което не съм в реалния живот. Възможност буквално да погледна нещата от друга гледна точка,

а Ц. Ц. споделя:

бях на интервю, където интервютата са по половин час, аз седях час и половина и си говорихме с тия пичове. Личеше си, че им е страшно интересно да си говорят с мен, а аз по принцип бях страшно притеснен преди това, чудих се какво да правя. И си викам, „Ааа, не!“. Обръщам на role-play, влизам

вътре и не ме интересува. Исах да не го правя, исках да съм си аз, обаче викам: „Дай, да го играя на сигурно!“. Естествено, не се държах със същите маниери, защото щеше да бъде малко странно, но говорих по този начин... Когато нямаш същите земи и армии, някак не е същото.

От казаното дотук следва, че публиката се явява като основен липсващ елемент при ролевите игри на живо, а именно това според мен е и основна причина за малкия мащаб на ЛАРП-общността. Отделно трябва да се направи разлика между ЛАРП-а и историческите възстановки, като по мое мнение и двете могат да се разглеждат като форма на изкуство, но при ролевите игри на живо става дума за развихряне на въображението, придобиване на умения и качества в реалния живот посредством тях, всичко това, без задължителното присъствие на публика, а при възстановяването на историческо събитие публиката е съществен елемент и културната форма на творчество придобива театрален характер.

Така докато театърът (импровизиран или не) е с линейна структура, има конкретен сюжет, съвкупност от последователност от действия, публика, която гледа представлението на определено място, „ЛАРП-ът е симултанен, защото събитията в него се случват навсякъде, по едно и също време, дори да няма кой да свидетелства за случването им“ (Lampro, 2011: 93). Това потвърждава и разказът на Р. М.:

ЛАРП-ът се родее по-скоро с фолклора, отколкото с писаното творчество, защото имаш много хора на едно място, на всеки се случва някаква случка. Тези хора нямат консолидация на преживяването, те имат преживявания между групи, между двойки, между индивидуални преживявания. След това тези, които се познават или се запознаят, сядат и го обсъждат. Тези неща се натрупват и създават един специфичен фолклор, но той никъде не е записан от – до. Може би аз съм в позицията да седна и да напиша една цялостна история, но тя ще бъде само една линия измежду тази плетеница, лабиринт от преживявания....

Тези различни разкази, които се изграждат с години, а и си комуникират с останалите, представляват интерес за мен. Наблюдава се една траеща памет, привързаност от страна на участниците към това, което се е случило, и опит за неговото съхраняване. Другото, което беше ново за мен, е всеобхватността на играта конкретно в Костенец. Действията се случват на сравнително голям терен и са толкова много, че дори и да се поставиш на мястото на зрителя, няма да успееш да обхванеш всички.

ЛАРП и фолклор

Предвид че в ролевите игри на живо основни са съучастието, интеракцията, импровизацията, спонтанната реакция и реч тук и сега, те могат да се разглеждат като вид колективно творчество и съвременна фолклорна практика, свързана с преиграване на културата. Ангелина Илиева пише: „При все че немалко ролеви играчи са хора със специализирано образование и професионален опит в театъра, визуалните или изпълнителските изкуства, мнозинството участници си остават любители, осмислящи своите занимания главно като забавление през свободното време. Това дава основания на някои теоретици, като например финландския изследовател на игрите Яко Стенрос (Stenros 2010a), да търсят концептуално сближаване на живите ролеви игри не с елитарното, а с фолклорното изкуство. Според Стенрос ларп игрите със сигурност може да бъдат характеризирани като фолклорно изкуство (folk art), доколкото те съществуват извън професионалните артистични светове, сътворяват се от обикновени хора, в потока на техния всекидневен живот, не са възприемани от самите си създатели като изкуство, но външни за общността им наблюдатели нерядко откриват художествена стойност в тях (ibid.: 306). При едно такова осмисляне естетически и структурни сходства с ролевите игри може да бъдат откривани не в елитарната драма и класическия театър, а в други популярни артистични традиции, като тук използвам понятието „популярен“ и в двете му значения: и като широко разпространен, и като заемащ ниските равнища на естетическата йерархия“ (Илиева, 2018: 99-100). Ангелина Илиева споменава за важното разграничение между високо и ниско, коментирани и от други изследователи на ролеви игри на живо, като се споменава активната роля на любителите и аматьорите за сметка на професионалистите. Бих добавила, че в българския случай предвид множеството правила, с които човек трябва да се запознае преди участието си в ЛАРП Мъглата или Сталкер ЛАРП-а това разделение не е толкова лесно да се направи. За да бъде адекватно приет в обществото потенциален участник, трябва да има специфичен интерес към жанровете фентъзи и научна фантастика, към настолни ролеви игри или видео игри, като за това са нужни години консумиране на културни продукти от тези сфери. В някакъв смисъл това обособява подобен вид дейност в България като елитарно хоби, в което не всеки би могъл да се включи, както би било например в един ЛАРП бал, вдъхновен от известно попкултурно произведение, наподобяващ театър със специално подготвени сценарии (или част от тях) за участниците.

Самата игра може да бъде възприета като форма на празник, тъй като е с точно определени времеви рамки, бива дълго чакана от участниците, а и атмосферата е приповдигната. В нея са включени вътрешни за сетинга ритуали, обичаи, танци, церемонии и други елементи, свързвани с празнуването. Празничността в ЛАРП игрите е елемент от изследването и на Ангелина Илиева (2011). Празникът представлява „временно навлизане в утопичен свят“ (Бахтин, 1978: 301), „памет за свързване на „различните времена“ на културата“ (Илиева, 2011: 307). Бриколажът, който е част и от изработването на инвентар от подръчни материали, а и изграждането на историята на героя на базата на различни литературни произведения, тук взема ролята на медиатор, който комбинира различни културни ситуации и епохи. Именно затова по време на ЛАРП се усеща голямата доза еkleктика, симбиоза между по принцип несъвместими неща – ичиргу-боил и елф на едно място, палатки и игрови декор с лагерен огън в един сетинг. Според Илиева (пак там: 309) ЛАРП-ът „наподобява и традиционния фолклорен празник с общата трапеза, с ритуалното действие, с песните и танцуването, с радостната приповдигнатост, с цялостното противопоставяне на рутината на делника“. Причина за сплотяване на общността чрез това чувство за празнуване е и споделената между всички храна. Когато се случва бракосъчетание по време на игра, заради актьорската природа на ролевото действие по някакъв начин то се изживява по-силно, отколкото би било в ежедневна ситуация при нормална сватба. Именно тази повишена емоционалност усилва самото чувство за това, че случващото се има своя фикционална природа, извън времето и пространството на всекидневието. По същия начин празникът се случва в определено време, съпътстват го ритуални практики и засилена емоционалност от страна на колектива, но в конкретната постмодерна ситуация приемаме празнуването доста често като нещо обичайно, случващо се за поредна година. Отвън гледано веселието по време на ЛАРП прилича на театрална постановка, но в случая с първото ми включено наблюдение аз като *новак* (жаргонна дума, употребявана от респондентите ми, обозначаваща човек, когото не познават/не са виждали на тренировки/нов играч) без проблем се включих във веселбата. Тя бе искрена, театралният момент изчезна и я почувствах за момент много по-силно, отколкото понякога съм чувствала семейните тържества по празници. Често съвременното общество е скептично настроено към мистификациите, чудесата/магичността, които са елементи от някои празници, а ролевите игри на живо представляват вид компенсация за липсата за усет на първите. По същия начин в ЛАРП-а участниците вникват в дадена фикционална празнична обстановка, но декорите, инвентарите, цялостната среда, а и най-вече това, че се събират към повече от 200 души с *role-play* поведение, успява да накара да се впишат и да се потопят в празнуването дори *новаците*.

ЛАРП в България

У нас ЛАРП започва да се практикува с известно закъснение, най-вече поради факта, че до 1989 г. пътуването в чужбина – в страни, където ЛАРП е започвал да се развива – е било забранено, а и продукти на популярната култура, като настолните ролеви игри, идват масово след тази година. Ако може да се определи някаква възрастова група, която е най-активна в игрите, бих поставила граница от 18 до 29 г. Ако вземем предвид, че първият ЛАРП се е състоял през 2004 г., участниците, които в момента са на 39–40 г. (към 2018-а), през първите игри са били на около 26–27 г. Организаторът на ЛАРП-а *The Fog* – И. К., казва, че по принцип, в такъв тип игри не е много адекватно да играят малки деца или тийнейджъри, защото се притесняват за децата, а тийнейджърите понякога им създават много проблеми. Повечето респонденти между 25 и 39 г. споделят, че са играли *Dungeons and Dragons*, а от импровизацията, която е предразполагала играта и избора на разказвача на различни сетинги, се е породила идеята за ролева игра на живо с по-свободни рамки. В. В. споделя, че е разбрал за ЛАРП през 2006 г. от *YouTube*, когато е видял германските игри, които тогава са били много развити. Разбира се, в САЩ, Германия, Северните страни и Русия културната ситуация е била различна и тази практика е позната при тях от повече години – от края на 80-те. Периодът от 20 години разлика в сравнение с България обаче, обособява характерната специфика на българските ролеви игри на живо, които не се правят все още с комерсиална цел, не са толкова познати за обществото и това е основната причина да бъдат много по-свободни, с много по-голяма възможност за лична интерпретация, вглъбяване в герой, измислен от участника.

Ролевите игри на живо съществуват в България от 2004 г. насам благодарение на любители на творчеството на „Толкин“ и фантастиката в по-общ план (*Българската бард гилдия*, клуб *Землемория* и др.), участващи в онлайн университет *Арменелос*, създаден през 2005 г. През 2004 г. се създава *Българската Бард гилдия* – общност, обособена около хевиметъл музиката и по-специфично групата *Blind Guardian*, чиято музика е вдъхновена от Толкин. През 2005 г. българското *Толкин общество* създава виртуален университет *Арменелос*, който е структуриран по подобие на класически университет (с различни степени – студенти, магистри, изучават се различни дисциплини и т.н.). В него се обсъждат отделни аспекти в творчеството на Толкин, а специфичната онлайн-мигновена комуникация създава един фенфикшън разказ, който сплотява отделните членове – „опитваме се чрез играта и интерактивността да вникнем във всеки аспект на нашия живот“ (по труда на Levy – „Collective

Intelligence“, цит. в Jenkins, 2013: 134). Разбира се, в този период се увеличава интересът към видеоигрите и те също имат достатъчно голямо влияние върху фенобазата. Първите ЛАРП игри са били от типа *хвани знамето*, действието се развива в градска среда, където участниците са разпределени в два отбора, има един победил и един загубил играта. Това е ЛАРП игра в много по-улеснен вариант, отколкото я познаваме днес. Идеята за национални ЛАРП-ове се ражда през 2005 г., като се цели да бъде в по-голям мащаб, да включва повече участници и да започне да се усложнява игровото действие, за да може да бъде по-интересно, пъстро и ценно за играчите.

Правя уговорката, че в рамките на изследването си не съм наблегнала на ЛАРП игрите, които са имали единично изиграване, тъй като от разговорите ми с респонденти разбирам, че в сравнение с повторяемите, към първите няма особено голям интерес. Двете включени наблюдения, които съм направила, са на най-големия български (фентъзи) ЛАРП с международно участие, случвал се до 2019 г. – *Мъглата, The Fog* (по Драконов свят) през 2015 г. в Костенец и на градския ЛАРП *Нощта на Старите богове* – по серията градски ЛАРП игри, вдъхновени от произведението *Една нощ през самотния октомври* – през 2016 г. в София. За другите ЛАРП игри извличам информация от разкази на респонденти, официалния ЛАРП форум, който към днешна дата не е публично достъпен, facebook страници (*LARP Bulgaria, The Fog LARP, Fantasy LARP center*), както и публични facebook профили (на участници, организатори, страници, свързани с ЛАРП) и други. Ще се опитам да отгранича отделните стилове ЛАРП в България в зависимост от мястото, където се провеждат, сетинга, игровия свят, който се създава, игровите механики/механизми на игра, разнищването на понятието за роля и вникване в героя, на база на теория и наблюдение, практиките на българските гейммастър (организатори). Въпросите, които си задавам, са дали ролевите игри на живо имат някаква трайност, до каква степен те са ценни и какво всъщност създават.

При ЛАРП взаимоотношението, реалното взаимодействие и интеракция са от основно значение. По думите на И. К.:

от самото начало, когато започнахме да се занимаваме с ЛАРП, се формираха извън-игрови групи от хора, които имат сходен интерес (социален – да пием бира например) или като тип игра (ние играем заедно, сформираме армия с главнокомандващи и слушаме главнокомандващия, или играем заедно и сме някакъв тип еднакви), и от време на време се информираме какво се случва в играта.

Няма как да се направи ЛАРП без наличието на конфликт между персонажите на играчите, а такъв по-лесно би могъл да се изгради във фантастичен сетинг заради сходните интереси, знания за игрови механизми/техники или познание на лични житейски детайли. Ролевата игра се твори „във взаимодействието между играч/и и гейммастър/и в специфична диегетична рамка“ (Hakkarainen and Stenros, 2003: 56). Голяма част от ларпърите споделят хобито да играят компютърни игри от началото на създаването им или се занимават с дизайна на такива. Изграждането на ЛАРП-света до голяма степен зависи от таланта на конкретния/те гейммастър/и, защото трябва да се изработят такива стимули, чрез които да се задържи постоянен интересът на участващите. Също така би трябвало да се изградят определени взаимоотношения между играчите, като те се организират във фамилии, кланове, фракции, приятелски връзки и др., а чрез тях започват да се изграждат и игровите взаимоотношения между героите, което донякъде е свързано с MMORPG-тата.

Целта на моя труд не е да влизам в детайли относно цялостната художествена история на отделните игри, тъй като според мен такава би могла да се опише от всеки участник различно и е потенциално безкрайна (именно заради това я свързвам с някакъв тип съвременен фолклор), а да се опитам да опиша как различните жанрове/форми на ЛАРП в България функционират и какво доставят те на участниците.

В много държави ролевите игри на живо се правят с комерсиална цел, именно защото има голям интерес към вникването в любим филм или любима епоха, а от преживяването, свързано с този нов тип атракцион, който може да забавлява и изкара от забързаното ежедневие човек, би могло да остане спомен под формата на снимка или видео. Важното тук е да се направи опит да се разбере дали ларпърите в България представляват сплотено общество и предпочитат да останат в мащаби, близки до сегашните, или имат намерение да превърнат ЛАРП в мейнстрийм практика, което би се случило, ако се организира нещо подобно с комерсиална цел. Често в медиите ролевите игри на живо, по думите на респондент И. К., не са адекватно представени, не се обяснява на хората, че това би могло да се използва и за образователни цели, а хората остават с впечатлението, че това са *детински истории* и бой с пластмасови оръжия. Това може и да е така в някаква степен заради игровия характер, но все пак според мен ролевите игри на живо биха представлявали иновативни практики, свързани с българския туризъм или образователната система.

Драконов свят

Първото ми теренно наблюдение се случи в гр. Костенец на една поляна до хижа *Гургулица*. Там разбрах, че отделните екипи от участници са в повечето случаи групирани на лагери – около огън и палатки. Въпреки че по препоръки на ларпъри си бях измислила герой-летописец, който да съвпада с основното ми намерение и дейност – на студент, интересуващ се от антропология и правещ изследване, не успях да измисля някакво специфично поведение, защото не бях запозната с правилата и със случилото се на предишните ЛАРП срещи. Към момента на писане на дисертационния труд, сайтът на ЛАРП България е обновен. От категорията, свързана с правилата, се разбира, че е нужно потенциалният участник наистина да е *запален* по нещо подобно, за да може да запомни повечето от информацията. В *Книга на играча*, която е задължително четиво за всеки, който би проявил желание да участва в ЛАРП *Мъглата*, има над 20 ключови думи, след които участникът трябва да направи конкретни неща, а някои от тях включват няколко варианта спрямо начина, по който те са произнесени (например след думата „Изгори!“: Ако са ви докоснали по крайник или предмет, който държите, съответният крайник е „изгорен“ (т.е. леко ранен)/Ако са ви докоснали по торса, директно отигравате тежко раняване)¹¹. Тук ясно се вижда, че човек трябва да притежава някакво базисно умение, свързано с театрално майсторство, да е лишен в известна степен от сценична треска, а аз не притежавам тези качества, особено пред толкова много непознати хора. По време на първото си наблюдение, преди играта да започне установих контакт на място с няколко момчета, които успяха да ме включат в своя лагер. Единственото осветление идваше от огньовете, всички бягаха в различни посоки, не знаех кои са противниците, къде са хората от моя екип и започнах да чувам всякакви звуци, викове, свързани с моментния сюжет на играта. Макар да знаех, че това е игра и това са хора, при това голяма част от които непрофесионални актьори, а не истински блатни чудовища, върколаци или вампири, аз се уплаших до такава степен, че останах в палатката си през по-голямата част от нощта. Тяхното вживяване в персонажите им бе изключително реалистично, а фактът, че съм попаднала в този свят, успя до голяма степен да ме *вкара във филма* (жаргонен израз, употребяван от респондентите). Тогава за пръв път разбрах колко сложно, интересно, иновативно, интерактивно е това, което ми се случваше там.

¹¹ Вж. The Fog LARP. Наръчник на играча. <https://thefog-larp.org/wp-content/uploads/2021/07/TheFogLARP-PHB-BG.pdf> (посл. посетен на 27.05.2022 г.)

ЛАРП игрите по *Драконов свят* (ларпърите използват съкращението *ДС*) започват през 2010 г., когато са се наричали *Драконов турнир*, като с това име са играни четири пъти. От 2015 г. (когато беше първото ми включено наблюдение на ЛАРП), се наричат *The Fog (Мъглата)*. Те са от вида на серийните ролеви игри (т.е. поредица от игри), а основното събитие е през август в Костенец, но има и зимен ЛАРП по същия сетинг в Чурен, Върховръх. След пандемията от Covid-19 събитията се провеждат на хижа Чернатица, в близост до Пловдив. Драконовият свят предоставя на участниците сетинг, който се радва и на международен интерес от участници от Сърбия, Гърция, Испания, Великобритания, Грузия и Аржентина, тъй като се различава от тенденциите на Запад, а именно да има т. нар. *скрипт* или, иначе казано, сценарий.

По думите на респонденти *ДС* предоставя огромна свобода на участниците, за да развият своите герои, равенство на расите и възможността да се измислят такива. Играчите, които искат да си починат или просто да излязат извън игра, могат да облекат светлоотразителната си жилетка или пък да отидат в палатката си (съответното пространство е отново off-game). Игровият свят се създава от гейммастър. В България гейммастър и организатор са един и същи човек, по принцип тези дейности се различават в чужбина, защото всяка отделна дейност всъщност представлява и професия. За *ДС* основната роля се поема от двама гейммастъри (главните), като единият (И. К.) е мой респондент. В последните години в организацията се включват повече хора (главен квест-мастър, лор-мастър и главен отговорник за правилата за магия и тяхното приложение, автор на икономическата система, организатор на Бара и града, организатор на турнира и др.¹²), а и според играещите ЛАРП-ът в България има напредък. По думите на И. К.:

ЛАРП-ът не е по-различен от този на едно средно фентъзи. Това, което трябва да им дадеш, са предпоставките, а те, въз основа на своите избори, да създадат това, което се случва.

След обновяването на сайта в *Наръчник на играча* пише следното: „The Fog е ЛАРП в жанра „ниско фентъзи“ (low fantasy) – в сюжета има магия, паранормални явления и фантастични създания. Това не е фокусът на играта, но е неин важен елемент“ (с.1). Изцяло с отворен край е, което коренно се различава от ограничението, давано на участниците във Франция. Българските ларпъри не могат да си представят някой дори малко да се намеси в

¹² The Fog LARP. Организатори и екип: <http://www.thefog-larp.org/bg/about-the-fog-team> (последно посетено на 27.04.2018 г.)

изграждането на ролята им, за тях най-важен е автопоезисът, като някои имат герои от приблизително десет години. Това всъщност е и една от основните причини много от ларпърите да не се интересуват от исторически възстановки – „The Fog не е историческа възстановка и концепциите за достоверност и период са ирелевантни. В същото време не се толерира безвкусна употреба на изкуствени материи, съвременни дрехи, съвременна екипировка и всичко друго, което може да наруши потапянето в игровия свят. За визуална референция използвайте снимките от предишни събития, налични на уебсайта на играта“ (пак там, с. 2).

Официалният сайт на ЛАРП *The Fog* (към 2018 г.) изрично акцентира върху отношението между половете и положението на жените:

Отношенията между половете в този свят са равнопоставени. Жените могат да бъдат воители, политици, дипломати, учени – ако желаят и се докажат при същите условия, при които и мъжете. Фактът, че жените воители са по-малко от мъжете, се дължи на техния собствен избор¹³.

За реализирането на една ролева игра на живо е необходима предистория, начало и възникване на игровата реалност, които се създават в повечето случаи от гейммастър/и, тъйкато е нужно да се зададе смисъл и логика на игровата действителност (същото е и при компютърния гейм дизайн или ескейп стаите) – И. К:

Историята на ЛАРП-а се развива в 21-ви век. Представи си координатна система – от ляво имаш добро, дясно – зло, горе е ред, долу – хаос. Всеки решава, според нея, как да изгради своя персонаж и какви избори, според характеристиките му, той да направи. Идеята се измисля според сетинга, който правя аз, посланията са насочени към това да бъде забавно на участниците. Това, все пак, е хоби....

В случая става дума за изграждане на свят, в който от началото на създаването си има 6 епохи: „(???–4 000 пр. Империя. – Епохата на Драконите, Година 0 – основаване на Империята, 0–1000 сл. Империя. – Имперската епоха, 1000–1300 сл. Империя. – Епоха на магическите войни, 300–1700 сл. Империя. – Тъмните векове, 1700–2000+ сл. Империя. (до днес) – Епоха на клановете)“¹⁴. Към 2018 г. в този свят официалният език е българският, но има и търговски (английски), латински (мъртвият – имперски), сръбски (западен), а в момента спрямо „Книгата на света“: „Местните езици (български, гръцки, сръбски, румънски); Търговският език (английски); Имперският език

¹³ Цит. от <http://www.thefog-larp.org/bg> (последно посетено на 27.04.2018 г.)

¹⁴ Цит. от <http://www.thefog-larp.org/bg> (последно посетено на 27.04.2018 г.)

(латински); Драконовият език (draconic, оригиналният език на магията)“ (с. 2). В последните години наблюдавам практиката цялата информация относно събитията да бъде представяна на английски, а понякога дори липсва български вариант. Текстовете на магиите, ключовите думи, трейлърите за събитията и др. нямат български вариант. Това вероятно е свързано с многобройните чуждестранни посетители.

От тази информация бих могла да предположа, че играта (или големи фрагменти от нея) се провежда на английски, което ни отвежда към темата за асимилирането на глобални културни практики на местно равнище.

Като герои присъстват основно хора, орки и елфи, но могат да се появяват най-различни същества от сорта на блатно чудовище, върколак, вампир, демон (допълнителни състояния към основната раса). След обновлението на сайта четем:

Светът се обитава от относително многобройни хора и елфи, и по-малобройни до единични представители на други фантастични раси – като орки, джуджета и др. В допълнение към своята раса, един персонаж може да бъде немъртъв (най-често вампир). Това е допълнително състояние – т.е. вампир не е „раса“. Расата на персонажа има значение изключително за ролевата игра. Не съществуват мета умения, свързани с расата на персонажите.

Следователно като такива представляват субекти, имащи живот в диегезиса (за различните раси се изисква специфичен инвентар). Тук става дума за игровите персонажи – участниците, които имат предварителна нагласа какво искат да играят, трябва да изградят история на въпросния герой, а и да го впишат по някакъв начин в цялостния сетинг, който е в процес на постоянна трансформация. Свободни са да заимстват характеристики от други любими за тях герои, но не и напълно: *по принцип, участниците сами си избират героя, но, както казах преди малко, не може да си, например, рандъм бухал или Гандалф. Просто в такъв случай, не си част от света на ЛАРП-а и историята от 40 страници... (И. К.).*

Съществуват и неигрови персонажи, които най-често са дракони, самодиви, зли сили и т.н. Останалите играчи влизат или не в някакви сформирования при създадена вече история (на базата на случилите се досега ЛАРП събития), свързана с изградените фракции, кланове, империя, магическа академия, банка, бар и всичко това, което има живот in-game. Гората в Костенец е гора и в диегетичните измерения на играта, както също и бирата, която е бира in-

game. Мобилните телефони, дроновете и автомобилите обаче нямат никакво място в играта, а и неслучайно се използва терен, който е без обхват. Разбира се, винаги може, в зависимост от това какво позволява сетингът, наличието на такива да се интерпретира in-game. Респондент К. А. споделя във връзка с историческия ЛАРП, на който е присъствала:

...изведнъж на поляната се появи джип, от който изскочиха представители на местната ловна дружинка, да се запознаят с нас и да проверят какво точно им правим на територията. Реакцията на всички играчи беше едновременно роулплейска и напълно спонтанна: „Помощ! Черна магия!“, „Що за желязно чудовище!?!“, „Това е дракон! Убийте го!“, „Къде са магьосниците!?!?!“... Ловците изпаднаха в потрес.

Малко по-различно стои въпросът за т.нар. (in-game) крепости и (in-game) порти например, понеже те само наподобяват такива, но всъщност участниците ги строят на място (някои от постройките остават и до следващата игра). Тези жанрово свързани знаци се интерпретират в контекста чрез кодове на играта – например в жанра на научната фантастика играчът интерпретира своята стиропорна военна екипировка като кибернетично въоръжение чрез кодовете на бутафорния ЛАРП-инг в научната фантастика (Lopenen and Montola, 2004: 42). Мащабите им и материалите, с които са изработени, наподобяват на ситуацията във филма *Dogville*, където зрителят вижда, че илюзорните, несъществуващи къщи са отделени чрез тебешир и все пак в диегетичната реалност на филма те съществуват като истински. Това всъщност не би могло да влияе на диегезиса на ЛАРП-а. Една от основните му характеристики е това, че няма публика, няма зрители и ЛАРП теренът всъщност не е сцена, а е там единствено и само заради играчите. За тях тези основни означения са абсолютно достатъчни, най-вече защото те ги изобретяват, творят. За ролевите игри на живо е изключително важно въображението, а всичко това, което остава като творба (ръчно изработен инвентар, книгите с нарисувани магии, оръжията, щитовете и т.н.) от участниците, би могло да се разглежда като буквализиран и материализиран *там-и-тогава-фенфикшън*. Сякаш любовта на фена към неговия фикционален герой и история си комуникира с любовта му към специфичната митология и фолклор, зададени от сетинга, а всички те заедно го вдъхновяват да изобрети детайлно представата му за нещо, което ще е *яко*. Досега не съм комуникирала с респондент, който да не мисли, че неговият собствен герой е *як* (дори *най-якият*), но е в процес на постоянно правене и в този смисъл никога не е изцяло довършен, *винаги има накъде повече*, споделя С. Д. Отделните участници са разделени на лагери, фракции, кланове, но могат и да са в някаква друга организация, или да странят от такава. На територията около хижа

„Гургулица в Костенец, представляваща гориста местност, тези сформирования бяха отделени едно от друго чрез някаква ограда, като на всеки лагер се подготвя огън, обозначава се чрез символна идентификация (цвет, знаме и т.н.).



Ил. 2. Лагерът на „Морски вълци“, в който бях „приютена“. Както се вижда на снимката, има палатки, сакове, части от инвентар, а и вече преоблечени участници. Това е типичен пример за еkleктиката, която присъства на ЛАРП игрите. Снимката е личен архив на авторката от ЛАРП по „Драконов свят“ през 2015 г.



Ил. 3. Участници, които носят храст, за да могат да укрепят защитната стена на клана си. Снимката е личен архив на авторката от ЛАРП по „Драконов свят“ през 2015 г.

Когато отидох на терен и нямах все още представа за игровото действие, сравних подготовката с такава за театрална постановка. Представях си, че ще мога да вляза в ролята на зрител и да продължа да наблюдавам по време на игра такъв тип дейности. Малко преди играта да започне, участниците оживено поправяха последни детайли по инвентара си.



Ил. 4. Участници повдигат върху щит свой съотборник, за да закачи знамето на клана си. Снимката е личен архив на авторката. Направена е по време на ЛАРП по „Драконов свят“ през 2015 г.

Впечатление ми направи присъствието на сърбите, които пристигнаха с еднакви тениски off-game, а инвентарите им бих сравнила с филмови звезди от сериала *Vikings* или някой друг исторически филм на фона на някои от по-новите български участници. Ларпърите се познават помежду си. В случая на първото си включено наблюдение аз влязох в игра като *новак*, тъй като ЛАРП-ът в повечето случаи не може да се наблюдава, а само да се изиграва – пасивното наблюдение не е участие, а неучастието не е ролева игра“ (Fatland, 2005: 153). Бях се запознала предварително със сетинга и измислих свой герой, негова история, дори наметало, но за потенциална стратегия ми липсваха знания, надявах се да успея да стоя настрана, за да наблюдавам практиките им. Така, Агарта (моят фикционален герой) по нищо не се различаваше от мен самата (като поведение), освен по това, че не бих носила пурпурночервеното наметало в ежедневна ситуация. Участниците от моя клан ми казаха, че това не е достатъчен инвентар и ми намериха туника, подходяща за средновековна обстановка. Също така трябваше да имам въоръжение, получих малък нож от

полипропиленови тръби за водопроводи, а и надълго ми се обясни как трябва да държа меч (ако успея да си намеря или открадна такъв), за да се защитавам, и как да убия (плавно докосване с меча по врата на противника например). Тези неща се научават по време на тренировки, но понеже не бях присъствала на такава, всичко това ми беше разказано преди конкретната игра. Бях споделила на момчетата от клан *Морски вълци* (запознах се с тях преди игра off-game и ме *приютиха* в клана in-game) с каква цел съм там и че се опитвам да се запозная с това, което правят и извън, и в игра. Лидерът на клана веднага ме определи за *летописка* (in-game), понеже правех фотографии. Правя уговорката, че нарочно не съм разпитвала повече за играта и за правилата ѝ, тъй като исках да се докосна до антропологическия проблем, който създава този феномен. По мое мнение, той се усеща по-силно, когато изследователят се сблъска с напълно непозната обстановка, а това, че не съм се ангажирала със сетинга, освен най-базисно, и не съм научила всички правила, помогна за това да не бъде повлияно на последвалите ми реакции и нагласа.



Ил. 5. Оръжия от PVC тръби за водопроводи, изобретени от участниците. Снимката е личен архив на авторката от ЛАРП по „Драконов свят“ през 2015 г.



Ил. 6. Тук се уча да замахвам с игрова сабя. Тъй като съм левичарка, имаше усложнения в обяснението. Снимката е личен архив на авторката от ЛАРП по „Драконов свят“ през 2015 г.

Почти се беше смрачило, когато, докато говорех с едното момче от клана за времето, той изведнъж след чут сигнал каза: *„Какво прави девойка като Вас по нашите земи“*. В този момент автоматично отвърнах: *„Какво...?!“* и той ми подсказа, че сме in-game. Отговорих му, че баща ми е полумагьосник, който е пил отвара, за да премахне магическите си способности, защото са искали с майка ми да създадат човек с чиста кръв, а пък съм отишла на тяхна територия, за да се запозная с момичето, чиято майка е дала отварата, за да мога да извлека повече информация. Момчето от клана се усмихна и всички дружно отидохме да видим защо има струпала се тълпа малко по-напред. Последва кратко огнено шоу под аранжимента на звуците от тарамбука, изведнъж някой се разкрещя и в крайна сметка всички участници (повече от 200 души) се строполиха на земята. В този момент се съобразих с това, което виждам, и също паднах, тъй като няхах идея какво се случва. Оказа се, че всички сме *омагьосани*, а оттам насетне започнаха битки и интеракции между останалите играчи, в които недостатъчно успешно успях да се включа. Точно тук всъщност се проявява тази другост между мен като *новак* (неуспял да изгради алгоритъм на своята роля и адекватното ѝ изпълнение, непознат с правилата) и всички останали (които се въплътиха в своите герои), което ме мотивира да изследвам ЛАРП игрите, тъй като ролята „се състои от структурно детерминирана съвкупност от перспективи, включваща законни права, задължения, норми и стойности, приложими в дадена ситуация, според интерпретацията на изигравания ролята“ (по трудовете на Mead, 1934; Linton, 1936; Goffman, 1961; Kelly 1955 цит. в Henriksen, 2007: 58). Не знаех, че е възможно да има върколаци, блатно чудовище, а и те да са толкова враждебно

настроени към обикновените герои, чуваха се всякакви викове, всички бягаха и в крайна сметка се оказа, че лагерът, в който сме се настанили, е съвсем близо до леговището на върколака. В момента, в който все още неразбираща какво се случва видях огромното космато създание (разбира се, човек в космат костюм, наподобяващ кукерския) да тича срещу мен, изпитах истински страх и останах цяла вечер в палатката си.



Ил. 7. Снимката на косматото създание, от което се стреснах на първия си ЛАРП, ми е предоставена от респондент С. Д.

Ясно си пролича, че не съм имала способността и нагласата да се превърна в актьор-играч, а по-скоро се опитвах да разбера правилата – какво трябва да направя, за да помогна на клана си и да се включа адекватно in-game. Впоследствие разбрах, че и кланът ми е от *новаци* и донякъде оттам е дошъл проблемът. На следващия ден ми предлагаха куестове, успях да осъществя интеракции, но въпреки това останах аутсайдер, защото не успях да се задълбоча в играта и изиграването на ролята си.

Наред с останалите чувства, които участникът в ЛАРП преживява – като вълнение, веселба, тъга, страх, отегчение, отвращение и др., съществува и едно друго чувство, което е пагубно за всички останали и е почти невъзможно да бъде контекстуализирано като фикция, а именно

несигурността, описана като три различни вида – информационна, интерпретативна и такава, свързана с игровото действие (Järvelä, 2016). Несигурността идва, когато един играч не знае как да действа в дадена ситуация, как да интерпретира нещата около себе си във фиктивната им рамка/конкретния сетинг или просто не разполага с достатъчно информация, за да продължи напред – точно както аз на първия си ЛАРП. Информационната несигурност се появява, когато играчът не знае всичко, което му е необходимо, за да играе нормално. Става въпрос за частица изключително важна информация, която му липсва в неправилния момент (пак там: 92). Това може да се дължи на недостатъчен брифинг, лениво сработване, плитък/плосък/недостатъчен материал или информация, която не е последователна или е противоречива. Възможно е всичко да е наред с предоставената информация, но тя да не е била докрай прочетена, чута, разбрана или запомнена от играчите. В моя случай разбрах за ЛАРП малко преди да отида за пръв път и информацията за мен бе твърде нова, сложна, обемна и непозната. Не познавах добре правилата, историята на играта, освен тогавашния сетинг от 20 страници, който бях прочела, а и не бях чувала разкази за това какво точно се случва на събитието. Бях закъсняла за основния инструктаж и когато играта започна, тотално се вцепених. Симо Ярвела предлага изход от подобна ситуация, което може да се случи чрез комуникация и добър инструктаж, макар всеки участник да има различни способности за възприемане на информацията. Въпреки че за много от въпросите ми тогава ларпърите имаха отговори, бяха достатъчно ангажирани с подготовката за собствената си игра и нямаше как за толкова кратко време да ми бъде обяснена цялата сложност, съпътстваща ЛАРП-а. Вторият тип несигурност е интерпретативната несигурност. Появява се, когато интерпретацията на игровите събития във фиктивната рамка се проваля поради някаква причина. Възможно е това да се дължи на липсваща важна и критична информация или пък значимите структури да са така неясни, че да е невъзможно да бъдат интерпретирани. Конфликтните интерпретации между играчите създават объркване, нарушават ритъма на играта и най-лошото – разрушават илюзията, че всички са част от един и същи магичен кръг (пак там). Усетих липсата на възможност за лична интерпретация, освен когато се водех по реакциите и представите на хората от моя екип, които имаха по-голям игрови опит. Част съм от общност и игровият елемент преобладава за сметка на логическия (какво се случва и правя). Третият вид несигурност, според Симо Ярвела, е несигурността за действие. Проявява се, когато играчът няма ясна идея какво може или би трябвало да направи в дадена ситуация. Има пет основни причини за несигурност в действията – случващото се в даден момент е твърде необичайно за ЛАРП, а липсва скрипт; случва се нещо неочаквано; липсват възможности за действие или

средата не ги предлага; не е ясно кои действия са позволени или уместни; играчът е несигурен в правилата за безопасност или те липсват в ЛАРП-а в точно тази ситуация (пак там: 93). За мен случващото се като цяло беше неочаквано и то идва от беглото ми, недостатъчно запознаване с правилата, света, случилото се досега в конкретния ЛАРП и това какво мога да правя в играта. Типичната развързка от несигурността за действие ще е свързана с играч, който не прави нищо – или напълно замръзнал във внезапно сполетялата го ситуация, или отегчено обикалящ и чакащ (пак там), което изключително ми напомня за изпитания страх и решението ми да прекарам вечерта в палатката. Като оставим настрана несигурността в личното преживяване, цялото това съчетание на подръчни материали, всички от които имат еднакво значима роля в изграждането на фикционалния свят, ме отправя към термина на Клод Леви-Строс (2002) *културен бриколаж*. В ЛАРП-а участниците създават желан персонаж, който искат да бъдат в света на сетинга, а ролевите игри на живо се превръщат в „художествено преживяване, в което са включени всички сетива, което създава реален емоционален отклик в контролирана среда“ (Hutchison, 2007: 212).

По време на краткото ми участие през 2015 г. в най-големия дотогава български ЛАРП, аз също успях по своеобразен начин да вляза в роля, защото изпитах страх от нещо илюзорно, което няма в действителност да ми причини реална злина. Ситуацията в ЛАРП игрите е контролирана и именно затова на участниците им е дадена свободата да са това, което искат. Дали някой, в зависимост от своята интерпретация на сетинга, е решил да се появи като върколак, или е било решение на гейммастърите, в случая няма значение (оказа се, че единият върколак е бил предварително замислен, другият – не). Важното в случая е, че се наблюдава обособяването на общност, която е развила в последните години изключително много взаимоотношенията и социалните механизми вътре в себе си. Тя умело би могла да вкара във фикцията дори човек, който няма ясна представа и знание за това, което вижда, един аматьор (този път в логиката на *новак*) като мен.

През 2021-ва изявих желание да участвам в ЛАРП, но участието ми бе възпрепятствано от невъзможността за кратък срок да подготвя включването си в някоя от изградените игрови формации, а респондент Ц.Ц. тогава ми каза:

колкото до играта с нас, аз лично подготвям новите доста от рано и минаваме през всичко, от правила, през бой, до облекло. На срещата [организационна] ще обсъдим дали има вариант това да се избегне във вашия случай¹⁵.

Обновеният сайт на *Larp Bulgaria* включва връзки към двата основни ЛАРП-а, които се провеждат в България – именно *The Fog (Мъглата)* и *Stalker LARP (Сталкер ЛАРП)*. В сайта на ЛАРП *Мъглата* четем следното: „правилата на *The Fog LARP* са разделени в шест тематични книги – *Наръчник на играча, Книга на боя, Книга на магията, Книга на Седмия път, Книга на алхимията и Книга на света. Всяка от тях може да бъде открита на уебсайта на играта.*“¹⁶ Запознавайки се с отделните книги, разбирам, че моето желание за участие изисква много задълбочена подготовка, при това, както съм описала в книгата, за мен представляваше изключителна трудност да *вляза в роля*. В *Наръчник на играча* изрично е упоменато: „В игровата зона от играчите се очаква постоянно да бъдат в роля. Излизането от роля е разрешено само в предварително обозначените офзони (offzones) или при неотложна необходимост. В игровата зона не се допуска присъствие на зрители“¹⁷. Следователно моите изследователски наблюдения и разбирания в дълбочина на феномена са сравнително ограничени от неспособността ми да вляза, вниквайки чрез адекватно поведение, съобразено с кодовете на ЛАРП механизмите, в пълна дълбочина.

Общността се събира около тази фикция, построена по алгоритъма на нашата реалност. В нея също има празници, ритуали, институции, власт, лекари и военни. Преливайки от извънигровото към вътреигровото действие и обратно, общността става по-силна, тъй като за ларпърите е изключително важно да не се смесват двете реалности. Би могло в играта човек да играе ролята на предател, но това не означава, че той ще предаде в реалността другиго.

Тук може да се направи връзка със ситуацията в България, където първоначалната ми хипотеза за важността на сетинга и това, че правилата имат доминиращо значение, се опроверга, тъй като импровизацията се оказва най-важна.

¹⁵ Кореспонденция от личен чат, проведен на 20.07.2021 г.

¹⁶ Вж. <https://thefog-larp.org/wp-content/uploads/2021/07/TheFogLARP-PHB-BG.pdf> (посл. посетен на 27.05.2022г.)

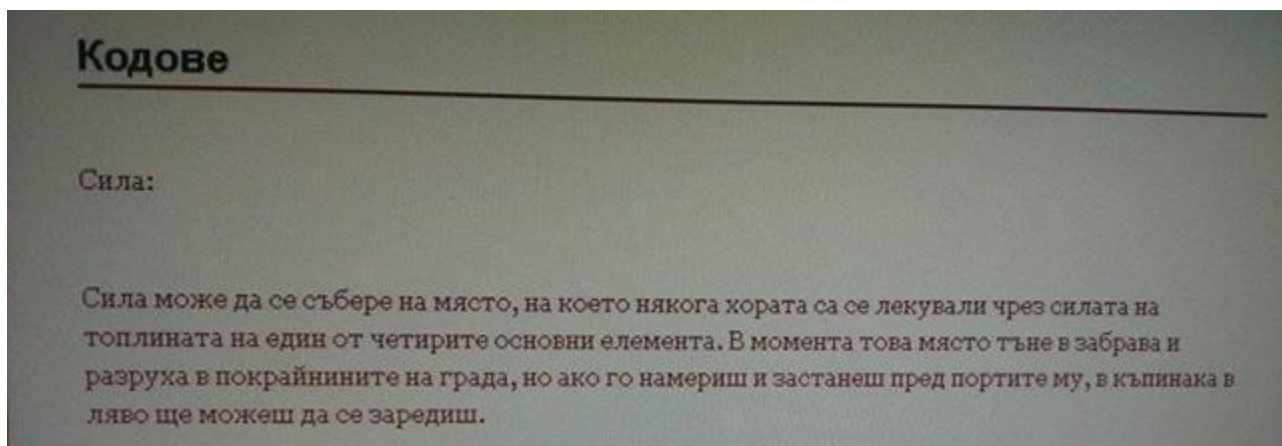
¹⁷ Пак там.

Нощта на Старите Богове

Второто ми включено наблюдение е свързано с градския ЛАРП *Нощта на Старите Богове*, провел се в периода 7–12 ноември 2016 г., който преди се е наричал *Една нощ през самотния октомври* (по едноименното произведение на Роджър Зелазни). Този конкретен вид ЛАРП се осъществява в градска среда и би могъл да спадне към типа *первазивни ЛАРП-ове*, защото се случва в обстановка сред обикновени минувачи - неиграчи. Действието в произведението е в градска обстановка, а целта на конкретната ролева игра на живо е да пресъздаде възможно най-изчерпателно света от книгата. Има два отбора – *отварячи* и *затварячи*. Във всеки един отбор участват двойки от господар – човек (в книгата, господарите – Добрия доктор, който създава *Експерименталния човек*, и Графа – са референции към известни литературни герои като Франкенщайн и чудовището му и Граф Дракула), и *придружител* – животно (в книгата има куче, котка, змия, катеричка, прилеп и други). Този сюжет представлява сетингът за конкретния ЛАРП *Нощта на старите Богове*, по който гейммастърите (респондентите М. Б. и Ц. Ц.) създават игровата реалност.

Правилата за участие са свързани с нуждата от избор на отбор, в който да участваш, и намирането на придружител (т.нар. *господар*). Отделно, ако се случи взаимодействие между играчите, при докосване на рамото на противника (ако си сигурен, че е противник) ти го *убиваш*, като той може да се регенерира за определен период от време (един ден). Друг начин, чрез който можеш да *прецакаш* (според жаргона на ларпърите) човек от другия отбор, е, когато го заснемеш на *местопрестъплението* (мястото на т.нар. олтар или там, където извличаш сила) и изпратиш снимката на гейммастъра. За отделните отбори има различни задачи, поставени на различни места, но чрез извличане на информация in-game можеш да отидеш на мястото, на което противникът търси *съставки* и да го *убиеш* чрез заснемане. Има две нива на трудност – лесно и трудно. В книгата придружителят е животно, затова който играе като такъв трябва да има някакъв елемент от облеклото си, който да го отличава (косми, перо в косата, дълги вълчи нокти, или кучешки зъби например). Избрах по-лесното ниво на трудност, а единственият материал, който намерих вкъщи, представляваше цикламено пухче от молив. Тъй като няма ограничение какво животно да избереш (а и не бях запозната със сюжетната линия), реших да съм папагал от отбора на *отварячите*. Отново използвах името Агарта, а *господарят* ми беше Тулипар. Това е игра, която продължава цяла седмица (от понеделник до събота) – шест дни, в които играчите off-game имат различни задължения

(университет, работа и т.н.), но всеки ден трябва да изпълняват конкретни задачи. Според нивото на сложност има различни загадки, разпределени от гейммастърите в различни части на София (като загадките не преминават Околовръстното шосе). Задачите се изпращат под формата на кратък текст (отнасящ се до конкретно място в София, където трябва да се намери код), изпратен от гейммастърите на конкретен онлайн адрес: точно в 00,00 ч.



Ил. 8. Това е първата задача, която получих, в градски ЛАРП *Нощта на Старите Богове*. Снимката е личен архив на авторката.



Ил. 9. Това е стикерът с кода, който успях да открия на една от задачите на градския ЛАРП *Нощта на Старите Богове* с помощта на играч от противниковия отбор. Намира се залепен под пейка в градинката *Света троица*. Снимката е личен архив на авторката.

Първата загадка за *отварячите* беше:

Сила може да се събере на място, на което някога хората са се лекували чрез силата на топлината на един от четирите основни елемента. В момента това място тъне в забрава и разруха в покрайнините на града, но ако го намериш и застанеш пред портите му, в къпинака вляво ще можеш да се заредиш.

Първото, за което се сетих, беше, че става дума за градска баня, но след като разгледах в *Google Images* различните бани, единствените, които ми се сториха адекватни на описанието, бяха тази в Овча купел и Горна баня. Заедно с *господаря* търсихме и на двете места, но неуспешно. В крайна сметка решихме да се обадим на гейммастъра, който напомни, че Горна баня не е в периферията на игралното поле, защото преминава Околовръстното шосе и че няма съществен in-game проблем, в случай че не успеем да решим конкретна задача, следващата ще бъде пратена така или иначе. Следователно първото *разгадаване* претърпя неуспех. Втората задача гласеше:

Сила може да бъде събрана и от земната стихия. Големите количества дървета, огрени от слънцето, могат да съберат много енергия, особено на място, където посоките на света са означени. Ако намериш такова място и си починеш на юг-югозапад, силата от земята ще се влее отдолу в теб.

Тук, за щастие, се досетих, че би трябвало да става дума за *Слънчевия часовник (Компаса)* в Южния парк, тъй като там на земята наистина са означени посоките. Времето беше много дъждовно, прекарахме доста време в късния следобед в търсене около и под пейките, по листата на дърветата и на други места, но гейммастърът ни каза, че е трябвало да легнем под едната пейка, за да можем да видим кода, затова всъщност и тази задача претърпя неуспех. Последва още един неуспешен опит със следващата задача, докато тази за четвъртък гласеше:

Елементът, от който трябва да извлечеш Сила днешния ден, е Въздухът. Заради това Олтарът виси. Близко до място, където колите обикалят, а влаковете разтоварват стоката си, виси зелен

мост. Ако го намериш, можеш да почерпиш сила от центъра му, точно над реката. От това описание разбрахме, че Олтарът виси, зеленият мост също.

Досетих се, че става дума за Сточна гара и за щастие, след едночасово търсене, намерихме кода, който беше в средата на зеления мост, залепен отдолу на една от гредите.



Ил. 10. Кодът, намерен на гредата на зеления мост на Сточна гара. Виждат се капките от навалялия дъжд. Снимката е личен архив на авторката.

Когато обикаляхме, за да го намерим, попаднахме на странен човек, облечен в черно, който изглеждаше сякаш ни следи. Вероятно е бил играч, но поради поройния дъжд така и не разбрахме дали ни е заснел, дали е от нашия отбор или просто е цивилен. В крайна сметка, задачата, която беше за петък, също успяхме да разгадаем: *Силата* се намираше някъде в района на градинката на *Света Троица*. Там обаче беше пълно с хора, досетихме се, че би трябвало да бъде под някоя от пейките и започнахме да търсим, като по никакъв начин не бяхме влезли в роля, по-скоро просто се надявахме да изпълним и тази задача, и да успеем да присъстваме на *ритуала*, след провеждането на който да мога off-game да разговарям с участниците. Присъстващите в градинката ни гледаха подозрително предвид действията ни, докато клякаме под пейките да търсим кодове. В един момент се отказахме и едно момиче дойде в гръб, докосна ни по рамената и каза: „*Не мърдайте! Иначе ще ви прережа гърлата. Веднага ми казвайте кои сте!*“. Аз се представих като Агарта, *господрят* ми се представи като Тулипар. Тя се представи като Кърфичка (името много прилича на това на персонажа от книгата *Игличка*, за разлика от нашия избор за имена). Попитахме какво можем да направим,

за да ни каже къде се намира съставката. Тогава тя каза: „*Кажете ми от кои сте, иначе ви убивам!*“, аз отвърнах, че сме *отварячи*, досетихме се, че е от противоположния отбор, а и тя го потвърди. След това момичето реши да ни помогне, ако обещаем да сме ѝ задължени и дадем facebook профилите си. Така и направихме. Тя ни добави за свои приятели и ни показа местоположението на кода под пейката до нас, засмивайки се. Именно тук аз успях да осъществя първия ролплей (role-play) с участник, тъй като през останалото време се чувствахме някак изолирани, времето беше лошо, не познавахме участниците и литературното произведение. Въпреки това мога да свържа преживяването с *urban exploring*, тъй като всеки ден ти имаш задачата да отидеш на ново място, да търсиш конкретни игрови предмети, а в допълнение, да се сблъскаш с това непрестанно усещане и питане – „той дали е участник или просто е местен странник, който ме следи?“. В същото време се запознавах с нови хора, които са изключително добронамерени към теб, дори и да са участници от противоположния отбор. Разбира се, задачите, които са с увеличена трудност, са били много по-интересни и са изисквали повече време и взаимодействие между отделните герои, но все пак е важно да се отчете фактът, че е нова форма на игра, която тепърва добива популярност у нас. Оказва се, че такъв тип ЛАРП се организира за пети път (към 2018-а), но по информацията, която прегледах от форума, други активни ларпъри също разбират за него през 2015 г.:

Къде е бил самотния Октомври до сега в живота ми! Бахти якия ларп! За една седмица се превърнах в абсолютната роботизирана машина, балансираща между университет, ходене по олтари и съставки, сън, университет и т. н. Късметът ми беше безбрежен – на няколко пъти пазачи на паркове ми помагаша да търся определени места малко след полунощ. Един път да се беше подхлъзнал и Лейди вероятно щеше да получи обаждаме от някое районно в малките часове на нощта:D¹⁸,

На мен АДСКИ МНОГО ми хареса. И това не е един от случаите, в които сама съм си направила кефа на ларп и казвам, че ми е харесало, защото съм седяла покрай лагерен огън с бутилка ром. Харесаха ми загадките, някои от тях въобще не успях да разбера, но пък много се забавлявах да обикалям из София в опити да търся:D Както се спомена по-горе – научих много нови и интересни места из София, за чието съществуване не бях предполагала. Последния ден беше супер забавен. Ние вече си се знаехме кой е отваряч и кой – затваряч, но пък имаше съревнование кой по-бързо ще събере сила

¹⁸ Форум на larp-bg.org. Тема: Една нощ през самотния октомври. Отзиви, потребител Siegfried, 3.11.2015 г., 10:30:05 am.

и съставки. Е, и с това се справихме¹⁹, „Чувството да си отвориш в 00:00 сайта и да почнеш да мислиш къде се намира посоченото в загадката място, тичането под дъжда, оглеждането да не би някой да те дебне, особено в петък след обяд в парк Света Троица, което може би ще ми остане един от незабравимите моменти; D всичкото ходене, което направихме и това целия ден да си мислил загадките и да се прибереш от работа, слагаш два залъка и тръгваш да събираш Сила... една уникална седмица (да се събудя този понеделник и да няма да мисля как да отида до мястото от загадката, ми беше много странно: D)²⁰.

Както става ясно от коментарите, често хора, които не знаят, че се случва нещо такова в София, помагат in-game, без да предполагат (в случая – полицаят), а и по коментарите се вижда, че действието е най-интензивно през вечерта. Играчите, които са избрали по-високо ниво на сложност, имат повече интеракции и трябва да разгадаят загадките за определен период от време (противниковият отбор не трябва да ги изпреварва). Това обаче аз и моят съотборник като *новаци*, избрали ниското ниво на сложност, не го знаехме, а и не сме толкова потопени в играта, че по нощите да търсим кодове, затова играехме предимно привечер (оставящи последни часове до началото на следващата задача) или през деня. След прочитането на книгата установих, че наистина е направен опит да се пресъздаде обстановката, което на моменти е изключително успешно както за играчи, така и за мен, когато слушам разказите им. М. Б. казва:

Някакви момичета, които са съученички и двете момичета са отварячки, а третата е затварячка, а те в същото време са от един и същи клас. И те по някакъв начин са разбрали, че тя играе, поканили са я на гости и са си писали домашните, чай са пили, накрая те я убили. Чак тогава тя е разбрала, че те играят,

а Н. Н. споделя:

Има малко мета-гейм нагласа, например в конкретния ЛАРП виждаш хора, които никога не си виждал да играят, и виждаш момиче с перо в косата и започваш да се чудиш – това играч ли е? Много голям филм е. Имах една случка в 3,30 ч. по една улица... нямаше нито един човек. Аз бях с кожено яке... и с ноктите. Изведнъж се появи някакъв човек и аз си показах и раздвижих ноктите,

¹⁹ Форум на larp-bg.org. Тема: Една нощ през самотния октомври. Отзиви, потребител Aelin, 04.11.2015 г., 07:36:18 am.

²⁰ Форум на larp-bg.org. Тема: Нощта на Старите Богове. Отзиви: P, потребител Lyrarei, 16.11.2016 г., 15:07:48 pm.

човекът мина на другия тротоар... Беше голям филм. Загадката е скрита примерно в някакъв парк, отивам там, за да взема някакъв ресурс и го правя към 1 ч., за да не може друг да го вземе преди мен. Започвам с тези нокти да обръщам камъни и да ровя, трудно ми е, защото не мога да си използвам пръстите и... Излиза пазачът на парка – „Какво става“ и държи фенер – хайде сега обяснявай. И аз веднага – „ами аз участвам в една игра, търся нещо“. Мога да използвам случая да го питам – „Вие виждали ли сте това, ами това?“. Той си мисли, че съм някакъв ненормален, но започва да ми помага – да намеря, каквото търся. Голяма измъквация е.

Това според мен е нагледен пример за този начин за избягване от реалността, което парадоксално се намесва директно в нея и се осъществява по начин, който обикновеният минувач не би разбрал. Цялостната игра е създадена от специфично взаимодействие, кодиране и декодиране на информация, които обаче, ако не си *запален фен* на литературното произведение, трудно би разбрал. Специфичното избягване и потапяне в една видоизменена реалност отхвърля предварителната ми хипотеза за това, че ларпърите бягат от реалността. Не, те използват ресурса на действителността, но прибавят материализирани елементи от тяхното въображение. Така, на сайта на градския ЛАРП се вижда последният етап от играта, когато играчите (преоблечени като героите си) държат значимите предмети (череп, жезъл) от книгата, така важни за развитието на основните рамки – най-вече картата на местата (където е имало загадки и *съставки*), направена от тиксо.



Ил. 11. Тази снимка

е качена на официалния сайт на градския ЛАРП *Нощта на старите Богове*, а участникът вляво държи черепа, който присъства и в книгата. Доколкото виждам, крайният вдясно участник държи жезъл. Източник: <http://urban-larp.com/>, (последно посетено на 23.06.2017 г.).



Ил. 12. Картата на местата,

които е трябвало да търсят участниците. По думите на респондент, винаги се образува някакъв вид *пентаграма*. В този случай той е направен от тиксо. Източник: <http://urban-larp.com/> (последно посетено на 23.06.2017 г.)

По този начин, на базата на сетинга, създаден от Р. Зелазни, участниците се потапят в обстановката на книгата, но чрез своите действия, интерпретация и взаимодействие

видоизменят сюжетната линия и се превръщат в имащите значение там-и-тогава герои. Това вникване е много по-буквално, отколкото например да сложим технологията *Oculus Rift* на главата си и да наблюдаваме лесносмилаемите картини, които тя ни предоставя. Тук читателите са автори, публиката също е автор, а някак фигурата на Железни действия като вдъхновител, но въпреки това той остава на заден план и метафорично се осъществява неговата смърт, защото действията са важните в случая. Същото е и със сетинга, написан от гейммастърите на *Драконов свят* – всъщност той няма толкова голямо значение, колкото има самото игрово взаимодействие там-и-тогава. По този начин се пресъздава буквално интерпретацията от любимите произведения (било филми, книги, музика и т.н.), които се възплъщават на ЛАРП терена (било гора, градска обстановка или бункер) и създават нова форма на изкуство. Изкуство, създадено от фена. Когато се постави на мястото на негов любим герой или влезе в сходна на неговата ситуация, той вниква още повече в съдържанието, което може и да е с цел просто забавление, но целта би могла и да е обучителна (например чрез исторически ЛАРП-ове). В чужбина, особено в Дания, това е много популярна дейност – изучаването на философия, история и езици чрез вникването на децата в конкретната ситуация, в повечето случаи вдъхновена от фикционални герои, които те харесват.

Иска ми се да наблегна на специфичния разказ, който се създава по време и след ЛАРП: историята е въображаема последователност от събития, включваща герои и сетинг. Това ментално понятие във въображението на човек, т.е. картина на това, което се случва. Дискурсът е израз на тази история, чрез думи и образи, които се опитват да представят събитията. Историята започва в ума на автора, впоследствие се изразява в дискурса, който се съдържа в медията (Kim, 2004: 32). Затова ще премина към опита на друг гейммастър да създаде цялостна история по това, което се е случвало последните осем години на неговия ЛАРП.

Сталкер ЛАРП

В България съществува и Сталкер ЛАРП, който също е сериен, но се развива в постапокалиптична ситуация (било то в миналото – 1986 г., настоящето – 2016 г., или бъдещето – 2124 г.). Сетингът като жанр би могъл да се определи като научнофантастичен, основан на произведението на братя Стругацки *Пикник край пътя*. По думите на гейммастъра Р. М.:

От една страна, има военни – пазят с кордон т.нар. „зона“ – ако си по-семпла личност, която иска да се сражава с други хора, да ги арестува, тормози и т. н. – е, военните са за теб. Ако ти желаеш да си към „сталкерите“ – някой, който се промъква в нарушение на законите, рискуваш да те гепят, застрелят, набият (нали в ролева игра, не наистина) – значи сталкерският ролплей е за теб. Ако искаш да си от учените (въведена е такава фракция в Института за изследване на „зоната“), които искат да влизат, често не сами, ами наемайки под масата опитни сталкери, за да могат те да влязат в някаква аномалия, да измъкнат някакъв интересен артефакт, ученият после да си го заведе в базата и да го изследва. Т.е. ти избираш къде се вписваш най-добре. Сетингът е историята, писана от мен, базирана на книгата, но адаптирана за целите на играта, сведена все пак до игрови категории (като фракциите в игра например). Но се казва на всички, че са свободни да правят каквото сметнат за добре, стига това да не разваля кефа на останалите и стига това да не се вписва грубо в сетинга на останалите. Т.е. да не се стига дотам да има „рицари от бъдещето“, въоръжени с меч – няма да се вписва съвсем очевидно в този сетинг, или пък Супермен от „Готъм Сити“ – пак не.

Следователно в този свят съществуват зона, аномалии, извънземно нашествие, мутанти, сталкери, военни и учени, които взаимодействат помежду си. Теренът в случая е по-различен от този на останалите ролеви игри на живо в България. Гейммастърът има личен интерес към подземни пространства, дори е картографирал бункери, за да ги включи като илюстрации в първата българска финансирана от *Kickstarter* настолна игра – *Bright future (Светло бъдеще)*. Въпреки това за терени на сталкерските ЛАРП-ове не се използват бункери, защото са неудобни за игра по думите на Р. М. Все пак се използват изоставени военни поделения и командни центрове, ракетни войски, катранно-дестилационен цех и дори недостроена 15-етажна болница. Поради спецификата на терените не успях да направя включено наблюдение, но добих впечатления от респонденти. Н. Н. споделя:

Аз, примерно, съм си оставил пушката и излиза някакъв с четири ръце, космат мутант и ми скача на главата... Голям страх! Много различни емоции има. Имаше един мутант – Pyramid head – един голям, целият в белези, с една дълга пола от кожи, ама всичките в кръв и една голяма метална пирамида – глава. И аз виждам този силует и лягам в тревата. Емоцията е много голяма – има страх – абсолютен!;

И друг опит:

На мен (не на героя ми, на мен самата) ми отнема някакво време, докато успея да се накарам да изляза навън в такава обстановка. Същото е и на сталкерските ларпове, дори и на 5тия – 6тия ми подред винаги има един около 30-минутен период, в който ме е страх да излизам в тъмното и страшно място и ми трябва да си намеря другарчета, да мина през 1–2 по-лесни аномалии, че да ми дойде смелостта и да си кажа „е, то не било толкова страшно“ и след това да нагазя в гадостите. Дори около хижата, на терен, който познавам, ми беше доста неприятно първия път като трябваше да вляза в тъмната гора. Така че, може би чудовищата да оставят някакво начално време, играчите да посвикнат с терена, да потарашат малко из гората, преди да ги нагънат обратно в хижата. И след това не веднага да се прави отново супер бруталната атака, а да им се даде време пак да излязат навън, малки сблъсъци и тн – да има малка градация в началото, пък после, ако щете и на прага ни яжте²¹.

Като цяло от коментарите се вижда, че това е доста по-различна интерпретация на ЛАРП-а, използват се и различни оръжия от типа еър-софт (airsoft), чиято цена е около 300 лв. за хубав автомат. Според думите на С. Д. такъв тип игра създава военни рефлексии, тъй като си поставен в един вид военна ситуация, а и си доста по-сериозно екипиран, отколкото в един generic фентъзи ЛАРП, където можеш да играеш селянин с обикновена стара риза. На обновения сайт на Сталкер ЛАРП четем какво е необходимо за една екипировка, нужна за участието в това събитие като някои от елементите са предоставени от организаторите: *Задължителна екипировка: защитни очила, източник на светлина, часовник, телефон. За фотографи: светлоотразителна жилетка. Препоръчителна екипировка: топло облекло, кожени/работни ръкавици, стабилни обувки, спален чувал и шалте, мешка/раница, игрова екипировка, паспорт, бележник, хладно оръжие, огнестрелно оръжие, леки оръжия, тежки оръжия, мрежа, каска, газова маска, притовогоаз, шлем, защитен костюм, кислородни бутилки, лека броня, балистична броня, енергетична броня, балистичен щит, факли, свещи и открит огън, димки, мутации и киберимпланти, артефакти, игрови консумативи, необинт, биостим, антирад, антимулаген, муниции и гранати²²*

Същината на този свят обаче е, че се извикват фотографии, които успяват да заснемат повечето важни събития, но има и такива, които изостават от ползрението им и не биха могли да се

²¹ Форум на larp-bg.org. Тема: Зимен ларп по ДС 2016. Отзиви?!, потребител Aerie, 01.01.2017, 17:14:52 pm.

²² Вж. Екипировка. Stalker LARP Bulgaria. <https://sites.google.com/site/zonetales/Equipment?authuser=0> (посл. посетен на 17.04.2023 г.

фотографират. Както казах, ЛАРП-ът е със сравнително големи мащаби, осъществяват се много интеракции и някак е невъзможно да се обхване целият свят и да се разкаже. И тук стигаме до термина фабула, който „е извлечен от теорията на театъра, в която е описан като водещата история на пиесата, а самото изиграване е наречено сюжет. Тази концепция донякъде се доближава до разказа и дискурса в наратологията. Под *фабула* в ЛАРП-а се разбира нещо различно, тъй като в него няма една водеща история, а са много“ (Fatland, 2005: 153). Това, което се опитва да направи гейммастърът на Сталкер ЛАРП-а, е да събере всички снимкови материали и по знанията, които има за отделните събития, случили се in-game, да създаде цялостна история на поредицата. По негови думи това е изключително трудоемко, тъй като не всички важни събития са заснети, а и не всичко като разказ достига до него:

Аз имам един куп снимки, не знам историята зад всяка снимка, но се опитвам да ги навържа в история – на базата на това, което знам. Засега съм написал такива истории, за съжаление, само за първите три ЛАРП-а – където, общо взето, съм се постарал да предам атмосфера по снимки, да разкажа някаква малка история за цялото нещо и това да послужи, все пак, за история на играта – да разберат хората как се е развил светът между тази и тази игра... (Р. М.)

Доколкото видях от обновяването на сайта на Сталкер ЛАРП организаторът е успял да опише историите от всички случили се ЛАРП-ове досега. Това е типичен пример за пренаписването на любимото произведение. Сталкерският сетинг много започва да се различава от самото произведение, но той си има друг чар, зависещ от интерпретацията и интеракцията между участниците. Следователно ЛАРП-ът може да се погледне като колективен разказ, случващ се чрез интеракцията между участниците. Основните рамки, в които се движи всяка една ЛАРП игра, са зададени от организатора/гейммастъра. Те са под формата на литературен фрагмент, който описва историята, случилите се по-важни събития от миналите игри, ограниченията на съответния герой и самата обстановка, свързана най-вече с епохата, в която се развива играта. Реално обаче този литературен фрагмент е недовършен, тъй като участниците го променят по време на игра, доизграждат го и в края на конкретната игра той отново е недовършен, тъй като ще има следваща и следваща. Този безкраен процес на задаване на рамки, дообогатяването им и функционалната недовършеност, както и желанието за постоянно траещо участие създава специфична културна памет, това, за което говори и Ангелина Илиева (Илиева, 2011).

ЛАРП общност

Ако можем да говорим за специфична идентичност, която се постига по този начин, ще употребя това, което Ивайло Дичев (2002) пише за нея, тя е „приватизираната от индивида или групата култура“ и „собственост над определен набор културни черти“. Следователно ларпърите обособяват своя култура, която ги оразличава от не-ларпърите. Нещо повече, освен че са приятели, *Кралството на Седемте хълма* е географски обусловено, като въпросните хълмове са пловдивските тепета. Н. Н. споделя:

Ами кланът съществува от 2008 г. и измислихме, че в Пловдив и в земите около Пловдив е имало някакви племена – на вампири, орки, джуджета, елфи, хора, върколаци, които винаги са воювали помежду си. Старейшините на племената са се събрали – по един от всяко племе, даже им измислихме имена. Събрали са се и са сключили примирие, дори са започнали да работят заедно, за да се преборят с тежките години на глад и суша. След някакво време, разбира се, това примирие се е разпаднало и всички са започнали да воюват и е дошъл един Крал (един от седемте човека, които са създали клана), тропнал е с крак, едва ли не, и ги е събрал отново всичките. Преди време казвахме, че по принцип всички, които са различни, са в конфликт (орките, хората, джуджетата и т.н.), но когато дойде време за война, се обединяваме – но това го казваме, за да има защо да се бием помежду си. Общо взето, се опитваме да направим историята така, че на нас да ни е интересно да я изиграем.

От казаното дотук можем да заключим, че един човек чрез практикуването на подобна дейност се социализира, научава исторически факти, дори те да са представени само чрез основни рамки, а активното му участие и неговото въображение биха могли да ги до-украсят чрез неговия личен прочит. С. Д. споделя:

Аз, ако ти кажа колко много неща разбрах за Средновековието покрай ЛАРП-а, ще се учудиш! Аз лично съм изненадана от нещата, които научих, покрай ЛАРП-а, чисто исторически! Това ме научи наистина да проучвам нещата, да се интересувам малко повече... Преписвала съм за алхимия, за митология, преписвала съм си официалните 88 съзвездия и ги имам в тефтера! Имам, съответно отделно от магиите си, имам си „wiska“, което ти е вещерство, знахарство, билкарство... покрай ЛАРП-а – си взех тесте „Таро“. И гледам на „Таро“ карти, което е толкова забавно! Това е много образователно за неща, които незадължително ще ти трябват, нали, в реалния живот, но това е култура! Преди всичко, това е култура и нещото, което прави личността толкова уникална – това е културното 122 знание! Това са нещата, които не просто знаеш, а нещата, които са около

теб! Например – да, театърът е много красив, това е култура, обаче човек, който няма култура, не може да направи нещо толкова красиво. Ти трябва да имаш познанията за това.

Показателно е обаче, че за 13 години такъв тип игри не са особено забелязани и подкрепяни тук. Към 2018 г. съм коментирала, че не се вижда никакво противопоставяне от страна на ларпърите срещу *другите*, не-ларпъри, нито пък са затворена общност, която се опитва да се скрие от тях, което би говорило в случая за субкултурно формирование, описано вече като *художествена субкултура* (Илиева, 2010). Различни дискусии се водят по въпроса за това дали ЛАРП може да се разглежда като субкултура. Първоначалните твърдения, свързани с дефинирането на понятието *субкултура*, представят у-част-ващите в нея като бунтуващи се срещу статуквото, а бунтовете им са изразени главно чрез специфичен стил на обличане, жаргон, поведение, ясно отчетливи интереси и практики и други подобни. Именно този бунт срещу нормите и каноните, свързани с държавната ситуация, се наблюдава при първата фаза на руския ЛАРП. Дик Хебдидж (Hebdige, 1979) говори за тристепенния модел на неутрализация, алиенация и комерсиализация, съпътстващи всяка субкултура. Това разбиране за субкултура би могло да се свърже със ситуацията в Дания. В началото ларпърите са били мислени за *извънземни* заради начина им на говор и специфичните неща, които извършват. След като обществото обаче разбира, че всъщност ЛАРП-ът е успешен метод за обучение на деца и юноши, ролевите игри на живо биват приети в детската образователна система, което довежда и до комерсиализация на ЛАРП игрите. Представителите на постсубкултурната теория въвеждат нови понятия като *нео-племе* (Bennett, 1999), който развива идеята от Мафесоли (Maffesoli, 1996), и *лайфстайл* от Реймър през 1995 и от Майлс през 2000 г. (Пайташева, 2008). Чрез идеите им за приравняване на субкултурата със специфичен начин на живот (lifestyle), тя вече бива представена като сцена, на която за участващите вече не е задължително да се опълчват срещу установените норми. Важното е хората да се чувстват добре и да се забавляват, а чрез такъв прочит на субкултурата започва да се акцентира върху нашия избор да приемаме различни идентичности и да влизаме в/излизаме от разнообразни групи, без участниците в тях да ни критикуват и отлъчват заради това. Някои от понятията, употребени от теоретици в сферата на пост-субкултурната теория ми се струват адекватни за представяне на групата от практикуващи ЛАРП. Те са част от една общност с всеобхватен характер, в която дори веднъж човек да влезе, не би получил санкции, ако в един момент реши да напусне, тъй като специфичната интеракция, която следва от всяка тяхна игра, ги обединява, а и те се грижат за общото благо помежду си във и извън игра. С. Д.

споделя: „Това е като да имаш приятели из цяла България“. Именно затова ще разглеждам ЛАРП-а като интерактивна медия, форма на колективно творчество, която има претенциите за трайност в ежедневните практики.

Първоначално предпочитанията ми бяха свързани с използването на понятието *нео-племе* относно общността от ларпъри по идеята на Мафезоли (Maffesoli, 1996) за новите племена като „форма на слаба връзка в групирания с частична отдаденост, преходни вкусове и пропускливи граници“ (Bennett, 1999: 605), което е част от едно цялостно културно движение, присъединяващо всички ларпъри по света. Терминът *нео-племе* (Maffesoli, 1996, Bennett, 1999) е развит по-подробно у Лепалати (Leppalahti, 2004). Първият прави връзка между предмодерните племена и кланове (като функционални групи, в които всеки член си има свое собствено място, статут и задължения, за да се грижи за общото благо) и постмодерните формирания. За разлика от първите, в които индивидът не може да стои вън от предмодерната общност, в постмодерната ситуация се вижда, че поведението на индивида зависи единствено от неговата свободна воля. Не е задължително да бъде в някаква общност, може и да е извън нея. Нео-племената са по-символични от функционалните общества, а взаимодействието между членовете им се определя от чувството за принадлежност, основаващо се на общи интереси и опит. С други думи казано това да принадлежиш на групата е избор, а не практическа необходимост (Leppalahti, 2004: 289). Тези „видове общности“... се основават на избора и желанието да бъдеш с хора, за които се предполага, че мислят и живеят по начина, по който и ти. Хората, принадлежащи към племето на ролевите играчи, споделят специални интереси, а самата общност е построена върху разнообразни хобита, свързани с ролевите игри. Споделените хобита могат да задържат в групата на ролевите играчи даден човек, дори ако той не играе толкова често. Играенето на ролеви игри се счита за по-специално прекарване на свободното време... може да бъде смятано за част от определен стил на живот (пак там: 293). Тук ще добавя и казаното от Н. Н. по отношение на елеците, които всички от неговото *Кралство* са си направили:

Ако имаш ЛАРП-култура, ще знаеш, че това на елека ми е гербът на Кралството. Ние си ги направихме тези елеци, защото е яко. Ако човек е чувал за „Кралството на Седемте хълма“, ще познае този символ.



Ил. 13. Елеците са с този символ. Източник: <http://larp-bg.org/clubs/> посл. посетен на 27.05.2022 г.

Участниците в това *Кралство* носят елеците си и извън игра (Н. Н. дойде с елек на интервюто, сподели, че ходи с него и на бар). Символите върху елека са дизайн на самите участници, но по-важното е, че това по някакъв начин ги обединява. Те са част от тази нео-племенна общност, която обаче няма репресиращите характеристики на предмодерните племена. До няколко години вероятно повечето от тези участници ще имат свое семейство и деца, следователно невинаги ще могат да играят. Това, че ще излязат от тази нео-племенна общност няма да им коства никакво наказание, тъй като общността, която представят елеците им, всъщност съществува само по време на игра. Въпреки това тази група от играчи са приятели и извън играта, а това още повече ги сплотява. За тях най-важното е, че елеците са „супер яки“ и различни. Това отново може да се приеме като аспект от опровергаването на предварителната ми хипотеза за бягството от реалността, тъй като всъщност чрез елеците и това, че ги носят извън игра, те отново потапят игровите механизми в ежедневието си и действието им не би могло да се сведе до чист ескейпизъм.

Фактът, че активните участници се познават помежду си и имат донякъде сходни интереси, като това да пият бира заедно, да слушат определена музика, да се интересуват от сходна литература, кино и изкуство, също има голямо значение, тъй като, както вече казах, за един *новак*, който не познава никого, би било доста трудно влизането в играта. От всичко дотук следва, че предишният житейски опит на играчите има отражение върху ЛАРП игрите, било то заради това, което са придобили като умения по време на образованието си, или заради конкретен талант, който решават да доразвият в ролевата игра на живо.

Да се съсредоточим обаче върху по-трудното влизане на *новациите* в тази общност. На сайта на Stalker LARP Bulgaria четем следното: *Теренът на играта е обезопасен, доколкото е възможно. При все това, ако проявите достатъчно изобретателност, можете да успеете да се убиете или осакатите, или да нараните друг играч. Моля ви, не ни го причинявайте. Спазвайте правилата по-долу*²³. Уводните думи в *Наръчник на играча* за ЛАРП *The Fog* са: *The Fog LARP е ролева игра на живо (ЛАРП). Този Наръчник на играча предполага, че сте поне частично запознати с какво е ЛАРП. В случай че не сте, молим да прочетете по темата преди да продължите нататък.* Множеството книги, правила в някаква степен биха отказали човек, който иска да участва в ЛАРП просто с цел забавление без нужда от обширни предварителни знания. Наблюдава се известно напрежение у част от ларпърите (главно организаторите), свързано с медиите и начинът, по който те представят ЛАРП-а. Това, което ми прави впечатление, е че реагират много остро на всякаква *чужда* за тяхната общност гледна точка. Има известно притеснение за това, да не би другите (хората) да ги разберат изкривено, като сами чрез реакциите си провокират перспективи, чрез които тяхното хоби да се разглежда като нещо странно и необикновено и парадоксално на желанието си *да се нормализират* (И.К.), се самотомагинализират. Отделно – игрите са до голяма степен усложнени за един бъдещ участник и това допълнително ограничава бъдещо, по-многобройно участие от *новаци*. От разговори с някои от организаторите това, че не желаят конкретна възрастова група в игрите си, нуждата от дълга подготовка и т.н. ме навежда на мисълта, че някои от ларпърите умишлено не искат приемането на повече хора в игрите си. Въпреки това С. Д. споделя, че приема всички участващи като свои приятели, голямо

²³ Правила. Stalker LARP Bulgaria. <https://sites.google.com/site/zonetales/Rules?authuser=0> (посл. посетен на 17.04.2023 г.)

семейство, което ѝ напомня, че би могла да се обади винаги на някого, когото познава, ако е в нов град.

След публикуването на книгата ми *Ролевите игри на живо. Живот in и off game* и нейното отразяване от няколко български онлайн информационни медии, получих обратна връзка от респонденти ларпъри. Те коментираха, че дори да са анонимизирани, не желаят споделените от тях истории да циркулират в медийното пространство. Отделно съществува парадокс между този стремеж към анонимност и желанието им да бъдат споменавани като общност. Те не искат да са поставени в сянка, но също така проблемът се появява при вероятна възможност хората да изопачат тяхното хоби. Интересен пример за това е употребата от страна на ларпъри на имената на героите им до истинското им в личните им facebook профили. Преди години попаднах на рисуван фенарт на героите, наподобяващ по графика филмите за супергерои. Тук отново трябва да се направи разграничение между това да се изиграва роля в театрална постановка по зададени сюжет и сценарий и това 10 години да се развива фикционален персонаж, който се превръща в аватар на профила и представя човек пред приятелите му във Facebook. Относно частта в книгата ми, в която съм коментирала използването на снимки от ЛАРП с инвентара им, както и имената на героите им, които заместват истинските им във Facebook, казаха, че ги използват, защото са *много яки*, а не заради някаква по-специална причина. Често отговори на подобни въпроси са *защото е яко*, но това не променя факта, че в реалните им имена във Facebook е добавено и името на персонажа им. Ще добавя и пример от съвсем скоро. Във Facebook попаднах на видео, в което ученик ларпър отива със свитата си от рицари на бала си. Той – в костюм за бал, те с рицарските си доспехи. Дори да не става дума за продължаване на ролята чрез профилните снимки във Facebook, със сигурност съществуват много примери за промъкване на игровата действителност в реалната. Актуален пример е участието на част от ларпърите като доброволци след голямото земетресение в Турция (2023 г.). ЛАРП учи на умения, свързани с извънредни ситуации, а организаторите са обучени да следят за сигурността на участниците. Използват се радиостанции, специални екипировки, медицински комплекти. Наученото от игрите влиза активно в една реална ситуация, в която цел е да се помогне на колкото се може повече хора след природния катаклизъм.

За вникването напълно в подобен феномен се изисква пълно отдаване, много време и ресурси. За тази общност аз оставам винаги изследовател и външен човек, в този смисъл дори

да правя опит за участие, не е желателно да бъде допускана, защото рискуват играта им да бъде развалена от външен наблюдател. Интересното в този феномен е, че в подобен ред на мисли дори да бъде изследван от инсайдър, ако трябва да се прикриват историите на играчите, игровите стратегии, видовете език, символиката и най-важното-връзката между играча и човека извън игра, съществува риск да се замаскират много важни детайли, които биха помогнали за по-плътното разбиране на тази нова културна практика. ЛАРП обществото в България се затваря за външни хора, има няколко основни гейммастъри, от които главно зависи начинът, по който се случват игрите, а те в някои аспекти са резервирани към определени видове участници (например деца, тийнейджъри и др.). В този смисъл, за разлика от някои ЛАРП игри в чужбина, влизането в ЛАРП в България изисква висока степен на информираност (например няколко книги, свързани със сетинга), информация, тренировки и в някакъв смисъл по-благоприятно за един изследовател в този контекст е да има приятели ларпъри, за да бъде адекватно присъединен към тази общност. В чужбина някои от ЛАРП-овете се правят с цел забавление, има много по-лесни правила, представени са под формата на тематични партита, балове в замъци и т.н. Все пак е нужно да кажа, че предвид трудния ми контакт с ларпъри след издаването на моята книга, тази информация е възможно да се е изменила. В своята статия *Ролевите игри на живота действие като субкултура* Ангелина Илиева пише: „Онова, което заслужава по-сериозно внимание в случая, е настояването на ларп играчите да разполагат с контрола върху произвежданите репрезентации, след като разполагат с нужните за това производство възможности и инструменти: „Сега ще направим фейсбук кампания, защото там поне имаме контрол какво излиза. От медиите нищо добро не очаквам, даже когато са съвсем добронамерени, защото ние имаме фундаментално несъвместими цели с тях. Ние искаме да се нормализираме, а те – да напишат нещо по-така“²⁴. В съвременния свръхмедиен свят посредничеството на професионални медии изглежда излишно, особено когато става дума за едно далеч нелесно за разбиране и адекватно представяне социокултурно явление. В допълнение, когато тенденция в медийните репрезентации е да се акцентира на субкултурната „другост“ и тази тенденция противоречи на целите и интересите на самите субкултурни участници, то посредничеството е вече и нежелано“ (Илиева, 2020).

²⁴ „Хелън“, чат-разговор от 14.03.2019 г. (запазена бележка под линия от оригиналния текст).

Едно изследване в този смисъл не може да осигури пълната им анонимност, тъй като те се познават помежду си и биха могли да се разпознаят спрямо разказаните игрови истории. Пред мен се откри ново поле за размисъл, свързано с изследвателя и изследвания феномен – възможно е чрез споделянето на тези истории в текста си, да *счуля* тяхната игра, бъдещите им стратегии, взаимоотношенията им в играта и т.н.

За потъването и заживяването с това хоби, какъвто е стремежът на един антрополог, се изискват години опит в игра с подобни мащаби, свързани с дълга фикционална история, датираща от повече от 10 години, изпълнени с огромно количество събития, многобройни правила, връзки между участниците, цялостно обогатяване с културни произведения от жанровете на фентъзи, научна фантастика, история, политически науки и други. Изследователката Ангелина Илиева, както и И.К. използват понятието *субкултура* за дефинирането на това хоби, което аз съм поставила под въпрос в книгата си, но предвид по-нататъшното премисляне, свързано с обратната връзка от страна на ларпърите, съм склонна да се съглася, че в случая в изследвания феномен има субкултурни елементи. В статията на Ангелина Илиева пише следното: „ролевите игри на живото действие са субкултура на свободното време и затова трудно могат да бъдат обвързани със социални категории като етническа принадлежност, възраст или пол. Те предполагат определени културни интереси и артистични нагласи, но не и политически настроения, нито реакции на социално-икономически (класови) проблеми. Въпреки това самостоятелният социален свят, който създават, и множеството временни игрови светове, пречупени в него, са твърде много наситени с културно съдържание, за да бъдат редуцирани просто до „хоби“. В допълнение почти всички понятия и обяснителни модели, заети от мен от полето на (пост)субкултурните изследвания – като сцена, (нео)племена, бриколаж, изкуство в контекст – приложени към тях, звучат някак засилено, подчертано, неметафорично. Ларп игрите са постмодерен феномен, чиято цел и смисъл е именно в производството на различие, на алтернативни реалности и идентичности, на самостоятелни културни светове“ (Илиева, 2020). От казаното дотук става ясно, че авторката дефинира ЛАРП като субкултура най-вече защото смисълът на подобна дейност е в производството на различие и „са твърде много наситени с културно съдържание“ (пак там).

Това, което отличава ЛАРП-ът от други хобита и в същото време го доближава до трети, е т.нар. *крафтене* (майсторене) и специфичните интереси на участниците, свързани с отявлено

влечение към фентъзи, научна фантастика и хорър жанрове. В статията на Ангелина Илиева то е споменато и според мен за бъдещи изследвания именно то трябва да бъде разгледано в дълбочина, обособяваща по-коректно изследвания феномен: „Някои форми на майсторене са осъзнавани като такива, наричани са крафтене (от англ. craft – изработвам, майсторя) и обхващат изработването на костюми, лични аксесоари и реквизит за провежданите игри. Собственоръчното изработване на подходящо облекло от всеки играч и на използваните от него предмети е вероятно най-устойчивата норма за цялото съществуване на българската ларп сцена, а усвояването на умения за това е и важна стъпка в социализирането на нови играчи. Тези умения могат да бъдат както специфични – например как да си направиш безопасен бутафорен меч от пластмаса, изолация за тръби и армирана лента, така и умения, характерни за традиционни занаяти като шивачество, кожарство, ковачество. Усъвършенстването на уменията за крафтене, особено на по-специализирани като за работа с метали или кожа, е източник на висок престиж в ларп общността“ (Илиева, 2020). В такъв смисъл ще представя опит за дефиниране на подобни културни практики като специфична крафт култура, създавана от запалени любители и чрез следващите изследвани феномени – косплей и мемета.

ЛАРП-ът е вдъхновител за изобилно количество произведения на изкуството. На страницата на The Fog в рубриката фен-арт могат да се видят някои от картините, посветени на културния феномен. С. Д., която учи в Художествената академия, ми показва своята книга за магии, която, сама по себе си, може да бъде разглеждана като естетически продукт. Н. Н., който учи архитектура, помага за конструирането на in-game крепости и други конструкции.

Изкуството има целта да води тези, които се допират до него, към различни интерпретации, а колкото повече са те, толкова по-дълго то се застоява. Тук ще направя препратка към културния феномен на меметата, който ще бъде по-детайлно анализиран в третата глава от настоящата дисертация. Реално едно меме, за да може да се нарече по този начин, трябва да е провокирало аудиторията да реагира, вдъхновена от него, и да създава своя собствена интерпретация на базата на неговата първоначална визия. В сайта на The Fog виждам, че е имало конкурс за най-добро меме, свързано с ЛАРП-а в България, наречено The Fog's winter meme competition (Зимното състезание на Мъглата). За съжаление, не мога да видя всички предложения, но попадам на това, което е спечелило конкурса. На конкретното меме в сайта на българския ЛАРП се вижда колажирането на две изображения. Първото е колаж на стар

телевизор с изображение – снимка от български ЛАРП, на който един от участниците чете някаква реч/писмо. Под този колаж е популярният меме шаблон на Леонардо Дикаприо, като вместо главата му, са сложени снимки на ларпъри. Кадърът на Леонардо Дикаприо, вдъхновил мемета, е от филма *Имало едно време в Холивуд* (2019), на който е показано как сочи с пръст. В сайта, който дава допълнителна информация за историята и значението на популярни мемета *Know your meme* (Знам твоето меме) пише следното: „онлайн изображението е използвано за изразяване на чувства на развълнувано признание/разпознаване“. Единият ларпър е с инвентар, другият не. Не разбирам мемето, защото не знам конкретният контекст, който е вдъхновил създаването му. Вероятно става дума за събитие, което се е случило по време на игра и което е вдъхновило такъв тип вътрешна за общността шега. Това отново показва обособяването на общността и тяхната специфична комуникация, която не би могла да бъде разбрана от всеки.

Придобити умения

Ще започна с един от най-любопитните факти, които разбрах в хода на разговора ми със С. Д., която е на 19 г. и е сравнително млад играч, който участва от 2 години в ЛАРП. Комуникацията с нея осъществих по време на градския ЛАРП *Нощта на Старите Богове*, когато беше и първият ми role-play и се добавихме като приятели във Facebook. Още като заговори с мен и придружителя ми, ми се стори, че момичето е изключително общително и открито. Когато се видях с нея и тя ми разказваше за детството си, спомена следното:

Аз през целия си живот съм имала проблеми да говоря с хората. Аз от съвсем малка... съм се потискала социално и другите са ме потискали, защото сама съм се потискала и бях много затворена. С времето се подобрих, не бях толкова зле, когато се запознах с първия ларпър. Но когато влязох в тази среда, просто си казах: „Майната му!“ и спрях да се притеснявам. Това беше нещо от рода на: „отворих една врата и те бяха там!“... Оказа се, че имам чувство за хумор! Аз: Ти това не си го знаела преди това? С. Д.: Еми, като не говориш с хора, как да го знаеш?... Там можеш да намериш хора от всякакви среди, буквално... Дъгата! С всичките цветове, които не са измислени досега и не съществуват – са там! Това е толкова богата палитра от личности и от всичко, че... това е като да отидеш в една тропическа гора и да започнеш да изследваш различните видове насекоми! Да ги откриваш! Абсолютно същото е!....

Още един пример, но с друг ларпър – В. В., който на няколко пъти споделя как преди да участва в ЛАРП никой не го е *понасял*, а след като се включва, намира свои приятели:

Направи ме по-отговорен и най-вече търпелив. Аз бях буквално непоносим да се говори с мен, в началото, когато започнах да играя ЛАРП. Много малка група хора 128 имаха желание да играят с мен и да се виждаме в реалния живот, дори с хората, които играехме редовно по игри. И в един момент след няколко много основни грешки извън играта на персонално ниво, които допуснах, нещата се промениха към по-добро. Ако мога да кажа – пораснах не само на години, но и като човек.

От последните цитати може да се заключи, че за конкретните два примера респондентите ми са имали някакви лични притеснения, свързани със социализацията им в обществото. Естествено, че в случая подобен тип ролева игра на живо би им позволила да сложат маска и да се представят вече като своите герои, имащи способностите, които на тях в реалността им липсват. По този начин, включвайки се в играта, те вместо да избягат от ежедневието си по парадоксален начин, се подготвят да влязат в него с пълна сила, подобрили поведението си пред другите.

В крайна сметка С. Д. намира приятели от цяла България, в профила ѝ във Facebook може да се види, че ЛАРП-ът за нея е *най-готиното хоби*, въпреки че избягва да го обяснява на колегите си в работата. С. Д. казва:

Тепърва започвам да въвеждам колегите си от работата в това какво е ЛАРП, защото вече настоявам за някакви дати задължително да отсъствам от работа и те: „ама защо толкова упорито?“, добре, как да им обясня, че искам да ходя да играя некромант?.

Ролевите игри на живо редставляват типичен пример за това как приемането на някаква желана роля би променила коренно социалните отношения – „предлагам като алтернатива ЛАРП-ът да бъде разбран като вид промяна в това, как играчът интерпретира света“ (Harding, 2007: 25).

Н. Н. казва:

На мен ми харесва да съм заобиколен с хора, които са ми интересни, от гледна точка на това да имаме и общи хобита. Аз следвам „Архитектура“, правя си проектите, чертежите и т.н., много не отделям време да си общувам с колегите, но като се чудя с кого да пия бира – пия бира с

ларпърите. Имам си естествено някакви приятели, които не са ларпъри, но 2/3 от приятелите ми са ларпъри“

Заклучение

В настоящата глава разгледах характеристиките на ЛАРП и го оразличих от други културни практики като видео игри, настолни игри, исторически възстановки, импровизирания театър и т.н. Ще премина към предварително предложените от мен хипотези и тяхното развитие в хода на изследването. Хипотезата, свързана с инфантилността на практикуващите ЛАРП, не се потвърждава, тъй като организаторите и голяма част от участниците приемат играта доста сериозно. Това е едно колективно творчество, което има стриктни правила за участие, а тези, които случайно решат да се *напият, напушат* и да развалят играта на останалите, са публично критикувани. Активните ларпъри са много против неадекватното поведение, вследствие на алкохол или наркотици по време на игра, тъй като приемат интеракцията за нещо, в което всеки трябва да участва адекватно и сериозно. Това представлява специфичен вид аскеза, свързана с игровия характер, която е безспорно приета най-вече от практикуващите от повече време ЛАРП и е свързана с игровия код и следващите от него игрови правила. Следователно, въпреки че ролевите игри на живо са игри, това не означава, че те нямат никакви специфични закони и норми, които трябва да се спазват от всички участници. Често количеството им е огромно и това би могло да възпре потенциален участник. Въпреки факта, че забавлението е ключов момент както в ЛАРП-а, така и във всяко хоби, творчество и разтоварване, това е забавление, което кара част от ларпърите да пренебрегнат някои от своите представи за забава – например алкохол. За да си част от тази общност и да си приет в нея подобаващо, в никакъв случай не бива да си позволяваш да нарушиш нейните правила, каквито в случая са некоординираното с игровата реалност поведение и последвалото излизане от роля като най-големи заплахи, водещи до разпадането на колективната илюзия. Има и случаи на активни участници, които играят персонаж, който през цялото време трябва да е пиан, но те са изградили някакво уважение и доверие у другите участници и могат да съвместяват ролевата игра с истинското алкохолно опиянение, без да пречи на играта на останалите. Разбира се, това са изключения и се случват много рядко, като зависят най-вече от *престижа* на конкретния участник. Според разказаното от респондентите, *новаците* са тези, които не знаят как да консумират алкохол правилно, следователно пристъпването, заобикалянето на правилата чрез използване на даденото от самия наратив, е едновременно умение, което се

трупа с времето, но и белег на социалната йерархия вътре в общността. Като опит за резюмиране на всичко казано в тази глава бих пояснила, че както културният бекграунд влияе върху играта на един ларпър, така и играта по някакъв начин се отразява на ежедневието му. По този начин ЛАРП-ът със сигурност може да се разглежда като културен феномен, водещ след себе си своите ползи, умения, опит и удоволствие. Н. Н. отбелязва:

Горе-долу 90% от положителните ми черти, които имам аз като личност, или са били доразвити в ЛАРП, или са получили зародиш там. Дисциплината, която role-play-вам, приятелските връзки, чувството за братство и т.н. там се развиват. Там се научих, че понякога човек трябва да прави неща, за които няма сили. Примерно аз като почнах на 16–17 г, изморяваш се и трябва да продължиш напред. От една страна, човек е във филма, мисли за Кралството и какво ли не, от друга страна – кога пак ще отида на ЛАРП, нямам право да спра. Много качества там развих. Сега, както съм първи рицар – това е доста лидерска позиция, там я развих. Не съм отишъл и веднага да съм станал такъв – успях да спечеля доверието на хората, което е много важно. Сега, примерно, знам как да водя хора, как да делегирам задачи, това ще ми е от голяма полза, някой ден, когато имам собствен бизнес. ЛАРП-ът е много свързан с живота ми. Всеки човек, който има хоби, което развива, ще каже, че е свързано с живота му, така е и със спорта, но аз мисля ЛАРП-а като много по-всеобхващащо нещо.

В случая респондентът ми споменава придобиването на лидерски умения и това, че от практиката му в ЛАРП се чувства готов да ръководи група хора, което е мотивация за това някой ден той да развие собствен бизнес.

През последните години ролевите игри на живо са се усложнили и по думите на организаторите именно затова се правят по-рядко (има три основни ЛАРП-а в рамките на една година), по-машабни са и се гледа по-сериозно на игровия свят и игровото взаимодействие. В. В. споделя:

В началото нямаше история, която да обединява игрите всяка година... Нямаше системата, която е изградена в момента, която да наподобява повече реални отношения между различни фракции... Вече са много по-организирани, много повече се гледа на света като цяло да е изграден, така че каквото и да се случва, да има значение, да се пренася от година за година, различните фракции станали много по-многобройни, отколкото бяха в началото, въпреки че в сравнение с игри, които са извън нашата страна, все още сме много, много малки. Но постижение си беше, че през 2016-та на играта лятото дойдоха близо 200 души....

Именно затова е по-трудно приобщаването на *новаците*, особено ако не се познават с играчите, тъй като не са запознати с изградените досега взаимоотношения, структури и история на света. Както вече казах, има участници, които развиват героя си в продължение на 10 години, а това е изключително голямо обвързване с него/нея, тъй като той/тя вниква в поведението, говора и начина на справяне с трудни ситуации в ежедневието. В този ред на мисли специфичната публичност на ЛАРП е до голяма степен характеризирана от известна *затвореност*, която е в контраст със следващите феномени, които ще бъдат представени – на косплей и мемета. В българския ЛАРП единствената публика са самите участници.

Така, по метода на т.нар. крафтене, ларпърите събират и комбинират различни материали, за да създадат желаната от тях визия за героя си. Относно бягството от реалността, хипотезата търпи критика, тъй като се оказва, че това, което се научава от ролевите игри на живо, влиза във всекидневния опит на играчите. Навлизането на фикционалното в реалността и взаимодействието на двете вероятно се дължат на това, че участниците са ангажирани с ЛАРП през голяма част от свободното си време, особено за големия ЛАРП *Мъглата*. Понякога организират малки събития – например in-game поход за оглеждане на територии.

Някои от моите респонденти са на възраст над 30 г. Хипотезата ми за това практиката да се разглежда като инфантилно действие също търпи критика, тъй като дори играта да се разглежда като нещо *несериозно* заради игровия си характер, всъщност играчите я приемат сериозно дотолкова, че да бъде успешна за всички, а и да не се *счули* играта на някого. Това, че са част от специфично културно движение, според мен е видимо, а както вече казах, се говори за *източноевропейски ЛАРП*, който има своите специфики. Претенцията да няма скрипт и да бъде максимално реалистична самата игра (в *ДС* дори магиите имат сложни механизми, така че да не се пренебрегват усилията на не-маговете да изработят инвентара си от тежка броня) ни отклонява от представата за театрална постановка. Тук основните рамки вдъхновяват въображението на група хора, като всички заедно създават нещо ново, учещо те, според споменатите респонденти, на приемането на различна гледна точка. Важен е фактът, че по думите на респонденти чрез такъв тип игри човек може да бъде по-толерантен, да се постави на мястото на другия и да започне да приема света по различен начин, изпитвайки по-силна емпатия. Това препраща към потвърждаването на хипотезата ми за това, че ЛАРП представлява форма на колективно творчество, тъй като успява да промени към по-добро упоменатите участници, да ги образува, като ги вдъхновява да търсят допълнителна

информация, да ги стимулира да четат повече. Изкуството е субективно, а и това, което за един може да представлява шедьовър, за друг може и да не е. Всеки от нас преживява света по уникален начин и има специфична перспектива, която да предложи. Културните форми на изкуство ни позволяват да споделяме едни с други опита и гледната си точка, служейки за развитието на сътрудничество, съчувствие, симпатия и емпатия (Bowman, 2010: 47). Героите им, изиграни от тях, вдъхновяват дори фенски рисунки, в които са илюстрирани самите участници в своя костюм. Те са щастливи от факта, че могат да имат възможността и свободата да изградят желаното поведение, инвентар и психика, а чрез тях да създадат свой различен дискурс, навлизащ и на работното им място или по време на изпит. Запазва се специфичен вид памет около ЛАРП, а с развитието на ЛАРП започва да се гледа много по-сериозно на цялостното изграждане на историята, на това да се прави профил на играчите, етапите, през които са минали, и да се създаде една потенциално незавършена история, в която човек обаче има *траещо* (стабилно, но в процес, насочено към бъдещи игрови събития) действие и значение. Интерпретацията е безкрайна и някои от правилата могат да се заобикалят в зависимост от конкретното събитие. Така ЛАРП-ът би могъл да се разглежда като съвременен фолклор, създаван от съчетаването на несъвместими на пръв поглед комбинации от реалии, конструктори, ментални нагласи, поведение, естетически възприемания и т.н., наподобяващи театралната постановка, но в случая всяка една индивидуална роля е импровизирана, зависи от конкретната ситуация на фикционалния ЛАРП свят, а и има стремеж да бъде максимално усложнена. Фолклорният елемент е свързан с устното творене и невъзможността да се създаде по него една цялостна, документирана история с начало и край. Историята на играта е в процес на творене, а множеството индивидуални истории на участниците няма как да бъдат документираны в цялост, винаги остава нещо в пространството на устното творчество. Пример за това е над 10-годишното изграждане на подобен фикционален герой, в чиято ценностна система участникът решава да се въплъти и извън игра – например, за да се представи по-добре на интервюто си за работа, отколкото ако е себе си. Разбира се, пример за това е и аутиста, за когото разбрах от *YouTube*, но тогава не знаех от личен опит колко приятно е да се втурнеш с всички сили в изменената по твой собствен дизайн реалност. По някакъв начин това наистина е част от познатия ни досег със сериалите, които ни държат в очакване, а това очакване според мен има по-важна и определяща цел. Сериалът се развива паралелно с нашето ежедневие. Ние живеем в спокойствие, че след като има какво да очакваме, всичко ще е наред, и се отклоняваме от нещата, които биха прекъснали тази връзка. В ЛАРП-а има нещо подобно, ние живеем паралелно с героя си, често

искаме той да ни помага дори в ежедневни ситуации, но най-важното е, че ни дава успокоение, че, след като има накъде да се развива и го прави, ние също имаме бъдеще и трябва да следваме неговия пример. Различаващото сериалите от ЛАРП-а е активното участие. Ти си *вътре*, от теб зависят взаимоотношенията между фикционалните армии, от теб зависи да изградиш лидерски умения и незабавно справяне с дадена ситуация, но в същото време няма да има сериозна санкция, ако решиш да излезеш от този свят. Именно затова относно общността, първоначално използвах термина *нео-племе*, особено предвид факта, че в скелета на играта се отделят семейства, фракции, кланове, групировки, организации и взаимоотношения. Впоследствие, съдейки по обратната връзка и затвореността на общността и тяхното противопоставяне на т.нар. мейнстрийм външна представа за тях, мога да кажа, че субкултурните елементи надделяват. Дали ЛАРП-ът би могъл да се използва с други цели – например комерсиални или образователни – опитът от чужбина ни казва, че е абсолютно възможно. Въпросът обаче е, че българите, с изключение на единици, занимаващи се от дълги години с ЛАРП, не са проявили особено голям интерес в тази посока. Не мога да кажа дали подобно нещо ще се случи скоро или ЛАРП културата ще утихне заедно с вероятните бъдещи ангажименти на активните участници (семејство, деца и т.н.). Затова тази хипотеза оставям под въпрос. Като човек, преживял този опит и оставил у мен траен спомен, със сигурност представлява някакъв вид творчество и произведение. ЛАРП-ът понякога наемква за териториални специфики (например *Кралството на седемте хълма* и връзката с тепетата в Пловдив) и народопсихология, свързана с местно празнуване, обичаи и други практики. Наднационалният и глобален елемент обаче преобладават. Английският език се е превърнал в някаква степен в основен, а понякога липсват български преводи на някои от елементите, съставляващи конкретния сетинг (става дума за *The Fog*). Основните игрови изрази, заклинания, магии се изговарят на английски език. Взимат се глобални раси, видове герои и се вмъкват в игровия свят, материализиран в българска местност.

Чрез развитието на технологиите и възможността да се правят много по-лесно видеозаписи, снимки и т. н., според мен това творчество има трайност и би могло да се приеме като траеща памет, която е повлияна от еkleктиката на съвремието.

Косплей: новият маскарад

Увод

В периода между 2017-а и 2019-а година се съсредоточих върху антропологическо изследване, свързано с феномена на косплей (от костюм и игра) в България. Терминът е измислен през 80-те от Нобуюки Такахаша – режисьор и продуцент, когато се сблъсква с практиките, свързани с костюмите на американските фенове по време на визита в САЩ (Bruno 2002; Winge 2006, 66–67). Той решава да измисли нова дума, защото значението на английски *masquerade* (маскарад) на японски е *аристократичен костюм*, което не се е вписвало във впечатленията му по време на Worldcon в Лос Анджелис. Основната идея на подобно събитие е участникът да направи цялостен перформанс, обличайки се като любим и разпознаваем от публиката герой. За предпочитане е да бъде фикционален, но има случаи, в които са избирани реални известни личности. Целта на тази практика е участниците да се въплътят в ролята на персонаж от популярната култура (главно от анимета, анимации, манга, комикси, филми, видеоигри, понякога дори реклами) чрез костюм, грим, прическа, реквизит и цялостна визия и поведение. В повечето случаи те сами се постарават да постигнат желания вид, като стремежът е да бъде колкото се може по-достоверен спрямо вече създадения герой. У нас практиката се заражда около 2006-а година, вследствие от огромния интерес на почитатели на азиатската (традиционна и съвременна) култура, които организират събития, посветени на нея. На тях многобройните фенове могат да се насладят на ревюта, сценки и к-поп (корейски поп) танци. Азиатската (традиционна и съвременна) култура представлява вдъхновител за косплей събитията.

През 2017-а година за пръв път се провежда комик конвенция в България – *Aniventure ComicCon*, а това провокира все по-голям интерес от чужбина към българските косплейъри и к-попъри. Българското общество обаче до голяма степен не е запознато с този сравнително нов културен феномен. Освен това у нас липсва научна литература, посветена на темата. Наскоро попаднах на изследване, в което за практиката се казва: *в по-широк смисъл терминът „косплей“ се използва за всяка костюмирана ролева игра* (Бутрева, Котева: 2022),

което не е съвсем правилно употребено. По думите на респондентите родните косплейъри се считат за едни от най-добрите на Балканския полуостров.

Основната цел на изследването е да се представи мотивацията на участниците, свързана с подобен тип дейност, в сърцевината на която присъства т.нар. „крафтене“²⁵. На всяко косплей събитие е предоставена сцена, на която всякакви любители – непрофесионалисти, могат да покажат своите разнообразни таланти чрез пърформанс. Централна опозиция в цялостния текст на дисертационния труд представлява дихотомията хоби – професия/аматьор – професионалист. При сблъсъка с това хоби и за успешното им представяне участниците се научават на всевъзможни умения, като работа с различни материали (уорбла, фибран, пластидип и др.) и инструменти (бормашина, силиконов пистолет, трион и др.), както и шиене, обработка на кожа, рисуване и т.н. Така от едни фенове на дадено попкултурно произведение, чрез придобитите познания от видео уроците в Интернет те могат да се превърнат в професионални косплейъри и хобито им да стане доходоносна професия. Костюмите и материалите, които са нужни за тяхната изработка, са скъпи, затова някои изследователи наричат хобито „костплей“ (от cost-цена и игра).

Когато изследвам даден феномен в полето на културната антропология, за мен е важно да имам базисни познания за изследвания проблем, да се опитам да вникна в същината на конкретната дейност, да комуникирам с хората, които се занимават с нея и да разбера личните им мотивации за подобна изява. Следователно използваната методология се основава на качествени рефлексивни методи: включено наблюдение, дълбочинни интервюта и автоетнография. Проведените дълбочинни интервюта (към 2019-а година) са с 11 участници (7 момичета и 4 момчета, на възраст между 17 и 27 години), както и с двама организатори (В. Б. на 26 г. и Е. С. на 25 г.) на две изложби, посветени на косплей в Етнографски музей, а към момента на проведените интервюта правиха документален филм, посветен на косплей в България. Първите споделят личния си опит, свързан с тяхната мотивация да се занимават с тази дейност, а вторите дават външен поглед върху подобен културен феномен. Посетих 4 събития – през 2017 първия AniventureComic-Con, през 2018 г. – AnimesExpo, Aniplay и втория AniventureComicCon. По време на работата си по дисертационния труд продължих да наблюдавам официалните страници във Facebook, посветени на косплей (събития), както и да

²⁵ Респондентите използват думата „крафтене“ от англ. crafting (занаятчийство), като под това се разбира майсторенето на костюм.

преглеждам личните профили на респондентите си, тъй като се откроява определен тип поведение във виртуалното пространство. Използваната теоретична рамка се основава на изследвания на фенските практики от Хенри Дженкинс, дисертационни трудове и публикации, свързани конкретно с косплея – като тези, които прави Nicolle Lamerichs, изследвания, свързани с културата на участие (Jenkins, 2006), флуидните идентичности, темата за глобални културни сцени по Ападурай в контекста на една култура, характеризираща се с ефимерност, мимолетност, периодизация, новости, краткотрайност и бързи скорости, където различните култури си взаимодействат и влияят една на друга. В културните изследвания *присвояването* е процесът на вземане на предварително съществуваща идея или културен артефакт и трансформирането му за нови цели. Производителите са и консуматори на културно съдържание. Следователно в какъв смисъл косплейърите могат да се разглеждат като просюмъри и какво им носи заниманието с подобно хоби.

Отделно от понятия, строго акцентиращи върху косплей, реших да направя включено наблюдение на феномена, свързан с драг²⁶ културата, участвайки в първата драготилница в България, организирана от фондация *Билитис* и *Куиър Въртележка* през 2021 г. Драг събитията са сходни с косплей по това, че има сцена и представление, но се различават по това, че не пресъздават конкретен вечеизмислен персонаж, а създават собствен. Когато бях за първи път на драг събитие се докоснах до силната артистична енергия на участниците, съсредоточаваща се върху идеята за свобода. По време на перформансите се създава чувството, че човек може да направи абсолютно всичко, няма ограничения. Важно е да има вдъхновение и да успее чрез въображение да представи образа си на фона на някаква песен или липсинквайки²⁷ диалог от филм и т.н. Драг артистите са изключително талантиливи, осъществяват непрестанна интеракция с публиката.

След запознаването си с косплей отделих няколко основни задачи, свързани с отговарянето на следните въпроси. По време на изследването търсех подходящ термин, чрез който би могло да се опише обществото от косплейъри. След като става дума за стотици участници дали може да се говори за субкултура, или това понятие се явява в някаква степен неподходящо. Що се отнася до възрастта на участниците – младежка култура ли е или просто поколенческа

²⁶ Терминът drag (букв. *влачене*) се отнася до представянето на преувеличена мъжественост, женственост или други форми на изразяване на пола, обикновено с цел развлечение.

²⁷ Имитиране на пеене чрез движение с устни в синхрон с предварително записана музика с текст.

мода, която ги обединява, предвид актуалната дигитална ситуация. В днешно време е трудно да се говори за субкултура, както тя се разбира традиционно, а и фактът, че те могат да се разпознаят като общност, ме препраща към понятия от постсубкултурната теория като сцена и лайфстайл. В центъра е разглеждането на поведението на косплейърите в интернет пространството и главно в социалните мрежи – техните лични профили във Facebook или страниците, които са си направили, концентрирани върху косплей дейността им, както и instagram профилите им преди и по време на пандемията. Има ли някакъв конкретен облик един косплейър в социалните мрежи, съществува ли някакъв алгоритъм на избора им за качване на снимка, лайкове и как поддържат страниците си? Важно бе за мен да се опитам да разбера по какъв начин косплеят влиза в тяхното ежедневие извън косплей събитията. Подобна интерактивна култура обединява косплейърите и техните почитатели (в ролята на фенове) в едно колективно преживяване, а във взаимоотношенията между тях отново изпъква енергичната, спонтанна реакция на мястото на събитието. В този ред на мисли в България, предвид общоспоменатото мнение на респондентите, че имаме едни от най-добрите косплейъри на Балканския полуостров, дали може да се говори за професионализиране, какви са измеренията на тази професия и какво би направило от обикновения любител професионален косплейър. Какво точно представлява тази дейност и какви са нейните граници както между забавно и сериозно, детско (инфантилно) и зряло, така и между косплейърите и не-косплейърите. До каква степен може да се говори за изкуство, специфичен ескейпизъм или просто забавление.

Тъй като забелязах от теренните си наблюдения, че винаги има търговска²⁸ зона, се запитах каква е ролята на комерсиалния елемент и дали на подобни събития някои от посетителите не отиват просто да се сдобият с попкултурен артефакт.

Трите основни културни практики в дисертационния труд са разгледани в дихотомията хоби/забавление – професия. Що се отнася до това, какъв тип аматьор е всъщност един косплейър, реших да се запозная със спецификите на хобито. За разпознаването на героите е нужен специфичен културен бекграунд. Както беше споменато в увода, ЛАРП, косплей и меме дейността притежават различен вид публичност. В настоящата глава ще бъде направен опит да се опише българската косплей сцена. Подходих с хипотезата, че има конкретен облик,

²⁸ На косплей събитията търговската зона е обозначена като „мърчандайз зона“

свързан с персонажи от българските фолклор или популярна култура. Една от първоначалните ми хипотези в началото на изследването бе, че съществува доминация от страна на момичетата косплейъри спрямо момчетата, както ми се стори на първото събитие, което посетих и също така публиката - главно млади момчета геймъри, които искат да видят на живо, от плът и кръв своите любими (женски) герои.

В началото на изследването беше подходено с основна хипотеза, че косплей събитията акцентират главно върху азиатска традиционна и популярна култура. След първото ми включено наблюдение се открии визуалната еkleктика, както при изработването на костюмите, така и при комбинацията на герои от много различни сфери. Използвах понятието на Клод Леви-Строс *културен бриколаж* (Леви-Строс, 2002: 33) като пътеводител, който ме отведе към въпросите до каква степен играчите еkleктично съчетават елементи от различните култури, практики, разбирания и т.н. Предвид централната тема на дисертационния труд, свързана с аматьора, като човек, който страстно практикува дадено хоби, реших да разгледам в дълбочина ролята на феноството посредством развитието на социалните мрежи и по-голямата достъпност на фена към хора със сходни интереси или дори автора на любимото му произведение. Подходих с първоначална хипотеза, че това е практика, която се осъществява на базата на абсолютна имитация, но запазих неяснотата дали съществува възможност за авторова интерпретация и пресъздаване при представянето на конкретния герой.

Последната ми хипотеза е свързана с идеята, че подобен тип събитие е форма на нова празничност, включваща изключително приповдигната и еуфорична атмосфера, определен хронотоп с карнавален и маскараден характер.

В работата ми, посветена на косплей в България, включих и наблюденията си, свързани с феномена, по времето на пандемията от Covid-19. За 2 поредни години бяха отменени всички косплей събития и комик-конвенции. Единствените събития бяха от поредицата *Anime and Gaming Festival*, състоящи се на площад *Централен* в Пловдив. В изследването беше проследено дали косплейърите измислят алтернативна форма за своето хоби предвид противоепидемичните мерки и до каква степен е важно наличието на конкретно събитие за тяхната дейност по пресъздаването на конкретен персонаж.

Косплей по света

Предшественици на косплея

Ще започна представянето на термина, тръгвайки от етимологията на думата. „Косплей“ (от японското *kosupure*) е неологизъм, комбинация между думите „костюм“ и „игра“. Съвременността се радва на изобилно количество от нови форми на празничност, а като спомена думата „костюм“, първото, към което ме препраща, е празникът „Хелоуин“. Като човек, чието детство е преминало през 90-те, бих могла да кажа, че не си спомням да сме го отбелязвали толкова масово, колкото през последното десетилетие. Сякаш този празник още не беше стигнал в нашите детски градини, училища, семейства. Днешните деца се радват на всякакви инициативи на своите учители, свързани с честването на този празник, така симпатичен особено за малките. Но и не само – всевъзможни са тематичните партита по барове, дискотеки, дори и моловете са украсени тематично. Разбира се, все още се намират крайни позиции, според които не би могъл да съществува един католически празник в доминиращата православно-християнска традиция.



Ил. 14. Не с маски, а с български носии. НЕ на Хелуин!!! Скриншот на авторката.

На подобни позиции често се реагира с насмешка, тъй като празникът е много по-разпознаваем, отколкото е бил преди десетилетие. Някои изследователи го поставят в

логиката на спонтанния празник – различава се от националните празници с това, че *престъпва* и прогонва всички забрани (Cahen, P., 1999). Тълпи от деца с разнообразни костюми от известни анимации, филми или игри тичат празнично из улиците, събират своите лакомства, за които все повече съседни са се подготвили предварително. Преди няколко години за пръв път ми се случи да поискат от мен лакомства. Бях искрено изненадана, тъй като никога не съм си представяла, че софийската кооперация, в която живея, че ще се превърне в американска къща от филмите.

За предшественици²⁹ на косплея се считат т.нар. *живи картини* (tableaux vivants) (Duchesne, S. 2005, Domsch, S. 2014). Музиката, поезията и сценичните изкуства се разглеждат като изкуства, свързани с времето, а архитектурата, скулптурата и живописата се обвързват с пространството. По време на мистериите в античността, които представляват тайни свещенодействия, свързани с богове като Дионис, Хадес, Персефона, Деметра и Хермес, участието стои наравно с възприятието на видяното и чутото, т.е. гражданите могат да са активни актьори в случващото се. С времето театърът измества центъра си към разказа, съответно публиката вече няма роля, а е изцяло спектаториална, т.е. няма я тази хибридна между участие, зрение и слух. Актьорите изпълняват ролите си, а зрителите гледат тяхното представление. Водещ фактор в това развитие е професионализацията на театъра в неговия ранен модерен период, развиването на закрития театър и появата на завесите. След това се прави стъпка към филмовия екран, който по същия начин повтаря физическото и времевото разграничение между перформанса и възприятието, не по-различно от прехода от оралната разказвателна форма към писмения разказ. През 19 в. разцъфтява феноменът на *живите картини*, т.е.

²⁹ Ако се опитаме да направим генеалогия на подобна културна практика с голяма условност можем да споменем карнавалите, Сатурналиите и маскеният бал през Средновековието. Преобличането като някой друг и въобще цялостната концепция за маската има древна история. Карнавалите със своите религиозни корени се правят от народа за народа, като не са спускани от църквата. Те осигуряват жадуваната от всеки обикновен жител възможност – да се постави на мястото на властимащите. В този момент, колкото и да е кратък, на практика целият свят е преобърнат, а участниците могат да правят всичко, без да ги грози опасността от някаква санкция. Като стана дума за *преобръщане*, нужно е да спомена и *Сатурналиите* (празник в чест на бог Сатурн). В рамките на 3–7 дни обществените, военните и търговските дейности са отменени, училищата и съдилищата са затворени, а също е забранено и да се наказват престъпниците. Най-нископоставените – робите, могат да седят на една маса с властимащите, да изказват свободно мнението си, дори им е позволено да критикуват господарите си. Маскеният бал, датиращ от Средновековието предоставя на хората възможността да скрият самоличността си, което им дава силата свободно да изказват мнението си. Свързващото звено между карнавала и маскения бал е именно маската. В древността тя се е свързвала с религиозните обреди или театралните представления. В карнавалите маските служат за пресъздаване на различни характери. У нас аналог представляват кукерите, които влизат в ролята на нещо нечовешко – космато, животинско, огромно и плашещо, а целта им да прогонят злите сили, бидейки по-страшни от тях. В човека се крие желанието да излезе от себе си и да влезе в ролята на нещо друго. По този начин за определен период от време поема характеристиките на другостта, сдобива се със сила, мощ, може да прави неща, които в реалността не би посмьал.

изиграването на персонажи (чрез актьори или модели) от конкретна известна картина или заимстването от исторически/митологични сюжети в конкретна естетика на живописиста. На живите картини се гледа като на част от пространствените изкуства, защото няма реч, сценарий или движение. Пресъздаването на образите се прави посредством костюми, грим и декор като комбинират театрални елементи и такива от визуалните изкуства. По този начин те повлияват на формата *laterna magica* от по-късната Викторианска епоха, а може би и на последователните комикси (които се появяват в съвременна форма в края на 90-те години на 19-и век).

Днес под живи картини по-скоро разбираме *живите статуи* по улиците, които често, след дълго стоене статично, влизат в интеракция със зрителите, например подмятайки им някой предмет. С появата на фотографията (да се рисува/пише със светлина) и киното се акцентира върху улавянето на движението. Камерата улавя мига и го запазва, което може да се разгледа като разрушаваща илюзията намеса. Също така камерата фиксира пространствената перспектива по подобен начин на живите картини и ни връща към форма която наподобява оригинала на източника (Domsch, S. 2014). Косплейът обаче, освен всичко друго, е продължение на емоционалното изживяване на даден фиктивен свят и несъмнено е една от водещите мотивации да дадем физическо присъствие на любим герой. Косплейърите не само се опитват да влязат в света (чрез пътя на идентификацията), но също така да го вградят в актуалния, съвременен свят (пак там: 136). *Костюмите са както лингвистичен превод (например от японски на друг език), така и трансмедиялен превод – от 2D източник в 3D носима дреха* (King, E., 2016: 363). Косплейът е не само репрезентация, но също и (поне частично) пърформънс. Терминът *пърформанс* често се отнася до ясно събитие с конкретни граници, което включва представянето на репетиран артистични действия... Ние можем да развием тази идея на пърформанс до други събития, които включват пърформър (някой, който прави нещо) и зрител (някой, който наблюдава нещо) (Bial, H. 2004). Въпреки че конкретни репрезентационни характеристики като цветове, форми и жестове са запазени, както са представени в по-ранните си появи в медията, някои се променят, а други се появяват въз основа на физическото присъствие на косплейъра. Тялото на косплейъра променя героя, който пресъздава. Изпълнителят лесно може да е и зрител, предвид едновременното представяне на един и същи герой от няколко души. Косплеят има за цел да възстанови изображението, да изиграе поведението на конкретен персонаж чрез костюм, грим и аксесоари и да пресъздаде разпознаваемата поза. *Сцената или по-абстрактно –*

пърформансът, свързан с тяло, са едновременно пространствени и времеви. Всъщност те добавят много важни аспекти, свързани с пространственост: добавя се триизмерност, за разлика от изображенията и физическото присъствие, свързано с аспекта на времето (Domsch, S. 2014: 127). Така според автора живите картини и косплейът запазват същата тази хибридность, която модерният театър и киното са им отнели. За разлика от първите две, при косплея има пресъздаване на конкретен герой, а живите картини дори да изобразяват понякога конкретни герои, са лишени от вникването в персонажа и неговото изиграване чрез жестове, поведение или говор. Все пак те си остават статични, а идеята на косплейърите е своеобразно да телепортират любимите си герои в нашия свят. Чрез тази идея някои косплейъри започват да търсят логични начини как персонаж от средновековието например би изглеждал в нашата епоха – състаряват дрехите, поведенчески изиграват неразбиране на технологиите и това, което ги заобикаля, и се държат дружелюбно с други герои от същата епоха например. Това е една различна интерпретация на идеята за преобличане като някой друг, която дори да прилича на празника Хелоуин, се различава в много аспекти. Важна част от изследването ми беше съсредоточена около въпроса как би могъл да се мисли косплеят – дали наистина става дума за спонтанно народно веселие или всъщност това е нова форма на овладяване на публиката от културни оператори, които рекламират, продават инвентар, аксесоари и всякакви продукти, които биха могли да пресъздадат дословно конкретен попкултурен персонаж. За тази цел е нужно да се види дали в подобна практика можем да открием прояви на някакъв вид бунт, целенасочена дистанцираност от традиционните празници, или това е просто съвременна мода, която носи забавление.

При въпрос, зададен от мен, дали съществува практика да се косплейват кукери, респондентите споделиха, че те не представляват отделни герои, а са част от традиционен празник, в родната популярна култура няма известна анимация/филм/видеоигра/комикс, който да вдъхнови подобен косплей на конкретен герой. Най-основният елемент е свързан с това, героят да бъде разпознаваем, а това най-често става, когато той е глобално известен и е свързан или с моментната си актуалност, или е обвит от спомените от детството, носталгията и вечноживите герои, които са главно от анимациите – приказки на Дисни. С това косплеят се различава от традиционните карнавали, балове или ритуали, както донякъде и от Хелоуин, тъй като при тях участващите не пресъздават конкретен герой, а е нужно да бъде разпознаваем, защото това допринася за възприемането на участника и спонтанното одобрение от страна на публиката. Представих тези форми на забавление и празнуване, тъй

като се считат за предшествениците на косплея, на който се гледа като на някаква висша степен на привързаност към фикционалния герой. Това също така е проява на фенска страст и принадлежност към общността – *това – да косплейват своя любим герой (или героиня, идол или икона) е начин, по който изразяват своето фенство и страст* (Rahman, O., Wing-sun, L. and Cheung, B. 2012: 320).

Косплей – началото

За първо косплей събитие в света има множество версии. За първа косплей практика се приема представянето на двойка от Охайо като Mr. Skygack and Miss Pickles през 1908 г. на персонажи от считания за първи научнофантастичен комикс, включващ първия извънземен герой в историята на комиксите. Според друга версия първият косплей се е появил през 1939 г., когато се е провела първата конвенция за научна фантастика и тогава за пръв път фен показва костюм, базиран от визуална медия. Става дума за звездата Форест Акерман, създателят на американския комикс *Вампирела (Vampirella)*. През 1939 г. на 23-годишна възраст той отива на първото издание на Световната конвенция за научна фантастика (*World 21 Science Fiction Convention*), облечен като човек от бъдещето, заедно с Миртъл Дъглас. Предполагал е, че всички ще са облечени в костюми от бъдещето, поради естеството на събитието, на което присъстват, но с изненада разбира, че са единствените във футуристични костюми. Маскарадният елемент и костюмите стават традиционни за Световната конвенция за научна фантастика.

Някои от респондентите ми са ходили на събития в Япония, Франция, Румъния, Испания, Португалия и други. Най-голямото събитие, свързано с косплей, е полугодишният пазар *doujinshi* (японската дума за самоиздадени аматорски списания, манга или новели), Комик пазар (*Comiket*), провеждан в Япония през лятото и зимата. *Comiket* привлича стотици хиляди фенове на аниме и манга, а хиляди косплейъри се събират на покрива на изложбения център. В Северна Америка най-посещаваните фенски конвенции с косплейъри са в Сан Диего - *Comic-Con* и в Ню Йорк - *New York Comic Con*. *Anime North* се ситиуира в Торонто, а *Anime Expo* - в Лос Анджелис. Най-голямото събитие в Европа е *Japan Expo* в Париж, а лондонският *MCM Expo* и *London Super Comic Convention* са най-забележителните в Англия. *Supanova Pop Culture Expo* е

най-голямото събитие в Австралия. На по-големите косплей събития има много строги правила, свързани с изработката на костюмите, играта на участника на сцената (било то соло или в група), цялостното му поведение и достоверността на героя. В таблица³⁰ на базата на три основни сайта са представени основните параметри, по които се оценява цялостното представяне на конкретен косплейър. Те се разпределят в няколко основни категории, свързани с критерий, описание и примери. 1. Първият критерий е прецизността. Тя зависи от приликата на участника с оригиналния герой по външност. Важни са основно прическата, цветът на косата, гримът, костюмът, реквизитът, сценичният реквизит. Вторият критерий е майсторенето/крафтенето, което в същността си представлява качеството и детайла по костюма и реквизита. Гледат се главно доколко добре е направен костюмът, неговата функционалност, качеството на материалите, нивото на детайла, количеството положени усилия, процентът ръчно творчество, свързано с костюма, и техниката. Третият критерий е свързан с презентацията – възможността за изобразяване на героя и представлението. Наблюдават се сценичното поведение, позата, движението, ключовите фрази и тембър на героя, лицевото изразяване, взаимодействието с другите герои, достоверността с историята. Последният критерий е свързан с въздействието върху аудиторията, т.е. сценичното представяне и връзката с публиката. Важни са зрителният контакт, използването на цялото сценично пространство и ангажирането с публиката. Важен момент от косплей събитията е т.нар. състезателен характер. Предоставена е безплатно сцена за хора, които не се занимават професионално с театър, музика, танци или сценично поведение, на която могат да покажат своите таланти. Те биват оценявани от конкретно жури и от публиката. На по-големите събития се следи внимателно за това дали костюмът е направен ръчно или е поръчан от сайт, тъй като на повечето места не може да се кандидатства за състезанието със закупено облекло.

От казаното по-горе се вижда как косплей е тръгнал от запалеността на фенове на комикси, фентъзи и научна фантастика, впоследствие манга и аниме, които обаче влагат изключително много време, парични средства и усилия в желаната от тях перфектна визия.

Според респондентите ми има някакво преливане между САЩ и Япония в това, коя да се мисли като родина на косплея. Има няколко конкретни разлики в практиките между страните майки на косплея – американските и японските косплейъри се различават в няколко области.

³⁰ Common Cosplay Judging Criteria https://en.wikipedia.org/wiki/Cosplay#cite_note-Kincaid-4

Например американските косплейъри изпълняват сценични скетчове като част от състезанията по косплей. Японските косплейъри се подписват или рецитират девиза на героя. Американските косплейъри носят костюмите си извън конвенциите и създават импровизирани скетчове. На японските косплейъри не се гледа с добро око извън конвенциите, защото биват възприемани като индивидуалисти в една култура, която се фокусира върху общностните ценности (Caffrey, C. 2015). Така дори принадлежащите на две различни страни отбори да изберат същите герои, културните, социалните и езиковите различия не позволяват резултатът да бъде един и същ. Александър Зиновиев – Зин споделя:

Вече минах през няколко събития като октомврийския и майския Comic Con, като сега [2017] ми предстои Japan Fest, чийто фокус е изцяло върху традиционната и модерната японска култура. Основната разлика, която забелязах с нашите събития, е наличието на два вида косплей. При единия, аз го наричам "американски косплей", хората просто се обличат с костюм на герои от любимите си филми, анимета, игри. Много често самите костюмите дори не са напълно финализирани и почти всички са закупени, но масово посетителите изразяват принадлежността си към определено гийк течение чрез тях. Често се забелязват и оригинални събирателни костюми, например съчетание на Дедпул и Снежанка. После имаме втория тип косплейъри, които са същинските състезатели. От 300 000 посетители само около 40 излизат на сцената. Техните костюми са изцяло ушити от самите тях и са на много, много високо ниво. Интересното при тях е, че състезателният аспект е много по-силно изразен, отколкото тук. Те не правят костюм заради любов към персонажите, които изобразяват, а за да покажат уменията си. Затова до някаква степен сценичните им изяви не са особено впечатляващи. Особено в сравнение с нещата, които сме виждали в България. Да не говорим, че не съществува формат, който да е дори близък до този на българския Aniplay с неговото съчетание на театър и косплей.³¹

Според респондент А. 3. косплеят е глобален феномен, който не се съсредоточава върху културни специфики и етнос:

косплеят е нещо глобално, не е свързано с култура, етнос, държава или регион. Той е много универсален. Когато съм бил в чужбина, въпреки че сме хора от различни държави, косплеят ни е разпознаваем, защото да кажем, аз съм гледал този филм и разпознавам този герой. Вече има

³¹ Вж. Вж. Кирова, В. 2017. Aniventure Comic-Con 2017: Cosplay = Изразът на гийк културата (интервю). https://hicomm.bg/intervu/aniventure-comic-con-2017-cosplay-izrazt-na-giik-kulturata-intervyu.html?fbclid=IwAR2Xqbz6g_xiA1DQPYe3q4k_VUWIKIjwxkVJrG904nGM2a4jbR7ppKoal60 (посл. посетен на 13.02.2023 г.)

някакво припознаване. Донякъде го познавам този човек, защото имаме едно общо нещо и това е, че и двамата разпознаваме този персонаж. Косплеят е много по-интернационален, извън границите на някакви културни специфики.

В този случай японските и американските елементи са част от глобална културна сцена, а Културата е все повече арена на съзнателен избор, оправдание и представяне (Ападурай, 2006).

В някои държави съществуват противоречия, свързани с практиката на косплейърите/тяхното заснемане и въпроса за авторското право. Респондент А. З казва:

една от най-големите фирми Shōnen Jump за манга, впоследствие за анимета – тяхното мнение е, че авторското им право се нарушава от хората, които записват косплейърите. Т.е. записът на тези персонажи нарушава тяхното авторско право, затова примерно персонажи от конкретната манга не са позволени, има много стриктни правила в това отношение. От догодина мисля, че ги оправиха тези неща и мисля, че вече Наруто, Yu-Gi-Oh!, които са много известни и не се позволяваше да участват, ще участват вече.

Като контрапункт – най-известният създател на комикси и герои (като Спайдърмен, Х-мен, Хълк, Доктор Стрейндж, Човекът-мравка и т.н.) Стан Лий си прави снимка с косплейъри, пресъздаващи създадени от него герои, а респондент Р. П. цитира прочутата фраза: *имитацията е висша форма на ласкателство.*



Ил. 15. Stan Lee Remembered by Marvel Fans. Източник: Google images
https://www.google.com/search?q=stan+lee+cosplay&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKewjDo43q7MfgAhVexMQBHxwOB5UQ_AUjDigB&biw=1536&bih=722 (посл. посетен на 13. 02. 2019 г.

Косплеят постепенно се превръща в реален бизнес. Освен че потреблението е станало движещата сила на индустриалното общество, то вече е и социална практика, която въвлеча индивидите в дейността на фантазията. Наблюдава се революция на потреблението и удоволствието – организиращ принцип на съвременното потребление. То е внушено на модерните потребители, като се открива в напрежението между носталгия и фантазия, където настоящето се представя като вече отминало (Ападурай, 2006). Японските производители на косплей костюми съобщават за печалба от 35 милиарда йени през 2008 г. (Hayden, C. 2012: 115). Постепенно започват да се правят много реклами, в които косплейъри рекламират даден продукт – *те се обличат в цветни супергеройски костюми, за да промотират специално създадени NIKEiD обувки* (Rahman, O., Wing-sun, L. and Cheung, B. 2012: 319). Известните косплейъри придобиват образа на звезди, продават свои принтове, костюми/части от костюми, дават автографи и са канени като гости или жури, което да оценява работата на участващите. Продаването на костюми, аксесоари, принтове или всякакви форми на споделяне, свързани с тяхната работа, от косплей звездите на останалите косплейъри – тези актове на фен преводи биха могли да се разглеждат като *труд от любов* (Lamerichs, N. 2013: 3). На комик-конвенциите централен момент за феновете представлява възможността за запознаване с известна личност – прочут косплейър, известен актьор, инфлуенсър или създател на известно произведение в сферата на популярната култура, главно фентъзи и фантастика.

Основни понятия, свързани с косплей

По-голямата част от основните понятия, свързани с косплей, произлизат от японската култура. Обсесивните фенове на аниме и манга и/или японската култура са наречени *отаку* (*otaku*). В модерния японски жаргон често е равен на термина *гуйк*, който представих в увода. Въпреки това той може да се отнася за фен на всякаква лична тема, сфера, хоби или форма на забавление (Azuma, H. 2009, Lawrence, E. 2012). Чрез *weaboo* (свързано с японска култура)/*koreaboo* (свързано с корейска култура) са наричани запалените фенове, които не са от същата култура, но са гледали аниме или корейска драма и решават, че харесват японската/корейската култура. Те се смятат за японисти/корейсти, но не знаят основни

детайли от японските/корейските традиции. За тях се смята, че знаят няколко думи, една от които е *kawaii* (доминиращата в аниметата фигура на сладък, чаровен, детски и уязвим персонаж, бил той човек или не). Съществува т.нар. *лолита* субкултура, свързана с модата – терминът произлиза от романа на Владимир Нобаков „Лолита“ (1955), но в случая няма директна препратка към него. Лолита представлява цяла субкултура, която има много подкатегории като Готическа Лолита, Сладка Лолита, Пънк Лолита, Класическа Лолита и много други. Почитателите на субкултурата могат да се видят и във викториански стил на обличане – за момичетата с много дантели, панделки и волани (Rahman, O. 2011), което ме отправя към определянето на този феномен като еklekтично смесване на *високо* и *ниско*. Най-грубо казано, лолитите се държат като малки момиченца, трябва да приличат на сладки кукли, но в същото време са привлекателни и еротизирани. По описанията на понятието *лолита* открих сходства с респондентката ми В.П. Когато си писах по Facebook с нея, ми направи впечатление, че пише на т.нар. шльокавица – ч=4, ш=6 и т.н. Предположих, че е ученичка, попитах я в кой клас е, като впоследствие разбрах, че ми е връстничка. Освен това вследствие на срещата ни в поведението ѝ открих сходства с лолита културата.

Друго понятие, обвързано до някаква степен с косплея, е т.нар. *мое* (*moe*). С този термин се описват чувствата към фиктивни обекти и субекти, които би трябвало да бъдат резервирани за половинката ни, а не за героинята от мангата, анимето, видеоиграта и т.н. Наскоро прочетох статия, която гласи: *Бъгнат софтуер прекрати връзката на „фиктосексуален“ мъж*³². Акихико Кондо е официално оженен за холографско изображение на популярна виртуална звезда Хацуне Мику през 2018 г. за близо 20 хиляди долара. Компанията обявява, че прекратява поддръжката на софтуера, което означава своеобразно да се раздели с истинската си съпруга, въпреки че е холограма. Подобен термин е понятието *wifoo* (герой от видеоигра или манга, когото даден фен смята, че обича). Тук отново, не чак толкова буквално, колкото малко по-горе, може да се усети емоционалното привързване към фиктивните герои, което се вижда на косплей събития. Някои изследователи виждат в този термин същинската мотивация за косплей – „желанието да направим един свят и съществуващите в него осезаеми, да им дадем телесност и триизмерно присъствие отвъд оригиналния източник, бил той текст или изображение“ (Domsch, S. 2014: 130). Често обаче в популярната култура женските образи са създадени чрез крайно провокативна визия, а това рефлектира върху косплей практиките.

³² Бъгнат софтуер прекрати връзката на „фиктосексуален“ мъж“ <https://it.dir.bg/tehnologii/softuer-slozhi-kray-na-vrazkata-na-fiktoseksualen-mazh>, посл. посетен на 13.05. 2022 г.

Съществува едно друго понятие, свързано с т.нар. *обслужване на фена* (fan service), а В.З. споделя:

fan service е, когато косплейър, облечен като даден герой, пресъздава фенарт, а фенарт е нещо нарисувано от феновете и то често е сексуално. Фенартовете са обикновено на два героя, които не би трябвало да са заедно и да са в някаква връзка, но на въпросната картинка са...

Комишъните (commissions) са т.нар. косплей поръчки. Комисионерът е човек, който прави костюми по поръчка, перуки, реквизит, броня, обувки и т.н. по нечие друго желание. Това се случва, когато човек не може да се справи сам с костюма си или е преценил, че друг ще го направи по-добре, а има и случаи, в които решението да се поиска услуга от известен косплейър се прави в знак на уважение. Най-често това става чрез предварително заплатена сума преди изработката и след като тя е готова, се плаща остатъчната сума. По този начин по думите на М. Ц. *човек спестява нерви и болки в опита си да направи нещо, което не може сам*. За косплей общността *комисионерът* е човекът, който взима комисионната, а не този, който я изисква.

Така чрез отделянето на тези основни понятия, важни за разбирането на косплей културата, се вижда колко е централен интересът на участниците и привържениците на тази практика към източните култури, като отделните термини влизат в жаргона и разказите и на българските косплейъри. Специфичната фенска практика разглеждам чрез свързването ѝ със *сериозно свободно време* (Stebbins, R. A. 2007), което комбинира идеята за забавно и сериозно. Първо – става дума за сериозни усилия, които се полагат за изработката на визия, която е строго оценявана спрямо конкретни, труднопостижими критерии. Второ – става дума за сливане на представата за героя и представата за човека, като любовта към героя добива понякога буквални измерения.

Косплей vs. други културни практики

Участниците косплейъри биха искали да има свобода на изразяване на различни герои, без значение от техния пол. Интересно е доминирането на идеята, че не смесват героя, който са избрали, с реалната си идентичност. Тези неща според тях трябва да се разграничават, най-малкото при положение, че става въпрос за представление, което трае няколко минути на сцена и да кажем един ден сред публиката. Тук може да се направи паралел с обсъжданите

по-рано ЛАРП игри, при които много повече се усеща вглъбяването във фикционален персонаж, тъй като и самите игри имат много по-дълготрайно продължение. В голяма част те са периодични и героят върви паралелно с участника, в зависимост от това от колко време се занимава с това хоби, но в повечето случаи – с години. При косплея всичко е много по-краткотрайно и това се смята са предимство от страна на респондентите спрямо ЛАРП. За повечето ларпъри дейността на косплейърите не е интересна, тъй като не виждат смисъл в това да имитират създаден вече герой и да не изобретят те самите нов, несъздаден. Според играещите ролеви игри на живо косплейърите също така не влизат често в ролплей, което за тях е скучно.

За поджанр на косплея се счита и т.нар. *кросплей (crossplay)*, за който е характерно мъжете участници да се обличат като женски герои или участничките като мъжки герои. Някои смятат, че това понятие е грешно и спорно, тъй като кросплеят е косплей, важното е да пресъздадеш героя възможно най-достоверно, като няма значение какъв е полът и дали е същият като твоя „ти не питаш жената защо косплейва женски герой заради социалния пол на героя. Защо би питал кросплейърите подобно нещо? Всички косплейъри просто се обличат като героите, които обичат“ (респондент Lialina, цит. в Leng, R. 2013). По този повод респондент А. З. споделя:

кросплеят трябва да си се нарича косплей, според мен кросплей не е правилен термин. Виж, джандърбенд е различно, защото ти тогава променяш пола на героя. Ти тогава едва ли не създаваш друг герой. Според мен кросплеят е субвариант на косплей.

Японската традиция на андрогинност има корени в процеса на *henjo nanshi*, което е дефинирано като трансформация на женското в мъжко тяло³³. Изследователи са отбелязали, че героите в аниметата са нарисувани по-скоро андрогинни, гледа се на това като същност и характеристика на японската анимация (Hu, 2010, цит. в Leng, R. 2013: 105). Тук правя връзка с друг познат феномен – този на *dōjinshi* (думата идва от думата за *същия човек*, препратка към това, че споделят сходни интереси, понякога свързани със сексуална ориентация, и от думата за *периодична публикация*). Това е т.нар. практика на самоиздаване на аматьорски фен произведения – главно на списания, манга или романи. Също така интересен е аспектът, свързан с косплей баровете като *Miss dandy bars*, където жените се обличат като мъже, за да

³³ Друг известен феномен, свързан с японската традиция, е т.нар. класическа японска танцова драма – кабуки, в която жени са изпълнявали и мъжките, и женските роли.

сервират на жените (Robertson, J. 1996). Някои проучвания посочват, че аниме фенобщностите са по-отворени относно социалния пол особено по отношение на трансформацията и трансгресията (Saito, 2007, цит. в Leng, R. 2013). Различно обаче се гледа по света на момичета, които правят мъжки персонажи, за сметка на момчетата, които избират женски - жените са по-привлекателни, когато косплейват мъже (Lotecki, A. 2012, Rosenberg and R. S., & Letamendi, A. M. 2013 цит. в Otmazgin, N. 2014), а респондент Р. П. споделя: *не се гледа с добро око, когато нещо силно се превърне в нещо нежно и крехко, което е много странно*. Феновете, които кросплейват, метафорично пресичат (*cross*) имагинерните граници на социалния пол между мъжко и женско с тяхното изпълнение/пърформанс, създадени чрез грим, костюми и език на тялото (Andini, A. 2018). Въпреки всичко на кросплея и присъстващия в него елемент на трансвестизъм се гледа като на „креативни пространства за субекта, който пародира „наративите“ на половите оразличавания, конструирани в медицинския дискурс, който се предполага да побира „морфологично идеалния тип“ тяло“ (Morris, 1995: 583 цит. в Gn, J. 2011).

Коментираният *кросплей* неминуемо ме препраща към *драг* дейността. В първата драготилница в България през 2021 г. взехме участие повече от 20 души. Организаторите се бяха погрижили за множество уъркшопи, дискусии, посветени на феномена *драг*, танци, съвети за гримиране, както и за преодоляване на сценична треска. В групата имаше няколко чужденци и говорехме предимно на английски език. Когато се представяхме, трябваше да споделяме за предпочитания, относно местоименията, с които останалите да се обръщат към нас. В споменатите дейности ние се събирахме в кръг и осъществявахме различни ролеви игри. Например един от нас застава в центъра и трябва да стои статично, докато всички около него танцуват, или обратно – той танцува и всички останали са статични (с гръб към него). В друг вариант – всички танцуваме, без да се гледаме, но този, който е в центъра, може да ни вижда. Идеята на подобни ролеви игри беше, по мои наблюдения, да ни накара да се освободим от възможни предразсъдъци, страхове, притеснения и да дадем воля на своето чувство за ритъм и усещане за музиката, както и за *драг* изкуството като цяло. В процеса на работилницата имаше възможност да изградим свой *драг* персонаж, да представим изпълнение с него, като си изберем песен (възможно е и някаква реч, диалог от филм и т.н.) пред жури от известни български *драг* артисти, а финалното събитие беше официално парти (т.нар. *драг* дебют), на което присъстваха голям брой зрители, огромна част от ЛГБТ+ общността. *Драг* дебютът, както и повечето *драг* пърформанси в България, се изпълнява върху

ориенталски килим, който символно представя границите на импровизираната сцена. След последното изпълнение всички присъстващи са поканени да танцуват заедно върху него. Преди да участвам в драготилницата не знаех много за културния феномен на *драга*. Познанията ми стигаха до няколко риалитита, които съм гледала по Нетфликс, посветени на това изкуство, както и филми, свързани с него, тип *Rocky horror picture show*. Визията на един *драг* артист често е базирана на преувеличени черти (чрез изкуствени мигли, силно подчертани скули, вежди, устни, перука и т.н.), присъства елементът на кич (брокат, цветни лещи и др.). Бях запозната с елемента, свързан с журито, както и т.нар. ментор, който може да влезе в ролята на съдия. Преди да присъствам на *драг* събитие смятах, че е задължително да има т.нар. кръстосан елемент (т.е. мъж да прави женски *драг* и обратно), но това ме праща директно в конвенционалните нагласи, които *драг* изкуството поставя под въпрос. Видях, че *драгът* може да е абсолютно всичко, дори цвете. Тук виждам връзка както с косплей, така и с ЛАРП. Пърформансът – позната част от двата културни феномена, сцената, танцът и липсингингът – свързани с косплей, изобретяването на собствен персонаж – свързан с ЛАРП, както и спонтанната реакция на публиката, и импровизацията на артиста, позната и при двете коментирани културни практики. Кръстих своя *драг* персонаж *Bloody Merta* (*Кървавата Мерта*), който е андрогинен, с предпочитано местоимение *то*. Концепцията ми за *Кървавата Мерта* е вдъхновена от хорър жанра. Тя е миризма, сериен убиец, който влиза в тялото на човек, когато я видиш и тя го видоизменя. Една от задачите беше да опишем какво представлява *драгът* за нас – тогава импулсивно отговорих, че за мен той представлява всички мои демони. В такъв смисъл моят *драг* персонаж беше силно демонизиран, надменен, груб и черен. Чрез перука, изкуствени мигли, бяла леща на едното око, и нарисувани кървящи облаци направих включено наблюдение на този феномен.



Ил. 15. Селфи на авторката малко преди драг дебют.

Персонажите на останалите участници бяха изключително разнообразни и еkleктични. Така участник със забрадена глава би могъл да използва за пърформанса си известна българска поп-фолк песен, да запали свещ и след това да раздава от торбичка *Била* някакви платове, а всеки би могъл да има собствена интерпретация за наблюдаваното. По време или след края на сценката в случай, че представлението се е харесало от някого от публиката, е прието той да им *подхвърли* или подаде лично някоя банкнота. Аналогията, която интуитивно бих направила, е със стриптийза. *Драгът* е наситен с *queer* идеология, поставят се под въпрос очакванията и конвенционалните нагласи спрямо половете, представя се тяхната динамична роля в съвременното общество. Наличието на подобни събития е жизненоважно за това общество, тъй като „видимостта ни остава сред най-ценните ресурси, които можем да мобилизираме, за да се опитваме да променим опресивната хетеронормативна среда, която по принцип ни изключва от ползването си“ (Петков, 2020).

Със сигурност в повечето пърформанси присъства елементът на шегата, пародията, скандала. Пърформансът ми представляваше колаборация с друг участник, който играеше ролята на мое пиано. Тъй като не успях да участвам в косплей събития поради замразяването им по време на пандемията, чрез включването си в *драг* събитието осъзнах какво се има предвид под ескейпизъм. Човек влиза в роля, отпуска се и забравя за малко своето истинско аз или точно обратното – изкарва на воля всичко онова, което обществото му забранява под някаква форма

и в този смисъл *избягва за кратко от реалността*. Куиър събитията рядко са публични заради множеството заплахи и агресия от т.нар. от *куиър* общността *нациста* и *фашисти*. В този смисъл *драг* събитията са силно идеологически наслоени, като в отделните пърформанси има конкретни послания. На подобни събития човек може да присъства само с покана, като видеа и истории в социалните мрежи не се качват по публични групи. Реших да спомена за това свое включено наблюдение, тъй като в началото на изследването си намирах сходство между косплея и *драга*. Присъединявайки се към общността обаче, пред мен се разкри една много по-сложна картина. Въпреки че в случая всички ние бяхме аматьори, в смисъла на непрофесионални *драг* артисти и любители на *драг* изкуството, на този феномен е нужно да се отдели съвсем различна теоретична концептуална рамка и самостоятелно изследване. Основната задача на културните изследвания е да направят видими невидимите. *Гей прайдът* е подобен тип карнавал с политическа заявка – *ние съществуваме, вижте ни*.



Ил. 16. Грамота за участие в ДРАГотилница. Снимка на

авторката.

Един от масово коментираните аспекти на косплей визията на участниците е повишената сексуализираност. Когато за първи път се редях на опашка за няколко часа, в които прекарах сред тийнейджъри и ученици, се наслушах на всевъзможни коментари, акцентиращи върху

желанието им да видят някои конкретни части от тялото на дадена косплейърка. В чужбина се мотивира цялостно движение против сексуалното насилие и навлизане в личното пространство – *Cosplay is not consent* (*Косплеят не е съгласие*), подкрепяно от стотици хиляди засегнати. Тук може да се види връзката с термина *мое*. От прочетеното в статията на момиче, което споделя своя негативен опит, свързан с нападки и наченки на сексуално насилие на косплей събитие, разбираме, че „когато говорим за косплейъри, трябва да се разбере, че става дума за измислен герой и истински човек с чувства едновременно“³⁴.

В Индонезия практиката, свързана с косплей се нарича *хиджаб косплей* (*hijab cosplay*), т.е. участничките пресъздават герой, носейки хиджаб, а активната изследователка на феномена Растати казва: „Някои хора смятат, че хиджаб косплеят не е косплей, тъй като би трябвало участникът да създаде костюм, който напълно да изглежда като този на героя“ (Rastati, R. 2017: 217). Хиджабът дава възможност да се изрази скромност и благоприличие чрез творчество и интерпретация, които са в съгласие с шариата. Авторката споделя, че въпреки критиката, свързана с конкретната практика, чрез тази дейност може да спре да се гледа на хиджаба като на бариера. *Хиджаб косплеят* позволява на мюсюлманските жени да изразяват себе си и да бъдат креативни чрез косплей (пак там).



Ил. 17. Hijab cosplay takes off in Indonesia and Malaysia as Muslim women embrace fan culture.

Източник:

Google

images

³⁴ Kerzner, L. 2015. Metal Gear's Quiet and Cosplay's Unique Form of Free Speech <http://www.escapistmagazine.com/articles/view/comicsandcosplay/columns/cosplaydossier/14863-Metal-Gear-sQuiet-and-Cosplay-s-Free-Speech> (посл. посетен на 13. 02. 2019 г.).

https://www.google.com/search?q=hijab+cosplay&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKewj8g4q5zcXgAhXkwlsKHdAtDvwQ_AUIDigB&biw=1536&bih=722#imgrc=uToRf0G20Fs4q_M:
(посл. посетен на 13. 02. 2019 г.

Чрез сравнението между косплей, ЛАРП и *драг* изследваният феномен разкрива възможност за открояване на културни специфики, религиозни възприятия, както и опит за разбиване на стереотипните отношения спрямо социалния пол или религията. Преобръщането на културните полюси и травестията са древни механизми на маскарада. Той ни изважда от всекидневието и създава празничност.

Косплей в България

Халювълната

Феноменът *косплей* няма как да бъде описан без да бъде положен в по-широката парадигма на нарастващия в последните години в България интерес към традиционна и съвременна японска и корейска култура. Има сведения, че общността, интересуваша се от източни култури, се е обособила първоначално във форум, който се е казвал *anime.bg*, по спомени на респонденти. Това ме препраща към идеята, че някои от първите онлайн групи за писане са организирани около фенфикшъна. През последните години в България се наблюдава т.нар. корейска вълна (*Hallyu* - *халювълна*), която води след себе си изключителен интерес у хората към азиатската култура (главно музика и корейски драми) по цял свят след 90-те години на миналия век. Изследователи класифицират и една нова тенденция, която е съпътствана от развитието на web 2.0, като я наричат *нео-корейска вълна*³⁵. Разликата между двете е, че при втората има много по-широко и живо разпространение посредством виртуалното пространство и на това се гледа като на трансформация на оригиналната *халю вълна*. На всяко едно събитие присъства и *к-поп/к-роп* (корейски поп). Музиката на корейските идол групи са известни със запомнящите се бийтове и кратките повтарящи се рифове (*hooks*)³⁶. По този

³⁵ The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon (2011: 37)
http://www.korea.net/koreanet/fileDownload?fileUrl=/content/pdf/general/KOREAN_WAVE_20110907.pdf
(посл. посетен на 13. 05. 2022 г.)

³⁶ The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon (2011: 59)
http://www.korea.net/koreanet/fileDownload?fileUrl=/content/pdf/general/KOREAN_WAVE_20110907.pdf
(посл. посетен на 13.05.2022)

начин може лесно да се научи текстът, дори и в случай, че човек не го разбира дословно. Моментът е подходящ да се спомене и *cover dance* – фенове научават хореографията на клиповете на любимите си звезди. Това явление може да препрати към *Лунната походка* на Майкъл Джексън, която завладява огромна аудитория. Интересен факт е, че китайският превод на думата идол (*idol*) е копиране на образ/изображение (*copy-image*). Според мен това разбиране има влияние върху цялостната практика, свързана с мимезис, имитация, подражание и оподобяване на вече съществуващ образ, идваща до някаква степен от източната популярна култура. Същината на *к-попа* до голяма степен се доближава до тази на косплея във връзка с имитирането на вечесъздаден образ, но често съществуват противоречия между практикуващи различните практики. Изборът от страна на организаторите, *к-поп* изпълненията да се провеждат паралелно с косплей сценките, е критикуван от някои от феновете, дори е обяснен като местна специфика за България. Въпреки това, *к-поп* се радва на много почитатели из цял свят. Започват да се създават *к-поп* заведения, в които са изложени снимки, облекла, аксесоари и подписи на халю звездите, а и картонени фигури с реалния им ръст. Едно от най-известните подобни заведения е *Kstory* в сърцето на Сеул, а в България също се открива такова през 2012 г. във Варна – *KPOP – BAR Parallel*, което обаче фалира малко по-късно. Освен обичайните напитки за кафене, се е предлагал и корейски чай, а музиката била предимно *к-поп*, японска, китайска и тайванска. Феновете на корейската култура са били впечатлени и от късметчетата – снимка на *халю* звезда, придружена от пожелание. Съществуват, разбира се, и косплей заведения, в които персоналът е облечен като персонажи от видеоигри, комикси или анимации.

Косплей събития в България

За настоящото изследване направих четири теренни наблюдения, които осъществих на 9-и септември 2017 г. (*Aniventure Comic-Con*), 1-ви април 2018 г. (*AnimeS*), на 28-и април 2018 г. (*Aniplay*) и на 14-и и 15-и септември 2018 г. (*Aniventure Comic-Con*), които са и основните косплей събития в България.

Освен *к-поп* на подобно събитие има всякакви дейности – многобройни са геймърите, които играят в отделни стаи, като са им предоставени компютри, има ЛАРП зона, където

посетителите могат да се сражават с мечове от полипропиленови тръби за водопровод, има зони, които запознават присъстващите с традиционни японски/корейски практики, има дори графити-артисти. Търговската зона е също огромна част от подобни събития и на пръв поглед всичко това изглежда като грамаден базар, изпълнен с различни развлекателни дейности. На подобен тип събития съществува до голяма степен еkleктика, не само погледната по-отгоре, съчетаваща разнородни фен общности, но и по-конкретно в изследвания феномен на косплея и избора на герои – има такива главно от азиатски и американски продукции, които иначе не биха съществували в един свят. В контекста на *културата на участието* (Jenkins, 2006) на почитателите и феновете на даден културен продукт не им е достатъчно да са пасивни зрители, те имат нужда от активно участие в процеса на създаване на творчество. Обикновеният почитател се научава на специфични умения, чрез които да се въплъти във визията и поведението на любимия си герой. Като недостатъчно запален фен на аниме и манга не можах да разпозная голяма част от наблюдаваните от мен герои. Освен тях обаче присъстваха много от *Дисни* анимациите и от популярни филми и видеоигри, които успях да разпозная.

Първите събития в България, датиращи от 2006 г. насам, са се провеждали в училища или в хижи. Както стана ясно от всичко казано дотук, Косплей общността до голяма степен е свързана с феновете на аниме и манга. Според Роланд Келтс феновете на аниме и манга са вдъхновени от привлекателността на „*направи-си-сам*“ на аниме експо събитията, където са способни да покажат своята *аниме привързаност публично* като правят и носят своите собствени костюми, привлечени в процеса, който им позволява да определят как „значенията (на дадения герой) биха могли да бъдат приложени в техния собствен живот“ (Kelts, 2006: 151-152 цит. в Leng, 2013). Косплей събитията са отразени от някои медии, които според думите на респондентите имат интерес към дейността. Накама правят билбордове за самите събития. М. И. прави ретроспекция:

тръгнаха от 4-и километър, дето е на границата на излизане от София, стигнаха до това, рекламата да им е в центъра на София, да използват 4 от халетата на ИнтерЕкспо център, което е огромно за ивент. Оказва си влияние медията наистина.

Споделено впечатление е, че след създаването на комик-конвенцията в България интересът от страна на чужденците към българския косплей се е увеличил драстично. В.З. казва:

доста сме уникални и може би не го казвам, защото съм българка, но сме на най-високо ниво на Балканския полуостров... Откакто AniVenture стана Comic-Con, ставаме много хубава дестинация за околните държави, излизаме на картата, като се лепне Comic-Con всички идват, всички знаят

По-рано в описанията си относно това, на какво ми наподобяват косплей събитията, съм ги обрисувала като детски рожден ден, без да знам, че ежедневно ще ми се налага да присъствам на такъв. Най-силно впечатление това ми направи на *AniPlay*, който се състоя в Парадайз център. Сякаш целият мол беше подготвен за събитието и нарочно имаше почивки от по един час, в които публиката може да се отдаде на свободна консумация по магазините. В *McDonalds* имаше дори аниматор, който забавляваше многобройните деца. Малко преди началото на пандемията от Covid-19 работих като фотограф в детски център, в който главно се празнуват детски рождени дни (на деца от 2- до 12-годишни). Неизменна част от празненството е свързана с аниматорите, които влизат в ролите на популярни герои от известни анимации и филми главно чрез костюми, но много рядко чрез поведение, специфично за конкретния фикционален персонаж. Структурата на празненството следва строга хронология. Започва с игри (различни за възрастовите групи), след това се хапва пица/картофки, после има танци с аниматора, а накрая специалният ритуал с торта, по време на който той се шегува с гостите, родителите и рожденика, старейки се да създаде дълготраен и хубав спомен от духването на свещичките. Един аниматор, за да бъде професионалист, трябва умело да борави с техниките на импровизацията. Въпреки че тя е основна за успешната му работа, тя е рамкирана до голяма степен. На косплей събитията не присъстват такива стерилни рамки, познати реплики, еднообразно поведение и т.н. Може би, ако не бях работила в детски център, щях да продължа да си мисля, че косплей събитията наподобяват подобно празненство. Да, има огромни тълпи от деца, които са в еуфория и непрестанно движение, както и по време на моята работа. Често обаче на косплей събитията, особено на комик конвенциите, има хора от всякакви възрастови групи. Тук бих искала да опиша теренните си наблюдения с термина гийк. Косплей събитията и комик конвенциите са насочени към гийкове. Присъстват фенове на различни културни практики, някои ще харесват комикси, други ще харесват манга, трети ще харесват и двете. Има разнообразни класификации и вариации на фенщината. Важното тук е, че подобно събитие събира всички тези хора с привидно различни интереси в една вселена, в която всички те съществуват паралелно. На подобни събития посетителите споделят, че се чувстват като едно голямо

семејство, без значение къде се намират по света, тъй като всички те споделят общо влечение към конкретни аспекти от популярната култура.

По време на събитието се редуват косплей ревюто/сценките и *к-поп* танците, като в залата, в която се случват тези дейности, има и *мърчъндайз зона*. *Nakata* пишат относно нея:

*Това са разнообразни щандове, които ще вземат участие в събитието. Те ще предлагат много артикули като тениски, фигурки, плюшки, косплей аксесоари, манга, к-поп и още много! Може да разгледате в събитието тук вече част от обявените щандове в тази зона, а предстои и още много да бъдат тепърва обявени!*³⁷

Според думите на респондентите търговската зона има голям успех, но съществуват разлики в практиките тук и в чужбина. Респондент М. И. казва, че във Франция на *JapanExpo* има много повече некомерсиални или арт-щандове на хора, които са правили фенартове и ги излагат като принтове. В България има много малко хора, които се занимават с това. Тук повечето хора искат фигурки, но няма толкова художници на тази тема. По този повод казва:

Тук много малко хора ще тръгнат да си купуват принт и тя (В. П.) затова реално спря да продава принтове, в момента прави аксесоари и ги продава.

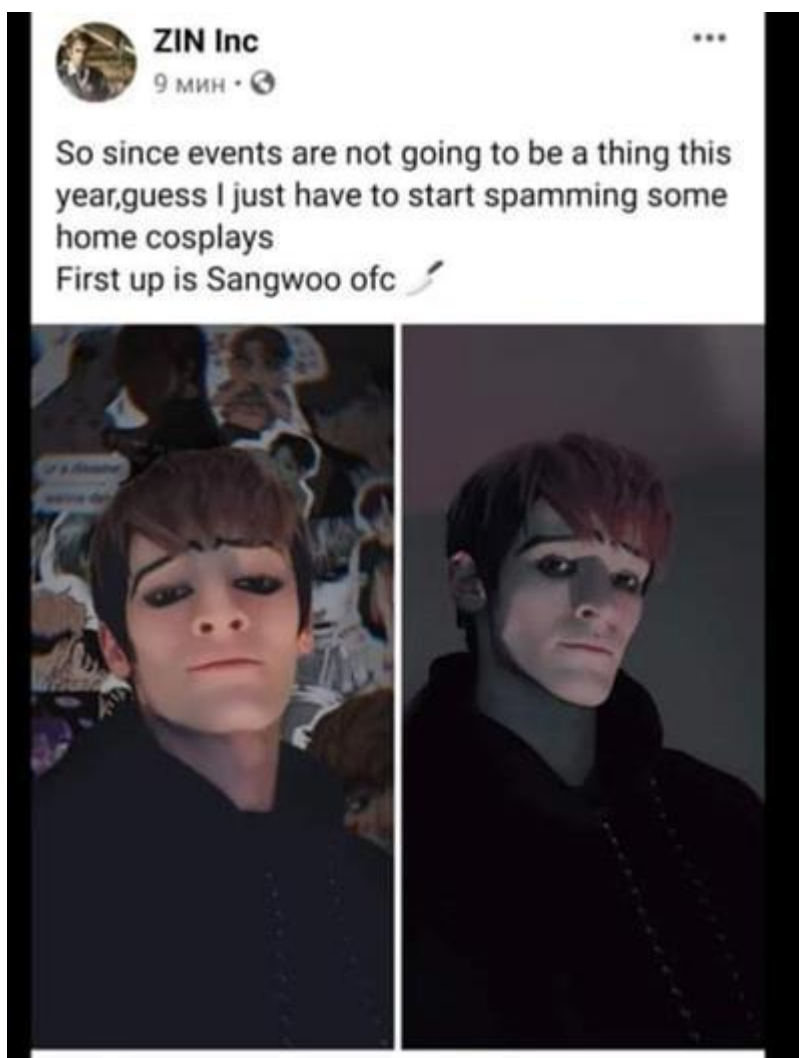
След настъпването на пандемията от Covid-19 за 2 поредни години бяха отменени всички косплей събития и комик-конвенции. Единствените събития, които се състояха, бяха от поредицата *Anime and Gaming Festival* на площад Централен в Пловдив. Събитието е различно от тези, на които съм присъствала, тъй като е ситуирано на площад, а не в зала, но интересът към него беше все толкова голям. Освен тези разлики има и такива, отнасящи се до спецификата на самите сценки – няма осветление, каквото често участниците изискват при сцените си (мигащи светлини, такива в ритъма на музиката и т.н.). Събитието се провежда през юли (2021)/юни (2022), когато е много топло и участниците трябва да съобразят костюмите си спрямо метеорологичното време. На страницата на *Nakata* във Facebook четем следното:

Тъй като сме на открито, също така трябва да планирате своето сценично изпълнение БЕЗ осветление. Косплей шоуто ще се състои по светло през деня, което означава, че няма начин да

³⁷ Facebook страницата на ивента AniPlay <https://www.facebook.com/events/802323046614111/> (посл. посетен на 13. 02. 2019 г.)

поискате: „да загасите лампите и да не се виждам“, „осветете само мен с лъч светлина“, „направете всичко зад мен зелено“ и т.н. Сцената ще има осветление за атмосфера, но то ще се вижда минимално поради дневната светлина.

Тези ограничения до някаква степен възпират възможни първоначални идеи на косплейърите, но под поста няма коментари и възражения. Някои от респондентите правиха т.нар. *home cosplay* което представлява алтернативна форма на косплей, много по-различна от традиционното възприемане на понятието. В случая става дума за снимка, на която е показан гримът/костюмът на пресъздавания герой, липсва елементът на *игра*, най-вече защото я няма сцената.



Ил. 15. Пример за Home Cosplay по време на пандемията от Covid-19. Скриншот на авторката.

Косплейърите в България

Мотивацията на участниците косплейъри може да бъде изключително разнообразна. Голяма част от тях от малки обичат да творят произведения с ръцете си, главно чрез шиене, рисуване, работа с различни инструменти и т.н. Друга част от тях са обсебени от анимации/анимета, филми, видеоигри, които провокират вдъхновяването им да се облекат като любим техен герой - „дигиталните игри често позволяват на геймърите да играят със своите идентичности и да представят себе си в различни социални и/или фантастични ситуации“ (Crawford and Rutter, 2007: 276, цит. в Rahman, O., Wing-sun, L. and Cheung, B. 2012). Респондентите косплейъри са на възраст между 17 и 27 години и при всички тях се наблюдава интерес към фикцията, научната фантастика и фентъзи сюжетите. Докато някои от тях (В. П., В. З., М. И., Р. П., А. З.) са печелили много награди, участвали са на събития в чужбина (Португалия, Франция, Румъния, Англия, Япония), били са на първо място на чуждестранни издания като Euro Cosplay и др. под., други като К. К., Е. С. и др. се занимават от по-скоро с косплей, нямат поглед върху косплей събитията в чужбина, не са успявали да спечелят награда, не са толкова близки с организаторите и някак от само себе си, успяват да излеят критическото си отношение спрямо ситуацията с косплея в България пред мен. Г. С. пък се е запалил по косплей от друг сходен културен феномен, който винаги се провежда паралелно с косплея – к-поп, а неговото мнение спрямо тематиката, свързана с отношението към социалния пол в косплея в България, е любопитно. В. З. прави предимно мъжки костюми, известна е с брадите, които изработва, един от по-известните косплейъри е и е викана в чужбина като жури, а М. И има интерес към аниметата и Япония, винаги е обичала да майстори нещо с ръцете си, прави брони, също печели награди и е канена в чужбина като жури. Р. П. няма никакъв интерес към азиатските продукции, но за сметка на това от малък харесва фентъзи и фантастика, винаги е искал да живее „във вълшебен свят, в който всичко е възможно“. В. П. от малка обича да шиє роклите на куклите си и това я превръща в един от косплейърите с най-сложни костюми, в които има много различни техники.

Всички респонденти имат интерес към творчеството и от малки се занимават с шиене, рисуване и работа с различни инструменти. В. П. споделя:

от малка аз винаги съм се занимавала с нещо подобно, преди много харесвах кукли Барби. Но това, което беше различно, беше, че аз им шиех дрехите. Майка ми беше много очарована. И след това косплей, което всъщност е пак шиене и правене на такива неща. Отвътре ми идва, не знам...

По-голямата част от тях са запалени от детството си от анимета и от популярните западни анимации на Дисни или приключенски филми. А. З. определя косплея като „*все едно Хелюин, но по-често, на по-високо ниво, с фокус върху костюмите*“.

Как се създава косплей костюм

Web 2.0 осигурява огромно разнообразие на стриймове, tutorиали и всякакви видеа, свързани с направата на косплей костюм, оръжие, инвентар и всичко, от което един фен има нужда. Почти всички от тях са самоуки, като понякога си помагат взаимно или търсят съвети от хора, които се занимават професионално с някоя от дейностите, които са им нужни за направата на костюм. За част от костюмите има tutorиали в интернет, от които могат да взимат идеи, но за някои от героите такива не съществуват и те измислят начин, по който да се доближат максимално до визията на героя.

Участниците главно пазаруват от *Джъмбо* (за фолм/foam, което е като постелка за кола), за платове от *Какаду*, за бои от *Слънчоглед*, а уорбла си взимат от конкретен човек, който им я продава, но няма магазин, наричат го *дилъра*. Според респондентите в България не се намират много добри материали и затова предимно правят костюмите си с подръчни средства, които са значително по-евтини от материалите в чужбина. Предимство за тях е, че имаме изобилно количество от разнообразен текстил. В. П. казва: *общо взето, гледаме да пестим, не да хвърляме*.

Някои косплейъри използват костюма си от бала за косплей: Г. С. си спомня:

12-и клас казвам на нашите: чакам си костюма! Те ме питат: кой беше той? Аз: Маската на Джим Кери! И отидох на бала си в ярко жълт фрак с подплата на черно-бели точки, беше много забавно.

Той също споделя как в един момент сам е започнал да си изработва подръчните материали, започва да работи с пирограф, с който е гравирал кожата за обувките на *Шапкаря*. М. И. допълва:

като покритие може да се използва пластидип (plasti dip), което принципно се ползва за коли. Буквално пръскаш като стандартен спрей, но ти прави пластмасов слой. Когато правиш нещо с пластидип, може да не ползваш уорбла... Пластидипът е също много скъп, мисля, че е 60 лв. кенчето... От картон съм виждала да бъдат направени едни от най-добрите костюми в България, примерно ще му излезе 20-30 лв. костюмът!

По време на първите ми наблюдения на косплей събития имах чувството, че някои от костюмите са изключително бутафорни, но след това осъзнах, че това често е желан ефект, тъй като в анимациите декорът, реквизитът и костюмът не изглеждат истински – Г. С. споделя:

важното е да направиш нещата да приличат на материалите, от които са направени, но да не са направени от тях. В анимациите металът изглежда по един по-специфичен начин, отколкото е в реалността.

За Е. С. *втората употреба* – това е *раят*. Участниците имат силното желание да изпълнят желания ефект и намират всякакви начини, за да се доберат до материалите, които им трябва за конкретната изработка. Най-често срещано е посещението на магазините за втора употреба. Следователно съвсем адекватно би могла да се обясни косплей дейността чрез *културен бриколаж*, както и много съвременни дейности, свързани с еkleктика, интермедиялност и смесена медия.

По време на включеното ми наблюдение на Aniventure Comic-Con се открие костюмът на Е. С., пресъздаващ Babadook.



Ил. 19. . С. като Babadook. Източник Facebook, Andrey Spiridonov Photography <https://www.facebook.com/AndreySpiridonovPhotography/photos/t.100008976553249/2069308796442037/?type=3&theater> , (посл. посетен на 13. 02. 2019 г.)

Предположенията ми бяха, че тя го е правила с помощта на туториали, но впоследствие се оказа, че в интернет не е имало видео, което да ѝ помогне за цялостния костюм. Въпреки че тя се занимава отскоро с косплей и не е доволна от костюма си, резултатът според мен беше впечатляващ.

От разказите на респондентите установих, че за основна помощ в направата на костюмите им се считат туториалите и съветите от други косплейъри – К. К. казва: *най-хубавото, между другото, на тези хора, които се занимават с косплей е, че винаги – всеки ще ти помогне.*

За много участници в субкултурите, както и в косплея, получаваното разбиране и подкрепа са важни (Rahman, O., Wing-sun, L. and Cheung, B. 2012).

Според Р.П. има разлика в това да изработваш вече създаден костюм или да го правиш по рисунка:

за мен е много по-лесно да имитирам съществуващ костюм и да го превърна отново в истински костюм, отколкото от рисунка. Защото рисунката много по-често си позволява да прави нефизични и нереални неща, които с плат е много трудно да постигнеш.

Тъй като става дума за цялостна визия, в нея освен костюма, влизат грим, прическа, реквизит (брони, оръжия, аксесоари), други харесват работата по Photoshop обработката на снимките. М. И. казва:

всеки косплейър си има като типичен начин на изработка и можеш да го разпознаеш, особено от старите косплейъри, които са работили повече с материали. Можеш да разпознаеш стила на крафтене.

Някои от косплейърите се обиждат, когато дейността им бива приравнявана с карнавал, тъй като смятат, че това е презрително отношение, при положение че са вложили толкова много усилия и труд. В. З. казва, че не става дума просто да облечеш някакъв костюм, да се размотаваш с него и да се лигавиш, както се случва по нейни думи на един карнавал. Това мога да го свържа със засягането от страна на някои френски косплейри, когато ги наричат *costumade*: според френските косплейъри това е обидно, тъй като не вниква в дълбочина в тяхната практика – значението е: събиране на костюмирани аматьори, които са се облекли като своите любими герои, заимствани от комикси, манга, кино, и видеоигри (Schütz, 2014).

За да бъде допуснат до сцената даден участник, трябва да има определена сложност на костюма, като колкото повече техники биват използвани и съчетавани от него, толкова той е по-близо до добрия *фийдбек* (обратната връзка). В. П. казва:

в един костюм могат да се използват страшно много техники, колкото повече техники използваш, толкова ти е по-добър костюмът.

За косплейърите най-важни са хората, които да оценят труда им, а и това да ги забавляват и зарадват по някакъв начин. Това най-добре се получава, когато споделят обща страст, било то свързана с носталгични чувства, породени от споделените им спомени им от детството, или нещо, което е станало актуално наскоро. За един хубав костюм средно се дават по 150-300 лв., като често се стига и до над 1000 лв. от по-амбициозните. Чрез това влечение те се научават да шият, да обработват кожа, да правят най-разнообразни гримове, да разбират от канцеларски материали, уорбла, фибран и какво ли още не, а натрупването на умения ги мотивира да стават все по-добри в това, което правят. „Костюмът се превръща във фенски сувенир, свързан с предишния пърформанс. Обектът изобилства от носталгични чувства“ (Lamerichs, 2014: 123). М. И. споделя: *има един момент в косплея, в който сякаш костюмите си придобиват душа. Моментът, в който виждаш как целият ти труд се събира и всичко започва да се получава.*

Според нея когато участникът реши да даде костюма си на шивачка, се губи връзката между човека и героя.

За да си косплейър е необходимо да се научиш да работиш с много различни материали: „Най-често използваните материали са EVA foam, фибран, worbla, кадастрон, лепила и бои. EVA foam е съкращението за пяна от съполимер на етилен-винилацетат със затворени клетки, използвана като ефективен заместител на различни материали в производството. Той е подходящ заместител на естествен каучук, винил, неопрен, полиуретанови и PVC пяни, дървесни композити, филцове, фибростъкло и минерална вата. Материалът от пяна EVA характерно осигурява добър блясък и чистота, остава здрав при ниски температури, запазва своята устойчивост на UV лъчение и напукване и притежава водоустойчиви свойства на горещо лепило. EVA пяната има фина равномерна клетъчна структура, която позволява да се обработва подобно на други термопласти. Той запазва своята гъвкавост и еластичност, бързо се възстановява от компресия и абсорбира цветовете. Worbla е нетоксичен термопласт, произведен от възобновяеми естествени суровини, и е любим материал за косплей, дизайн на костюми, бижута, реквизит, модели и изкуства и занаяти. При закрепване на Worbla към себе си естественото лепило се активира, щом бъде нагрято“ (Бутрева, Котева: 2022 :193). Освен това – научаваш се да шиеш, да гримираш, да боядисваш и оформяш перуки и др. Г. С. казва:

ставах дърводелец, инженер, аз имам приятели, които са си вкарвали светещи свещи в самия костюм. Винаги ти идват все повече нови и нови идеи за направата на самото нещо.

Според някои автори костюмите се превръщат в културен продукт – костюмите, бидейки културен продукт, биват одобрени от зрителите и по този начин тези зрители в замяна им придават известна правдоподобност (Winge, T. 2006).

Елемент на ролплей

Не за всички участници е толкова важен костюмът, колкото цялостната визия, представена чрез вникване в героя, овладяване на поведенческите му характеристики и логичното му и атрактивно представяне в 21 век. В този ден, на това събитие вече са героите. За някои това се превръща в същинската мотивация за участие в подобно събитие. Изключително интересен е случаят с разказа на респондент Р. П., който всъщност е и ларпър. Следващият цитат е доста дълъг, но красноречив за вдъхновението му и вглъбяването в нарисувания герой – *Малефесант/Злодеида от Спящата красавица*, който иска да пресъздаде:

като се замислиш, не можеш буквално да си в черно и в лилаво, защото не всеки плат е подходящ. Повечето хора виждат черно и взимат най-обикновеното черно и после – „ама то изглежда плоско“, еми, разбира се, ти не си картинка, ти си 3D човек! На теб тези монохроматични цветове въобще не изглеждат така, както на една 2D картинка. Видях черен плат, който целият беше на люспи. Първата асоциация, която си направих беше - драконови люспи. Тя се превръща в дракон. А и пак, асоциацията за нещо лигаво, мазно, студено, влечуго, пак се подсилва от образът на нещо зло, коварно, подло. И си казах: това трябва да е истинска, функционална, средновековна дреха. Аз ако съм в Средновековието, бих искал да се подсилва образа на нещо студено и не толкова гушкаво. И си взех черен плат на люспи. В истинската картинка, няма нищо загатнато за люспи, но това е моя интерпретация, защото това нещо трябва да стане 3D, трябва да е реално. С рога отново подходах към Средновековието – средновековните рисунки на техните шапки, които са носили придворните дами. Всичко беше направено от плат и подложка за ламинат, защото тези рога 75 трябваше по някакъв начин да стоят. Цялата шапка и рога се слагаха с един цип, скрит отзад, дърпах ципа и всичко прилягаше по главата. Защото може да се движи, не е от метал, не беше пластмаса, защото в Средновековието няма. Това ми отне може би 4 месеца конструиране и много часове пред огледалото с постоянно разперване и разтваряне. Но никой не го интересува това, те

искат крайния ефект. Добавянето например на органични форми като тръните в картинката няма никакъв зачатък на тръни. Аз реших, че ще е много хубава загадка за бъдещето, което очаква самата приказка, и да се дръпнат елементи от самата анимация - бодливите тръни и стената, която ограждаше Аурора и замъка. И ги бях сложил в края на зъбите на наметалото, като прокрадващи се в лилаво. Съвсем лек отенък на светлината. Тръните – символ на нещо опасно, нещо оплитащо се и застрашаващо. Пръстенът – много важна част от нея според мен. По принцип в анимацията е абсолютно черен камък, но аз реших, че е крайно скучно да бъде просто черен камък и вмъкнах вътре парчета разкъсано злато, все едно някога е било нещо толкова красиво и чисто, но с времето и покварата е започнало самото злато да се отлюпва отвътре и е започнала да се нагнездва тази чернилка. Кое то му придава тежест в нашия свят. Има физическа стойност... Във филмчето е просто жълт жезъл със зелена топка, но самият звук, който той издава, когато тя го удари в мраморните плочки, не е съвсем дърво и реших, че трябва да е метал, затова реших да го направя изцяло метален, отново с някакви гравюри на увиващи се тръни, за да може да имам един повтарящ се елемент – и в робата и в жезъла, за да може да изглежда кохезивно изцяло. Сферата – пак малки камъчета от топаз, които са вградени, защото според мен това е човек, който има финансовата възможност, все пак живее в замък, следователно този, който е направил жезълът е майстор. Моята има няколко зъбчета, които държат самия камък, защото иначе тази сфера ще падне, физически нищо не го задържа. Много малка част от нейната рокля се вижда, но аз отдолу носех изцяло готова подплатена рокля, с огромни буфани и прилепнали ръкави и имах на колана и на бюстието пак извезани тръни, защото тази жена, която в крайна сметка спира да бъде господарка на злото, трябва все пак да се съблече и да се приготви за сън... Семпла рокля, която беше червена, набрана и с колан и отзад с корсет. Това нещо, разбира се, не се виждаше на сцената. Текстурата на червеното бях успял да я постигна, като манипулирах плата с вода и лепило C200, бях потопил целия плат и го бях насукал, за да изглежда почти като сбръчкана, състарена кожа, нещо пак нездравословно, антично... Краищата на робата също бяха състарени. Разликата между функционална и истинска дреха и костюм е може би в начина на състаряване. Тя се движи из този замък, има тръни и камъни, няма начин да няма дупчици по хастара, по роклята, няма как да няма кал, мръсотия, прах, защото тя се движи. И тя не мисля, че има много други дрехи... Тя просто се е появила от този 13-и век и се е цопнала в нашия свят. Тя се е материализирала. Тя трябва да е живяла и да се е потила в този костюм. Това беше най-сложното нещо – тя е рисунка и ти трябва да ѝ дадеш 3D образ. Очите по същия начин – успях да намеря едни леци, които се казваха еклипс. Не са съвсем жълти, а имаха съвсем лек ореол, буквално все едно луната закрива слънцето. Светлината 76 избягва от това жълто и пак ѝ предава едно друго усещане. Гримът беше много по-изчистен. До последно не знаех как ще изглежда, единственото, което ми харесваше, е, че моят нос е подобен на нейния, леко гърбав, но оттам насетне много трудно можеш да прецениш. Не исках да се получава пародия или мъж, който прави жена и цялото

това нещо е тип неуспешен драмейкъл, това исках да се избегне напълно. Исках хората не да виждат мъж в рокля, а да виждат Малефесант!.



Ил. 20. Р. П. като Maleficent на Евро Косплей в Лондон. Източник: Facebook <https://www.facebook.com/RadoRavenArt/photos/a.834645346713043/839772959533615/?type=3&theater>, [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Вникването му в персонажа е толкова дълбоко, че той дори обмисля с каква дреха (която не се вижда на сцената) би била героинята под наметалото, тъй като все пак си *ляга да спи по някое време*. Желанието му да пресъздаде образ от анимация по възможно най-достоверния начин, не се основава само на визуалния аспект, но обмисля и как персонажът би изглеждал, ако се е телепортирал от 13-и век. Това е „почти чудотворно изживяване, в което олицетвореният персонаж оживява благодарение на косплейъра“ (Shutz, 2014: 70). Участникът състарява нарочно материята, вкарва елементи като тръни, които не присъстват на оригиналната рисунка, използва материали, като се съобразява с епохата, от която идва, но ги има в анимацията, през цялото време не излиза от роля и се държи сякаш е *антична вещица в 21 век*. Значи, за нея всичко модерно ще е странно, няма да разбира абсолютно

нищо и ще се придържа към това, което ѝ е познато... да продължиш да си дадения персонаж, дори след като слезеш от сцената. В този смисъл „изкуството на косплея радикално усложнява парадигмата на фена като активен производител и на фена като манипулатор на каноничния текст“ (Gn, 2011: 583). Той влага повтарящите се елементи на тръните по различни части от костюма, за да има цялост и логика. Дори в съвсем малки детайли като пръстена, който обаче е важен за анимацията, той влага дълбок смисъл – най-лесно би било той да е просто черен, но той иска да сложи акцент върху последвалата поквара, гнусота и зло, тъй като вниква в персонажа и я оправдава – някога вероятно е била добра, но обстоятелствата са я направили господарка на Злото. Придава ѝ се физическа стойност. Нещо в това да бъдеш фен кара хората да правят неща. Когато те обичат дадено нещо, те искат да направят повече от него, да изобретят различни негови версии, да го направят по-добро (Flaum, 2014). Превеждащите фенове попадат в категория създатели-консуматори – те са не само пасивни консуматори на популярна култура, но също и активни създатели на ново съдържание (O'Hagan, 2009, цит. в King, 2016). „Така чрез костюми, козметика и други аксесоари косплейърите са способни да вдъхнат живот на фигура, която вече е разглеждана като изкуствена или нереална“ (McCormick, 2007: 7 цит. в Gn, 2011).

Понякога, въпреки положените огромни усилия от страна на участниците, има фактори в представянето им, които не зависят от тях. Е. С. казва:

може би защото са много участници и хората объркаха светлините и кога да се пусне, и дима... и бях като някакво awkward (неловко) Бабадуук човече, което се опитва да е страшно и вижда хората отпред, които му се усмихват и то е: не се усмихай, плачи! Имаше едно момиче, което ми писа: „Благодаря, ти ми върна кошмарите!“. Някой беше писал: „Моля те, ела в сънищата ми като Бабадуук!“. Значи всичко е наред.

Оригиналната история на героя Бабадук го представя като скритите демони, проявяващи се в просъница като кошмари. В този смисъл отзивът за нейното представяне е включено в цялостния сюжет на филма и има още по-голяма стойност за участничката.

Чрез костюмите, които косплейърите създават, консумират сюжета, епохата, целия свят на героите, които са избрали да пресъздадат. Тук може да се открие един нов прочит на DIY традицията. Чрез личната си интерпретация и придобитите умения за изработката на инвентар могат да бъдат по-близко отвсякога до фикционалния персонаж, неговата ценностна

система, поведение, реч и цялостен образ. Чрез своеобразно въплъщение в него прекъсват дистанцията, родена от екрана или комикса/мангата, и съживяват рисувания образ.

Ролята на снимката в косплея

Снимката е изключително важен аспект от едно косплей събитие. Тя е представяна от косплейърите като почти *свещен момент* (В. Б.), а почитателите бързат да се снимат с любим герой/косплейър. По думите на А. З. в Япония това да те уважават и да са внимателни към теб идва от културата им. В Румъния и Англия след като се слезе от сцената, първо косплейърите биват наобиколени от множество професионални фотографи, след това хората се редят на опашка, за да се снимат с тях, ако те имат желанието. И. С. и В. Б. споделиха, че са правили уъркшопове по време на изложбата на косплей костюми, в които известни косплейъри разказват за преживяванията си в чужбина. Смятали са, че щом има интерес към културата, би трябвало и към уъркшоповете да има, но почти никой не е отишъл. Според тях една от причините е, че хората се интересуват от персонажите, а не от човека, който стои зад тях. По техни думи вероятно са си казали, че няма да са облечени в костюмите и няма да могат да се снимат с тях.

Тъй като главно присъстват деца, те са в еуфория, че са заобиколени от толкова различни и интересни за тях дейности. При голяма част от тях се вижда едно харесване на *всичко*, ако е аниме, манга, комикс, филм, каквото и да е от популярната култура, то те ще викат с пълен глас и ще го подкрепят. Хипотезата, свързана с това, че героите, избирани за косплей, преобладават във фенсредата на източните култури и техните продукти – анимета и манга, в този смисъл не може да се потвърди категорично – героят може да бъде всякакъв, важното е той да е известен, разпознаваем, достатъчно атрактивен и понякога – колкото се може по-сексуализиран. Но това си има своите причини: индустрията на видеоигрите създава игри по своя визия – т.е. среда, по същество отредена за мъже и много „мъжка“ в някои отношения – хомофобски, трансфобски и расистски (Descheneaux, 2016). Женските герои в популярната култура, свързана главно с видеоигри, но и с анимета, са представени често разголени. Hentai например е японски термин, който препраща към психически отклонения и който днес се използва като термин, свързан с виртуалните медии със сексуално съдържание (Descheneaux,

2016). За да може да бъде акуратно пресъздаването на героя, момичетата (понякога и момчетата) трябва да се съобразят с тази разголеност. Затова някои жени избират мъжки персонажи, което отвежда към казаното в предишната глава за *хиджаб* косплея и доминиращата култура на сексуално насилие в Индонезия. Респондент Е. С. ми разказва за практиката *costest* (от косплей и тест). Чрез този виртуален тест във Facebook или Instagram под формата на снимка косплейърите показват грим или част от костюм, за да видят дали има добра обратна връзка и дали на хората би им харесало да направят дадения герой. Според лайковете и коментарите избират дали да направят цялостен костюм и образ на героя за следващото косплей събитие.

Косплей общност

В чужбина косплеят се разглежда като субкултура, като участващите в нея са част и от други субкултури, например отаку, лолита, геймърската субкултура и т.н. Косплеят е фенска субкултура, която има свои граници и възможности. Той е пример за това как феновете актуализират фикцията в ежедневието и се идентифицират с нея, и това ни помага да разберем конструирането на фенската идентичност. Косплеят не само фикционализира всекидневния живот и му дава естетическо измерение; той също така показва как фикционалното формира актуалното (Lamerichs, N. 2011). Респондент А. З. говори за това, как може да се нарече общността от косплейъри:

косплеят е субкултура, която живее в тези събития. Той е в много добра симбиоза с други субкултури, примерно с анимето, с феновете на корейската музика, феновете на мангата, феновете на цялата гийк култура и компютърните игри.

Впечатление прави моментът, в който казва, че косплеят има живот в тези събития, а не през цялото време. Това се потвърждава от респондентката Е. С., която е от Козлодуй и казва, че хората от по-малките градове не са активна част от тази общност, каквато е в София или Варна (където се случват по-големите събития). Тя си комуникира с останали участници, но това се случва главно около събития. Тук бих могла да свържа изказването ѝ с термина *нео-племе* (Leppälähti 2004), тъй като става дума за общност, в която можеш да влизаш/излизаш по всяко време. *Нео-племената са по-символични от функционалните общества, а взаимодействието между членовете им се определя от чувството за принадлежност, основаващи се на общи интереси и опит. Да принадлежиш на групата е избор, а не*

практическа необходимост (Leppalahti 2004: 289). Тези видове общности... се основават на избора и желанието да бъдеш с хора, за които се предполага, че мислят и живеят по начина, по който и ти (пак там: 293). Но също така и с термина сцена (Hodkinson, P. and Deicke, W. 2007), тъй като става дума за събитие, на което младежите се чувстват приятно, има всякакви разнообразни дейности, краткотрайно е и е главният свързващ ги елемент. Тези, които са по-сплотени, организират с останалите събития, наподобяващи косплея, например тематично празнуване за конкретен повод отново с разнообразни костюми. Друг важен елемент, който трябва да се спомене обаче, е, че те нямат отличителни белези в ежедневна обстановка, според които да се намекне, че са част от подобна общност.

Косплей културата е смесица между различни сфери, именно това е разглеждано от някои автори като интермедиялност, характеризираща това хоби. Интермедиялност означава прехвърляне или комбинация от формата и/или съдържанието, което свързва отделен медиен текст с други медии-текстове, на същото или друго средство (Lamerichs, N. 2018: 21). Интермедиялност може обаче да означава и комбинирането на различни медии в един продукт или произведение на изкуството (Rajewsky, 2005: 51-52 цит. в Lamerichs, N. 2018). Като форма на популярната култура косплеят формира общностна култура на участието, която подпомага социалното взаимодействие (Longhurst, B. 2007 and Eng, L. 2012 цит. в Leng, R. 2013), а всички респонденти споделят, че едно от най-главните предимства на косплея е това, че се социализират и се запознават с много интересни хора (понякога от цял свят). Според И. С.:

за мен това си е младежка субкултура. Виждала съм на събитията една възрастна двойка, които се обличат по викториански, но пак, повечето са млади, даже си признавам, че на последното събитие в един момент на втория ден се чувствах супер възрастна, исках да си тръгна,

а колегата й В. Б. представя по-многопластова картина:

косплейът е част от една по-голяма субкултура. Много се различават тези, които са на върха, за които това им е животът, това и работят, правят декори. Пример за това е един човек, който се е отказал от зъботехника, за да се занимава с дизайн и косплей. А хората около тях, масата, не са чак толкова ангажирани с косплея. Там по-скоро, любимата ти игра и това че си геймър, можеш да го 46 развиваш чрез косплей, същото важи и за аниме. Има и такива, които просто отиват да гледат и като си видят любимия герой крещат. Независимо как се е получил костюмът, като чуват

името, крещят. Имам чувството, че това стана масата сред тези поколения... в София. Тук всички са свързани под лоното на фенството, фенската култура. Може би са подразделение на тази голямата субкултура на гийковете, феновете на фантастика, фентъзи и анимета.

Последното мнение е потвърдено от това, което Александър Зиновиев – Зин споделя:

според мен той е по-скоро изявата на субкултурата на аниме, манга, комикс, гейминг феновете и филмоманите. Израз на общата гийк субкултура. Той е шанс те да не бъдате просто пасивни потребители на съдържание, а по някакъв начин да покажат своята съпричастност и принадлежност към дадено фенско течение³⁸.

Следователно когато говорим за косплей общност, тя може да се разглежда като част от една по-голяма субкултура – тази на феновете и гийковете, събирането на която се случва в големи градове – главно в София/Варна. В нея влизат почитатели на видеоигри, филми, анимета/анимации, манга/комикси, фентъзи, фантастика и всякакви други сюжети от популярната култура. В самата общност има разделение между тези, които се занимават от повече време с косплей дейността и тези, които не са особено ангажирани към косплей общността. Чрез тениски, копчета, ленти за глава или шапки и бижута – дори феновете, които не се самоопределят като косплейъри, използват облекло, което да изрази тяхното присъединяване (вж. Hodkinson, 2002 в Lamerichs, 2011). Това, което ги обединява, е интересът и желанието да въплътят фикционалното или да го докоснат, а не да са пасивни зрители и съзерцатели - *вече не съм пасивен читател и геймър. Аз съм създател и изпълнител* (Po Yin, цит. в Rahman, Wing-sun and Cheung, 2012: 333). Така феновете стават „консуматори и създатели на култура със символно значение“ (пак там: 320). Според думите на някои респонденти такова разграничение между професионалисти и аматьори се вижда и в отношението на организаторите спрямо тях. М. И. казва:

последните години имам чувството, че дори да не пратя снимка на завършения си костюм в срока, ще ме пуснат. Старите косплейъри... Не е като да имаш връзки, но е все едно имаш като изградено име в средата... Доверие. Името ти вдъхва доверие на хората,

³⁸ Вж. Кирова, В. 2017. Aniventure Comic-Con 2017: Cosplay = Изразът на гийк културата (интервю). https://hicomm.bg/intervu/aniventure-comic-con-2017-cosplay-izrazt-na-giik-kulturata-intervyu.html?fbclid=IwAR2Xqbz6g_xiA1DQPYe3q4k_VUWIKIjwxkVJrG904nGM2a4jbR7ppKoaL60 (посл. посетен на 13.02.2023 г.)

а К. К., която от по-скоро се занимава с косплей, споделя, че е имало слухове, според които участниците били приемани чрез връзки. Според нея е немислимо да не бъдат допуснати тези, които са се старали дълго време, а да бъдат предпочетени известни косплейъри, без значение какъв е костюмът им. Тя е разочарована от организаторите, които често не се съобразяват с много от елементите, които трябва да присъстват в сценката ѝ.

Относно това, дали косплеят може да се разглежда като професия в България, повечето респонденти са скептични, но това не променя факта, че много косплейъри изкарват пари от своето хоби. От т.нар. комишъни някои косплейъри могат да получават поръчки за изработката на цял костюм, който често достига 4-цифрена сума. Въпреки това повечето косплейъри определят косплея като хоби. Според Г. С.:

това нещо трябва да се възприема като хоби и евентуално после като работа... ние го правим за себе си и за хората, които са израснали с това нещо,

а А. З. казва:

за мен това е в цялостта на нещата, че косплеят е хоби. Има хора, които се занимават професионално, състезателно, както и аз до някаква степен, но по същността си е хоби, на хобито целта му е да ти създава удоволствие. Ти влагаш пари, време в него и получаваш удоволствие обратно, както плетене, рисуване, разни други изкуства, танци, спорт. Всички те са дейности, в които човек инвестира, без да го прави, за да получи някакви дивиденди. Ти получаваш дивидент под формата на удоволствие. За мен удоволствие е да участвам на конкурси, да се представям добре на тях... Косплеят е висша форма на фенщина, на отдаденост.

По думите на респондентите в България косплеят не е развит като професия все още. Има случаи за косплейъри, които правят международни поръчки било то перуки, оръжия, костюми и т. н., но това отново се разглежда по-скоро като страничен доход, а не като основен. В чужбина е по-популярно и разпространено човек да е косплейър по професия, но за целта е нужно той да разполага с по-голямо влияние, популярност, активност в социалните мрежи, също така прецизност в изработката на костюма. По този начин вероятността фирма, организатори на събития и др. да забележат косплейъра и да му предложат да ги представлява многократно е голяма.

М.Ц. казва: *Не са много косплейърите, които са превърнали това в кариерата си, но определено има такива. Повечето го практикуват като хоби.*

Някои от респондентите са канени да журират на български и чуждестранни събития. Според М.Ц., изискванията да бъдеш поканен за жури са следните:

да се занимаваш с косплей повече от 4г. ; да те "знаят" в обществото; да имаш повече качествени от посредствени косплейове и последно, но не по значение - да изпълняваш поръчки (commissions) - така популярността ти скача в пъти, вижда се на какво си способен освен твоите костюми и повечето, когато чуят "аха, прави поръчки - значи си го бива в това, което прави и е уверен в уменията си". Аз лично все още не съм започнала с поръчките, но никога не е изключено да го направя, когато се чувствам готова.

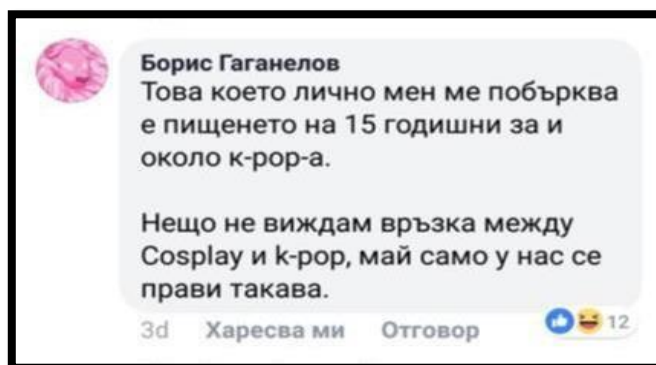
Изискванията своеобразно оразличават професионалния косплейър от новака. Дългосрочното занимание с хобито е от голямо значение, както и доброто изпълнение, свързано с множество използвани техники при направата на костюм и цялостна визия. Тук смятам за уместно да допълня наблюденията си чрез понятието про-ам (от англ. professional-amateur), комбиниращо професионалиста и аматьора - благодарение на достъпа до информация и последвалото разпространение на нова култура на самообучение, аматьорите често са също толкова квалифицирани, колкото обучени професионалисти, като по този начин се превръщат в това, което е наречено „про-ам“; освен това, понякога самото понятие „умение“ е трудно да се определи (Tanni, 2014: 11). На косплей събитията смятаните за професионални косплейъри са заедно с новациите (прохождащите в хобито), както и с такива, които са поръчали костюм, част от него или са избрали да носят някакъв сувенир, показващ фенската им принадлежност. Косплейърите, освен участници, влизат и в ролята на зрители, когато гледат изпълнението на другите състезатели. По думите на М. Ц.:

Наистина се забелязва отсъствието на по-популярните български косплейъри по евените. Има такива, които предпочитат да се явят с един костюм годишно, а други не практикуват хобито след достигането до „върха на славата си“ в България. Напоследък се наблюдават много нови попълнения, изпълнени с ентузиазъм и бих казала, че благодарение на развитието на социалните мрежи се забелязва как стартират в хобито от доста по-високо ниво в сравнение от нас, които започнахме 2014-2015 г. И тогава беше популярно хоби, но достъпът до информация, уроци и видеа се разви многократно оттогава, което си личи при анализиране на първите костюми на „младото поколение“.

Тъй като голяма част от респондентите, които съм интервюирала към 2019 г., все по-рядко участват по косплей събития, понякога правят само по един костюм годишно, реших да задам въпрос към М. Ц. дали наистина се наблюдава тяхното отсъствие. Тя отговори положително, което може да ни отведе към представата, че хобито е временно и би могло да се мисли като младежка мода. Според думите на М. Ц. се появяват новите *поколения* косплейъри, на които е предоставен още по-обширен достъп до информация, в сравнение с този, който са имали участниците от предлишното *поколение*. Когато говорим за това понятие е трудно да се определят точни граници между различните поколения, но една от възможните им ключови диференциации вероятно се крие в развитието на web 2.0. Разликите в поколенията биха могли да се открият като се сравнят практиките на хората, израснали със смартфони и множество видео уроци, за сметка на тези, които са имали ограничен достъп до информация и са наблюдавали началото на второто поколение на уеб базираните услуги. Наблюдава се много по-бързо овладяване на начина, по който се създават костюми и цялостен образ на конкретен персонаж, за разлика от по-бавното вникване преди години в тази култура. Стигането до определен *върх* в хобито, вследствие на печелени награди, разпознаване в обществото и оценяване от публиката, в някаква степен демотивира по-известните косплейъри и те преотстъпват полето за изява на по-младите таланти. Въпреки че М. Ц. по тази логика се смята за част от по-старото поколение, тя не възнамерява да ограничава своите косплей изяви, а би искала да доразвива своя потенциал:

Не мисля скоро да се отказвам от хобито, тъй като ме кара да се чувствам наистина пълноценно, процесът на работа и крайният резултат са някак пристрастяващи и носят щастие по някакъв специфичен начин, както при повечето артисти. Нямам планове да го превръщам в професия, тъй като смятам, че не е сигурен доход, на който може да се разчита ежесечно, поне в България. По-скоро бих се стремяла да надграждам уменията си и евентуално и аз да се занимавам с поръчки.

За да се отграничи обаче косплей общността, трябва да я съпоставим спрямо общностите и публиките на други подобни практики – например *к-поп* и ЛАРП, както и спрямо виждането на хора, за които този феномен е непознат или конфликтен. Сливането на косплей сцената и *к-поп* сцената се коментира и до днес, тъй като се наблюдава известен конфликт между двете общности.



Ил. 21. Мнение на хора от публиката, относно връзката между к-рор и косплей. Скриншот на авторката.
Източник: facebook страницата на ивента на AnimeS, <https://www.facebook.com/events/116879028978928/> , посл. посетен на 13. 02. 2019 г.

Според други респонденти няма конфликт между двете общества, те представляват едно и често в приятелска компания има запалени и по двете хобита. Все пак събитията са предназначени за традиционна и съвременна азиатска култура, в които влизат дейности, свързани и с Япония, и с Корея. Относно отношението на косплейъри към ларпъри и обратно главната разлика е в отношението спрямо героя. Косплейърите пресъздават даден герой в рамките на един ден, докато при ларпърите това е много по-дълготраен момент. Отделно, косплейърите избират конкретен, създаден вече персонаж, а ларпърите създават свой собствен – чрез говор, поведение, интерпретация и ролплей. По темата К. К. споделя:

това, което виждам като повече в косплей-а спрямо ЛАРП-а е, че в косплей-а можеш да правиш много различни герои, докато в ЛАРП-а, доколкото знам, те си държат на един герой главно. Това му е якото на косплея, ти можеш да косплейваш и от някаква реклама някой, стига да ти харесва... При ЛАРП-а, според мен, е много ограничено, що се отнася до герои примерно. Виждала съм снимки, повечето са някакви елфи примерно... При косплея ще е този определен рицар, а при тях ще е просто рицар.

Друго, което отличава косплей общността от ЛАРП общността според респондент В. Б. е, че няма как да си ларпър сам. Между ларпърите има много по-активна комуникация. Тук се крие разликата в сплотеността на двете групи. Много от косплейърите са индивидуалисти в хобито

си и предпочитат да излизат сами на сцена – тип ревю, в което показват героя (било то чрез негови ключови фрази, танц, бойно умение или др.). Понякога при ларпърите се вижда и в ежедневието елемент, който представя тяхната принадлежност към даден клан (примерът с респондент от *Кралството на седемте хълма* и това, че носи елека си с логото на клана в ежедневна ситуация)³⁹.

Зрителите на косплей събитието, формиращи публика, в някаква степен се сливат с косплейърите, както и с всички останали фенове. По този начин се създава един вид колективно творчество и това е една от причините да разглеждам събитието като нова форма на празничност. Желанието на феновете за снимка с любим персонаж, пресъздаден от косплейъра, ги включва активно и спонтанно в процеса на колективно творчество. На подобен тип събития комуникацията е свободна и много хора се възползват от възможността за нови познанства със свои съмишленици. Тази спонтанност присъства и по време на ЛАРП, когато участниците импровизират чрез говор, поведение и актьорска игра. Разликата е във факта, че при ролевите игри на живо публика липсва. Игрите се правят единствено за хората, които ще участват в тях. Правилата в ЛАРП (според наблюденията върху българската ЛАРП сцена) са много по-стриктни и нишови, отколкото на едно косплей събитие. Това би могла да е и една от причините ларпърите да са по-сплотени, по-трудно да допускат *аутсайдьри*, както и да странят от публични изяви или да реагират остро на представяния на тяхното хоби от чужди на тяхната общност хора в медиите. За участието в косплей конкурс също има огромен набор от правила, но за всички останали фенове е предоставена свободата да участват в събитието и да празнуват своето фенство, както преценят за добре. Техниките на подобни събития са включването на множество различни сфери от популярната култура, така че да се привлича по-голяма и разнообразна аудитория. Именно затова дори да не бях запозната в началото на изследването си по темата с азиатската съвременна култура, можех да откроя разпознаваеми за мен герои, филми, теми и видеоигри.

За много хора този феномен е непознат и неразпознаваем, В. З. казва:

косплейът все още е прекалено непознат, освен за младите. За повечето е по-скоро непознато и много хора се отнасят много презрително... скоро се качи снимка в „Дочуто в София“ на едни

³⁹Вж. Иванова, Мария, 2019. Ролевите игри на живо. Живот in и off game.

<https://www.seminarbg.eu/kontrasensus/item/560-rolevite-igri-na-jivo-jivot-in-i-off-game.html> посл. посетен на 13.05.2022 г.

косплейъри от метрото и имаше толкова много коментари: „Докъде я докарахте тая държава, кви са тия джендъри?“. Веднага се почна, виждаш нещо, не знаеш какво е и веднага трябва да го нападнеш.

При подготовката за изложбата, организирана от И. С. и В. Б., се е случило косплейърка да и откаже да даде свой костюм, защото *тези неща ѝ били твърде важни и скъпи за музей*“. Откроява се фактът, че в някаква степен липсва връзка между двата свята, което би могло да се обясни чрез различните поколения. Косплейърката проявява и демонстрира неразбиране относно функцията на една важна за обществото институция - музея. Предметите в музея не се разглеждат като защитени експонати. Вместо да приеме предоставената ѝ възможност работата ѝ да бъде изложена в музей, възприеман като убежище на национални съкровища, тя отхвърля предложението. От друга страна, Е. С. и В. Б. споделят за репортери, които неочаквано оправдават скептицизма ѝ:

при което почва репортерката: „Аз дали мога да си сложа тази шапка?“ Казвам ѝ: „Не, разбира се, че не, това е експонат все пак, как ще реагира въпросният косплейър, като види как вие се разкарвате с това?“, „А този жезъл? Дали не мога да го държа ей така и да го размахвам?“, „Не“, казвам, „не може, вижте че съм го фиксирала с корда на 6 места, точно да не се взима.

Въпреки че за посетителите изложбата е интересна и може би дори авангардна, отношението на някои от тях остава пренебрежително. Те питат дали могат *да си сложат това* или *да вземат онова*, като по този начин напълно отричат, че изложените костюми действително са ценни експонати с конкретна стойност, надхвърляща тази на обикновени играчки. Етиката, съпътстваща посещението на музей, е свързана с обстоятелството, че артефактите не се докосват. Съответно в случая съществува сблъсък на светове. Чете се взаимно неразбиране и отеква дисонанс, причинени от една иновативна идея - тази за излагане на косплей костюми в музей.

Друг интересен момент, за който И. С. и В. Б. споделят, е мнението от страна на посетителите на другата изложба на косплей костюми, които са направили в Нощта на музеите:

беше забавно как ходят 13-годишни отзад, отпред на 60 и чуваш от 13-годишните: „Уау, колко якооо“. А от 60-годишните: „Ама какво е това, това не е българско, каква е тая традиция?!“. Защото хората очакват, че ще има в етнографския музей носии, стомни, момата с китката зад ухото, менците, и беше забавно да наблюдавам тия реакции, тъй като аз очаквах точно нещо

такова и искрено ме забавляваше. Една изложба трябва да провокира хората по един или по друг начин.

М. И. обяснява какво е нужно, за да станеш професионален косплейър:

за да превърнеш косплея си от хоби в професия е изключително трудно, защото трябва да имаш някаква фен база, която да следи прогреса ти, да са готови да платят, за да те видят. Много косплейъри правят фотобуукс (photobooks=буквално книги със снимки) на костюмите си и после продават това като мърчандайз или принтове. Снимки на тяхна локация с костюмите, много красиво направени, обработени, професионална фотография. Патреон (Patreon) – това е сайт, в който ти плащат всеки месец като абонамент към теб и ти им пускаш контент и им шипаутваш на всеки подписан лично от теб принт. Буквално е като селебритилайф, но с косплей. Много хора се възползват от това, но нямаме български професионален косплейър... Лицето ти трябва да може да продава билети. Освен снимките, които можеш да продаваш (А3 или А4 формат), с подписи и всичко. Има една косплейърка – Ким Пацу, беше в България – всеки месец прави нов костюм. Качва видео туториал за част от него, изпраща полароидни разписани снимки, принтове на дадения костюм и прави като дигитален фотобуук, като книга със снимки за самия прогрес на костюма. На месец абонаментът ти към нея е примерно 15 долара. Когато видиш, че хората искат да купуват твои неща, с твоето лице на тях, ти ставаш като бранд, правиш си свой собствен бранд.

Масовият жаргон и начин на изразяване при косплейърите е свързан с употребата на огромно количество чуждици, дори сливането на цели български фрази и изрази, придружени от английски такива в речта. Това бе изкоментирано от В. Б. и И.С.: „Те дори не говорят на български. Говорят “like whatever”... Българо-английският е много нелеп. Те прекаляваха, може би 2 към 1 английски към български“. Споделям тяхното впечатление, като в случая става дума по-скоро за тийнейджърите. До някаква степен подобно влияние от английския е обяснимо, най-вече защото гледат туториали, свързани с тази дейност, комуникират си със свои съмишленици от чужбина и т.н., но любопитен е въпросът, който В. Б. и И. С. са им задали относно интереса им към японската култура, а не към българската, при което повечето от тях са отговорили: „българската култура няма такива измерения, японската култура е толкова по-богата, има толкова повече духове, митологии, ние нямаме такива неща...“, не им е интересно, не е представено по този начин.

Това се припокрива с казаното от А. З.:

Индианците и кукерите не са герои, те са костюми или етнос. Можеш да намериш много косплеи на Покахонтас в интернет, в България не знам дали се е случвало. При кукерите пак по същия начин – това е традиционен костюм, не е обвързан с някакъв персонаж. Според мен ще се породят някакви косплеи от „Златната ябълка“, но все още не е толкова популярно сред младите, колкото са западните или източните (от Азия) анимации, филми, компютърни игри. Хората, които не са доволни от това, трябва да се замислят какво гледаме ние, колко достъпни неща има, които са създадени от българи и колко повече цялото ни медийно пространство е изпълнено с неща от Америка и хората, които се интересуват от Япония, Азия... Това достига и до качеството. В крайна сметка, това, че нещо е българско, не значи, че непременно трябва да го харесваш, защото си българин. Това е до чувството на човек.

Въпреки че преобладават чуждестранни сюжети в избора на герои, респондентите са на мнението, че българските косплейъри са едни от най-добрите на Балканския полуостров. Споменава се гледната точка, че на чуждестранните събития обществото не е така сплотено, както при нас, хората не са толкова отворени за интеракции, по-студени са и в общи линии самото изживяване не може да бъде сравнено с това в България. Респондентката М. Ц. визира комик-конвенции в Англия и Холандия. При въпрос, зададен от мен, дали могат да се открият някакви конкретни специфики в българската практика, свързана с изработването на костюми или цялостното представление например, респондентите се затрудниха, тъй като същината на косплей е да бъде пресъздаден максимално достоверно даден образ. Разликите бяха положени по-скоро в контекста на *народопсихологията: ние сме като народ явно по-отворени, по-приятелски настроени, по-топли сме, докато в чужбина не е така (М.Ц.)*. Много чужденци идват на български косплей събития, но никой не може да определи по вида на костюма им дали са българи или не. Въпреки факта, че не се появяват някакви конкретни местни специфики, информацията помага за разглеждането на фенските общности в България като по-сплотени от тези, наблюдавани от българските участници в чужбина, а културната практика разкрива процесите на глобализация в съвременното общество.

Косплейърите обособяват общност, която обаче съществува в рамките около и по време на конкретно косплей събитие. В останалата част от времето те по-скоро могат да се разпознаят

в интернет, чрез facebook профилите си, тези в Instagram и Facebook страниците, които малка част от тях поддържат. Общността им е част от една по-голяма общност – тази на феновете на видеоигри, комикси/манга), филми/анимета, фентъзи и научна фантастика, като основна разлика може да се направи, когато биват видяни с костюми на конкретното събитие или в изявата им в социалните мрежи.

Практиката е обвързана с *културния бриколаж* и на метода *направи-си-сам (DIY)*, като по този начин косплей зоната се разглежда като „артистично изразяване и социално взаимодействие – междинна зона между изкуството и личните желания“ (Jacobs, K. 2013: 42). За голяма част от косплейърите това представлява бягство от реалността, *сивото* (Р. П.) и тривиално ежедневие, това се потвърждава от някои изследователи: „косплеят е форма на ескейпизъм. Косплейърите често преодоляват границите между реалността и фантазията“ (Rahman, Wing-sun and Cheung, 2012: 333). М. Ц. казва:

Това, което обединява косплейърите, би било желанието да се превъплътят в любим герой, да се запознаят с чувството да си някого друго за ден-два. Може би дефиницията би била бягство от реалността и ежедневието.

Споделеното от всички респонденти мнение е, че това може да се разглежда като празник, тъй като атмосферата е забавна и приповдигната, всички се забавляват и е много цветно, прилича на Хелоуин, но е на много по-високо ниво, с фокус върху костюмите (А. З.). В. З. споделя:

има вайб (vibe), който те зарежда и не е като да е празна атмосферата, каквото и да се случва, винаги има едно такова позитивно чувство, което витае във въздуха и е много приповдигнато.

В този смисъл косплеят може да се разглежда като форма на нова празничност, обвързана обаче и до голяма степен с комерсиалния аспект. Косплеърите не просто изпълняват, а нагаждат глобалното съдържание, моди и културни продукти към собствения си живот. Празникът като специфично преобръщане на нормите и установения ред се описват чрез това, което К. К. споделя:

точно това е косплейът – влизаш в кожата на нещо, което ти харесва, но не си ти. То даже, като те представят на сцената, не ти казват името, забранено е.

Респондентите споделят мнението, че косплей може да ги научи на много неща – главно социализация (като Г. С. споделя, че преди да се занимава с косплей е имал само един приятел) с хора понякога от цял свят, учи ги на работа с много различни материали, както и на сръчност, а според А. З. *тези умения и сръчност ти остават занапред*. Би могло да ги научи на дисциплина, организиране на времето и финансите, излизане на сцена, отношение спрямо хората. Респонденти споделят за познати, които имат проблем с общуването, но когато са в костюм се чувстват по-комфортно, защото *те не са себе си буквално* (А. З.), а са някой друг. Това успява чисто психологично според него да ги пречупи и те стават много по-спокойни. Може да се използва като бягство от реалността според някои от тях, а и като терапевтичен метод, свързан с много позитивни емоции, оценяване от страна на другите, а и превръщането им за един ден в истинска звезда. Голяма част от тях казват, че чувството за общност е най-важно, тъй като усещат съмишленици още в метрото преди събитието - цветни и шарени хора, гримирани и облечени по всякакъв начин. Някои предпочитат да излизат сами на сцената, други предпочитат екипната работа, тъй като става дума за доверие и повече креативност. М. Ц. споделя:

любимите ми моменти са, когато със споменатата група след усърдни репетиции се справим добре на сцената и всички са удовлетворени от сценичното ни представяне. Също така е огромен кеф, когато на Anivventure си соло, излезеш на сцената и чуеш скандирането на публиката – кръвта ти кипва!

А. З. казва:

стигнах до точката, в която имах повече инструменти от баща ми, обръщаше се към мен за ножици, пистолети, лепила, пистолети за горещ въздух, дremели, бурги, бормашины, триони, шкурки, всичко!

Въпреки пандемичната обстановка, ограничените събития и бих казала *замразените* терени, през цялото време наблюдавах активността в социалните мрежи на своите респонденти. Част от косплейърите намираха алтернатива в практикуването на хобито, например малки тематични партита или споменатия вече домашен косплей. По време на провежданите дълбочинни интервюта голяма част от респондентите бяха пред завършване на средното си образование. След появата на Covid-19 повечето от тях заминаха за чужбина или нов град в България и не съм наблюдавала конкретна тяхна онлайн активност, свързана с косплей.

Според М. Ц. покрай пандемията косплейърите са разполагали с много повече свободно време, което от мнозина от тях е било оползотворено. Общността не е спирала да косплейва, а напротив – използвала е шанса да навакса нужни умения и да подобри работата си. По нейните думи мнозина са кослейвали от вкъщи, други са си уговаряли частни фотосесии, а трети са пробии в социалните мрежи. Тя споделя, че покрай Covid-19 обществото дори се е разраснало, тъй като вижда много нови лица. Допълнителното време, което са имали, със сигурност не се е отразило на желанието да продължават с хобито си, даже обратното – нямали са търпение да дойде събитие, за да са заедно отново, *по-ентузиазирани от всякога*.

Заклучение

Косплей събитията са съвкупност от различни културни практики в полето на популярната култура, идващи главно от Япония и САЩ, представящи характеристиката на фенството като смесена медия. След края на събитието и това бягство от реалността влизаме „обратно в реалността... някои отиват на училище, други да работят... Нашата голяма аниме общност се разпръсква и бавно ние се превръщаме в непознати един за друг отново“ (Lamerichs, 2018: 148).

В днешно време аматьорските практики са свързани с отдих или хоби, дейности, които са на непълно работно време, случайни и неплатени (Beegan, Atkinson, 2008: 310). В главата, посветена на косплей, е разгледана съвременната практика, свързана с масовото празнуване на Хелоуин през последните години. Маската прикрива самоличността и представлява трансформационно средство. Беше направен кратък преглед на промяната в практиките, различната употреба на костюмите, но и свързващата идея за *преобръщане* на установените норми и реда. Хелоуин е привлекателен празник, тъй като се различава от традиционното празнуване, има огромна свобода и е изключително цветен. За отправна точка на обяснението на косплей в България избрах именно този празник, тъй като голяма част от респондентите са започнали да правят костюми за деня на Все светии. Описах смятаните за предшественици на косплея – живите картини, както и първите косплей събития. Желанието ми бе да опиша преливането на културни феномени от САЩ към Япония и обратно, тъй като и според респондентите това са страните майки на косплея. Терминът е измислен от японски режисьор и световното по косплей се случва в Япония, но за първи косплей събития се смятат фен изяви, главно американските комик конвенции. Важно за мен бе да представя косплея по света, да

го съпоставя с практиките в България, като отделя спрямо прочетената литература важни понятия, които го описват. Разгледах подробно основни термини като *otaku*, *кросплей*, *хиджаб косплей*, *weaboo/koreaboo*, *wifoo*, *тое* и други, които дават по-мощна картина за масовото разпространение на това хоби по света и връзката му с азиатската култура и идващата от аниметата и мангата андрогинност. Допълних изследването си чрез описанието на включеното наблюдение, свързано с *драг* културата в България, опитвайки се да отгранича термина *кросплей* от *драг* и да представя разликите, свързани с участието в двете практики. Впоследствие се съсредоточих върху началото на интереса към азиатската традиционна/съвременна култура в България, както и събитията, които се правят посветени на нея.

В страната ни от повече от десетилетие започва да се обособява фен общност на азиатските култури. Някои респонденти споделиха, че е имало аниме форум, в който запалени по японската анимация са комуникирали и са споделяли сходните си интереси. Последните няколко години се разпространява с бурни темпове *халю* (корейска) вълна. Тя води след себе си много фенове на корейската популярна музика, т.нар. *к-поп*, почитателите на който биват считани за вплетени в обществото на косплейърите. В този ред на мисли конкретните общности обитават глобални попкултурни сцени. Важна теза на културните изследвания е, че популярната култура се адаптира от хората, които я консумират, към собствените им нужди. На косплей събитията има ревюта и сценки с акцент към персонажи от видеоигри и от анимета/манга/филми/комикси. В повечето случаи събитието е разделено в два дни, в които изявата на персонажите от двете големи сфери са отделени.

Косплей дейността се свързва с традицията на *направи-си-сам*, като бе разгледан новият ѝ прочит. Освен сръчността и работата с различни материали, той е свързан с интерактивност, съучастие и интерпретация, които помагат на фена да се въплъти в света на фикционален персонаж. По този начин да бъде по-близо отвсякога до и своеобразно *да се превърне* в него.

Предвид огромната еkleктика в подръчните материали, с които се изработват костюмите, а и флуидността, идваща от героите, които са от най-различни сфери, се потвърждава хипотезата, че косплей може да бъде разглеждан като *културен бриколаж*, характеристика на много съвременни практики, а косплейърите като просюмъри, които произвеждат културно съдържание и в същото време го консумират.

Косплей зоната е разглеждана в перформативен контекст като артистично изразяване и социално взаимодействие, но и също така като междинна зона между изкуството и личните желания (Jacobs, K. 2013: 42). Хипотезата ми, че това е хоби, се потвърждава, тъй като събитието е предназначено основно за забавление. То има измеренията на колективно творчество, тъй като зрителите в голяма степен са включени в косплей практиката чрез интеракцията си с участниците след сценките им, снимките, които си правят с тях, и други.

Важно е да се отчете фактът, че това е значително скъпо хоби. За изработката на някои костюми участниците дават четирицифрени суми, особено ако искат да пресъздадат цялостна визия на конкретен герой. Това обаче се случва, когато участникът има амбиции да се качи на сцената и да участва в състезание. Има определени критерии, според които бива оценен даден костюм, неговата сложност и различните техники, които са използвани за създаването му. Тук връзката между забавно и сериозно е размита, тъй като за косплейърите е обидно тяхната дейност да се сравнява с карнавал. Те споделят, че влагат много усилия, време и пари, а конкретната дума negliжира това. Преплитането между реално и сериозно става и спрямо отношението на човека и героя. Термин като *мое* представя възможността да се изпитват истински чувства към фикционален персонаж, а това ескалира на косплей събитията, на които понякога хората се държат с косплейърите като с измислени обекти. За подобно отношение в България нямам сведения, но това е важно за разбирането на тази изява на фенска страст и почит. Следователно в съвсем буквални измерения можем да говорим не просто за харесване и запаленост към дадени фикционални конструкции, а за чиста обич и привързаност, които също се крият в поведението на обичайния дейността (аматьора). Хобито е скъпо за участниците, които имат амбиции да участват в състезания. На подобни събитията обаче всеки би могъл да опита да участва под някаква форма – например чрез сувенир, показващ конкретна фенска принадлежност. На косплей събитията има перформанс с театрален елемент, предоставя се безплатна сцена, на която участници – непрофесионалисти с различни профили, могат да покажат своите таланти (рисуване, шиене, майсторене, пеене, танцуване и др.) или иновативни идеи.

Според респондентите косплеят е празник, на който всичко им е позволено и никой не би трябвало да ги съди за избора им. Хипотезата ми, че това представлява просто едно имитиране на героя, претърпя изменение, тъй като разбрах, че те влагат своето въображение и личната си интерпретация, за да доизградят вече създадения герой. Това е форма на

присвояване, която трансформира и актуализира вече съществуваща история или игра в близка връзка с фен общността и собствената идентичност на самия фен (Lamerichs, 2013).

Косплейт формира общностна култура на участието, може да даде на участниците приятни изживявания, значими спомени, самодоволство и лично изявяване. Чрез тази дейност, свързана с участие, косплейърите могат мигновено да избягат от реалността и да влязат в този въображаем свят. Това е форма на ролева/идентичностна трансформация от *обикновен човек* към *супергерой*, от *геймър* към *представящ* и от *зрялост* към *детство* (Rahman, Wing-sun, and Cheung, 2012). Костюмът е разглеждан като *културен продукт*, одобрен от зрителите, които му придават известна правдоподобност (Winge, 2006). Освен това на него се гледа като на фенски сувенир, под формата на реквизит, който участникът пази в дома си или под формата на снимка – за почитателя на дадения герой, сниман с конкретния косплейър. Всичко това вирее на основата на носталгията, която е свързана със спомени от детството, любими герои на посетителите, а фактът, че възрастовата група на повечето косплейъри е 12-18 години и че те идват главно от фенски общества на азиатската култура обяснява моето неразпознаване на голяма част от избраните герои. Разпознаваемостта е особено важен елемент в един косплей, тъй като това ги кара да се чувстват като общност – те имат сходни любими герои и сходни интереси, припознавани чрез акта на разпознаване. В този смисъл косплей сцената има свои символни кодове, за разбирането на които е нужно определено предварително познание, свързано с културни жанрове, естетика, моди и т.н. Хипотезата, че има някаква откритома българска специфика, свързана с косплей практиката в България, не се потвърди. Като причина за това е споделено мнението, че от една страна липсват разпознаваеми герои от родното визуално изкуство (киното, анимацията и комикса), от друга – професионализма в изработката на костюми. По думите на респондентите, докато не заговорят чуждестранен косплейър, не биха предположили, че не е българин, тъй като няма разлики в нивото на представяне на костюм и ролплей. Българската косплей сцена грижливо се съобразява с традицията на косплей феномена, свързана с привземане на глобални сюжети главно от Япония и САЩ.

Хипотезата ми, свързана с това, дали може да се гледа на косплейърите като на субкултура/младежка култура, също претърпя изменение, тъй като обяснението, до което стигнах, е, че те са част от една по-голяма общност – тази на феновете, гийковете, геймърите, аниме и манга почитателите и профилите на отделните косплейъри изключително много се

различават един от друг, въпреки че се наблюдават сходни интереси. Те не са сплотена общност, каквато си представях в началото – голяма част от тях само се знаят от социалните мрежи и са се виждали по събития, но не са приятели. Тази общност вирее около и по време на косплей събитието и затова бих употребила термина сцена (Straw, 2004) – културното пространство, където младите се чувстват най-приятно. Сцената като понятие от постсубкултурната теория разглежда групирането на музиканти и/или фенове около определени фокусни точки, независимо дали са свързани с местната идентичност или музикалния жанр (Hodkinson, 2007). Това тяхно влечение до някаква степен може да се свърже и с вид поколенческа мода особено предвид коментираните от респондентите смени в *поколенията*, както и по-редките (или липсата на) участия на повечето от известните във фенските общества български косплейри. Става дума за „процес на чувствата/емоционален процес“ - гама от емоционални преживявания, които могат да поведат след себе си инвестиране в света, посредством което ние устройваме своите идентичности (Lamerichs, 2014).

Съвременната ситуация на web 2.0 открива пред фена една трансмедиялност, която дава възможност на аудиторията активно да участва в процеса на потребление на култура чрез съучастие, интерактивност, интерпретация и креативност. Прегледах това детайлно най-вече през разказите на респондентите, които предпочитат да ролплейват, не само да покажат костюма си. Фикционалният свят вече не принадлежи на автора, който го е създал, а на всички без ограничение, които биха искали да направят опит да се *телепортират* в него в ролята си на фенове. Възможността на комик-конвенциите и косплей събитията феновете да се докоснат до създателите на своите любими произведения и до героите, въплътени чрез косплейърите може да се разглежда като *фенство-точно-навреме*, защото самите фенове искат да споделят и да получат незабавен отговор на своите идеи (Hills, 2002: 78–9, цит. в Jenkins, 2013: 141). Това е още една специфика, която обвързва изследвания феномен с ЛАРП и меме дейността, тъй като и при тях се отличава спонтанната реакция на публиката тук и сега. Хипотезата ми относно това дали дейността може да се разглежда като форма на ескейпизъм, се потвърди от респондентите, при тяхното характеризиране на това хоби – „трябва да загубиш себе си, за да намериш себе си“ (Larsson, 2003: 131).

Що се отнася до разглеждането на косплея като професия в България, предвид масовия интерес претърпя промяна, тъй като според респондентите няма почва за развитие на

подобна практика. В хода на изследването се установиха много разлики в практиките на българските косплейъри и чуждестранните участници, като според респондентите този феномен все още остава непознат за голяма част от обществото. Въпреки че българските косплейъри са смятани за едни от най-добрите на Балканския полуостров, нямаме професионални косплейъри – такива, които да се изхранват от това хоби, продавайки принтове или костюми. Някои от участниците печелят повече от косплей, отколкото от професиите си, но това не е широка практика у нас. Границите между сериозно и забавно, платено и безплатно, задължение и харесване/любов, професионалист и аматьор в известна степен се размиват. Мога да отбележа, че косплеят сам по себе си представлява аматьоризъм в предфаза на професия. Желанието ми е да представя понятието *аматьор* не чрез стереотипната му негативна конотация, обременявана често с нотките на несериозността. Бих желала да подчертая споделяната от респондентите любов, запаленост и страст, които ги мотивират да се занимават с дадената дейност – хоби. В този ред на мисли съществува разделение между професионалистите косплейъри (печелили многобройни награди у нас и в чужбина) и аматьорите новаци (тепърва навлизащи в сферата на това хоби).

Относно предварителните ми хипотези, че участват повече момичета, това се потвърди и от разказите на участниците. Към тях има по-голям интерес, но осъзнах, че една от хипотезите ми, свързана с умишленото сексуализиране на фикционалните образи, ме постави до някаква степен на мястото на хората, заради които е измислен термин като *slut-shaming*. Доминиращите женски герои в популярната култура са създадени по начин, който ги сексуализира и е нормално, като се има предвид, че идеята на косплея е да пресъздадеш възможно най-цялостно конкретен герой, да има и такъв косплей. Много от момичетата решават по тази причина да *кросплейват* и не е широко разпространено изопачаването на героя с цел сексуализиране.

Така косплеят представлява едно бягство от скучното ежедневие, учи на социализация, на различни умения, сръчност и работа с много инструменти, техники и материали. Косплеят не само фикционализира всекидневния живот и му дава естетическо измерение; той също така показва как фикционалното формира актуалното (Lamerichs, 2011: 18). Отделно от това дава възможност на участниците аматьори безплатно да показват своите таланти, да се вдъхновяват, давайки свобода на интерпретацията си, да влязат в кожата на нещо, което не са, но биха искали да бъдат, да покажат страстната си запаленост и любов към хобито, често

придобиващи професионални измерения. За тях най-ценно от всичко е, че се чувстват като част от едно голямо семейство, че могат да зарадват хора, с които споделят сходни интереси. Ролята на снимката е централна, тя освен, че запамята момента, в който от 2D образ са направили 3D герой от плът и кръв, подхранва тяхното самочувствие и ги кара да се чувстват значими и известни професионалисти. В актуалната дигитализирана до голяма степен ситуация „уменията на професионалните артисти и аматьорските/артистичните умения на не-артистите са станали оперативно взаимозаменяеми“ (Tanni, 2014: 11).

Меметата: дигиталният фолклор

Реалността все повече се дигитализира. Свидетели сме на феномени като метавселени, изкуствен интелект, виртуални градове, магазини, валути и въобще, цял един холограмен свят, който пуска своите пипала в реалността. Все повече хора си чатят с чатбот, който в ролята си на изкуствен интелект би могъл да служи за автоматизация на информацията в уеб сайтове, да твори, да пише, рисува, замествайки човека и спестявайки му време, вдъхновение и по-кратко казано - умствена дейност. Изкуственият интелект синтезира информация от цялата мрежа и е програмиран по начин, по който аудиторията му да изпитва чувството, че си комуникира с човешко същество. Видът реч за комуникация е разнообразен – можем да си чатим с поет, стендъп комедиант, философ, астролог, личен треньор, изследовател и др., бихме могли да му зададем цял нов български обичай⁴⁰ или да напише стихотворение по зададена от нас тема. Да оставим настрана чат бота. Всевъзможните туториали, посветени на най-разнообразни занаяти, хобита и практики, биха могли да помогнат на един обикновен човек да стане професионален артист, а стремежът към успех се изразява във възможно най-кратки и ударни послания, без значение дали става дума за рекламен лозунг или самодейно творчество. Хенри Дженкинс (2009) обяснява, че „културата на участие е култура с относително ниски бариери пред артистичното изразяване и гражданската ангажираност, силна подкрепа за създаване и споделяне на нечий творения и някакъв вид неформално наставничество, чрез което това, което е известно на най-опитните, се предава на новациите“ (Jenkins, 2009: 3). Ежедневният престой на интернет потребителите в социалните мрежи, леснодостъпните програми за обработка на видеа, снимки или музика предразполагат към изявата на разнообразни таланти и креативност. В личния си информационен поток ставаме свидетели, искаме или не, на т.нар. *вайръл* (вирусно, вирално, широкоразпространяемо) съдържание. *Заразната* му природа залива буквално и преносно всеки наш скрол, а актуалните и значими (за определената аудитория) събития се превръщат във вдъхновители на всякакви творчески форми. Вероятно рядко би се срещнал човек, живеещ през 20-те години на 21. век, който не е чувал думата *меме*, или иначе казано – виртуалния виц. Терминът произлиза от гръцката

⁴⁰ Вж. Бимбалов, Р. 2022. Шамарица или ако Розмари де Мео беше изкуствен интелект.

мimета, което означава *нещо имитирано*, и също отразява както френското *même* (означаващо *същото*), така и английската дума за памет (Gal, 2018).

Меметата „сякаш пресичат много тънки граници между съмнителна иновация и ироничен кич, както и хапливо остроумие и обилна вулгарност“ (Chen, 2012: 8 В: Pidkuřimukha & Kiss 2020). Често е описвано като забавна снимка, картинка, колаж или карикатура, главно на хора и животни, върху която има изписана кратка фраза, смешка. Студентка на изследователя на интернет меметата Раян Милнър го разбира като „повсеместна вътрешна шега“ (Milner, R. 2016). Предвид бързото разпространение на идеи, съдържания и моди оригиналността и първоизточникът остават под въпрос. Акцентираща се по-скоро върху мигновеното и масово препращане на подобни и често вече срещани сюжети, плуващи онлайн в торбички „Billa“ или излегнали се офлайн върху плажни кърпи с лика на проф. Мутафчийски, ако се върнем към популярния тренд от 2020 г.

Широко разпространеното схващане за интернет меметата е, че те представляват дигитална форма на вицове и често биват мислени в логиката на несериозното, нехайното и шеговитото. Във връзка с това, че представляват картинка (колаж, снимка, комикс и др.) с текст или кратко видео (често с танц, поза или др.) за прегледа на които са нужни няколко секунди (за разлика от прочитането на цяла статия или гледането на новинарска емисия), те започват да стават все по-влиятелни носители на информация от всякакъв тип. Наглед на пръв поглед привидно забавни картинки и колажи, които служат за забавление и разтоварване на потребителите в интернет, меметата влизат в рекламите, маркетинговите стратегии, дори се превръщат в метод, чрез който отделни социални групи изразяват своята гражданска позиция и/или критика. Изображенията отдавна се използват за публичен коментар и публичен диалог. Карикатурата е била използвана за осмиване на египетските фараони през 1300 г. пр.н.е. Графити с еротичен характер бяха открити в руините на Помпей от първи век. Римските казарми през трети век съдържат визуална подигравка с ранните християни. Храмовете, обществените сгради, домовете и бордеите предават фино настроени послания в картинен режим“ (Kemp, 2011: 384, цит. в Milner, 2016: 50). Европейското Средновековие видя илюминирани ръкописи, *библии за неграмотните* и гербове с меметична символика, които са се разпространявали във и между семействата. Тези *преносими епиграми* предават коментари, молитви, похотливост, гатанки и разгадаване на тези гатанки (Fleming, 2001: цит. в Milner, 2016: 50).

Меметата тепърва започват да се разглеждат и като материални артефакти, които са заслужили мястото си в различни институции като музеи и библиотеки, тъй като една от най-важните им функции е да отразяват реалността. Стига се и по-далеч – те биват разглеждани като съвременно изкуство, а в ерата на NFT - и като продукт, притежанието на който би могъл да струва много скъпо за купувача.

Тъй като става дума за сравнително млад културен феномен, понятието интернет меме бива често размито, а неговите характеристики потъват в огромния басейн, включващ всевъзможно *вайръл* съдържание. Меметата са дигитално съдържание, което се характеризира със своята множественост, неспирна възпроизводимост и ефимерност. Необходимо е да се има предвид, че бързите темпове с които дигиталните съдържания се развиват, видоизменят и изчезват, по-конкретно някои от интернет меметата, създават една картина, част от която още в момента на писането на този текст вероятно се изменя коренно. В този ред на мисли подобни отличителни черти разкриват допълнително предизвикателство, свързано с възможността за съхранение на актуалността на културните изследвания пред изследователите на подобен културен феномен. Отделно – интернет меметата се разпространяват в различни платформи - Facebook, Instagram, Twitter, 4chan, Reddit, TikTok и др. Всеки един от потребителите има предпочитания за различни платформи, като рядко би могло да се срещне такъв, който да е активен в повече от 2-3 основни. Меметата в отделните сайтове се различават помежду си, тъй като всяка една от социалните мрежи освен, че е със своя собствена визия, разкрива себе си чрез определена граматика, код, жаргон и моди, които се споделят от потребителите ѝ. Дори ако голяма част от меметичните практики на тези сайтове имат сходства – и ако много от участниците в тези сайтове се припокриват, „дискурсивните разграничения са достатъчно резонансни, за да се появяват отново и отново в мета разговорите на сайтовете. Народното творчество, съчетано със социалното въображение, създава тези добре износени субкултурни напрежения. Меметичните текстове и практики подхранват подобни съперничества“ (Milner, R. 2016: 107-108). През последните години разпространено е разбирането, че Instagram и TikTok са сред най-предпочитаните, що се отнася до деца, тийнейджъри и младежи, а във Facebook и Twitter сърфират предимно родителите им със своето обкръжение, т.е. *по-възрастните* – „Facebook е отживелица, някои намират Twitter за твърде токсичен или твърде неподходящ за набиране на последователи, а някои обмислят да се преместят в TikTok, тъй като Instagram вероятно го очаква същата съдба като Facebook - въпреки че би било по-трудно да останеш анонимен там“ (Arkenbout, 2022:

25). Въобще цялостният интерфейс се различава в отделните платформи, следователно спрямо него се адаптира и модифицира съдържанието, което се споделя от хората. Докато пространството за статуси във Facebook предразполага потребителите да споделят дълги текстове, които често се разглеждат като сериозни и критични, Instagram е изцяло визуално съсредоточена платформа, в която рядко има текст, а ако има такъв, то преобладават кратките цитати, думи или просто емотиконки – „като цяло всички мемеджии, с които съм говорил, са съгласни с факта, че Instagram е много подходящ за мемета, защото е визуална платформа, където е лесно да се взаимодейства с други потребители (пак там).

Така в зависимост от това, кои платформи следи или от които е част даден интернет потребител, той придобива различни познания, схващания и грамотност спрямо интернет меметата. Това, което излиза в моя Facebook като мем съдържание, е вероятно до голяма степен различно от това, което се показва на читателите на този текст (разбира се, тези, които имат Facebook профил). Освен това някои от меметата в платформи като Reddit и 4chan са изключително интересни и плодотворни за анализ, но като човек, който никога не е членувал в тях, не бих могла да използвам тези сайтове за своя анализ. Попадайки на техни мемета, често не разбирам специфичния хумор или дори смисъл. Разбира се, срещат се и такива, взети от дадена платформа и вмъкнати в друга, но съществува един доминиращ език, който оразличава различните мем бази. Изследването на този феномен до голяма степен бива съгласувано с конкретния дигитален информационен поток на изследователя. Във Facebook българските мемета са многобройни, мем групите са хибридни, хаотични, що се отнася до видовете мемета, които споделят, и трудно биха могли да се групират и изследват качествено, особено ако става дума за връзка със създател на мем съдържание, за разлика от по-особените тематично и визуални мем групи в Instagram. Въпреки това обаче, ако се прави изследване върху аудиториите във Facebook, те биха могли да се изследват значително по-лесно от множеството анонимни профили в Instagram, в който е проблематично дори да се установи възрастта на последователите. Голяма част от тях са под 18 г. и създават профили с фалшива възраст, което пречи в някаква степен за качественото събиране на данни.

В настоящото антропологично изследване, съсредоточено върху т.нар. интернет мемета като феномен на културата, датиращ от края на миналия век, ще бъде разгледан контекстът, в който те се създават, възникването и развитието на понятието *мем* (Докинс), и ще се стигне до неговото видоизменяне в *интернет мемета*. Основен акцент ще бъде поставен върху т.нар.

меметика (memetics), която влиза в ролята на вид граматика, код и език, който е нужен за разбирането, създаването и участието в подобна културна практика. Тя се характеризира с мултимодалност, в смисъла на прилагане на множество грамотности в рамките на една среда. В случая разбирането на едно меме включва разбиране на езика, на който е написан или изговарян текстът в него, конкретния жаргон, специфичен за дадената шега език, познание за контекста, в който тя е създадена, кое е забавното в нея, каква е символиката и т.н.

Отделно от своеобразната предистория и контекста, в лоното на който се обособява този феномен, ще се наблегне върху социалния аспект на меметата, свързан с обособяването на отделни културни общности и техния субкултурен език, който не е общоговорим. Меметата служат като вдъхновител за участие в протести и социални движения. За мен е важно да опитам да представя развитието на интернет меметата в България, като за целта ще представя гледната точка на няколко популярни родни меме създатели. След запознаването с феномена на меметата се открие понятието *шитпостинг*⁴¹. В тази глава ще се опитам да направя разлика между меме дейците и шитпостърите.

Методологията ми се основава върху качествени рефлексивни методи: проведени дълбочинни интервюта с меме създатели, включено наблюдение чрез създаване на меме страница в Instagram, над 3-годишно задълбочено наблюдение на множество меме страници в различни сайтове, авто-етнография, вдъхновена от моя личен опит като шитпостър през тийнейджърските си години. През 2009-2012 терминът *шитпостинг* не беше широко разпространен в България, но дейността, която съм извършвала тогава във Facebook, е идентична с тази на шитпостърите, както те се разбират традиционно. Обикновено шитпостингът е акт на употреба на онлайн форум или страница в социалните медии за публикуване на съдържание, която е сатирична и с *агресивно, иронично и тролско лошо качество*. Публикациите за глупости са предназначени умишлено да развалят дискусии или да предизвикат най-голяма реакция с най-малко усилия. Тогавашните ми публикации бяха по-скоро с цел да шокирам чрез *груб жаргонен* език приятелската си листа във Facebook, която беше съставена основно от мои връстници, или да напиша нещо на шльокавица, в което повече хора биха могли да се разпознаят – например: *matematikata ima pravoto da umre I da*

⁴¹ Шитпостинг (shitposting – от екскремент и публикуване) е интернет жаргонен термин, описващ набор от неправилно поведение на потребителите и реторика във форуми и табла за съобщения, които имат за цел да провалят разговор извън темата, включително да крадат теми и да създават некомерсиален спам. В 4chan вторичният продукт от публикуването на глупости се нарича рак (източник: Know Your Meme).

ne me zanimava poveche, mrazq q! (Maria Ivanova, декември, 2011, личен архив). Тогава платформата не беше широко разпространена сред учители, родители и други по-възрастни от нас потребители, което даваше по-голяма свобода на шитпостър като мен, некриещ самоличността си. Днес под шитпостинг в България по-скоро се разбира често анонимен потребител, публикуващ отново вече създадено от друг съдържание, което се разминава с първоначалната дефиниция на понятието. Въпреки това тогавашният ми опит също би могъл да се приеме като основен вдъхновител за дълготрайния ми интерес към темата за меметата.

Тъй като меме жанрът акцентира върху визуалността и нейната свързаност с кратки фрази/думи, предпочетох за огромна част от работата ми по темата да черпя информация от Instagram и по-конкретно български Instagram меме страници. Друго предимство, което се откри пред мен, свързано с избора на тази платформа, беше именно връзката с български меме създатели чрез нея. Преди първото си интервю с меме деец направих опити да пиша на страници във Facebook с меме съдържание, но не получавах отговор. Самите меме страници във Facebook в някаква степен *не работят* по същия начин, както тези в Instagram. Броят на последователите или харесванията често в Instagram преобладават при сравняване на профилите на една и съща група в различните платформи (например популярната страница *Just Pablo*), а и впоследствие от самите меме създатели установих, че тази платформа е по-благоприятната (от двете) почва, където меметата биха могли да се развиват и имат бъдеще. За да не се ограничавам с наблюдения единствено от Instagram, направих две проучвания по конкретен случай (т.нар. кейс-стъди), а за работата по тях съм използвала данни и от Facebook. Първото проучване е с цел онагледяване на пример за асимилиране на сюжет от популярен тогава сериал (*Squid Game*, 2021) в меме жанра. Второто е проучване, съсредоточено върху Facebook и Instagram страници, които споделят подобно съдържание, ориентирано към шеги, свързани с Балканите. Това кейс-стъди е важно за частта, в която ще се опитам да представя връзката между глобалните техники на представяне на дигитален хумор и локалните им асимилации. Към финала на текста ще обърна внимание на дихотомиите сериозно-забавно и професия-хоби, наблягайки върху комерсиалния аспект, съпътстващ тази културна практика.

В анализа си ще се придържам към обяснителния модел и теоретичната рамка, служещи ми за ориентир в изследванията, относно меметата, които се основават на контекстуалните понятия на разпространяемата култура, културата на *направи-си-сам (DIY)*, *culture jamming* и

дори явлението *deep fake*⁴², последното застрашаващо чрез софтуера и филтрите си всеки един човек да се превърне в меме или да участва в порно филм, без дори да подозира. Една от основните предварителни изследователски хипотези е, че грубият и т.нар. *нескалъпен* характер на меме съдържанието е нещо задължително, за да може конкретният пост да бъде достатъчно забавен и лесно асимилиран от по-широка аудитория. Тази идея се вписва в това, което Ник Дъглас нарича естетиката на *интернет-грозното*; според него става въпрос по-скоро за бърза и лесна разговорна игра, отколкото за формално изразяване (Milner, 2016: 82).

Следователно в тази глава целта на изследването ми е по-ясно дефиниране на понятието *меме* и какъв вид аматьори са създателите на *меме* творчество. Предметът ми на изследване е как се потребява култура, разгледана през меме дейността, а задачите на изследването ми са да разбера дали съществува обособена общност от меме създатели в България, по какъв начин тази дигитална дейност има отражение върху реалния им живот *offline*, дали могат да се открият местни специфики в българската меме практика или единствено се копи-пействат глобални сюжети и теми, каква е връзката между забавно и сериозно, хоби и професия, и дали тази актуална дейност би могла да се разглежда като нов вид празничност или съвременен фолклор. За постигането на тези задачи обособих определени изследователски въпроси, които отправих към респондентите си, а именно: Каква е мотивацията за създаването на меме страница? Как се избира съдържанието, което се публикува, какви послания се влагат, какви са сюжетите и темите? Каква е аудиторията/публиката на подобен тип творчество?/Какъв е профилът (възраст, пол, интереси) и на създателите на страниците; Какво се превръща в популярно/*вайръл*? Има ли някаква местна специфика, открояваща се в българските меме страници? Задължителна ли е ролята на анонимността? Може ли да се разглежда като изкуство/професия?

Основните хипотези, с които подхождам към изследването, са: основният движещ механизъм при създаването на едно меме от популярна страница в България е мимезисът/тоталното копиране от вече популярни сюжети/темплейти, а аматьорският/*грубоват* вид е задължителен елемент за да стане едно меме *вайръл*. Относно профила на меме дейците – представям хипотезата, че зад страниците и спохождащите ги аудитории стоят главно ученици – до някаква степен меметата съставляват младежка общност/младежка мода. Предвид

⁴² Дълбоки фалшификации, термин, който всъщност идва от "deep learning" - методът на машинно учене на изкуствен интелект с помощта на изкуствени неврални мрежи (Кръстев, 2019).

споделяното съдържание анонимността е задължителна за меме и шитпостинг творците. Създаването на мемета не би могло да бъде професия и се прави единствено с цел забавление и като хоби, без сериозна социална ангажираност. Следващата ми изследователска хипотеза е, че меметата са кибервицове, под формата на картинки, за които не се изискват специални умения, а единствено доза чувство за хумор и оригинална идея. Основната теоретична рамка, с която си служа в хода на изследването, е главно от приноса на постсубкултурната теория. Ще използвам за гид понятиен апарат, поставящ понятието за *мем* на Доукинс в дигиталния контекст на *културата на участието* (Jenkins, 2006) и *споделяемата култура* (Jenkins, Ford, Green, 2013), интерактивността и *културата на ремикса* (Lessig, 2008). Въпросите, които си поставям, са има ли преплитане между представите за *високо* и *ниско* (изкуство, култура и др.), дали актуалната ситуация ни води към *мъдростта на тълпите* (Keen, 2007), към нов емоционален ред (Wagener, 2020) и дори постдигиталност (пак там). Би ли могло в днешно време да се създаде нещо ново, има ли някакъв култ към имитацията. Последното, но и едно от най-съществените за темата на дисертационния труд питане, е именно до каква степен се запазва противопоставянето между аматьора и професионалиста, консуматора и производителя, хобито и професията, сериозното и забавното или всички те, размити и слети, изчезват в т.нар. *културна супа* (Milner, 2016).

Днес масовото разбиране за мемета в България е отчасти размито и проблематично. Понятието обхваща многообразието от всевъзможни картинки, колажи, статуси, видеа/ТикТок клипове, скрийншоти, дори цялостни дейности, от сорта на флашмоб, пранкове и предизвикателства с хумористичен характер. Общо взето, меметата са се материализирали в съвременни, виртуални, кибервицове, които обаче често имат физически, офлайн измерения. За да дефинирам понятието по-конкретно, ще пристъпя към предисторията на разгледания феномен и културния контекст, в който той се създава.

От мем към интернет меме

Анализирането от страна на хуманитарни изследователи на меме културата в България, както и в чужбина, тепърва започва да набира скорост. Понятието е създадено през 1976 г. от биолога Ричард Докинс в книгата *Егоистичният ген*. Той предлага терминът *мем* да бъде

мислен като Дарвинов, геноцентриран подход към културната еволюция, определяйки го като единица за предаване на културата. Ричард Докинс задава основите за характеризирането на мемовите като разпространяеми културни фрагменти от човек на човек. От гледна точка на меметиката „Докинс използва теме (мем) по аналогия на gene (ген) като съкратена форма на гръцката дума mīmeme, която е сродна на mimesis. Според него меми са „мелодии, идеи, изрази, модни дрехи, начини на правене на керамични съдове или на построяване на сводове“ (Dawkins 2006/1976: 192 цит. по Генова, 2020: 298). Мемът от своя страна е: „поведение или стил, които се разпространяват от човек на човек в рамките на или между културите (Pettman, 2019: 27). Мемът действа като единица за носене на културни идеи, символи или практики, които могат да се предават от един ум на друг чрез писане, реч, жестове, ритуали или други имитативни явления с имитирана тема.

Терминът *мем* е приложен за първи път във връзка с интернет в статия от 1994 г. в *Wired* от Майк Годуин, авторът на *Закона на Годуин*. Това е хумористично наблюдение в интернет, което се превръща в меме, а авторът обяснява как това е социален експеримент в меметиката (Mick-Evans, 2019). То гласи: „колкото по-дълга става една онлайн дискусия, толкова по-близка до 1 става вероятността в нея да се появи сравнение, свързано с нацистите или Хитлер“ (Godwin, 1995, цит. в Уикипедия). Относно връзката и разликата между мем и интернет меме Ричард Докинс (1976) първоначално въвежда същите критерии за меметична успеваемост, които установява за гените: дълголетие (колко дълго трае мемът), плодовитост (колко далеч се разпространява мемът) и вярност (доколко верен е мемът на своя произход). Но трансформативното повторно присвояване означава, че тези генетични критерии не съвпадат перфектно с интернет меметата. Най-малкото *успеваемост* може да означава нещо различно за интернет меметата, отколкото за гените. Дълголетието може да се определи по много начини и да се измери с много показатели (Milner, R. 2016: 64). Поддръжниците на концепцията за адаптирането на първоначалната идея за мем към интернет мемето разглеждат меметата като културни аналози на гените, тъй като те се самовъзпроизвеждат, мутират и реагират на селективен натиск“. Други учени (Miltner, 2014; Milner, 2016) твърдят, че интернет меметата са успешни поради техния *емоционален резонанс* с публиката; хората споделят мемета не защото са механично принудени да предадат културен репликатор, а защото са емоционално провокирани от някакъв аспект на медийния обект, с който се ангажират (Miltner, 2017: 414). Както обяснява Шифман, метафората на мема „е била използвана по проблематичен начин, концептуализирайки хората като безпомощни и

пасивни същества, податливи на доминацията на безсмислени медийни *закуски*, които заразяват умовете им“ (Shifman, 2014: 11 цит. в Milner, 2016: 20). Самият Докинс представя мутацията и еволюцията на идеята за мема в нова посока: „вместо да мутират случайно преди да се разпространят чрез форма на Дарвиновата селекция, интернет меметата се променят умишлено от човешката креативност. В отвличената версия мутациите са проектирани – не произволни, с пълното знание на лицето, което извършва мутацията (Dawkins, 2013, В: Wiggins, 2019: 8).

Днес има разнообразни теории и концепции за меметата, много от тях не се осланят на труда на Докинс, най-вече защото става дума за актуалната дигитална версия на мема и неговият интерактивен характер. Според Оксфордския речник мема представлява: „изображение, видео, парче текст и т.н., което се копира и разпространява бързо от интернет потребителите, често с леки вариации, които го правят забавно“⁴³.

Въпреки това, без значение какъв е поджанрът, Shifman (2013) твърди, че интернет меметата имат три основни измерения, които могат да се свържат с публиката или да се използват за създаване на смисъл: съдържание, форма и позиция. Съдържанието на интернет меметата се отнася до *идеите и идеологиите*, които са изразени в тях. Формата представлява *физическото въплъщение* на мемето; това включва формата (видео, картина) и *свързаните с жанра модели* на формата (като позиция на шрифта и текста или lip dub⁴⁴ или фалшив филмов трейлър). Позицията на мемето има три подкомпонента: структури на участие, меметична грамотност⁴⁵ и комуникативни функции. Структурите за участие на едно мема включват кой има право да участва и как; меметичната грамотност включва тона и стила на комуникация; а комуникативните функции включват типа комуникация (Miltner, 2017: 414). Успешните мемета, както ги дефинират Knobel & Lankshear, 2005: 6 цит. в Laineste, & Voolaid, 2017, включват една или повече от следните характеристики: първо – някакъв елемент на хумор (абсурден, пародиращ, маниакален и т.н.); второ – богат вид интертекстуалност, като иронични кръстосани препратки към различни събития, икони или явления от популярната

⁴³ Вж. Oxford Dictionaries. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/meme> (посл. посетен на 13.05.2022 г.)

⁴⁴ Lip Dubs са видеоклипове, в които човек или група хора синхронизират устни с популярна песен, обикновено с комедиен ефект, вж. <http://knowyourmeme.com/memes/lip-dub> (посл. посетен на 13.01.2022)

⁴⁵ В оригинала на статията думата е *keying* – букв. умение за работа посредством компютърна клавиатура или клавиатура на смартфона. Тъй като става дума за някакъв вид компютърна грамотност и схващане на стил и тон на мема комуникацията, реших да превода термина като меметична грамотност.

култура, и/или трето - необичайни съпоставяния, обикновено на изображения (пак там: 32). Меметата „отразяват дълбоки социални и културни структури“, както подчертава Шифман (2014: 15, цит. в Capelotti, 2020) и биват разглеждани както като механизъм за пренос и съхранение на културна информация (Dennet, 1999; Dawkins, 2000, цит. в Semotiuk, Shevchenko, 2023: 85-86), така и като средство за политическо участие и проява на анонимно мрежово творчество (Shifman 2013; Shomova, 2021, цит. в Semotiuk, Shevchenko, 2023).

В началото на изследванията си по темата се бях съсредоточила върху *вирусната* природа на меметата, коментирана от множество изследователи - „светът на меметата е забележителен поради две причини: първо, това е световен социален феномен и второ, меметата се държат като маса инфекциозни вируси, грипове и настинки, пътуващи бързо от човек на човек чрез социалните медии“ (Diaz, 2013). Опитвах да си обясня как дадена практика става вайръл, а замисляйки се върху самото *вайръл* съдържание, в съзнанието ми изникваха множество мелодии, практики, образи, които, подобно на вирус, се закотвят в мислите на човек. Още нещо, свързано с вирусната им есенция – споменава се, че са: „заразни модели на културна информация, които се предават от ум на ум и директно генерират и оформят нагласите и значимите форми на поведение и действия на социална група (Knobel, Lankshear, 2007, с. 199 cited in: Pidkuřimukha, Kiss, 2020). Когато ги разглеждаме като вирус, спам, многократно разпространяемо съдържание с малки вариаци и т.н., понятието за меме потъва сред всички вайръл картинки, колажи, гифове, карикатури, дори предизвикателства (*challenges*). В текста *Интернет мемета и комуникация онлайн* от изследователката Дафинка Генова от 2020-а г. се поставя ценното противоречие между *вирално* (със смисъла на вирусно) споделяне на съдържание и меме преобразуването на последното. Авторката прави разграничение между различните видове мемета (имидж макрос, рейдж комикс, снимки, пародии, флашмобс и др.), като загатва за това, че мемета не са само картинки, а биха могли да бъдат цели дейности.

Важна част от текста на Дафинка Генова е полагането на меме феномена в полето на интертекстуалността, тъй като неизбежно е нужно предварително знание, конкретен културен бекграунд и социална принадлежност за разбирането на едно меме. В книгата на Бродли Уигинс *Дискурсивната сила на меметата в дигиталната култура* се отграничава феноменът на меметата от останалите вайръл съдържания. Авторът представя мемето като визуален аргумент, като го полага в контекста на културата на участието, характерна за съвременното общество. Ние сме активните дейци, съпътстващи основната функция на

мемето. За да бъде то осъществено, трябва да се промени неговият първоначален смисъл чрез нашата собствена интерпретация и интеракция с него. „Интернет меметата могат да бъдат изучавани само във връзка с техните многобройни адаптации и версии за определен период от време“ и в тази връзка „следва, че интернет меметата не могат да бъдат определени като едно изображение или видео или крилата фраза или... с други думи, като изолирана информация; по-скоро интернет меметата трябва да се определят най-малкото като системи (Cannizzaro, 2016, цит. в Mick-Evans: 52). Те са ценни не само заради безспорната си масова популярност; те са значими, защото тяхната основна логика – мултимодалност, повторно присвояване, резонанс, колективизъм и разпространение – е по-голяма от всеки отделен текст или всеки отделен участник (Milner, 2019: 40). Мемето трябва да бъде направено така, че да се създаде диалог с останалите зрители, да провокира критика или пародия, всичко това чрез техниката на ремиксирането на оригиналното изображение. Част от публиката в този смисъл са всички хора, които участват в процеса на преинтерпретиране, ремиксиране и съучастие, следователно всичките меме създатели, вдъхновени от конкретна тема. Меметата са в постоянен процес на трансформация, а създателят е колективът – „стилът *направи си сам (DIY)* в интернет... резонира добре с традиционната устна култура, която включва култури на устните шеги. Подобно на вицовете и историите на устната култура, вицовете в интернет нямат автори (освен ако всеки не е автор). Те непрекъснато се създават, адаптират и пресъздават“ (Kuipers, 2002: 468 цит. в Milner, 2019: 34). Мостът между индивида и колектива е централен както за народната култура, така и за меметичните медии (пак там). Все пак народният език е свързан с народното, отколкото с формалното, повече с аматьора, отколкото с професионалиста, и повече с брикольора, отколкото със занаятчията (пак там: 96).

Дадено събитие, новина, видео или откъс от него, снимка или образ провокира креативно трансформиране на първоизточника от страна на аудиторията – „дадено меме може да се вземе и да се пренапише стотици хиляди пъти от безброй души и всички негови версии да съжителстват на мястото, наречено уеб мрежа“ (Langlois, 2014: 6). Следователно според теорията на Уигинс едно интернет меме, за да бъде успешно и да се мисли като такова, по дефиниция трябва да стане „вайръл“ и да предизвика аудиторията да го ремиксира. Милнър представя друга гледна точка – „постоянно споделяна, иновативно прилагана вътрешна шега между двама приятели може да бъде меме – тяхното меме – дори ако разпространението спре дотук (Milner, 2016: 38). Мога да допълня, че постоянно споделяната вътрешна шега не би могла да бъде меме, освен ако не се надгражда, ремиксира и трансформира в

продължение на времето, служейки като средство на комуникация между приятелите. Избирам да не се съсредоточавам върху *вътрешните мемета*, а да разгледам меметата в по-обширен аспект, включващ големи аудитории.

Сещам се за един много популярен и сполучлив колаж в България, посветен на Красимир Каракачанов и множеството вариации от всякакви хора, включващи пликчето на *Била*. Актуален пример е снимката на Иван Шишиев от *Етюд-и-те на София* от 9-и април, 2023 г., на която е фотографирана жена с върбова клонка, която непоколебимо пресича пред трамвай, докато шофьорът чрез жест с ръце показва възмутимост и неразбиране. Именно тези вариации превръщат първоначалния гаф и последвалата дигитална шега в меме. Уигинс дава пример: „ако публикувам изображение – макро (картинка с текст) като меме на страницата на *Classical Art Memes* и то събере нулеви реакции, споделяния и коментари, все още ли е меме? Според моята собствена дефиниция за интернет меметата, артикулацията им като артефакти на дигиталната култура и според това, как останалите изследователи са дефинирали меметата, отговорът е категорично *не*“ (Wiggins, 2019: 53). За по-голяма яснота авторът дава пример с вайръл видеото *Numa num*⁴⁶, като казва: „важно е да се направи разлика между първоначалното видео и функцията на итерациите като действително интернет меме. Първоначалното видео е пример за вайръл (*вирусно*) видео, докато пародиранияте му итерации са интернет мемета (Wiggins, 2019: 94).

Меметата често биха могли да се мислят като нещо несериозно, направено единствено с цел забавление. Споменава се тяхната ефимерност, те се появяват ударно, но също толкова гръмко и залязват. Съществуват конкретни изображения, които циркулират повече от десетилетие в интернет пространството, без да омръзват на хората, точно обратното – превръщат се в шаблони, върху които всеки един човек с минимални дигитални познания би могъл да сътвори авторско меме. Някои изследователи, критици и създатели на мемета виждат в тях потенциал за съвременно изкуство и креативна дейност, разнообразяваща всекидневието – „за мен правенето на мемета изглежда като създаване на дигитално изкуство, защото ти трябва да мислиш за своята аудитория, колективното знание, басейна от алюзии, на които можеш да разчитаеш, формите, символите, играта на думи, теми, и така нататък“ (Reoch, 2019: 237).

⁴⁶ Вж. https://www.youtube.com/watch?v=KmtzQCSH6xk&ab_channel=DorkDaily

Други изследователи ги разглеждат като *икономическа ерес* (Granata, 2019). Накратко казано: докато по-широкият смисъл на термина *мем* е бил използван да опише абстрактна единица мимезис – вид човешка култура, поведенческа ноумена – културата на интернет и софтуера от 90-те години на миналия век трансформира дефиницията си към абстрактна единица идея или култура. Популярно, той обозначава вид информация, която може да се репликира, рекомбинира, преобразува и преразпределя в множество медии“ (пак там: 257).

Темата е плод на актуалната ситуация на web 2.0 и амбициите за web 3.0, водеща след себе си постхуманистични теории и представи за мета съществуване. Срещат се мнения, граничещи с конспиративни теории, например това, че виртуалният маркетинг и алгоритмите, с които борави, биха могли да разпознаят и рекламират фрагменти от мислите (без да бъдат изговаряни или изписвани) и дори сънищата на интернет потребителите. Споменават се активното присъствие на т.нар. платени *тролове* или компютърно генерираните *ботове* в социалните мрежи, които създават стерилна, роботизирана и дехуманизирана виртуална (не)реалност. Следвайки подобни хипотези, бихме могли да се усъним в естественото превръщане на дадени културни продукти във *вайръл*, като допуснем, че повечето от тях са рожба на необясними за нас математически алгоритми и изчисления, стратегии на големи компании, които са последвани от масова манипулация.

Меметика

Контекстът, в който меметата се развиват, е до голяма степен свързан с това, което изследователите наричат *меметика* (*memetics*). Тя влиза в ролята на специфична граматика, свързана с интернет, социалните мрежи, отделните сайтове и платформи, познания за работа с програми като Photoshop, Paint, филтри, монтаж, дори меме шаблони. Меметичната логика и граматика подчертават *lingua franca* – споделен социален говор, преобладаващ във и сред общности, обвързани от медиите на участие. (Milner, 2016: 84). Меметичните медии са уникални със своята мултимодалност, която активира изразяването чрез множество начини на комуникация, тяхното повторно присвояване, техния резонанс, състоящ се във връзките им с участниците, техния колективизъм, представен от социално създаване и трансформация, и тяхното разпространение през средства за масова комуникация (Milner, 2019). Идеите и

текстовете се възпроизвеждат и трансформират като участниците добавят нови измерения към вече съществуващите. Меметичните медии са „резултат от безброй изрази, трансформирани, за да отговарят на нови културни, социални и индивидуални контексти, докато се разпространяват“ (Milner, 2016: 76). В по-ограничени колективи като общността на 4chan и Reddit се изисква владение на фиксирани техники, свързани с разговора и контексти за влизане в потенциална дискусия. В този смисъл се изисква „субкултурно *подходяща* новост, за да създавате и иновирате от това владение“ (Milner, 2016: 109). Аматьорите могат да станат известни в YouTube или да се научат на специална дейност, която да се превърне в тяхната бъдеща професия. Както знаем, протестните и социалните движения предимно тръгват от социалните мрежи – „какво са меметичните медии, ако не естествено изливане на тази промяна към преобладаващ обществен глас?“ (Milner, 2016: 112). Мултимодалността подчертава наличието на народен език, говорен от огромно съзвездие от участници, където връзката между високото и ниското е все по-размита – „по-голямо от сайт, география или индивидуален сътрудник, меметичният лингва франка създава социални светове“ (Milner, 2016: 109).

Вайръл

Непосредствената близост с публиката, аудиторията и избирателите създава една съвсем различна среда, водена от алгоритмите на технологиите. Интернет до голяма степен се е превърнал в комерсиална машина, чрез която отвсякъде ни се предлагат продукти, а инфлуенсърите в ролята си на *обикновените хора*, в които можем да се припознаем, допускат зрителите си до огромна част от своя живот. Неотдавна двойка популярни родни инфлуенсъри засне цял епизод, в който се кара, а това предизвика още по-голям интерес от страна на почитателите ѝ. Въобще цялото *вайръл* съдържание работи на принципа да бъде максимално разпознаваемо и съотносимо към по-голяма част от аудиторията. Да вземем музикалния видеоклип *Pen Pineapple Apple Pen* от Piko-Taro, което е сценичната персона на японския професионален комик Kosaka Daimaoh. Подобно на *Gangnam Style* на PSY, видеото се разпространи широко в социалните медии, след като е пуснато в YouTube в края на август 2016 г. Във видеото Piko-Taro танцува пред обикновен бял фон, докато пее буквално за забиване на химикалка в ананас и ябълка, за да се образува химикалка-ананас-ябълка-писалка. В рамките

на един месец видеото събира над 7,9 милиона гледания и 4000 коментара. На 18. септември канал в YouTube публикува компилация, включваща пародийни версии на музикалния видеоклип, като получава повече от 1,7 милиона гледания и 1300 коментара (след изтриването). На 21 септември ютюбър качва монтаж, включващ няколко млади жени, изпълняващи липсинкинг на песента. За една седмица видеото събира над 1,6 милиона гледания и 500 коментара⁴⁷. Разбира се, създават се и многобройни мемета, свързани с кадри от видеото. А сега да видим клипа на песента, с която писателят Папи Ханс стана известен – *Кекс* от 2018 г. Каква е връзката между двете? Мелодията, естетиката на видеото, дори текстът са изключително сходни. В едната песен става дума за абсурдно изреждане и съчетаване на различни думи (в клипа под формата на графичен текст), което впоследствие създава нефункционалния предмет *химикалка-ананас-ябълка-писалка* (отново под формата на графичен текст). В песента на Папи Ханс се изреждат монотонно различни негативни ситуации, в които хората могат да се припознаят (удряли са си кутрето, възможно е и съсед да им е одрал колата и т.н.), като смисълът е, че те загубват значението си, защото лирическият герой е правил *кекс* (препратка към секс). Текстовете и в двете песни се запомнят лесно, а абсурдността и повтарянето на едни и същи фрагменти предизвиква хумористичен ефект, както и преинтерпретиране и активно участие от почитателите. В крайна сметка последните превръщат самите музикални произведения в мемета.

Описаните музикални хитове са толкова популярни именно, защото владеят меметичната граматика, но в случая те представляват *вайръл* съдържание, което би могло да се превърне в мем. В случая с японския комик предвид пародиите и интерпретациите на аудиторията, той, заедно с песента си, се превръща в мем, но в случая с Папи Ханс бих могла да кажа, че съдържанието остава в сферата на *вайръл* жанра. Това сливане между *вайръл* и мем е проблематично, що се отнася до по-ясното дефиниране на термините. По мое мнение то до голяма степен идва от факта, че и двете са част от т.нар. меметична граматика и в този ред на мисли е обяснимо защо виждаме произведения на професионални колажисти, които масово се споделят от хората като мемета.

Важно е обаче те да бъдат разграничени. Предизвикателствата, набиращи популярност в различните социални мрежи, работят чрез същата меметична граматика, като участието в процеса дава чувство за общност, но има и определен състезателен момент, тръпка в това да

⁴⁷ "Pen Pineapple Apple Pen", Know your meme <<https://knowyourmeme.com/memes/pen-pineapple-apple-pen>>

лежиш на тревата по лице или пък да си пъхнеш главата в хладилника (отново в жаргона на абсурдното). Това би могло да се разглежда като функция на самата медия: „приликата между позите обозначава принадлежността на индивидите не към малка и позната социална единица, а към по-голяма, по-плавна дигитална общност. Този аргумент се основава на концептуализацията на Олга Гориунова (2013, цит. в Shifman, 2014) за *идиотизма* като основна характеристика на съвременната култура на участие. За разлика от глупостта – която е вроден, неконтролиран начин на мислене – идиотизмът в дигиталната сфера съставлява перформативен режим, който се играе нарочно, като израз на творчество. Тъй като това е проста и лесно достъпна възможност за създаване, той позволява на много хора да се изразяват публично, като по този начин носи индивидуализираща или субективизираща функция“ (Shifman, 2014: 351).

На мода са иронията, шегата, лековатите послания, неангажиращите дейности, запомнящи се мелодии, танци и сюжети. Да погледнем към риалити форматите – в тях центърът са обикновените хора, които правят определени неща, често с цел да забавляват аудиторията. Някои от тях се превръщат в звезди, други – обратно, получават различни психични разстройства, породени от критиката и омразата на зрителите. Съществува жанр риалити сериал – например *София ден и нощ*, популярен преди няколко години, предизвикал истинска истерия около участващите непрофесионални актьори и тийнейджърите. Сещам се и за *Съдби на кръстопът* – зрителите го гледат именно заради играта на непрофесионалните натурчици, които често активират пародиен ефект. В този смисъл границата между аматьор и професионалист е все по-тънка. Непрофесионалното, органичното и първичното все повече се търсят за сметка на професионалното и т. нар. *високо*, което стряска човека. При последната категория се изискват специални умения, образование, задълбочаване в конкретната сфера, а защо да се правят тези неща, като човек би могъл да изрази своята уникалност без никакви специфични усилия в някой риалити формат? Папи Ханс взима готов шаблон и прави своя версия на песента на японския комик, като и двете песни могат да се пеят от всеки човек – не се изискват специални гласови дарби. Именно активността *отдолу* е централна в мисленето на подобен културен феномен. Нужно е да се отбележи обаче важната роля на имитацията, тъй като централна за меметичния език. Поради факта, че интернет потребителят придобива убеждението, че *всеки* може да направи дадено нещо и да участва в глобалния процес, мода и *вайръл* съдържание, се случва да потъне в меметичната бездна и да изгуби способността си за критичност. Това ясно може да се види във фалшивите новини, които наблюдаваме на

ежедневна база – от хора, които правят коментари, въпреки че са прочели само заглавието на публикуваната статия, до такива, които дори да са я прочели, вярват на всичко написано поради липса на информираност. Отделно – в началото на изследването разчитах почти всичко визуално с хумористичен характер в интернет като меме, което при по-обстойно запознаване с термина, разбрах, че е далеч от истината. Това се случва именно поради ефимерността, бързите темпове, мултимодалността и различната меметична граматика, с която разполагаме като интернет потребители. В този ред на мисли ще направя опит да опиша какво разбирам под интернет меме, както и да го отгранича от карикатурите, колажите, интернет картинките и др., които не винаги е уместно да се разглеждат като мемета. Също така, важно е да се отбележат различните техники на хумор, използвани за създаването на мемета.

Вътрешност на мемето

Някои автори споделят, че „разследването на „шеги при бедствия в Интернет“ след терористичните атаки на 11-ти септември може би е най-ранното академично изследване на това, което сега наричаме *мемета*, въпреки че този термин не се използва тогава.

Първото ми по-сериозно запознаване с феномена на меметата бе през 2009-а година, след популяризирането на сайта 9GAG в България. За едни от първите мемета се считат т.нар. *рейдж комикс (rage comics)*. Най-грубо казано, рейдж комикс представлява фикционална вселена от дигитални комикс картинки с различни лица/физиономии на определени герои, представени под формата на драсканици. Те могат да бъдат създавани с минимални дигитални умения и познания, свързани с основни програми като Photoshop и Paint. Първият комикс е този на FFFUUUU Rageguу (Яростният Човек) от средата на 2007-а г. в платформата 4chan. Както подсказва името, историите, свързани с този комиксов персонаж, разказват за ситуации, в които се провокира пресилено употребеното чувство на *гняв* – например вместо да изключим компютъра си, без да искаме го рестартираме и *Яростният човек* пресъздава нашата потенциална реакция. Чарът на рисунките се крие именно в опростената работа с програми, тип MS Paint, без претенцията за сложна визуализация. Въпросните комикси разказват чрез хумор ежедневни ситуации, които са в повечето случаи общосподелими от уеб

потребителите (да кажем сюжет свързан с училище, приятели и др.). Със съучениците ми от гимназията се забавлявахме най-много на Forever Alone Guy (Винаги Самотният Човек). Неговата история акцентира върху това, че той няма приятели и винаги остава сам в края. На пръв поглед няма нищо забавно в това, но предвид множеството онлайн разкази, свързани с него, започнахме в конкретни ситуации да се преструваме, че сме на неговото място и това предизвикваше смях у нас (нещо като вътрешна за компанията ни шега). Това се превърна в част от нашия жаргон. Други по-известни рейдж комикс са Cereal Guy (човекът със зърнената закуска), който проявява остър скептицизъм, LOL (лол/уау) Guy, който се смее гръмко на ситуации, които намира за забавни, Troll (трол) Face, който прави животът на останалите потруден за собствено забавление и много други (вж. Connor, 2012). Някои от лицата започват да променят първоначалното си предназначение, например Me Gusta Guy (Харесва ми Човекът). В началото комиксът с него се употребява за обозначаване на нещо, което не би трябвало да харесва, а впоследствие точно обратното (пак там). Рейдж комикс започват да се превръщат в способ за онлайн комуникация и за офлайн изразяване и споделяне на хумор. Въпросните комикси разказват чрез хумор ежедневни ситуации, които са в повечето случаи общосподелими от уеб потребителите (да кажем сюжет, свързан с училище, приятели и др.). Рейдж комикс започнаха бързо да се превръщат в начин за онлайн комуникация и навлязоха в ежедневието ни като недигитални шеги чрез имитирането от наша страна на изказвания и изразения от известни, актуални мемета. Те продължават да циркулират във виртуалното пространство и до днес, някои от изображенията са оставили дълбок отпечатък и са задали цял жанр на грубовато изработени рисунки-мемета с хумористичен характер. Дори емотиконката за усмивка, създадена от препинателните знаци двоеточие и стандартна скоба, се разглежда от някои изследователи като първото мемe, а други сравняват феномена с палимпсест: „пергамент, от който първоначалното писане е отмито и върху който човек решава да пише отново“ (Barthes, 1982: 67 cited in Langlois, 2014). Най-популярният аналог в България е Спидерман (от Спайдърмен), нарисуван със същите цветове от костюма на известния супергерой, но по-скоро приличащ на драсканица:

уникален фейсбук-герой, мемe вариант на комикс-героя Спайдърмен. (Спидермаан е българския принос към „сериите“ за потока Долан). Думите на Спидермаан (както е оригиналното му название) се изписват с разбъркан и неправилен правопис, като някои от тях са станали култови и са добили и по-широка употреба (напр. „Фостата“, „ковра“, „боклик“). Странният му изказ само подчертава неговите точни и най-често нецензурни коментари по различни теми от съвременния живот - от стандартните, като партита и жени, до наболели въпроси, като повсеместното изпростяване и консуматорство, чалга културата, фитнес

манията сред младите, меркантилността на жените (Коври!) и, не на последно място, мафиотско-мутренската действителност и корумпираните политици в държавата ни” (умпа-лumpен от БГ джунгла, 2013).

Той е разпознаваем чрез грешно изписани думи (най-често разбъркани букви), съпътствани от критика към социалната действителност, сексистски коментари, псувни и т.н. Бродли Уигинс споменава теорията на Гидънс (Giddens, 1984, цит. в: Wiggins, 2019), който използва „следи от памет“ (пак там), опитвайки се да обясни процеса на превръщането на една онлайн шега в меме. Нужно е разпознаване на първоначално дадения меме шаблон и адекватна негова употреба чрез ремиксиране, за да се участва в процеса: „в меметичен план, следите (или структурите) от памет са процедурите за проектиране на специфично меметично съдържание по такъв начин, че да бъде разпознато като меме, за да се насърчи рекурсивно възстановяване на свързаните с него мемета... следите от паметта позволяват на хората да знаят какво да направят, за да участват; т.е. да разпознаят конкретно съобщение като меме и още – да възпроизведат подобно меметично съдържание с надеждата за повторен процес на разпознаване и възпроизвеждане“ (пак там). Както се опитам да обясня, невъзможно е да бъдат схванати всички съществуващи мемета, най-малкото защото те са твърде различни в отделните платформи, както и поради факта, че контекстите им и техниките, чрез които се правят, са многобройни. Една от т.нар. онлайн библиотеки, които представляват хранилище на историята на голяма част от популярните мемета е *Know Your Meme (KYM)*. Това е уебсайт, в който има и видео серии, който използва софтуер Wiki, за да документира различни интернет мемета и други онлайн явления, като вайръл видеоклипове, image macros, фрази, известни личности в интернет и други. Той също така изследва нови и процеса на тяхното видоизменяне.

Текст

Един от първите елементи, които забелязваме в едно меме, е текстът, който е вграден в него. Текстът е предимно хумористичен и е представен чрез конкретен шрифт. За мемета се използва главно *Impact font*, който според някои автори сам по себе си се е превърнал в меме до голяма степен поради широкото му разпространение в текстовите процесори и други

софтуери през 90-те години и защото контрастира добре с картината, независимо от цветовата схема на изображението (Edwards, 2015, цит. в Mick-Evans, 2019: 29). Има хипотези, че този шрифт е широко използван много преди появата на меметата във вестници и списания и е един от най-четимите и благоприятни за окото на читателя.

За да бъде схванато едно меме е нужно конкретно знание за контекст и една от най-важните негови характеристики е да бъде разпознаваемо. Това разпознаване отвежда потенциален меме деец към идеята да промени чрез своята собствена интерпретация, желание за коментар или чувство за хумор първоначалния образ, което ме отвежда към ефекта на Кулешов. Това е монтажен похват в киното, постиган чрез съпоставянето на два независими един от друг кадъра, които имат отношение помежду си и изграждат нов сюжетен смисъл на преживяванията. Да вземем мемето със *Скрий болката Харолд (Hide the pain Harold)*. Изражението на лицето и усмивката му, често коментирана като изкуствена, вдъхновява всевъзможни интерпретации. Освен производно на колажа, карикатурата, пародията и вица, по този начин мемето ни отправя към кино похват в неговата минималистична, съкратена многократно, сбита и ремиксирана версия. Понякога текстът в меметата е представен чрез съкращения от по няколко букви или пък отделни букви са главни, хаотично разположени и т.н. За разбирането на подобен текст е нужно както предварително знание – например какво означава даденото съкращение, така и меметична грамотност – да разберем, че когато има думи, изписани с главни букви, това често е символ за вик, крясък и т.н. Фиксираните тропи на вътрешните монологични надписи – поток от съзнание, разпръснато разположение на текста и вариации в размера на текста, главни букви, граматика и правопис – всички те определят жанра (Milner, 2016: 86).

Вид хумор

Най-честите техники, свързани с вида интернет шега са: сатира – визуално-вербална подигравка, ирония и сарказъм, изразени от карикатурист, с цел изобразяването на социални и политически недостатъци или критика на политици и техните действия, евентуално нарушаващи социални табу; асоциация, използваща съпоставяне, връзки, аналогии, сравнения; противоречие, което работи с изкривяването на съдържанието, подчертава

несъответствията или неяснотите и използва метафори и пародия, която работи с имитация, препратки и алюзии към поведение, нрави, обичаи, нагласи и артефакти (Semotiuk, Shevchenko, 2023). Техники на шегата са: „асоциация, транспониране, трансформация, противоречие, преувеличение, пародия, игра на думи, маскировка, сатира, разказ и присвояване“ (Roukes 1997: 12, цит. в Semotiuk, Shevchenko: 88). В контекста на електронните и печатните медии седем вида хумор са ясно дефинирани (Catanesescu & Tom, 2001, цит. в Taecharungroj, Nueangjamnong): „сравнение – комбиниране на два или повече елемента за създаване на хумористична ситуация, персонификация – приписване на човешки характеристики на животни, растения и предмети, преувеличаване – надценяване и увеличаване на нещо непропорционално спрямо реалността, игра на думи – използване на елементи от езика за създаване на нови хумористични значения, сарказъм – предоставяне на крещящи иронични отговори или ситуации, глупост – правене на смешни физиономии в отговор на нелепи ситуации, изненада – хумор, произтичащ от неочаквани ситуации“ (Taecharungroj, V., & P. Nueangjamnong, 2015: 4).

Едни от най-популярните мемета са т.нар. *съотносими* (relatable) мемета. Чрез примера с песента на Папи Ханс *Кекс* загатнах за важността на избора на тема, по която да се направи дадената интернет шег. В песента е именно такава, в която да могат да се припознаят колкото може повече хора, било то защото конкретната ситуация им се е случвала или заради употребата на самоирония, на която винаги се гледа като една от най-успешните техники, предизвикващи смях.

Съотносимостта означава да разбереш, да съчувстваш, да почувстваш връзка – (Oxford Dictionary, цит. в: Zimmer, 2010), еднаквост, равенство. Най-многобройните мемета в интернет са тези с текст: *това е буквално/толкова аз/аз когато/аз ли съм единственият/единствената, който/която/чувството, когато...* Акане Канай представя термина *афективна еднаквост* (Kanaï, 2019, цит. в Schlittgen, 2022), като излага излага съотносимостта като афективна категория (пак там).

В двата случая (песента на Папи Ханс и на японския комик) се наблюдава комбинирането между няколко вида техники, свързани с хумора, като основни са сарказмът, играта на думи, глупостта и вероятно изненадата. Техниките до голяма степен се сливат и могат да бъдат комбинирани по различни начини. В огромна част от предизвикателствата в интернет

преобладава хуморът, свързан с глупостта – например предизвикателство с изливане на кофа с лед върху главата и други подобни.

Хора-мемета

По-рано бях споменала феномена *deep fake*, чрез който можем да се окажем в нежелано от нас видео/снимково съдържание чрез софтуер, анимация или филтър. Съществуват мемета, които са забавни за едни, но травмиращи за хората, чиито реални снимки за направата им са използвани (Aldrich, 2015) и впоследствие са се превърнали в хора-мемета. Пример за това е феноменът *I accidentally became a meme* (*Аз инцидентно се превърнах в мемета*), серия от видеа в платформата YouTube, посветени на интервюта с хора, чиито снимки внезапно са се превърнали в мемета след използването им от анонимни автори. Мъжът от споменатата популярна мемета серия, превърнала се в шаблон *Скрий болката, Харолд* споделя следното: „хората всъщност не ме гледат като реален човек, а като фотешоп творение“⁴⁸. С течение на времето обаче се засилва интересът на хората към него и той придобива много почитатели. Срещайки го по улицата, те пожелават да си направят селфи с него, а по този повод споделя следното: „виждам радостта в очите на хората и е прекрасно, че мога да ги направя щастливи“. Започват да го канят в реклами (напр. от *Кока-Кола*), стига се дори до идея за филм, посветен на мемета персонажа му. Много от съдържанията в интернет могат да бъдат проблематични, особено когато става дума за такава масова подигравка, свързана с невинен, нищо неподозиращ човек. В интернет все още има оскъден контрол и на практика няма какво да се направи, за да се спре разпространението на съдържание, считано за нежелано от определени лица (Capelotti, 2020: 133).

⁴⁸ Вж. YouTube. 2021 I Accidentally Became A Meme: Hide The Pain Harold. BuzzFeedVideo <https://www.youtube.com/watch?v=a3WnvDtDD2M>

Не(разбираеми) мемета

В първата част ще представя как различни мем страници използват популярността на конкретно произведение по различен начин. За целта ще се съсредоточа върху наратив от м. октомври, 2021. Става дума за южно-корейския мини сериал *Squid Game* (*Игра на калмари*), който бе представен в платформата на Нетфликс, но много скоро след това беше качен в известни български и чуждестранни торент платформи. Във втората част ще представя няколко подбрани от мен примери за мемета, които също добре илюстрират нужното предварително знание за схващането им. Реших да ги включа поради факта, че при първата си среща с тях, за мен бяха неразбираеми, но запознавайки се с контекста, те се превърнаха в интересен източник на информация. Разбира се, многобройни са примерите за мемета, за разчитането на които нямам нужните познания в конкретна сфера. Именно в тази част бих искала да покажа нагледно, че е на практика невъзможно човек да разбере всяко едно мем, но също така, че алгоритмите на социалните мрежи до голяма степен са направени с цел да излизат подходящи за потребителите съдържания. Неслучайно съществува онлайн хранилището за мемета – *Know your meme*, където обстойно се описва предисторията, възникването и развитието на конкретни мемета.

Сериалът *Squid Game* (*Игра на калмари*) придоби изключително огромна аудитория в България и чужбина, така из всички социални платформи циркулираха масово за период от няколко месеца различни публикации, посветени на него. Ако човек не е запознат със сюжета, би било трудно да разбира повечето от шегите, използвани в интернет меметата. В същото време предвид масовото разпространение на мемета и вида използвани шег, посветени на него, дори и без да е гледал сериала, случаен зрител би могъл да разбере в някакъв смисъл сюжета или поне част от него. Съвсем накратко (за да могат да бъдат разбрани бъдещите примери) сюжетът се върти около състезание, в което 456 играчи, всички извлечени от различни сфери на живота, но всеки с финансов дълг, играят поредица от детски игри със смъртоносни наказания. Победителят може да бъде само един, всички останали умират в хода на игрите. Както респондент @ebe_mi_sa_brat⁴⁹ казва: „това, което най-много оразличава различните мем страници, е видът хумор“. Ще дам няколко примера с мемета, посветени на сериала *Игра на калмари*, за да оразлича техния стил и съответно тяхната

⁴⁹ С „маймунско а“ или @ пред името се обозначава страница в Instagram.

аудитория. Нека започнем с една известна мемe страница в България, която е с главно хумор, насочен към ученици – @mementsa.



Ил. 22. *Задачите в клас, задачите на изпита.* Скриншот на авторката.

Публикацията показва сцена от филма, в която играчите трябва да издълбаят конкретна форма от сладка пита, без да нарушават цялостта на фигурата. Разбира се, колкото по-проста форма, например триъгълник или кръг, толкова по-лесно това би се случило. Ако не успеят – те губят играта и живота си. Съпоставка се прави между популярната, общосподелена шега от всички (настоящи и не само) ученици, че задачите, които се преподават в час са много по-лесни, отколкото тези, които се падат на контролно/изпит. Всички, които са гледали сериала, ще се сетят за главния герой, на когото му се падна най-трудната спрямо останалите фигура – на чадър. В конкретното мемe – дясната картинка не присъства във филма – се връщаме към една от основните характеристики на мемето – да се добави нова, иновативна вариация в наратива. Продължавам със следващ пример. Публикацията е от facebook фен страницата на героя Чандлър от известния сериал *Приятели*.



Ил. 23. *My mental health.F.R.I.E.N.D.S.* Скриншот на авторката.

Това, което се вижда, е отново сцена от *Игра на калмари* – моментът, в който главният герой (в мемето придобил вече роля на *психическото ми здраве*) бива спасен от свой съотборник, който представлява сериалът *Приятели*. Това е нещо рядко виждано в сетинга на сериала, тъй като всички представляват конкуренция за другия). Мемето е предназначено за феновете на сериала *Приятели*, които обичат да си пускат периодично епизоди, дори вече да са ги гледали, и да се развличат с тях. Следващата публикация я видях от стори на мой инстаграм приятел, който е фотограф.



Ил. 24. *No One: 120 film shooters at the end of the roll.* Скриншот на авторката.

За пореден път снимката е част от сцена в сериала *Игра на калмари*, като вместо питата, спомената в първия пример, главният герой облизва ролка филм. Тук препратката е към всички фотографии, снимащи на лента, която е в края си. Предпоследният пример е от меме страница с хибриден характер на споделяното съдържание - @razdvoenielichnostta.



Ил. 25. *Аз съм веган. Не яжте месо.* Скриншот на авторката.

Публикацията е подобна на тези от страницата *Спидерман*. Ако човек, който не е гледал сериала, попадне на нея, дори не би разбрал, че това е свързано с него, тъй като единствената подсказка е във фигурите - кръг, триъгълник, квадрат – логото на *Играта на калмари*). Грубовато нарисуваното човече взема четириъгълник от мястото за кръга, а идеята, поне доколкото аз я разбирам, е отявлена критика към радикалните вегани, последните от които според мемето агитират останалите хора да не ядат месо. Чрез тази картинка те са представени като безмозъчни хора с деформиран череп. Последната от публикациите, на които ще обърна внимание, е свързана с финала на сериала на *Игра на калмари*.



Ил. 26. *Me at the end of Squid Game*. Скриншот на авторката.

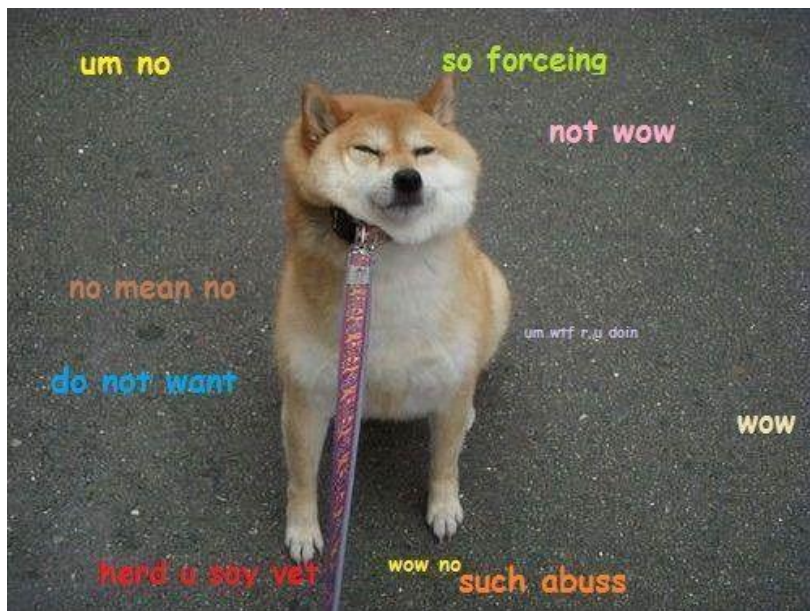
На картинката виждаме едно от най-популярните мемешки шаблони, т.нар. *Cat meme* (Котешко мемешко или Мемешко с котката). Мемешкото гласи: *Аз на финала на „Игра на калмари: Качи се на ш***ния самолет!* На котката е добавена червена перука (с червена коса е главният герой от сериала в последния епизод), а долу вляво на картинката се виждат същите фигури, коментирани в предишните примери. Мемешкото е във връзка с отворения край на финалния епизод (ако се качи на самолета, краят няма да е отворен). Както вероятно става ясно, тези мемешки, взети сами по себе си, нямат особено разпознаваем наратив. За разбирането им е нужно човек да е изгледал сериала или в краен случай, предвид многото видяни мемешки, циркулиращи в интернет, да предугажда за какво става дума. Освен това хуморът на по-голямата част от тях е проблематичен. Различните аудитории биха възприели конкретна картинка за забавна или релевантна за тях. Със сигурност мемешкото, свързано с учениците, ще бъде по-забавно за тези от тях, които наскоро са имали подобен опит с контролно, а за друг мемешко, свързано с веганите (или споменатите по-горе *шеги и бедствия в Интернет* покрай 11-и септември) би било неуместно и със сигурност не би било забавно. Съществуват и комерсиално насочени асимилации на елементи от сериала, например маркетинговата стратегия на известната пицария *О’Шипка*. Спонсорираната реклама гласи: *Гладен си?*

Поканен си! като е използвана визитката-покана за *Играта на калмари* от сериала, но кръгът и триъгълникът са запълнени от съответно цяла пица и парче пица, а в квадрата фигурира логото на заведението. Докато интернет меметата в разговорно отношение се разбират като „причудливи шеги или практики“ (Burgess, 2008: 101), все по-голям брой изследвания показват, че тези мемета на практика могат да служат за задоволяване на по-дълбоки нужди от обикновен смях (Miltner, 2011). Връзката между означаващото и означаемото помага за декодирането на съобщението правилно, при условие че читателят трябва да има известни познания за изображението и контекста. В противен случай декодирането би било трудна задача за читателя. Някои автори говорят за еволюцията на *гледането*, която не е свързана само с промяната в техниката, а с културни и социални употреби и значения. Това проучване изследва меметата като практика за трансформираща грамотност и намира доказателства за „положителна връзка между поп разумна медиация и оживен политически коментар“ (Miltner, 2011, с. 300). Милнър (Milner, 2012) пише, че като се научат да присвояват и трансформират културни текстове, участниците могат да вземат участие в публичния дискурс за събитията в света около тях чрез „използване на *лоп-а* като отправна точка към политическото“ (пак там: 305). Чрез това разяснение, концентрирано около конкретен сериал, реших да представя хумора, като носещ социално-културен код.

Сега ще представя няколко примера за мемета, които било то заради това, че не са достигнали до моя информационен поток, или поради липса на знание, относно контекста, заради който са създадени, при запознаването ми с тях, не предизвикват у мен емоция, свързана с разпознаване и впоследствие хумор.

Doge меметата и после присвоеното от *Doge - interior monologue captions* е жанр меме, което не е циркулирало в моя фийд. *Doge* е интернет меме, който стана популярен през 2013 г. Мемето обикновено се състои от снимка на куче от породата Shiba Inu, придружена от многоцветен текст с шрифт *Comic Sans* на преден план. Текстът, представляващ своеобразен вътрешен монолог, е съзнателно написан под формата на развален английски. Както бе казано по-горе, шрифтът и начинът на изписване на самите думи/букви имат важна роля в схващането на едно меме. В случая спрямо т.нар. *caps* можем да съдим, че става дума за *крещящо възмущение*. За шрифт е избран *Comic Sans*, който е критикуван от дизайнерите заради инфантилните си и карикатурни конотации. Тези избори засилват ироничната конотация. Конкретното меме влиза в рекламата, вдъхновява уебсайт за метеорологично

време и приложение, а някои видеоигри добавят *skin* (букв. кожа, образ на игровия персонаж) с Doge. Твърди се, че породата Shiba Inu става популярна, благодарение на това меме. Къде се крие хуморът?



Ил. 27. Пример за Doge меме, в което кучето не желае да ходи на ветеринар. Скриншот на авторката.

Както може да се види от това меме – става дума за куче, което е теглено на каишка от стопанина си, който иска да го заведе на ветеринар, но то не желае да потегли и кратките му мисли са изписани хаотично около него – „м, не“, „толкова натрапчиво“, „не сега“, „какво, по дяволите, правиш“, „уау“, „уау не“, „такава злоупотреба“, „чух, че казваш ветеринар“, „не искам“, „не означава не“. Този меме шаблон бива присвоен за различни контексти, но шрифтят, разположението на текста и разваленият английски си остават същите.

Следващото меме, на което ще обърна внимание е споделено в Tumblr през 2015 г., пояснява сцена от филма от 1939 г. *Отнесени от вихъра*, в която Рет Бътлър напуска своята любовна авантюра Скарлет О’Хара. В този емблематичен момент О’Хара изразява безпокойството си за живота без Бътлър: „Къде да отида? Какво да правя?“ Отговорът на Бътлър е студен: „Честно казано, скъпа, не ми пука.“ Репликата — ехтяща в американската популярна култура в продължение на три четвърти век — получава актуализация на народен език: „Честно казано, скъпа моя, не ми пука“ става *tbh bae idgaf* и хумористичното съпоставяне се ражда от превода на емблематичното чувство от 1939 г. в жаргона на 2015 г. Анотирането на Бътлър и О’Хара в това изображение в Tumblr е поредица от писма, които биха се разчели като безсмислици

преди седемдесет и пет години и може да се прочетат като безсмислици след още седемдесет и пет години – ако вече не са. Въпреки това за участниците, които споделят изображението, те са разбираеми като *ежедневен* израз и умното им меметично изпълнение е това, което кара шегата да работи. За превод: *tbh* е съкратен жаргон за *да бъде честен* (to be honest); (Milner, 2016: 96), *bae* – или изкривено име на *babe*, или акроним за *преди всеки друг* – е етикет за партньор в интимна междуличностна връзка и *idgaf* съкращава *не ми пука* (i don't give a f_ck). Този жаргон от 2015 г. прецизно съответства на настроението на Бътлър от 1939 г.: *tbh* съвпада с *frankly*, *bae* с *my dear* и *idgaf* с *I don't give damn* (Milner, 2016: 97). Мемето става толкова популярно, че се продават и чаши с него.



Ил. 28. TBH BAE IDGAF върху чаша. Скриншот на авторката.

Като за финал – да вземем едно футболно меме.



Ил. 29. Футболно мемe. Скриншот на авторката.

Тъй като рядко гледам футбол и не съм запозната с голяма част от футболистите това мемe не ми говори нищо. Както виждаме – избран е популярен шаблон, т.нар. *Дрейкпостинг* (*Drakeposting*), известен от мемето с изпълнителя Дрейк. Чрез реакционни изображения и други неподвижни кадри от музикалния видеоклип на хит сингъла на канадския хип-хоп изпълнител от 2015 г. *Hotline Bling*, разпространени във 4chan, обикновено се изразява презрение към темата. Мемето е направено чрез отрязване и поставяне на главата на футболиста върху така познатото червено яке на Дрейк. Когато се допитвам до мой познат, който е футболен фен, той ми обяснява, че шегата е свързана с футболен мач, в който Марк Кукурея (с якето на Дрейк) е подавал на всички съотборници, но не и на играча пред него – Михайло Мудрик (изразено чрез отхвърлянето и предпочитанието, показано чрез ръката на Дрейк). Както може да се види от скрийншота Мудрик е харесал мемето и това допълнително подсилва хумористичния характер. На пръв поглед схващането на шегата е елементарно, но въпреки опита си да разбере мемето, това нямаше как да се случи без предварителния контекст.

Мемета и авторско право

В традицията на обичайното право меметата се категоризират като производни произведения (Capelotti, 2020). С други думи, в страни като Обединеното кралство, САЩ и Австралия честната употреба е концепция-чадър, под която са защитени изключения от нарушаване на авторски права, включително пародията (пак там: 127). В държави с гражданско право като Франция и Испания законодателството има списък от ситуации, които не се считат за нарушаване на авторски права – пародията традиционно се споменава като изключение, ако има хумористично намерение, ако не създава риск от объркване с оригиналното произведение и ако не наранява или унижава оригиналния автор (Visser, 2005: 322-323, цит. в Capelotti, 2020). Ситуацията в България е малко по-различна. Оказва се, че не е транспонирала директива 29/2021 година в частта ѝ за карикатура, пародия или пастиш. Самият текст в българския вариант на директивата е неточно преведен и стеснен до литературни произведения. Всяко използване на авторско произведение в меме (което по правило се случва) вероятно е нарушение. Въпреки това платформите прилагат по-скоро правото на САЩ, когато преценяват дали да свалят нещо или не.

Онлайн библиотеката за мемета *Know Your Meme* включва често актуализиран списък със съдържание, което е наредено да бъде премахнато поради нарушаване на авторски права⁵⁰. Например мемето *Awkward Penguin* е базирано на изображение от *National Geographic* и за което *Getty Images* притежава авторските права, а *Getty* започна правни действия срещу сайтове, които споделят снимката като част от мемето *Awkward Penguin* (Dewey, 2015 цит. в Mick-Evans, 2019: 69).

Външни прояви на меметата

Вече бе споменато, че различните платформи имат набор от различни мемета, които се различават по темите, които засягат, жаргона, дори визуалните характеристики. В своето изследване на колективната общност в Reddit Адриен Масанари признава това, че дори ако

⁵⁰ Вж. <https://knowyourmeme.com/forums/q-a/topics/15676-kym-office-of-cease-and-desist-records> (посл. посетен на 13. 01. 2023 г.)

отделните subreddits са значително различни по своя език и практики, „определени модели характеризират взаимодействията в целия сайт“ и „по-големите (работещите/добрите) културни нрави (маниери) оформят пространството“ (Phillips, 2015: 14, цит. в Milner, 2016: 104). В една публикация в Reddit участник създава диаграма, която очертава възприеманите разлики в идентичността между Reddit и Tumblr. Според диаграмата колективът Reddit вижда себе си като съдържащ *провокиращи мисли и сериозни дискусии за наука, технологии, политика и т.н.*, докато те виждат Tumblr като съдържащ *борци за социална справедливост и радикални феминистки*. Обратно, колективът на Tumblr вижда себе си като място за *важен социален коментар; профеминизъм, антирасизъм, про-ЛГБТ и т.н.* докато те виждат Reddit като дом на *сексистки, расистки мъжки деца*. Според класацията *всеки друг* е видял и Reddit, и Tumblr като *привилегировани тийнейджъри, хленчеши в интернет за неща, които дори не разбират*. Стенограмата, разбира се, е по-социално въображаема, отколкото фактическа реалност, но отразява възприятието, че публичният разговор в медиите за участие не е монолит. Признава, че публичната сфера има своите контрапублики (Milner, 2016: 135). Меметичната логика, граматиката и народният език се използват в субкултурни разговори, за да се разграничат вътрешните от външните и да се разграничат членовете на колектива от непосветените (Milner, 2016: 104). Един красноречив цитат споделен от потребител, влизаш в платформа, която не познава, е: „първоначално не разбрах нищо; имах чувството, че се опитвам да чета уебсайт, написан на съвсем различен език. Можех да кажа, че хората се шегуват, но не видях какво е толкова смешно. Все пак имаше нещо в пространството, което ме заинтригува, така че продължих да чета и препращам и в крайна сметка неразгадаемият хаос отстъпи място на това, което можех да разпозная като изненадващо съгласувана поведенческа и лингвистична система“ (Phillips 2015b: 38 цит. в Milner, 2016: 104). Независимо дали са масово публични, езотерично субкултурни или интимно междуличностни, меметичните медии позволяват колективна връзка чрез преплитане на индивидуалното изразяване със социалния прецедент (Milner, 2016: 90).

Мемета като средство за създаване на общност

Важен аспект, чрез който могат да се разберат по-плътнo меметата, е разглеждането им като метод и начин за изграждане на общност. Арджун Ападурай (1996) твърди, че масмедииите

помагат за създаването на тези въображаеми образи, колективи, които изпитват чувство за общностна идентификация, дори ако не демонстрират взаимозависимост от традиционната общност (Appadurai, 1996, цит. в Milner, 2019: 48). Според Лимор Шифман меметата са „творчески изрази от много участници, чрез които се комуникират и договарят културни и политически идентичности“ (Shifman, 2013: 15 цит. в Aguilar et al., 2017) и служат за оформяне на нагласите и поведението на социалните групи (Shifman, 2014: 18). Меме деец от NEEM (*Non-Existent Existentialist Memes*) споделя: „за мен вдъхновението за предизвикване на дебат е комбинация от игливостта и желанието да се борим срещу някои конкретни погрешни схващания. Ако някой започне да говори близо до мен за много случайни и неверни убеждения (например достъпът до интернет е основно човешко право), ще бъда по-мотивиран да се подигравам с него в бъдещо мемета. Освен това понякога ни се иска да хвърлим кокал на различни членове на аудиторията ни“ (Reoch, 2019: 244). Изследователи коментират апатичната природа на меметата и тяхната немоощ относно тласкането на потребителите към активни действия (тип граждански протести и др.) - „все пак дразнещият аспект на виралността и мрежовите структури за участие вероятно подсказва защо е по-лесно и по-приятно да участваш в създаването и курирането на мемета, отколкото в социални движения или свързани дейности“ (Wiggins, 2019: 102). Виктор Чагас представя друга гледна точка - „отправя се критика към меметата, представяща ги за плитки и повърхностни, но те служат за разширяване на политическата дискусия, позволявайки участието на публика, която обикновено не би се присъединила към дебата“ (Avedaño 2017, цит. в Capelotti, 2020: 128).

Шифман заключава – не е трудно да се признае, че „създаването на мемета е достъпен, евтин и приятен начин за изразяване на политически мнения“ (Shifman 2014: 123). Освен това в страни, където свободата на изразяване е ограничена, създаването и споделянето на политически мемета може да бъде единствената дискурсивна възможност за демокрация (Shifman 2014: 144, цит. в Capelotti, 2020: 129). China Digital Times твърди, че интернет меметата са генерирани „рамки, метафори и разкази“, които са съществена част от „дискурса на съпротивата“, подкопаващ авторитарния режим на Китайската комунистическа партия, и като такива са важно място за свободното изразяване и развитието на гражданското общество в Китай (Qiang, n.d., параграф 2). Въпреки това Китай не е единственият авторитарен режим, където интернет меметите също играят тази роля: несъгласни групи в Иран, Египет и Русия (наред с други) също са използвали меметове, за да говорят срещу тези на властта. В Азербайджан използването на интернет меметове придобива особено значение, тъй като беше

една от първите страни, които арестуваха активисти за създаване и разпространение на дигитален хумор (Pearce and Hajizada, 2014, цит. в Miltner, 2017: 417). По същия начин Бейкър и колегите (2020) откриват, че меметата, изобразяващи Владимир Путин като гей икона, служат както за критика на Путин, така и за правата на гейовете в Русия: Queer образът на Путин... представя промяна в представителната и джендър политика на Русия на Путин. RF's отговорът на мемето сигнализира за нови усилия на Путин легално да регулира сексуалния статус на своята световно разпознаваема медийна знаменитост (Baker, Clancy & Clancy, 2020, цит. в Williams, 2020: 210). Интересен случай е използването на Бабадук - фикционален персонаж от австралийски хорър филм като куйър герой и икона (Santos, 2017).



Ил. 30. Get Ready To Be Babashook. Drag Babadook.

<https://www.vox.com/explainers/2017/6/9/15757964/gay-babadook-lgbtq> , посл. посетен на 13.05.2022г.

Бабадук във филма се явява като кошмар на едно дете, загубило баща си, и символизира страховете и демоните, които се крият в човека. Посланието на филма е, че последните, респективно героят Бабадук, трябва да се оставят в килера. Мемето служи като способ, подобен на смяната на профилните снимки чрез филтър със знамена, хаштагове и т.н. при трагедия, война и др. - „разгръщането на изображението на Babadook като меме е очевидно пример за афективен резонанс, както и тенденцията да се показва подкрепа по време на трагедии или по време на периоди на възпоменаване на индивид или събитие, подобно на

начините, по които потребителите на Facebook разгръщаха *Je suis Charlie* меметата или промениха снимките на профилите си, за да покажат солидарност след бедствие или терористична атака“ (Wiggins, 2019: 121). ЛГБТ+ общността използва образът на Бабадук, като го видоизменя, поставяйки чрез техниката на колаж знаме с цветовете на дъгата в ръката му или подменяйки първоначалната визия от на черната му шапка от филма в същите цветове. Стига се до представянето на Бабадук като драг кралица, всичко това отвежда до метафората за необходимостта да се отърсим от стереотипите и оковите на обществените норми, закостенелите традиции, които биха ограничили свободата на човешката идентичност.

В случая според Уигинс мемето с Бабадук функционира като „синекдоха: визуална фраза, използвана за представяне на по-голямо цяло. В този случай семиотично се отнася до тревогите и болката, които могат да бъдат свързани с *coming out* (разкриване на социален пол, полова идентичност и т.н.) пред семейството и приятелите (подобно на желанието във филма да се откаже и изгони Бабадук). Приемането на Бабадук като вид временен представител на ЛГБТ+ също подчертава идеята, че идентичността винаги е също временна и нестабилна – тя трябва да бъде рекурсивно овеществена, за да могат членовете на общността да знаят с какво трябва да се идентифицират, независимо от общността. Бабадук представлява вид меме, което се появява поради интерпретация, която може да не е в съответствие с намерението на автора на изходния текст, в този случай на филма. Като се има предвид бързината, с която меметата се произвеждат, курират, споделят, ремиксират, итерират допълнително и т.н., авторът индиректно изразява мълчаливо въздържане от участие: индивид създава (вероятно ремиксирано) меме, което е част от текущ или вече започнат дискурс. По този начин мемето функционира като изказване, не за да бъде цитирано от дадено лице, а за допълнително противодействие или пренасочване на дискурс“ (Wiggins, 2019: 121-2). От казаното дотук следва, че първоначалният образ на филмовия герой чрез зрителска интерпретация бива изменен и адаптиран в различен от представения във филма дискурс. Авторът определя това като спонтанно възникнало меме и го противопоставя на насилствените опити да се създаде едно меме: „появата на интернет мемета като Бабадук се случва спонтанно, докато 4chan, Reddit, Facebook и др. често функционират като един вид клирингова къща за производството и разпространението на интернет мемета. Тази точка се стреми да не обезценява функцията на меметата, създадени в пространства, предназначени специално за тяхното производство и разпространение, а просто признава, че тази разлика съществува и предполага допълнително, че меметата могат да бъдат и се използват като визуално допълнение към човешкия език,

подобно на емотиконите” (Wiggins, 2019: 122). Меметата скоростно се превърнаха във вид комуникация и коментар, а в Инстаграм се появяват видеа, в които учители използват алтернативна форма на оценяване като реакция, свързана с успеха на ученика⁵¹. Туристическите оператори пък се насърчават да инициират кампании в социалните мрежи, които увеличават участието на онлайн аудиторията от запалени пътешественици като ги предизвикват да публикуват най-шеговитите си мемета, свързани с пътуване (вж. Cauberghe et al., 2021).

Тук ясно си проличава ролята на мемето като проява на конкретна позиция и критика. Някои автори коментират влиянието на меметата в изграждането на определени нагласи: „в социалните медии култури меметата често „служат като значително средство за изграждане на политическо съзнание“ (Duerringer 9 цит. в Spencer, 2019 : 544). Меметичните медии са резултат от фолклорни и популистки — ако не винаги включващи — практики, които дават приоритет на масовата перспектива пред индивидуалното изразяване. Този колективизъм със сигурност не е напълно хармоничен или универсален. Многогласното изразяване и контрапубличното оспорване могат да бъдат колективистки, но и фракционистки. (Milner, 2016, с.220).

Както Шифман (2014: 30) предлага, меметата могат да изразят нечия уникалност и свързаност. Споделянето на определено меме представлява осъзнаването на тенденция, факт, популарен продукт. Въпреки това отиването по-нататък – ремиксирането на мема – извежда на преден план способността на потребителя да изгради своето собствено аз, без да пропуска принадлежността към дадена общност (Shifman 2014: 34, цит. в Capelotti, 2020: 117).

Сатирата е жанр на визуалните, литературните и сценичните изкуства, обикновено под формата на художествена и по-рядко нехудожествена литература, в който пороците, глупостите, злоупотребите и недостатъците се осмиват, често с намерението да се изложат недостатъците на индивиди, корпорации, правителство или самото общество, но с цел подобрене (Semotiuk, Shevchenko, 2023: 83). Карикатурите винаги са служили за

⁵¹ Вж. <https://www.instagram.com/reel/Ccv3CNmqPcg/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

информиране и забавление. Ценното при тях е, че карат своите читатели/зрители да се забавляват, докато междувременно критикуват системата.

Съвременният политически хумор има три пародийни форми: карнавална политика, пародични преработки на политически дискурси и политически протести (сатиричен активизъм) (Semotiuk, Shevchenko, 2023: 84). Тау (2014) измисля термина *LOLitics*, описвайки връзката между меметата и политиката. Чрез този термин ясно може да се наблюдава напрежението между несериозното и сериозното, забавлението и реалния политически дискурс. *LOLitics* е категория цифрови текстове, създадени от обикновени хора, които често са отговори на новинарски събития или гафове, извършени от политически фигури, представени зад защитната стена на хумора. В това са подобни на редакционните карикатури, чиито създатели „не са репортери или редактори [и] техният материал произтича от новините“ (Buell & Maus 1988 :848, цит. в Тау, 2014 :50). Във връзка с изборите през 2012 г. журналистът Ари Мелбър ги коментира като първите меме избори, време, в което „обикновените хора имат възможността да определят големите моменти на дебата, взимайки позиция, която някога е била запазена за професионалната преса“ (пак там: 52). В текста са дадени примери с Барак Обама и Хилъри Клинтън, които демонстрират използването на цифровите платформи, заобикаляйки традиционните. Кампанията на Барак Обама, рекламиран като *готиния* кандидат през 2008 г. възприема основните инструменти, използвани предимно от младите хора, а самоиронията, използвана от Хилари Клинтън развива положително публичния ѝ образ, подхранвайки целенасочено интернет шеги. Следвайки тази логика, се сещам за видеата на Мая Манолова в TikTok. Подобен профил на политик в социалните мрежи и показването на владее на вид *младежки език* зависи до голяма степен от *offline* образа му. Често се случва подобни употреби да будят смях и подигравки, особено ако не се схваща органично меметичния език, който трябва да владее той (или ПР-ите), за да има положително свързване с аудиторията.

Някои автори виждат политическите мемета като наследство от социалистическата ТВ сатира (Pian, 2022). Меметата, част от цялостната мрежа на меметиката, са глобален феномен. Меметата са рожби на web 2.0 и на съвременната епоха. Разбира се, че отделните епохи имат своя доминиращ канал, пространство, поведение, модел и начин/език на изразяване на определени позиции, идеи и други. В случая с политическите мемета това, че имат общо със сатирата и карикатурата, е абсолютно неоспорим факт, но са и изключително много разликите,

защото начинът на направа на едно меме е коренно различен от работата на един карикатурист, художник-сатирик и т.н. Чрез съвременните технологии, програми и приложения направата на едно меме е сравнително елементарно и ефектът от неговото виждане и асимилиране е мигновен, за разлика от карикатурите. За тях е нужно малко повече време, в което се прочитат цели диалози, криещи се в балончетата над героите (предназначени главно за осмиване на конкретни политически актьори). Тук се появява един леко преувеличен според мен аргумент да се налага дадено обяснение (предистория) за нещо, което в същината си обаче е различно. С развитието на web 2.0 телевизията остава назад, а интернет взема превес. Това е свързано с развитието на технологиите и интернет, респективно меметиката, а не със социалистическата ТВ сатира. Меметата и меметиката осмиват всичко. Политическите мемета са важни, но те са наследство както от рисунките в пещерите, карнавалите, кабаретата, тв сатирата (пак там), така и най-вече едно от най-важните наследства на меметиката и еволюцията на интернет.

Така, мемето е описано като *нов жанр на режене и пействане (cut and paste)* на интернет шегите (Kuipers, 2002: 70). Чрез тази техника на колаж (или бриколаж) тези шегки постоянно пародират, имитират и рециклират предмети от съвременната култура. Тези шегки са силно вградени във визуалната култура на рекламите, филмите, телевизията, компютърните игри, програмите и различните забавления на съвременната популярна култура (пак там: 80).

Глобално-локално

Меметата са в някаква степен универсални, използват теми, свързани с ежедневието на хората, актуалните световни теми, стремейки се да привлекат колкото се може по-голяма аудитория, но „в същото време реагират и зависят от контекста. Те могат да следват определени глобални формули и да коментират универсални въпроси, но също така могат да бъдат много специфични за културата, адаптирани за разбирането на по-малки общности“ (Capelotti, 2020: 117). В тази част ще се опитам да представя няколко примера на меме страници, които вмъкват източноевропейски контекст в популярни меме шаблони. Чрез тази практика те служат като средство за обособяване на една онлайн общност, която има своя субкултурен език, специфичен жаргон, реакционни нагласи спрямо неорганичните опити за

схващане на този жаргон, а това дори вдъхновява *offline* прояви като тематични партита например.

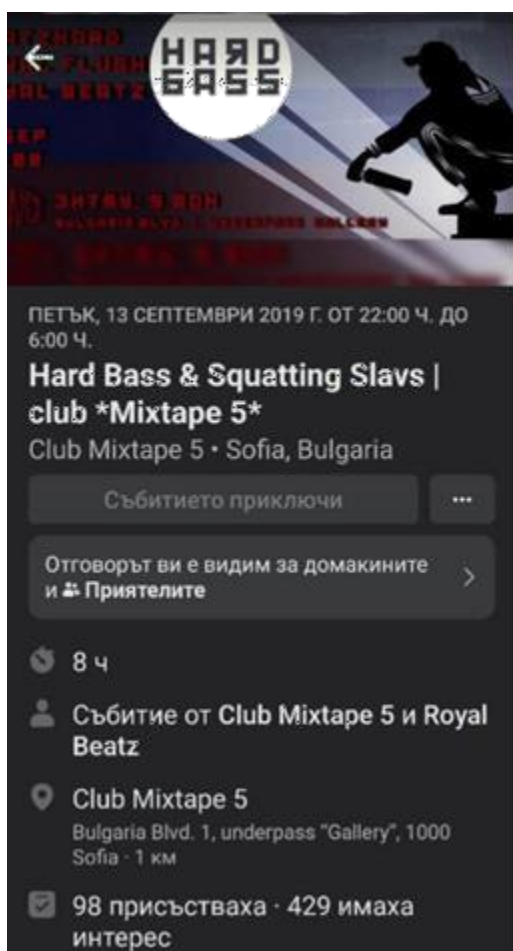
През последните години феномен като фейсбук групата *Squatting Slavs in tracksuits* (букв. *Клекнали славяни в анцузи*) набира все повече почитатели от цял свят. В нея се споделят главно снимки на т.нар. *клякащи славяни*, които имат специфичен стил на обличане. Запазената им марка са анцузите на *Adidas*, джапанките с чорапи. Според Уикипедия предпочитанието към марките *Adidas/Puma* идва от популяризирането им от съветския отбор на Олимпийските игри в Москва през 1980 г. В снимките е характерно да се показват 3-те ленти на марката, а въпросното клякане води след себе си куп правила за стойка, разкряч и т.н. За предпочитане е да има показан някакъв вреден навик, свързан с цигари, водка, ракия и всякакъв друг вид алкохол, ситиращ се в пластмасови бутилки от други напитки, и да се намират на някакъв *типично* балкански пейзаж – двора на къщата, в социнтериор, на ориенталски килим, в банята, пред панелен блок и т.н. Снимките предизвикват участието на много хора, техните интерпретации циркулират непрестанно в интернет, именно това превръща практиката в меме. Помежду си те се обръщат с думата *гопник*, произлизащо от *Городское Общежитие Пролетариат* (*Градското общежитие на пролетариата*), разпространено в Русия, Украйна, Беларус и други бивши съветски републики. Основните акценти са поставени върху работническата класа, бедността, лошото образование. Т.нар. *гопота* се превръща в субкултура между 1980 и 2001 г. Поради вида на *клякащите славяни* могат да се направят асоциации с пребиваването им в затвор или възможна тяхна проява на хулиганство, а специфичната поза препраща към тенденцията някои хора да се снимат пред колите си клекнали. *Squatting Slavs In Tracksuits* вече имат и канал в YouTube, в който се говори на английски, като се набляга на специфичния твърд акцент.



Ил. 31. Корица на

групата Squatting Slavs във Facebook. Скриншот на авторката.

Една от по-популярните засягани теми в меметата е храната, която е домашна – буркани, кисели краставички, зеле, боб, манджи, компоти и др. и такава отвън – главно дюнери. Интериорът от меметата е свързан с килими, дамаски с животински елементи, специфични решения – т.нар. *Slavic minimalism* (Славянски минимализъм). Представени са и любимите предмети и дейности на *клякащите славяни* – интерес към стари коли, фитнес, ТВ, футбол, пари. Предпочитаната музика е *Hardbass* – в българския вариант влиза и чалгата. Преди няколко години присътвах на парти, което беше посветенето на руския *Hardbass* и *Squatting slavs*.



Ил. 32. Събитието, посветено на Squatting slavs във Facebook.

Скриншот на авторката.

В описанието на събитието пише: *Има ли фенове на Руски Хард Бас в София? Много се надяваме, защото на 13.09.2019 "Mixtape 5" ще избухне с тези ритми и цяла нощ ще бъде Cheeki Briki™... Слагайте адидаските и се гответе за една нощ пълна с танци, водка и Хард Бас Блядь!!!⁵²*. Една от популярните фрази, които се виждат в онлайн комуникацията между почитателите на подобни страници, е обидното обръщение – псувня *сука блять*, което се вижда в описанието. Има вариации на балканско-насочени меме страници. Друг пример е страницата и мемето *Babushka* (Бабушка, от руски – *баба*). Мемето за Бабушка е поредица от шеги и препратки към изображение на възрастна чеченска жена, носеща източноевропейска кърпа за глава. На 8 януари 2010 г. потребителят в руската платформа MyJulia.ru *VladEva* публикува серия от изображения за живота в *Чеченския град*. На една от снимките е възрастна жена, която се усмихва и сочи към камерата.

⁵² Вж. Facebook, Hard Bass & Squatting Slavs | club *Mixtape5*
<https://www.facebook.com/events/359706518303828>

Публикацията (показана по-долу) е била прегледана от повече от 3800 души оттогава.



Ил. 33. Бабушка мемe първоначална версия. Скриншот на авторката.

На 30 юли 2016 г. акаунтът във Facebook *KompotIsLife* (*Компотът е живот*) публикува изображението като профилна снимка на събирателния акаунт на възрастните жени от Източна Европа. Публикацията получава повече от 300 реакции и 32 споделяния. Няколко месеца по-късно, на 27 февруари 2017 г., изображението е използвано в четири панела, подобно на *Drakeposting* на полския уебсайт *JoeMonster.com*. Изображението включва 2 изображения едно под друго – отгоре е възрастна жена, стенеща до *кока-кола*, а отдолу изображението показва същата (или подобна) жена, усмихната до кана с източноевропейската напитка компот, като комбинацията между двете картинки показва предпочитанието на балканските баби да се пие домашно направен компот, за сметка на западни напитки. Публикацията получава повече от 200 харесвания. Изображението по-късно е споделено в 9GAG и получава повече от 130 точки.



Ил. 34. Бабушка мемe – предпочита компот пред

популярната безалкохолна Соса-Солa. Скриншот на авторката.

По-късно същата година, на 6 декември, *KomopotIsLife* споделя вариант на мемето. В тази версия със същия шаблон бабата отгоре не одобрява нов телевизор, докато бабата долу одобрява по-стар модел със салфетка, покриваща екрана. Публикацията получава повече от 1600 реакции, 290 споделяния и 90 коментара.



Ил. 35. Бабушка в контекста на SuperBowl.

Скриншот на авторката.

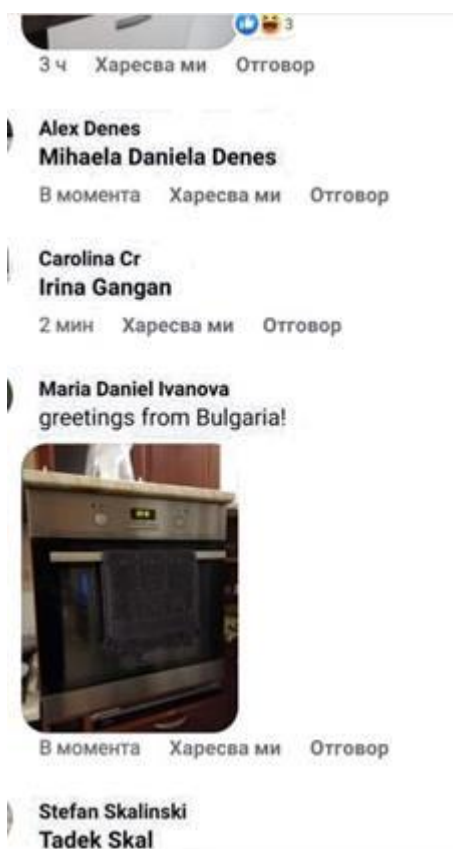
През февруари 2018 г. потребителят на Imgflip *musclecadgirl76* използва изображението като мем за Super Bowl LII. Публикацията (показана по-долу, вдясно) получава повече от 720 гледания за един месец (*Know your tete*, 2019). Меметата за *Бабушка* са разнообразни и представят различни обичаи, рутини и разбирания на събирателния образ на балканската баба. Освен обилната храна, която прави, за да може да нахрани внуците си, тя слага на дистанционното за телевизора прозрачно фолио, лекува болните си роднини като увива стъпалата им в зелени листа, както и предпочита иконите в колата, за сметка на слагането на колан при шофиране. За положителния ефект на мемето отново виждаме заимстване от известния шаблон с Дрейк.

В подобни групи се качват снимки, които са смятани за общосподелими от *балканските хора*, свързани със социнтериор, мебели, часовници, ястия, практики и др. Сещам се за една снимка на печка, на чиято дръжка е поставена кърпа. Оказа се, че изключително много хора припознават това като *балканска практика*, за която няма точно обяснение. Съществуват различни интерпретации за тази отличителна черта на *балканската печка* – в коментарите се чете, че вероятно е прието да е там кърпата, за да скрие мръсотията на печката или за да се изваждат горещите съдове с нейна помощ. Каквото и да е – в моето семейство винаги се е поставяла кърпа на дръжката, но това не показва задължително, че присъства само на Балканите. Все пак реших да участвам в мемей дейността и споделих лична снимка на моята печка.



Ил. 36. Печка без кърпа. Печка с кърпа. Скриншот на

авторката.



Ил. 37. Коментарът ми, в който показвам моята печка. Скриншот

на авторката.

Друг подобен случай е с червена тенджера, която е прието, че има във всяко балканско семейство. Когато се сложи текст върху снимката, „когато тази тенджера се появи, знаеш че ще ядеш същото ястие в продължение на 2 седмици“, тя се превръща в меме, тъй като представлява някакъв специфичен образ, който характеризира балканската битова действителност, а и провокира множество коментари със споделяне на тенджерите на аудиторията. Това е алюзия до някаква степен отново към образа на балканската баба, която готви гозби в промишлени количества, които се ядат в продължение на дни.

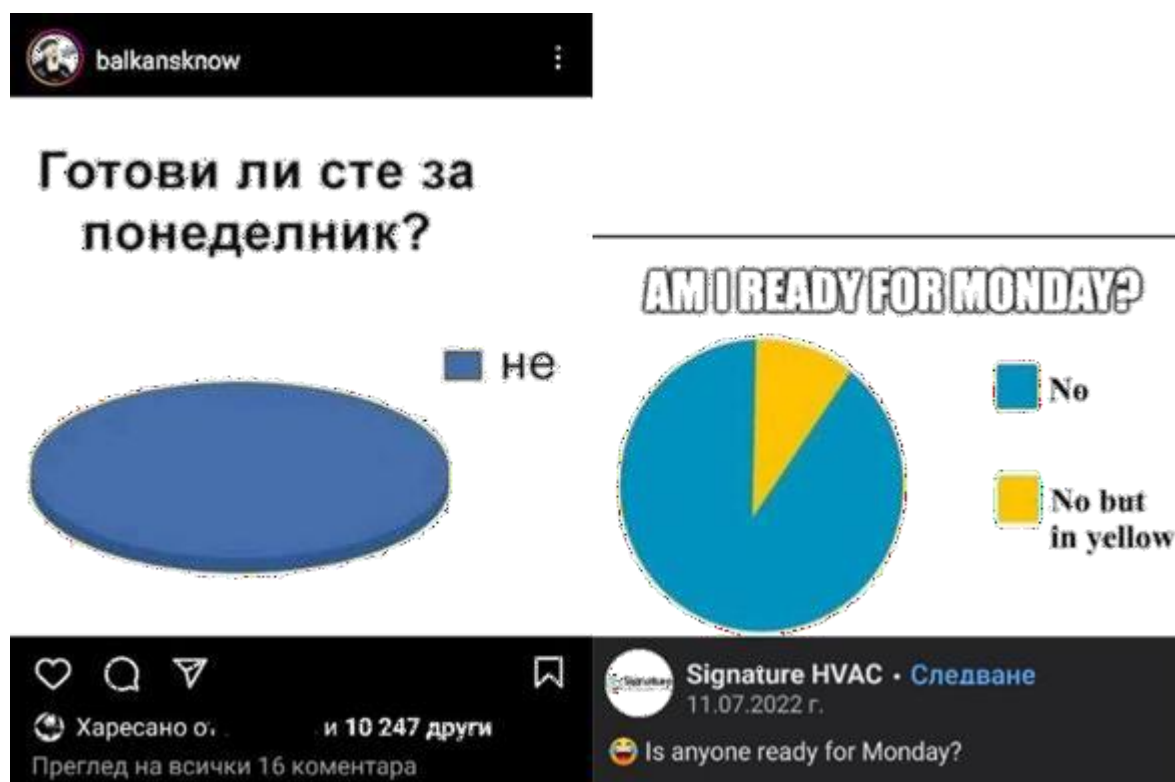


Ил. 38. *When this pot comes out you know you eating the exact same thing for the next two weeks.* Скриншот на авторката.

Това изображение сплотява и в някакъв вид спомага за обособяването на общност. В България едни от най-разпространените мемета са свързани с подобни битови теми.

Разпознаваемостта е едно от най-важните качества, които трябва да притежава едно меме, а това от своя страна ни препраща към темата за носталгията. Български варианти с мемета, насочени към т.нар. *балканска* тематика представлява групата @balkansknow (букв. *балканците знаят*), част от меме компанията, в която работи един от респондентите ми. Други примери са *Класически българин* и *Сина на класическия българин*, които бяха

популярни преди няколко години, но модата им отмина. Групата @balkansknow често взима готови мемета, било то от *Squatting slavs in tracksuits*, *Babushka* или някоя друга популярна група. Асимилирането на популярните изображения в български контекст се случва главно чрез превеждането им на български, правенето на шеги чрез вмъкването на български дестинации, снимки от градския транспорт и т.н., известни личности от България, български хранителни продукти, откъси от родни медии, предавания и др., но има и огромно количество мемета, които са глобални и общосподелими и единственото, което е различно, е преводът на български.



Ил. 39.

Ил. 40. Пример за две сходни мемета в различни групи. Скриншоти на авторката.

Засяга се отношението провинция – голям град/чужбина. Меметата на *Класическия българин* и *Сина на класическия българин* представят персонажите като тарикати, селяни, необразовани, псуващи. Те гледат футбол, люпят семки, пият алкохол, имат интерес към хазарта, но си *профукват* парите. Класическият българин е лежерен, бие се на публични места, бие сина си, слуша чалга, опитва се да се измъкне винаги като прецаква другите. Синът му харчи пари по чалга дискотеки и казина, има изкривена представа за момичетата и това как да комуникира с тях, бие съучениците си, яде дюнери, симулира, че ходи на фитнес, *муфти* цигари и храна, подобно на баща си, винаги се стреми да се измъкне и да прецака другите. Направих опит да се свържа с човека, който държи страницата *Синът* във Facebook

(или поне една от версиите му), но за съжаление не получих отговор. Доколкото успях да видя, той е инфлуенсър, развиващ своя профил в TikTok, и не се занимава със създаване на мемета с държане.

Персонажът от мемето за *Синът* е може би един от най-популярните родни примери за човек-мемета, тъй като е използвана снимката на реално момче, което е става популярно, защото е отишло на бала си с анцуг на *Adidas*. Това провокира превръщането му в шаблон за шеги с характеристиките, описани от мен по-горе. Опитвах се да потърся информация в интернет за момчето, но не открих нищо. Би било интересно да се направи в бъдещо изследване интервю с него, за да се види гледната точка на човек, превърнал се в толкова популярно мемета, което го представя в подобна светлина.

Меметата като реклама и бизнес

Меметата все повече се присвояват от компании с цел реклама. Успешната употреба на мемета зависи от схващането на определен културен код, свързан с хумора. Съществува термин за *насилени мемета* (*forced memes*), който описва неорганични мемета, които често не са забавни, но натрапват реклама чрез мемета жанра. Това е така, защото меметата, създадени от търговци и рекламодатели, се възприемат като неавтентични и *принудени*. Енциклопедията на меметата *Know Your Meme* определя *принудителното мемета* като мемета, което е „изкуствено създадено и разпространено... направено с намерението да се превърне в мемета и агресивно е популяризирано от своя създател“ („Forced Meme“, 2010, цит. в Miltner, 2017: 424).

Когато големи компании използват меметата насилствено, в опит да са актуални на дадени тенденции и да се харесат на хората, в някои случаи това води след себе си провал – „през март 2017 г. луксозната модна марка Gucci въвежда кампанията #TFWGucci, или „това усещане, когато Gucci“, уж за да иновира обхвата на потребителите, като включва интернет мемета в опитите си да популяризира своите продукти. Няколко примера, използвани от кампанията, включват *разпознаваемите надписи*, за да се осигури дистанцирано иронично усещане за ежедневни ситуации, като например „онова чувство, когато“ получавате подарък, който не отговаря на очакванията (по този начин загатвайки полезността на продуктите на Gucci като начин за улавяне на изгубеното). Семиотично това се случва чрез визуален

аргумент. На зрителя се оставя да попълни предвиденото значение, за да свърже вмъкнатия текст с изображението и подразбиращото се чувство“ (Wiggins, 2019: 91). Първият човек, който създава устойчив бизнес модел, базиран на мемета, е Бен Ху, предприемач, който закупи блога на *LOLcat I Can Has Cheezburger (IHC)* през 2007 г. Ху разбра рано, че *IHC* е уникален в екосистемата на интернет медиите и успява да представи уникалността на *IHC* на рискови капиталисти, като в крайна сметка набира над 2 милиона щатски долара за закупуване на сайта. Ху използва рекламните печалби от *IHC*, за да придобие колекция от уебсайтове, свързани с мемета, включително *FAIL*, *The Daily What*, *Memebase* и мем енциклопедията *Know Your Meme*. Ху консолидира уебсайтовете под егидата на *Cheezburger*, корпорация, която получава 30 милиона щатски долара рисково финансиране, прави 4 милиона щатски долара годишни приходи и наема 75 души в своя пик (Erlich, 2011). *Cheezburger* е публикувал пет книги – две от които са бестселъри на *New York Times* – и е бил обект на *LOLwork*, краткотрайно телевизионно риалити шоу в мрежата *Bravo* (Chard, 2010; Watercutter, 2012, цит. в Miltner, 2017: 423).

Меметата като артефакти

Много от онлайн меметата имат и офлайн измерения. Да вземем например социалното движение *Occupy Wall Street (OWS)*, (*Окупирай Уолстрийт*) - 59-дневно ляво популистко движение срещу икономическото неравенство и влиянието на парите в политиката. То започва в парк *Зукоти*, разположен във финансовия район на Уолстрийт в Ню Йорк, и продължава от 17 септември до 15 ноември, 2011 г. По време на демонстрация на 18 ноември 2011 г. се случва Инцидентът със спрей за самозащита в Калифорнийския университет – Дейвис, като един от полицаите напръсква огромен брой студенти. След този инцидент полицаят се превръща в мемета – *Casually Peper Spray Everything Cop (Небрежно пръскащ всичко със спрей за самозащита полицаи)*, а неговият спрей вдъхновява продажбите на подобен, но фалшив спрей под формата на мемета артефакт.



Ил. 41. Изкуствен спрей за самозащита, приличащ на използвания от полица по време на OWS. Източник – *Know Your Meme*.

Има многобройни примери за чаши, тениски, стикери, плакати и др., с мемета. Медийният учен Бродли Е. Уигинс твърди, че меметата са изкуство, защото отговарят на събития от реалния живот; точно като *readymade*-а на Дюшан, меметата поставят под въпрос какво е изкуство и какво може да бъде изкуството (Wiggins, B., G. Bowers, 2014: 181). Със сигурност има много иновативни и креативни примери за мемета, но проблемът да ги виждам като изкуство е тяхната все по-нарастваща, сякаш безкрайна множественост, скоростното им видоизменяне и/или изчезване, както и въпросът, свързан с авторството. Въпреки това те със сигурност представляват важни артефакти, които биха могли да служат най-малкото за огледало, отразяващо реалността в конкретен исторически момент. Вследствие на влиянието на Covid-19 музеите и архивистите изразяват интерес към запазването на дигитални артефакти, за да дадат възможност на бъдещите поколения да имат достъп до хумор-хранилището, което към този момент се споделя и разпространява в социалните мрежи. Крайното оправдание, което стои в основата на всички подобни проекти, е да се води отчет за изключителния характер на времето, за това как коронавируса е променил начина, по който гледаме на нашето светско присъствие (работа, консумация, взаимоотношения, обучение, свободно време и т.н.) и как микроразказите (мемета, гифове и твитове) загатват за новите обстоятелства (Cardama, S., Fatima Garcia- López: 50). Меметата размиват границите между създаването на изкуство и художествената критика, което ги прави интересни за света на изкуството. Меметата също са предназначени да се развиват с тенденциите. Те се определят от разпространението на изображението, а не от съдържанието на изображението (например картина на меме няма същата сила като дигитално меме, което пътува и се развива в

интернет). Тези качества на меметата правят възможно акаунтите в социалните медии на @freeze_magazine да достигнат до стотици хиляди хора на месец, което е сравнимо с този на музей, панаир на изкуството или (действително) списание⁵³. Според Cem A. меме акаунтът „може да се разглежда като произведение на изкуството, изложба, представление или дори като институция сама по себе си, а намерението му е да признае културата на меметата като продължение на визуалните изкуства, като същевременно отхвърля терминологията на модерното изкуство. Той коментира липсата на критичност у посетителите на галерии, които приемат всеки обект в тях като произведение на изкуството, дори да се съмняват в неговата валидност (пак там). Съществува и *Danqex* – проект, предназначен да функционира като индекс на популярността на интернет меметата. Главният изпълнителен директор на *Danqex* и ръководител на данни Кайл Стратис го описва като „фондова борса за мемета, като цените се определят не от покупка и продажба, а от популярността на мемето в социалните медии (Parlier, 2018, цит. в Mick-Evans, 2019, с. 71-72).

Видове меме страници в България

В България съществуват множество разновидности на меме страници. Има такива, съсредоточаващи се върху политически теми, върху битови ситуации или такива от училище, само с текстово съдържание, такива, в които се взимат видеа и се добавя към тях друга, неорганична музика с цел пародия, страница с еноти (вж. @otshelnici_), с хумор, съсредоточен върху ресторантьорския бизнес, риболова и много други.

Страницата, която направих като опит за включено наблюдение, е съставена от кадри от филми, върху които вмъквам текст, във връзка с битова ситуация. Идеята ми беше свързана с изваждането от контекст на кадрите и тяхното осмиване чрез ситуация от ежедневието, която да отива на визуалното съдържание. Отвъд шеговитата страна на меметата е нужно да се разгледа и присъствието на социокултурен код на хумора. Респондентите споделят, че съществуват различни стилове/видове хумор при направата на страниците им и по този начин се оразличават различните им аудитории, подкрепяйки казаното по-горе. Страниците с меме

⁵³ Вж. Art world disillusionment led me to make art with memes': artist Cem A on his London exhibition <https://www.theartnewspaper.com/2022/05/05/my-disillusionment-with-the-london-art-world-led-me-to-make-art-with-memes-artist-cem-a-on-his-barbican-exhibition>

съдържание се различават една от друга както по тематична характеристика, воден знак, почерк, цялостен вид на комбинацията от постове, така и по целта на техния създател – било то за хоби/изкуство или за бизнес. Според наблюденията на респондетите най-популярни са тези с животни, но преобладават и такива, свързани с балканска тематика.

Успях да проведа дълбочинни интервюта с български мемей дейци, които притежават публични страници в Instagram. Респондентите, на които ще обърна по-специално внимание, са: @memebok - към месец май, 2022 г. – 54,3 хил. последователи, ученик на 18 години, @zakuska_v_legen – към месец октомври, 2021 г. - малко над 1000 последователи (към момента на писане на дисертационния труд официалната му страница е закрыта след докладване, използва @zakuska_v_legen2, която има 1200 последователи), студент по кино и телевизионна режисура, над 25-годишен, @politicheski_humor – към месец май, 2022 г. - 20,4 хил. последователи, занимава се с реклама и маркетинг, на 30 години, @ebe_mi_sa_brat – към месец май, 2022 г. 132 хил. последователи, на 18 години – ученик, и @bulgarskimemes – към месец май, 2022 г. – 15 хил. последователи, ок. 22-годишен програмист, включвайки някои от най-популярните и такива, които тепърва *прохождат* (жаргон, използван от респондентите). Всичките ми респонденти са от мъжки пол, като знам само за една мемей страница, зад която стои жена. Уговорихме се за интервю, но така и не успях да осъществя контакт с нея. В началото, когато писах на мемей страници, подходах с хипотезата, че след запитването ми за събеседване, ще направят мемей със съобщението ми, в което да се изшегуват. @memebok споделя:

всъщност, не си единствената. Доста хора си мислят така, че като си пишат с мемей страница – ще се качат чатове, ще се измисли нещо смешно, но това е така само когато човекът, който ти пише, пише някакви пълните глупости.

В крайна сметка ситуацията се оказа съвсем различна – респондентите ми бяха изключително дружелюбни и се радваха, че съм се свързала с тях и правя изследване по темата. По техни думи изследователи към този момент не са се допитвали до тях, а *има много за какво да се говори* (@ebe_mi_sa_brat). Едно от затрудненията, които срещнах в хода на работата си по изследването, е че представляваше трудност за мен да се свържа с по-голям брой мемей дейци. Предвид че някои от тях имат сравнително многобройно количество почитатели, те дори не прочитаха моите запитвания. Повечето от респондентите ми познават лично малко мемей дейци и цялостната анонимност, идваща от феномена, попречи на възможността да

направя повече интервюта, каквито бяха първоначалните ми намерения. Въпреки това принос към изследването е, че съм комуникирала със създателите на едни от първите и най-популярни български страници в Instagram.

Ще започна с представянето на страниците на своите респонденти, като се опитам да ги оразлича една от друга. Още тук искам да кажа, че има разлика между меме дейци, които правят мемета като хоби – често техните мемета биват описвани като *по-арт* и такива, които създават бизнес, залагащи на популярни и шаблонни модели при създаването на мемета.

Меме – хоби

В тази част ще представя някои от разказите на респондентите относно мотивацията им да създават меме съдържание като хоби.

Меметата на @memebok са вдъхновени главно от музиката, той споделя:

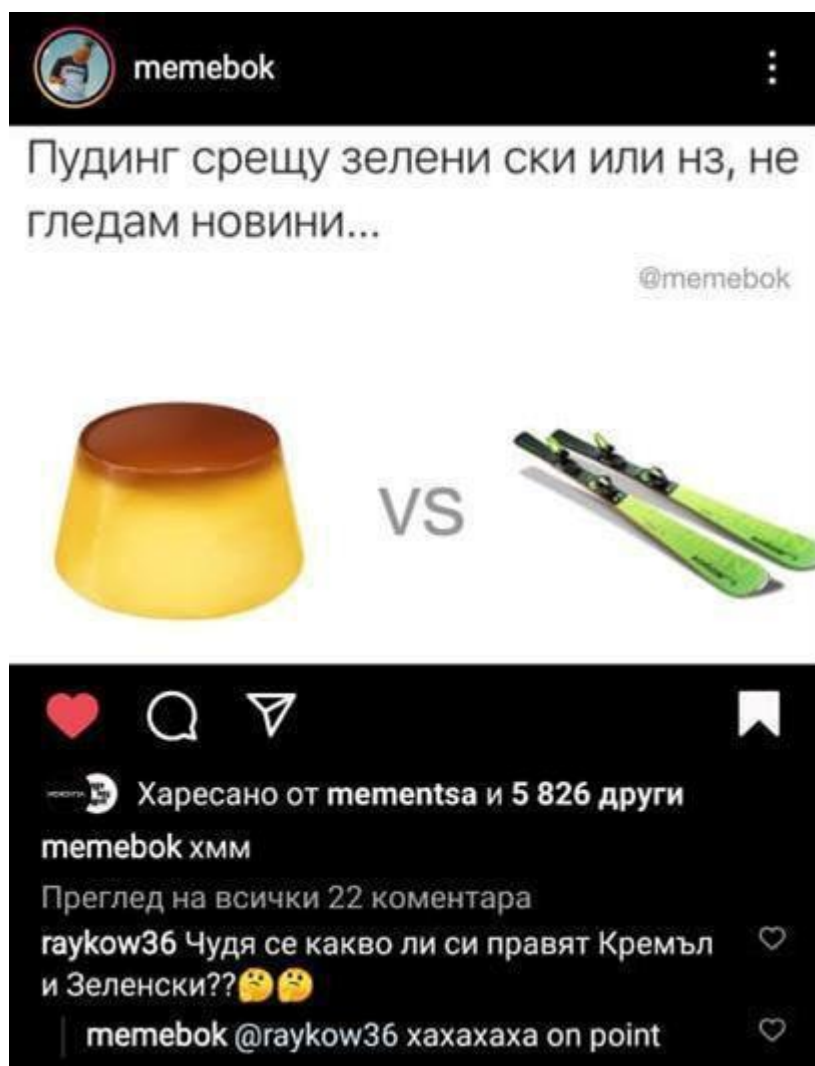
Музиката за мен е едно от главните вдъхновения – мога от нея да измисля някакви неща със самата песен, настроението, което ми дава, мога с него да си направя сюжет за мемета, колкото и странно да звучи. Боро си е направо монопол в моята страница. Много хора ни бъркат...В началото като почнах, правех неща, които са подобни на такива, които съм видял – бяха неща, които не са толкова вдъхновени и инспирирани, а са по-скоро копирани. Шаблонът беше такъв, който съм видял. Докато последните месеци правя неща, които ги няма на друго място – така си мисля, аз няма как да проуча навсякъде. Най-приятното чувство от целия процес е да видиш хората как оценяват това, което си направил, не защото си го видял от някакъв шаблон, който е успешен в някаква друга страница, ами вкарваш нещо от себе си, влагаш си своята душа и енергия.

Тактиката на @gratis_saaf_voor_iedereen: според него меметата извън обичайните шаблони изискват повече оригинална мисъл и креативност. „По ирония на съдбата най-много се гордея с моите мемета, които получават най-малко харесвания“, обяснява той. „Знам, че разпознаваемите мемета имат по-добри резултати, защото всички разпознават това нещо, но аз обичам да бъда малко авангарден“ (Arkenbout, C. 2022: 24).

Тъй като това беше първото интервю, което проведох, не можех да открия никаква разлика с останалите мемета, на които попадах. Попитах го с какво неговите мемета се оразличават, а той ми обясни:

в началото започна покрай това, че много ни крадяха меметата. С времето си изградих нещо като стил даже, така че дори и да не сложа воден знак, много голяма част от хората знаят, че това меме е мое и аз съм го правил, защото имам почерк... Моите мемета най-често са с известни личности – музиканти, актьори по-рядко, политици – това е единият отличителен белег. Другият е самият шрифт, който ползвам, самият формат на мемето. И третото – темите, които засягам. Моите хора си знаят, че си имаме един лаф за хора, които имат профилни снимки на анимета – още преди време беше останало, че такива хора нямат право на мнение – беше съвсем на шега. И стана като лаф и в коментарите, ако някой е с профилна снимка на аниме и започне да се вълнува твърде много и други му отвърщаха конкретни неща – които са на база на културата на конкретната страница. Ние сме го създали това – нашата аудитория, ако някой друг дойде, няма да схване за какво приказваме. Има го това да се чувстваш част от нещо.

Впоследствие осъзнах, че неговите мемета наистина са изключително алтернативни, за сметка на преобладаващите крадени/преведени буквално от английски такива.



Ил. 42. Пудинг срещу зелени ски или нз

(не знам), не гледам новини. Препратка към войната (Путин и Зеленски) чрез игра на думи. Скриншот на авторката.

@bulgarskimemes споделя, че се появяват все повече алтернативни и абстрактни страници, което той толерира и дава пример именно с това меме на @memebok. Схващането на това меме може би изисква повече време, отколкото лесносмилаемите, вече многократно повтаряни сюжети. @ebe_mi_sa_brat казва относно @memebok, че неговите *мемета са умни*.

Когато се правят по няколко мемета на ден, неизбежно е те да имат влияние върху живота на един човек, например във връзка с това да *превежда* на езика на меметата всякакви битови ситуации и такива от гледан филм или чута песен. @memebok казва:

Осъзнах, че цялото ми мислене се е променило – например като гледам някакъв филм и някой казва някаква реплика и си викам: охо, това знаеш ли как сега мога да го направя на меме.

Както @kakelversememes, така и @delinksestudent (левият студент) обясняват, че когато прочетат нещо, което искат да коментират в медиите, те обикновено незабавно знаят кой мем шаблон би бил най-подходящ за визуализиране на тяхната критика (Arkenbout, С. 2022: 22).

Що се отнася до респондент @zakuska_v_legen, преобладаващите теми в неговата страница са свързани с критика на българското кино, на каращите тротинетки по тротоара, употребата на наркотици, случки с побой след пиянска вечер, понякога се среща и насилие над жени, обиди, псувни и др., представени на шльокавица. Насилието над жени и употребата на наркотици не са представени като проблем, който трябва да се избягва, а напротив. Вероятно е това да е вид сарказъм и ирония, чрез които авторът изказва своята критика, но каквато и да е причината, тази страница често се докладва и закрива. Към януари, 2023 г. тя е с поверителен статус и не е публична (т.е. бъдещият последовател трябва да бъде одобрен от създателя на страницата). Сюжетите от меметата се случват основно на софийски дестинации – градски градинки и паркове.



Ил. 43. Когато клошара на Кристал се окаже пичага.

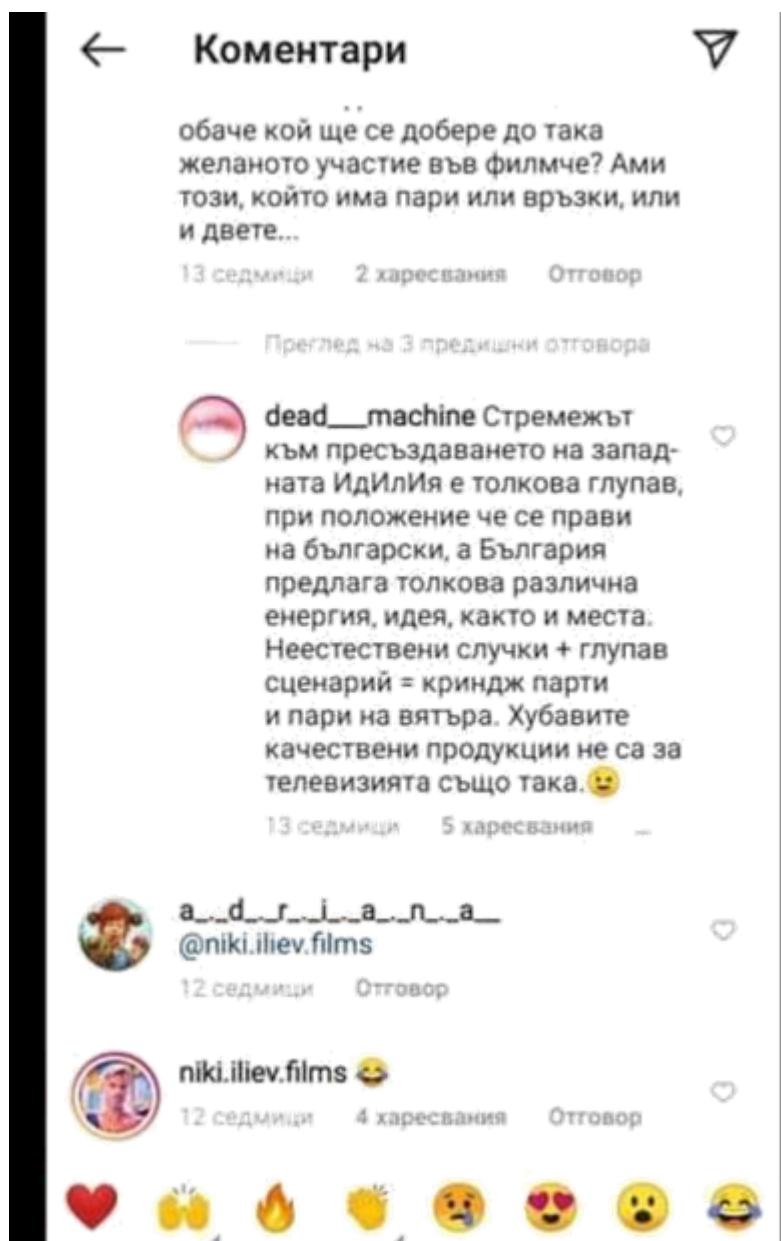
Скриншот на авторката.

Една любопитна ситуация от неговия профил е шегата, която си прави с българския режисьор Ники Илиев и това, че мемето достига до последния, който решава да напише коментар под публикацията със смеещи се емотиконки.



Ил. 44. Азиатско кино. Европейско кино.

Ники Илиев. Скриншот на авторката.



Ил. 45. Отговор на Ники Илиев в коментар

под мемето. Скриншот на авторката.

Общото ми впечатление е, че в страницата на @zakuska_v_legen се наблюдава сублимирана агресия, а авторът желае да запази своята анонимност, без да споделя името и дори годините си. В този ред на мисли не бих могла да коментирам до каква степен той употребява подобна агресия и в реалността или го прави с цел провокация на аудиторията. Наблюденията ми от тази страница ме препращат към случай, свързан с човек, когото познавам, но няма да споменавам името на instagram страницата му поради лични съображения. Накратко - той има наркотична зависимост и често употребява насилие върху жени, както и върху други хора. По време на пандемията създава анонимна страница в Инстаграм и шегите, които използва, са

препратка към толерирането на подобно насилие и употреба на наркотици. Следователно връзката между неговите мемета и собствените му убеждения се натурализира от възможността за анонимност, а негови съмишленици се забавляват на подобни изказвания. Изследователи, занимаващи се с платформата 4chan коментират доминирането на бялото и маскулинното за сметка на малцинствените групи - 4chan и други сектори в *Интернета на белите момчета (White Boy Internet)* са безопасно пространство за привилегирована враждебност. Това е единственото място, където едно невежо бяло момче може да отиде и да бъде право, дори когато греши. Те могат да изживеят фантазията, да прегърнат яростта и да обединят уплашената си горчивина в нещо, което чувстват за справедливо. Практики, които заглушават или дехуманизират гледните точки на малцинствата – закачливи или не, иронични или не – увековечават бялото мъжко централно място в медиите за участие. Контрапубличното оспорване идва, когато същите тези стратегии се обърнат с главата надолу (Milner, 2016, 147). Участниците там са анонимни и използват това, за да разпространяват расистски и сексистки убеждения. Като реакция се появяват термини като *doxing*, което означава разкриването на самоличността на човек, присъстващ чрез своя псевдоним в някоя платформа, без неговото категорично позволение за това. Предвид проблематичните мемета, които моят познат прави, а и фактът, че в реалността той употребява същото насилие и практики, описвани в неговите мемета, предпочитам да използвам тази информация с цел да представя как животът извън дейността по меметата на някои от хората, които ги правят, влиза активно в тяхното творчество.

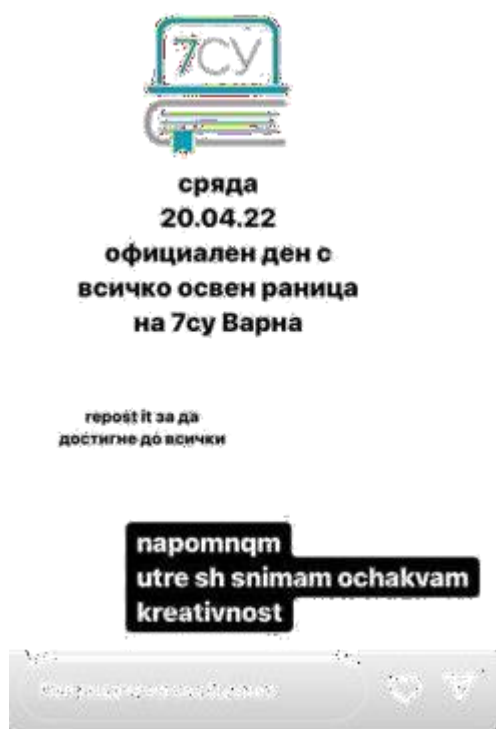
Следващият ми респондент – @ebe_mi_sa_brat е известен шитпостър в България, според bulgarskimemes: *шитпостърите ги разбирам как пишат шеги във Фейсбук. Дават си повече свобода и пишат по-дълги шеги, отколкото с миймовете*. В urban dictionary⁵⁴ шитпостърът е описан като „човек, който редовно изпраща ужасни или безсмислени публикации в интернет форум“. @ebe_mi_sa_brat го описва по друг начин:

шитпостър – това, според мен, е термин за човек, който не прави оригинален контент, примерно пращат му контент – качва го. Или иска да помага на по-малки меме страници, които той знае, затова им репоства контента. Аз съм помагал малко или много на няколко страници. Instagram алгоритъмът е направил така, че след 10K започваш от само себе си да се разрастваш. На бившия ми съквартирант – той вече има 30K, на коментарите на Слави (страница, базирана на канала на Слави Клашера в YouTube), мемета за него, прескочи

⁵⁴ Urban Dictionary. Shitposter. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=shitposter> (посл. посетен на 13.05.2022 г.)

10K. И на много други по-малки и по-големи страници, защото по този начин помагам на тях. И аз имам колеги, в същото време аз им репоствам контента и достига до повече хора.

Решавайки да направи меме страница, дълго време не можел да измисли подходящо име и попитал своя съквартирант за съвет. Съквартирантът му го попитал какво му се прави в този момент и в крайна сметка, отговорът *ebe_mi_sa_brat* се е превърнал и в официалното име на страницата. Той споделя, че няма конкретен график, свързан с това в кой ден и час какво точно меме да публикува (било то твитър цитат, видео и др.). Всичко зависи от моментното му настроение и актуалността на конкретно събитие. Меметата на *@ebe_mi_sa_brat* са изключително разнообразни, предвид факта, че основната му дейност е да споделя отново чуждо съдържание. Популярността му го превръща в инфлуенсър, има много почитатели из цяла България, като организира фен срещи с тях често. Наскоро видях стори с инициатива да се отиде на училище с *всичко освен раница*.



Ил. 46. Официален ден с всичко освен раница. *Repost it* (пресподелете го) за да достигне до всички. *Napomnam utre sh (ще) snimam ochakvam kreativnost*. Скриншот на авторката.



Ил. 47. Меметата като инициатива. Скриншот на авторката.



Ил. 48. Мини хладилник, част от меме инициативата. Скриншот

на авторката.

Имаше стотици споделени снимки от ученици, фенове на @ebe_mi_sa_brat из цяла България, които на конкретната дата решават да проявят креативност. В такъв смисъл може да се гледа на подобна тип дейност като част от една *меме култура*. С позволенията на своя респондент ще разкажа накратко неговата житейска история и как тя се съотнася към желанието му да се занимава с мемета. Той е от гръко-български произход и детството му не е било никак леко, предвид неразбирателствата между гръцкия му баща и българската му майка. Често се е налагало да се мести от България в Гърция, като не успява да закрепим трайни приятелски взаимоотношения със своите връстници. Когато е на 14 г. се случва тежко престъпление, за което е обвинена майка му и той остава без баща. Тийнейджърските му години до голяма степен минават в домове за настаняване от семеен тип, където израства в недобри условия и именно тогава решава да създаде своята меме страница в Instagram като неговият съквартирант, споемнат в цитата по-горе, следва примера му. Първоначално съдържанието, което е споделял, е било на английски, тъй като нито българският, нито гръцкия е владеел добре, а и английският е *lingua franca* в меме жанра. Все по-често той бива канен от различни подкаст дейци да разкаже своята история, която до голяма степен е свързана с неговата меме активност. Неговите бъдещи проекти са свързани със създаването на собствена марка и

развитие на стикерите, чрез които промотира instagram меме страницата си. Разказвайки за нелекото си детство, той вкарва чувство на самоирония и хумор, които често будят изненада у интервюиращите го. Споделя, че от малък се интересува от компютърна техника и чрез своите познания е намирал приятели във временните си домове. Желанието му да помага на по-малко известни страници, както и да качва на ежедневна база от доста години насам, въпреки трудностите, през които преминава, също препращат към специфичния и отличим облик на страницата му. Той вижда меметата като изкуство и за него ще продължават да бъдат изкуство, а най-голямата му мечта е да продължи да радва и разсмява другите хора, защото това му дава кураж да продължи напред.

Споделяното съдържание на респондент @bulgarskimemes е също разнообразно, няма никакъв конкретен облик, освен може би т.нар. *носталгични мемета*:

най-лесната ми шега за правене, е носталгичната шега, просто защото наистина е много лесно да се шегуваш с нещо, което е било преди 15 години, когато не е имало интернет. Най-лесните ми постове са тези с да кажем: „годината е 2006...“ и започвам да описвам мои спомени, които са били тогава и хората учудващо ги намират за рилейтабъл (съотносими) и почват да ги споделят. Тип песента „Драгоста дин тей“ (Нита пита). Годината е 2007, на море в Китен си с вашите, поръчваш си пържени картопки и питаш баща ти дали можеш да му играеш на телефона. Всъщност, това дори не е мийм, ами просто носталгичен спомен.



Ил. 49. Пример за носталгично мемета. Скриншот на авторката.

Носталгията служи като вдъхновител не само за мемета и вайръл съдържания, но за всякакви форми на популярна култура – филми, музикални видеоклипове, цялостна ретроестетика и завръщане към определени исторически периоди. Партитата, посветени на 90-те или началото на 2000-та се радват на много посетители, а клубове като *Терминал* организират ежеседмични тематични партита. Интуитивно повечето хора изпитват сантиментално чувство към своето детство, младост или пък изпитват интерес да влязат в период, на който не са били съвременници. Конкретният респондент споделя, че подобни мемета са от най-харесваните в страницата му, а и по мои наблюдения мога да кажа, че те предизвикват най-много аудиторията да участва в процеса, подпомагащ задържането на популярността на страницата. Това се дължи основно на припознаването им в конкретното меме, а както коментирах по-рано, *съотносимите* мемета са един от най-масовия и популярен жанр („толкова аз“, „аз като...“, „никой. аз...“ и др.). Във връзка с това каква тенденция наблюдава в България, свързана с феномена на меметата, той казва:

За мен нещото, което човек е започнал да осъзнава е все по-нишовият хумор. Започвам да чета книги от началото от 20 в., Удхаус например. И хората правят такива шеги. Въпреки това все още има хора, които се смеят на скетчове на Комиците.

Страницата на респондент [@politicheski_humor](#) е съсредоточена главно върху актуални политически теми, като конкретно на тази страница ще обърна по-специално внимание малко по-нататък в текста, защото до голяма степен е обвързана със създаването на реклами.

Относно въпросите ми за това дали има някаква местна открито специфика за България, свързана със създаването на мемета, [@memebok](#) казва:

в чужбина шитпостингът е много по-еволюирал от нашия, мемета/миймове ги имат от десетки години, докато тук ние тепърва откриваме топлата вода и е нормално да сме малко куци в тези неща. Аз вярвам, че след известно време и ние ще ги догоним. Отделен въпрос е, че това може би е нашият почерк и няма нужда да ги догонваме, просто сме на такива, по-различни честоти в изкуството,

а според [@zakuska_v_legen](#): *опитваме се да сме някаква евтина бета версия на нещата, които струват в чужбина. Не е особено интересно според мен какво се случва.*

@ebe_mi_sa_brat представя една пейоративна визия за бъдещето на меме страниците в България: *много от големите меме страници се отказаха, защото не виждат перспектива в това.*

Респондент @zakuska_v_legen казва относно своята страница: *искам да вярвам, че моята страница е с бутикови миймове за ценители*, а @ebe_mi_sa_brat ми разказа за страници, които са промотирани и спонсорираны от известни личности. По мое мнение последното представлява хибриден жанр между меме деец и инфлуенсър.

Вдъхновена от стратегията на инстаграм профила @awardsforgoodboys започва да раздава емоджи трофеи на менсплейнинг⁵⁵ бели момчета, които посочва очевидното (Neighabat, 2022).

Още тук бих искала да обърна внимание на това, което наричам символна онлайн комуникация. Много често в коментарите под меме постове човек може да попадне на кибержаргон, който е труден за разбиране от човек, който не е част от основната аудитория. Ще дам пример, за който ми сподели респондент @ebe_mi_sa_brat: споделя се TikTok видео от plus-size женски модел, който се обръща към бившия си приятел и към последователите си и заявява, че няма да си намери по-красива от нея. В коментарите от част от мъжката ѝ аудитория се появяват емотиконки на шапка (на англ. ез. cap), което се превежда като *грешиш, не казваш истината*.

Често меме дейците представят проблематични сюжети в своите публикации – неслучайно голяма част от тях предпочитат анонимността. @bulgarskimemes споделя за случай, който той приема като своя малка гордост. Нашумялото предаване *Ергенът* (сезон 1) бе спряно заради извънредни новини за ареста на бившия премиер на България Бойко Борисов. На facebook страницата на БТВ започват да се сипят негативни коментари от фенове на предаването, които протестират заради случило се. @bulgarskimemes казва:

виждаш някъде коментар с 500 харесвания и си такъв това ли мисли масата?! И се оказа, че е това. В страницата на Ергенът някаква жена беше написала топ коментар – „как може да ми го спират, искам малко да се разсея, писна ми от новини, писна ми от политика, не ми се слуша за това, оставете ме да си гледам“. И аз го чета и не мога да повярвам. Масовите хора казват: „да, да, и на нас ни е писнало от войни“.

⁵⁵ Обяснението на нещо от мъж, обикновено на жена, по начин, считан за снизходителен или покровителствен.

Когато не говорят за нещо, не правят така, че то да изчезне. Това, което ме изкефи, е, че аз направих шега с това и примерно 20 минути по-късно отворих поста, нейният коментар продължава да набира харесвания, но отдолу почват някакви хора, дето от моята страница са го видели, да ѝ пишат неща и да не са съгласни с нея и да я бъзикат. След половин час виждам как си е изтрила коментара тя, което е малка победа за мен и много се радвам, че действително съм говорил за това и изведнъж мнение, което е скандално за мен и не е окей, е изчезнало.

Публикациите от конкретните страници са много често от всякакво естество, а колкото по-разнообразни са, толкова по-голяма е тяхната аудитория. @ebe_mi_sa_brat казва:

като си меме страница с много последователи, ти се опитваш да разсмееш много хора. Примерно мене не ме следват само заради стила ми, а и заради името и аз се опитвам все едно да угаждам на всеки. Публикувам едно меме, което ще се хареса на един тип, които ме следват, после публикувам по-различно меме, за да се хареса на друг тип хора, които ме следват. Защото в страницата забелязах, че има всякакъв тип хора.

Меме дейците взимат в повечето случаи някоя циркулираща във виртуалното пространство публикация и добавят коментар към нея. @ebe_mi_sa_brat споделя, че се харесват повече споделените отново публикации или чуждестранна публикация, преведена дословно на български, което поставя под въпрос открояването на определени местни специфики, авторство и разглеждането на меметата като изкуство. Въпреки това @memebok споделя:

виждам го като изкуство, защото виждам ефектите му върху хората. Хората ми споделят, че много се кефят като се приберат от работа вечерта да разгледат какви неща съм качвал, защото ги карат да се смеят. Или ми кажат – това съм точно аз, точно така се чувствам и виждам как този човек наистина има някаква емоция към това. Вярвам, че хората като имат емоция към нещо създадено от друг човек – било то сграда, картина, книга, филм – това е някакъв вид изкуство...,

а @ebe_mi_sa_brat казва:

гледах един епизод, в който един художник-артист го питаха дали меметата са арт и той отговори: „всичко, което те движи и съществува (keeps you going) е арт“. Всъщност си е (изкуство според мен).

За да направя паралел с творба – текст - ще добавя и един друг нашумял феномен, все повече набиращ фен база, свързан с новия прочит на аматьора, а именно *Вайръл стихове за секс и драма*. Това е facebook страница, която се поддържа от две писателки, в която на ден се пишат над 10 стихотворения (бели стихове), които наподобяват обикновен спам/статус (пише се

хаотично, общо взето за всичко, като доминиращите произведения са насочени към женската аудитория). В началото авторките са започнали на шега, пазили са своята анонимност, правейки опит за иронизиране на съвременната поезия и литература и това, че всеки в днешно време би могъл да се занимава с писане (и каквото пожелае) без да има никакви по-специални качества. Парадоксално иронията им се превръща в самоирония, тъй като наскоро разкриват имената си, явяват се в медийното пространство и издават книга с някои от по-популярните си стихотворения. Известни са с това и че блокират свои почитатели поради различни причини, а това е типичен пример за размиването на границите между автор и аудитория. Меме страниците по същия начин създават една общност, в която авторите споделят съдържание от своите фенове, без да се прави разграничение между създаденото от двете страни. В този смисъл специфичната публичност на мемето се характеризира със сливане между създател и консуматор, представящ и зрител, а водещият механизъм е съучастието и интерактивността. В медийното пространство циркулират шеги, които се заиграват с клишета, свързани с конкретна народопсихология, бит, традиции, рутини и т.н.

Нещо, което е изключително важно да се коментира, е освен че всичките ми респонденти са от мъжки пол и е изключение да се срещнат момичета меме дейци, в България сякаш липсва обособяването на страници, посветени на женската аудитория. В чужбина подобни страници са изключително популярни – например instagram страницата @sarcasm_only. Постовете от тази страница често са придружени от реклама на вибратори, шегувайки се с това, че рядко би се намерил мъж, който може да се справи като рекламирания продукт. Шегите са строго свързани с физиологията на жените, съществуват такива, посветени на менструацията, бременността, засягат се теми, свързани с насилие върху жени и т.н. Разбира се, съществуват и мемета, които коментирах като *релевантни*, тип „първото нещо, което искам да направя след като се събудя, е да заспя отново“, но със сигурност първият описан вариант е доминиращ. Страницата е изключително популярна – има над 16 милиона последователи. Съществуват и т.нар. мемета от *мъжемразки (misandry)*, които са краен вариант на подобна страница: те са един от най-ярките примери за демонстриране на феминистки гняв, играещи с (белите) религиозни икони, за да се борят срещу женското хетеросексистко съперничество над мъжете и да шокират зрителя – да разбере потенциала на жените за насилие, за да защити своите феминистки вярвания. Тактиките на мъжемразките са най-реактивните, защитни и бинарни от всички, като противопоставят *жените* срещу *мъжете*. В това отношение меметата на мъжемразките представят нови миметични и вирусни комуникативни инструменти, които

жените да използват онлайн, за да изразят гнева и разочарованието си от мъжете (Lawrence and Ringrose, 2018). Това може да отведе към размишления защо нищо подобно не съществува в България или дори да го има – със сигурност не е популярно. По време на всяко едно от дълбочинните интервюта се допитвах до своите респонденти, разпитвайки ги за момичета меме дейци или подобни страници, но не получих зелена светлина. Страницата на единственото момиче, към което ме препратиха, не се различава с нищо от останалите, които представляваха обект на изследване. По мое мнение със сигурност подобна страница би имала успех и в някакъв смисъл е логично да заключа, че предвид съдържанието, свързано с женска физиология, би било адекватно то да се създава от жени. Въпреки че не е изказано буквално от някой от респондентите, усещам съществуването на някакъв вид стереотип, че жените не могат да бъдат забавни, често това бива повод за треторазредни шеги в популярни шоу предавания, излъчвани по родната телевизия. За сметка на това обаче в инфлуенсърството по мое наблюдение преобладават жените и женската аудитория. Следователно се появяват нови въпроси – на какво би могла да се дължи тази липса на жени меме дейци. По-често срещано е меме страниците да са анонимни, при инфлуенсърите е обратното. Броят на родните влогъри е безкраен, инфлуенсърите също се множат скоростно. Като цяло, има някакво увеличение в броя на меме страниците, но много от дейците се отказват, ако страниците им не набират желаната популярност. В този смисъл една от възможните хипотези е следната: за повечето съвременни български момичетата, желаещи да се занимават с медийно съдържание в интернет, е по-привлекателна идеята да пътуват, да качват свои снимки, съвети за правилно хранене, диети, козметика, фитнес и др., за сметка на това да правят някакви шеги, дори и насочени спрямо свои съмишленици или други жени, в ролята на единствени, които биха разбрали конкретно послание. Въпреки че съществува голям брой популярни инфлуенсъри от мъжки пол, все пак той е доминиран от жените. Съдейки по наблюденията си в социалните мрежи относно това какво качват/споделят мъжете в приятелската ми листа във Facebook и Instagram, бих могла да кажа, че много рядко виждам селфита и въобще снимки, свързани с външността им, за сметка на съдържанието, публикувано от жените. Следователно и това според мен може да обясни защо меметата могат да се разглеждат като по-привлекателно хоби за мъжете и за нещо, към което масово жените не проявяват интерес. В случая е важно да отбележа, че меме практиката е феномен, свързан с младежки общности (главно ученици и тийнейджъри). Въпреки че всеки от нас, без значение на каква възраст, вижда ежедневно във фийда си мемета, както и това, че респондентите споделят, че има всякакви възрасти в аудиторията им, обвързвам практиката

на създаване на мемета с израсналите от ранна детска възраст с компютри и интернет. Именно това придобито умение още от детските години помага за по-улеснената употреба при създаването на едно меме и адекватното владение на т.нар. меметичен език.

Професия мемеджия

Страниците с меме съдържание се различават една от друга както по тематична характеристика, воден знак, почерк, цялостен вид на комбинацията от постове, така и по целта на техния създател – било то за хоби/изкуство или за бизнес. Докато от едната страна в българския Instagram се показват страници, които подпомагат *по-малки ъндърграунд странички* (цит. от @ebe_mi_sa_brat) с цел развитието им, правят благотворителни кампании, подпомагат малки събития, раздават стикери, *Discord* сървъри, чрез които могат да се свържат с аудиторията си, от другата страна стоят меме компаниите, на които се плаща да правят реклами чрез мемета. Като говорим за влиянието на меметата - останалите *offline* медии имат интерес към дейността на мемеджиите, тъй като по думите на @politicheski_humor им е интересно как с един много малък процент от бюджетите им мемеджиите успяват да постигнат много по-добри резултати. Често се случва меме дейците да биват допитвани и да им се заплаща за идеи, насочени към реклами, излъчвани по телевизията. При запитване към респондента как би определил общността (включваща останалите му колеги), от която е част, той споменава *анархокомуна*, като не се борят да ги разпознават в самото общество на мемеджии. Това за него и за останалите му колеги е основен бизнес, като в България не съществува друга подобна онлайн организация, която да превърне това хоби в подобна комерсиална машина. Освен @politicheski_humor, @ebe_mi_sa_brat казва:

пускам стори и всички ми пишат. Така направих колаборация със СкаптоБургерите в София. Така АладинФуудс ми писаха да направим giveaway. Примерно ми дават кода с името на страницата ми за безплатен айрян и дънер, при поръчки онлайн и ми дават сумата пари, за които сме се разбрали с тях... На техен терен направих снимки, публикувах – бам – най-успешен giveaway 15 хил. лайка за започването на промокода ми. За първия ден ми казаха, че са имали около 80 поръчки още с пускането и то за седмица станаха много повече... Печелил съм около 1800 лв. за няколко мемета. Аз съм на 17 и това не го правя професионално. Но мисля, че за 10 мемета и 7 сторита е предостатъчно. Все пак какво означава да плащаш пари на миймър? От 4 до 6 поста на ден, средно около 180 или 120 поста на месец. От тези 120 поста (които ти сам ги правиш) на месец отделяш 10 за дадените хора. Те те ангажират ти цял месец да ги мислиш. Защото е много по-

трудно да правиш мемета за фирма, отколкото да правиш мемета по вайръл работи... от Instagram не се изкарват пари, изкарват се от колаборации/ най-много около 1200 лв. за 10 публикации и стори“ (към 2021 г.).

@memebok добавя:

изкарвам някакви пари, но те със сигурност не са пари, с които човек може да се издържа. Аз примерно не вярвам в телевизионните реклами или тези по вестници, билбордове, смятам, че би било много по-изгодно и много по-ефективно да се инвестира в страници, инфлуенсъри – те да правят рекламите“.

@ebe_mi_sa_brat е на мнението: *ние нямаме професията „миймър“. Това е пълна аматьорщина.*

Меме културата придобива съвсем различни измерения. Меметата в страници, насочени главно с цел печалба, са изключително разнообразни, нямат конкретен разпознаваем стил, не се правят с цел креативност, а с цел задържане и препращане на трафик към конкретните клиенти. Над 3-годишният активен преглед на меме страници, съсредоточени главно в Instagram и Facebook, нужен за изследването ми, ме отведе към заключението, че меметата влизат активно в ролята на съвременни новинарски медии. Установих, че мигновената реакция на актуални събития чрез едно меме достига в пъти по-бързо до мен, особено в случаи, в които не съм разполагала с времето да прочета текст или да изгледам цяло видео, посветено на темата. За поглеждането на една картинка с текст са нужни само няколко секунди, както @politicheski_humor казва: *на практика ние се борим за някакви минути на ден от твоето внимание, а не за примерно час в праймтайма*. Отделно от това, все по-често започнах да виждам мемета, които рекламират продукти, фирми, заведения, магазини и др., което първоначално ми убягваше. Рекламата, внедрена в картинката под формата на лого или просто таг, потъваше в спама от множеството визуални шеги. У мен се появи въпросът дали създаването на мемета се е превърнало в бизнес, нещо, което преди години не бих могла да си представя.

Основната дихотомия, съпътстваща по-широкото разбиране за меметата, е по оста сериозно-забавно. В този ред на мисли се наблюдава противопоставяне и същевременно преплитане между практики, свързани с бизнес и такива – с обикновено хоби. Чистата имитация, обяснявана чрез културата на копирането и поставянето (*copy-paste*), е изправена срещу произведението на изкуството, невинно направената шега чрез картинка от своя страна води

понякога до съдебни дела, а защитата на авторските права е negliжирана в името на ежедневната им кражба с цел липса на цензура и стремеж към пълна творческа свобода и креативност. Като започнах да се занимавам по-задълбочено с феномена на меметата, си представях, че меме дейците са нещо като *анонимни инфлуенсъри* – печелят на база последователи. Това схващане идва от първоначалната ми липса на информираност относно монетизирането в социалните мрежи, но нещата не са чак толкова сложни – пари в Instagram могат да се печелят от реклами и колаборации. Спомням си забавен случай, в който бях на един красив плаж и видях за пръв път инфлуенсърка на живо. Тя държеше в ръцете си козметика и беше придружена от фотограф със смартфон – обикаляха заедно дълго време по различни скали, огрени от жаркото слънце, търсейки перфектната светлина и поза за снимка. Дълго време ми бе нужно да схвана какво виждат очите ми, но това се случи отдавна. Днес подобна практика се е превърнала в нещо съвсем обичайно и нормално. В крайна сметка това момиче работеше в този момент. Е, при меме дейците, или както често биват наричани, *мемеджиите*⁵⁶ ситуацията е доста сходна, само че вместо рекламираният продукт да бъде държан лично от тях и без дори да показват своите лица и тела на фона на красива дестинация, той чрез лого или таг и разбира се, задължителната сполучлива, актуална и адекватна шега бива *вмъкнат* в мемето чрез специфичните за жанра вече коментирани техники. Хумористичната картинка с текст, както често описват меметата, се превръща в (хумористична) картинка с текст и лого. Един от най-любопитните и интригуващи за мен примери е дело на маркетинговата стратегия на ресторант *О'Шипка* и рекламното меме, което бяха направили, вдъхновено от интереса към сериала *Игра на калмари*, коментиран по-рано.

⁵⁶ Какво е професия мемеджия: Най-популярните родни страници в Instagram, DarikNews, 12.01.2022 г. < <https://dariknews.bg/novini/liubopitno/kakvo-e-profesiia-memedzhiia-naj-populiarnite-rodni-stranici-v-instagram-2296689> посл. посетен на 13.05.2022 г.



Ил. 50. „Гладен си? Поканен си!, О’Шипка“.

Скриншот на авторката.

В уводната част на текста си бях споменала теорията на *culture jamming* – „практиката на нарушаване на ежедневиия живот и статуквото с изненадващи, често комични или сатирични действия или произведения на изкуството“ (Cole, 2021). В контекста на тази теория картинката, свързана с консуматорското общество чрез познати лога, образи, лозунги, ме препраща към феномена *Banksy*. Анонимен графити артист, чиито произведения се появяват изненадващо на централни локации. В неговото изкуство присъства критика към политиката и съвремението. В меме културата присъстват сходни фрагменти със стила на Banksy, главно защото използват разпознаваеми фигури, образи, известни личности и моменти от актуални или значими събития. За разлика от изкуството на Banksy обаче, дори то в някаква степен да е вдъхновено от меметичния език, меметата съществуват във виртуалното пространство. Благодарение на разговора с меме дееца @politicheski_humor концепцията ми за меметата претърпя коренна трансформация. Респондентът е част от цяла меме компания, в която влизат повече от 10 популярни български меме страници в Instagram (@justpablo, @balkansknow – предимно сюжети, посветени на „балканите“, @nalove_online – мемета, свързани с лов, @obshtacooltura, @escobar_girl – насочен към женска аудитория, @mypetfriend_official – мемета за домашни любимци, @avtomobilen.humor – мемета, свързани с автомобили,

@restorantiorski_humor – такива, насочени към ресторантьорския бранш, @trendysportmeme – мемета на спортни тематика и др). Както става ясно, всички те са насочени основно към конкретна аудитория, а @politicheski_humor допълва: „ние повече развиваме мрежа, като основната ни цел е да задържаме и да прехвърляме трафик“. Преоткрих твърдението, че ежедневният ми преглед на меме страници е преизпълнен с множество реклами. Все по-често виждам меме страници в Instagram, които са написали в описанието си (или т.нар. био – от биография) – „za reklami – DM (direct message) me“ („за реклами - пишете ми на лично съобщение“).



Ил. 51. „За реклами, пишете ми на лично съобщение“.

Скриншот на авторката.

Като се върна във времето от тийнейджърските си години, когато меметата за мен бяха просто драсканици с предимно забавен текст, разбирам все по-плътно, че движението от периферията на забавното и дистанцираното се е ускорило драстично към сериозното и материалното, а мемето добива парична стойност. В статията *Какво е професия мемеджия: Най-популярните родни страници в Instagram*⁵⁷ относно страницата @justpablo пише следното: „често мемета са под формата на реклама и така профилът привлича както последователи, така и партньори. Към този момент страницата има партньорски отношения с букмейкъри, заведения, козметични центрове и т.н. Притежава дори собствена линия дрехи“. Меме страниците предлагат както единични цени за стори и пост, така и различни месечни пакети с няколко сторита и постове, съотнесими за цял месец, които могат да започнат от трицифрена и да достигнат до четирицифрена сума. Съществуват различни видове реклами, било то чрез мемета от създателите на меме страницата в Instagram, или от собствени рекламни материали, изпратени от клиентите им. Респондент @politicheski_humor споделя:

⁵⁷ Какво е професия мемеджия: Най-популярните родни страници в Instagram, DarikNews, 12.01.2022 г. <https://dariknews.bg/novini/liubopitno/kakvo-e-profesiia-memedzhiiia-naj-populiarnite-rodni-stranici-v-instagram-2296689> посл. посетен на 13.05.2022 г.

ако искаш да постнеш нещо в @politicheski_humor, предвид че е само с 20 хил. последователи с тясна ниша, примерно една публикация може да струва между 100-150 лв. без ДДС, вече в зависимост дали ние трябва да я направим, да я концептуализираме. Можете сами да предположите какви биха били сумите за едно меме/публикация от някоя по-популярна страница.

Тази информация към днешна дата е недостатъчно актуална, тъй като респондент сподели, че в рамките на година цените са се покачили значително. Освен това един от клиентите им е онлайн медията *TrendyNews* и той споделя:

(тя) е към нас и си работим като нормална медия, рекламираме се и т.н. В момента се рекламират основно хазарт, финансови услуги, (бързи) кредити, заведения (дискотеки, ресторанти и т.н.) и хотели. Това са ни по-основните клиенти, които за постоянно са се задържали. А като преходни – бутици за дрехи, за всякакви такива стоки, тук-там някой, който иска да стане известен и му трябва малко да се побутне в социалните мрежи.

Тук ясно можем да видим връзката между информационен новинарски сайт и една меме страница. Например в *politicheski_humor* всички актуални събития, свързани с българската политика, се появяват светкавично в *instagram* фийда под формата на мемета – Тау (2014) измисля термина *LOLitics*, за да опише „комбинацията от интернет мемета и политически хумор". Тя констатира, че меметата се появяват върху „пресечната точка между движената от удоволствие *игра* и [...] истински политически дискурс" (Тау, 2014: 46). Меметата насърчават хората да *играт с новините*, позволявайки на потребителите на медийни новини да смилат новините, като същевременно създават ново значение по нов начин (Тау, 2014: 48).

Нещо, което убягва вероятно на повечето зрители, е, че конкретни фирми си резервират цели сюжети, включвани в меметата: *това, което продаваме на Credissimo, са всички мемета, които са свързани с липса на пари. И свързано ли е с „идва ми наема... бавят ми заплатата... не ми стигнаха парите да си платя сметката...“, каквото и да е – слага се логото на Credissimo – ако ти трябва. Те са си резервирали правото всички шеги, свързани с пари в нашите мрежи, да са техни (@politicheski_humor).*



Ил. 52. Реклама на Credissimo. Скриншот на авторката.

Респондент @politicheski_humor разказва за това как мемеджии чрез влиянието, което имат в мрежите, могат да предизвикат цял скандал или пикантна история, която да послужи на известни инфлуенсъри или дори да превърне обикновени хора в такива. Меме дейците често биват припознавани от аудиторията си като ментори, лидери на мнение, подобно на инфлуенсърите. Въпреки че не показва лицето си на видеоразговора по време на интервюто, @politicheski_humor сподели, че има хора, които знаят кой се крие зад тази страница. Той дори представлява нещо като мотиватор и вдъхновител за свои почитатели, израснали с неговите мемета, които по техни думи в някаква степен са ги изградили като личности – „медийното послание, излъчвано от масовите медии, не е директно усвоено от публиката, но минава през филтъра на така наречените от тях лидери на мнението за дадена общност, които го препредават, тълкувайки го, на референтната си група” (Нейкова, Колева, 2022). Успешната им употреба зависи от схващане на определен културен код, свързан с хумора.

Относно въпросите ми, свързани с механизма/алгоритъма, чрез който меметата добиват популярност, той казва: *разбираме кое ще се хареса и ще се споделя главно от наблюдения. Както при всяко нещо, когато го правиш всеки ден по доста време, започваш да го усещаш. Един от колегите в голямата страница като му покажа една картинка до +/- 1000 лайка може да познае с точност колко ще направи. Просто защото си познава публиката. Да се върна към коментираните по-горе конспиративни теории за компютърно генерираните*

алгоритми и това, че сме заляти от тях. Дори до някаква степен това наистина да присъства предвид непрестанните актуализации на приложенията, които използваме, от разговора с представител на коментираната, бих могла да я нарека смело *меме компания*, научавам, че това е придобито умение в хода на многогодишна работа, усилия и наблюдения.

Заключение

В настоящия текст се опитам да внеса по-дълбока яснота, свързана с дефинирането на културния феномен на меметата. От първоначалното възникване на понятието *мем* на Ричард Докинс, в което човешката активност е negliжирана, до развитието на социалните мрежи и активното участие и творчество на интернет потребителите, което позволява да говорим за мемета. Често тези продукти на популярната култура биват negliжирани и омаловажавани, а както разказах – в тях се крие креативност, умение, посредническа и образователна дейност, дори потенциал за доходоносен бизнес. Опитам се да разгранича мемета от вайръл, както и от предшествениците на мемето (пещерните рисунки, карикатурата, пастиша, колажа, сатирата, пародията, комикса и др.). Именно тази креативност е част от *меме културата*. Едно вайръл съдържание, ако не е креативно ремиксирано и преупотребено, не остава нищо друго, освен вайръл. Практиката, свързана с пародия, колаж, комикси и карикатури, вдъхновени от дадено събитие, ситуация, личност и др. не винаги представлява мемета сама по себе си. Коментираните instagram страници имат големи аудитории, които чрез своите коментари, преправяния, допълвания, идеи и като цяло – свои версии на първоначално даденото мемета, продължават неговия живот, дори той да се характеризира с краткотрайност. Спамът с разпространяема картинка или видео, което не е вдъхновило креативност си остава във *вайръл културата*. Двете понятия биха могли да се припокриват в някои аспекти, но по мое мнение беше нужно да се опитам да обясня разликите. Дори да взема елементи от тези предшественици, мемето включва тясната връзка между колективния създател и колективния преинтерпретиращ и ремиксиращ зрител, като това отношение е в постоянен кръговрат. Лев Манович споменава т.нар. *възможност за дълбоко повторно смесване (deep remixability)* - смесването на кодове, стилове, практики и норми от различни култури и нива на комуникация на дълбоко структурно ниво, което се различава от пастиша, цитата и колажа на постмодернизма от края на 21 век (Терзиев, 2012). Както се опитам да покажа чрез примерите

от няколко различни мемета, първоначалният вид на дадена сцена (в случая) има безброй вариации, чрез които може да се миксира, смеси и промени, така че да създаде съвсем ново значение. Това ме навежда към сравнение с феномени в съвременното изкуство като движението *Флукус*, *ready-made* (вече *направен*) и последвалото преместване на дадена културна частица от една сфера в друга - т.нар. *détournement* (*преобръщане*), обозначаващ присвояването на дадено вече съществуващо медийно съдържание, като производното съдържание има противоположно на оригинала значение (пак там). Опитвах се да съпоставя вътрешните елементи, нужни за създаването на едно меме (текст, шрифт, вид хумор, снимки на хора), като по-плътено представям защо едно меме би могло да бъде неразбираемо. За схващането на меме съдържание е нужен предварителен контекст, владееене на т.нар. меметична граматика, която представлява вид онлайн език. Той предполага познанието за шаблони, работа с компютърни програми, възприятие за онлайн естетика, моди и трендове и други. Един от най-важните детайли, свързани с познанието за феномена на меметата и неговото бъдеще, е авторското право. Преди години се говореше за закон, който би забранил меметата именно заради присвояването на различни творби, които имат свои автори, но за момента такава радикална цензура не се предвижда. Това вътрешно измерение на меметата контрастира с външната им изява. Меметата са начин за изграждане на макро- и микрообщности. Последните привземат глобални шаблони и техники, за да представят своята индивидуалност, което описах чрез т.нар. *балкански дигитален хумор* – снимките, видеата и споделеното съдържание на итнернет потребителите „едновременно поставят индивида в центъра на кадъра (като всяка снимка изобразява лицето и/или тялото на конкретен човек) и го характеризират като част от игрив колектив, който споделя същия код“ (Shifman, 2014: 352). Политическите мемета са едни от най-красноречивите примери за обособяване на макрообщности, които чрез дигиталната шега или споделянето ѝ в социалните мрежи биха могли да изразят гражданска позиция и да участват в политическия дискурс. Меметата се използват не само отдолу, но и отгоре – с цел привличане на аудитория (по-специално млада), която да подкрепи даден политически кандидат – „в крайна сметка меметичните медии не са предварително определени по съдържание, форма или позиция. Те нямат предписано предназначение. По-скоро те са народен начин на публичен разговор; зависят от ежедневната творческа изява, която може да бъде използвана за развлечение в свободното време, за насочен активизъм и за цял набор от намерения между тях. Когато медиите, създадени за една цел, могат лесно да бъдат присвоени за друга, популярното винаги е на ръка разстояние от политическото“ (Milner, 2016: 164).

Отделно меме жанрът влиза в реклами и се превръща в доходоносен бизнес особено в ерата на кибервалутите. Рекламните агенти виждат потенциала на меметата и *открадват* конкретни елементи от тях, за да *проговорят* на т.нар. меметичен език, владян от толкова много хора по света. Меметата започват да се гледат като важен ресурс, който отразява реалността, следователно имат мястото си в библиотеки и галерии или ако не там, то поне можем да ги видим върху чаши, дрехи, стикери и всевъзможни аксесоари – меметата се превръщат в *уличното изкуство на социалната мрежа* (Mina, 2019: 12, цит. в Semotiuk, Shevchenko, 2023: 85).

От казаното дотук хипотезата ми, свързана с абсолютния и задължителен мимезис, претърпя промяна, тъй като по думите на респонденти все пак има местен, български открийм характер. Според повечето от респондентите това вероятно се дължи на факта, че меметата и шитпостингът са нови за нас и ние ги правим по-аматьорски и новаторско. Що се отнася до анонимността – тя приключва в момента, в който един шитпостър или меме деец започва да се превръща в инфлуенсър (както става с респондент @ebe_mi_sa_brat, или създателя на *Синът на класическия българин*), следователно и тази моя хипотеза се измени в хода на изследването. Със сигурност елементът на анонимност често е желан, особено ако споделяното съдържание е проблематично или влиза в преки конфронтации с конкретни личности. За конкретен автор трудно би могло да се говори, а що се отнася до сливането на създател и консуматор и представящ и зрител, както и задължителния елемент на публичност и активност от големи аудитории, разглеждам меме практиката като колективно творчество и съвременен (дигитален) фолклор. Както написах по-рано, дали би могло да се гледа на меметата като на изкуство, е въпрос на възприятие. За някои това е ежедневен труд, който трябва да задоволява интересите на конкретната аудитория, за други – забавление и хоби, често с достатъчно креативни обхвати. Всички респонденти споменаха, че са започнали с меме страниците си *от скука*, а след това хобито им е прераснало в ежедневие, а за някои – и в професия, което размива границите между сериозното и забавното, високото и ниското. @memebok споделя, че започва да вижда почти всичко, което гледа и на което попада (музикален клип, филм, снимка), като меме. Чрез създаването на меметата си той показва на аудиторията си как интерпретира даден културен фрагмент. Меме дейността онлайн влиза активно в реалността на меме създателите, а това често има материални измерения. Хипотезата ми за това, че меме дейците и аудиториите им съставляват главно младежка общност, също претърпя промяна, тъй като освен че единият от респондентите ми е близо 30-

годишен, много от респондентите споделиха, че са следвани от всякакви възрастови групи, които участват в общата меме дейност. Въобще, трудно би могло да се говори за определена меме общност. По-известните меме дейци се познават помежду си, но не са сплотени като ларпърите и косплейърите. Какво остава за всички останали хора, които участват в меме дейност, но не създават обособени страници. Това е един глобален феномен, който включва участие от огромен брой хора, както всъщност правят и всички останали практики, обвързани с меметиката. Що се отнася до това, което мислех първоначално, че всичко е с шеговит характер и не се представят сериозни граждански позиции, това също претърпя промяна. В частта, в която дадох примери с различни видове мемета, се опитах да покажа, че дори на повърхността да стои една шега, зад нея се крие по-дълбоко послание (случаят с веганите и меметата, посветени на терористичните актове), което често би могло да създаде конфликти. Определено хуморът в меметата има специфични цели; както изтъква Калимбо, той служи „за предизвикване или поставяне под съмнение, дори отхвърляне на доминиращи идеологии“ (Calimbo, 2016: 4 cited in Pidkuřimukha, Kiss, 2020) и е „основно агресивен или подривен, тъй като осмива и чрез елемент на сатира представя активни дейци, свързани с властта и политическия елит“ (пак там). Меметата се разглеждат като уплътнени образи, които стимулират визуални, словесни, музикални или поведенчески асоциации, които хората могат лесно да имитират и предават на другите. Те представят един кодиран език на политическа съпротива онлайн, специален вид протест, който използва механиките на театъра и пародията, за да се противопостави на *спектакъла* в правителствената пропаганда. Милнър нарича това *аматорски медиен артефакт* (Milner, 2012).

Меметата са изненадващи, ударни, бързо залязват, но могат също толкова бързо да се възстановят, неспособни сме да предвидим кое ще бъде следващото, тъй като събитието, от което ще тръгне, тепърва предстои. В този смисъл дали всичко може да се представи от неговата хумористична гледна точка? Меме деец казва следното по случая: „*понякога нашата реалност е толкова екстремна, че ми е много трудно дори да приложим сатира към нея. Когато хората загубят правото си на аборт или когато бебе бъде блъснато от ченге по време на мирен протест, етично ли е да се прави меме за това? И ако е така, как го правиш по изкусен и уважителен начин?*“ (@gratis_saaf_voor_iedereen) (Arkenbout, 2022: 26). В този ред на мисли се сещам за филма *Не поглеждай нагоре* (*Don't look up*), в който става дума за приближаването на метеорит към земята. Учените се опитват да предупредят и подготвят населението, но хората решават да направят меме от това. Метафората с

поглеждането нагоре е красноречива в случая, защото във филма е представена една картина, която често може да се наблюдава и в реалността. Фалшивите новини, конспиративните теории, масовата необразованост на хората, замаскирани от шегата и хумора, са в някаква степен токсични, а някои теоретици твърдят, че „е много по-лесно да си представим края на света, отколкото края на меме-културата“ (Gafvelin, A., 2021).

Въпреки това, „дори и да не можем да контролираме колективните настроения – дори и да не можем да контролираме културните индустрии – можем да решим какво резонира с нас и каква част от разговора ще допринесем. Имаме силата да вплетем собствената си нишка в гоблена. Това е малка сила, но е наша и е по-жизнена, когато се преплита с жизнените нишки навсякъде около нас“ (Milner, 2016, с.220).

Заклучение

В дисертационния труд направих опит за детайлно описване на феномените като ги съпоставих с други културни практики. Откроих важното за разбирането на хобитата понятия и цялостната им вътрешната природа. Акцентирах върху външното влияние, което имат върху участниците и техните публики. Това даде по-ясна представа за тенденциите в потребяването на култура днес, както и за запознаването с тези тепърва прохождащи практики у нас, които до голяма степен са непознати за българското общество.

Интерактивната култура вдъхновява феновете да желаят активно да участват в процеса на доизграждане на първоначалния вариант на продукти от популярната култура. Феновете и споменатите гийкове си приличат по *вманиачаването* по конкретни жанрове, стилове, културни фрагменти. При *гийк* обществата се наблюдава obsесивно внимание към техническия детайл. Човек, за да бъде приет в ЛАРП общността и да участва адекватно в едно ЛАРП събитие, трябва да е отделил изключително много време, ресурси, да го прави с желание и страст. В противен случай участието му би предизвикало дискомфорт както за него, така и за останалите играчи. Един косплейър отделя огромно внимание и прецизност, що се отнася до изработката на костюмите, а косплей събитията имат определени критерии, спрямо които костюмите се оценяват. За да се направи истинско меме, а не просто шеговата картинка, която даден човек да сподели във фийда си, която ще видят хората от приятелската му листа, трябва да е наблюдавал активно какво се харесва на различните аудитории, да прецени конкретните кодове на хумор. Впоследствие това би могло да се превърне в професия, което важи и за останалите разгледани културни практики. Следователно изходната ми хипотеза, свързана с трите феномена, че подобни културни практики са направени за всички, всеки би могъл да се включи в тях и точно поради факта, че включват аматьори, непрофесионалисти нямат потенциал за професионализация, не се потвърди. Това са практики, които добре се професионализират и въздигат в култ мотото: *професионализирай се сам, без посредничеството на институции*.

Съвременето предразполага към едно ремиксиране, бриколаж, еkleктика, флуидност и пъстрота, чрез които се комбинират често елементи, които взаимно се изключват. Всеки един човек би могъл да участва в споменатите дейности, но за адекватното му участие се изискват много усилия, наблюдения и опит. Множеството на създавани и представяни герои,

производството на всевъзможни колажи, картини и пастиши, са мотивирани най-вече от многообразието, което предоставя интернет. Споменах за своя баща, който е черпил вдъхновение от илюстрации само от книги. Сега ежедневно сме заливани от всякаква информация, а творчеството е в безкраен процес на правене, без значение дали има професионален характер. Появата на интернет и смартфони са ключови за оразличаването между различните поколения. Дадох пример с разликата между практики на хора, които са наблюдавали прехода от липса към наличие на интернет, първите социални мрежи и др., както и тези, които още от ранни детски години са израснали със смартфони. В този смисъл предвид по-възрастните участници в ЛАРП разглеждам практиката като наследство от *Прехода*, която е изключително свързана с творчеството на Толкин и пробиващите в края на 80-те настолни ролеви игри в България. Косплейърите са предимно вдъхновени от корейската *Халю* вълна, която се развива по-късно – след 2006 г. в България. Меметата са продукт на интернет, като българите масово се запознават с тях от сайта 9GAG около 2009-2010 г. Чрез тези груби рамки можем да направим изводи какви участници се включват в подобни хобита като запазваме условността, че това са култури, които имат потенциала да набират разнообразни привърженици и в които понякога се пресичат представители на различни поколения. Това е едно мислене на потребяването на култура, което е свързано с активното фенско участие и желание за вникване във фикцията, което е предизвикано от бързите темпове, с които се развива технологията и това, което би могла да ни даде тя – именно да влезем буквално в един изцяло нов, фикционален свят.

В съвременното понятие като *елитарно/високо* изкуство са поставени под въпрос. Днес разделенията *висока* и *ниска* култура и *highbrow* и *lowbrow* не са вече толкова актуални, колкото по времето на Бурдийо, и през последните десетилетия ставаме свидетели на отваряне на вкусовете на *елита* (Peterson, Richard, Roger Kern, 1996, цит. в Вачков, 2019) както и на създаване на доста по-широк диапазон от информирани за тенденциите в културния живот хора, които демонстрират и *всеядство* – нов *middlebrow* – характеризиращо се с неироничен афинитет към масовата култура (Mallon, Thomas, Pankaj Mishra, 2014, цит. в Вачков, 2019). В този смисъл новият аматьор е интерактивен, участва активно в културното производство. Неговата практика е плод на глобални култури, взима глобални сюжети и ги преинтерпретира по свой собствен начин. Той би могъл да бъде вдъхновен от разнообразни фрагменти от популярната култура – литературни жанрове като фентъзи и (научна) фантастика, филми, видеоигри, комикси, манга, може просто да владее граматиката на

меметиката и да изразява себе си чрез мемета. Ясно откритими местни специфики трудно биха могли да се намерят, тъй като става дума за глобални феномени, които в голямата си степен се имитират от участниците. Както видяхме в ЛАРП – събитията често се провеждат на английски, привличащи по-голяма група от чужденци, често за голяма част от информацията липсва български превод. Понятията на основните игрови действия се изговарят на английски. При косплей не се виждат български герои, тъй като по думите на респондентите липсват разпознаваеми, завладяващи и вдъхновяващи български фикционални персонажи от филми, анимации, комикси. Българските мемета в голяма степен са преведени от чуждестранни сайтове. Единственото, което ни отличава е че сме *по-назад, евтина бета версия* и че нещата при нас се случват по-късно. Както стана ясно от изложението, при трите културни феномена се наблюдава акцент върху глобалната разпознаваемост, спонтанната реакция, имитацията и бриколажа. При ЛАРП се взимат и преинтерпретират видове герои, раси, ценностни системи, естетика, жанрове от фентъзи и научна фантастика. При косплей се имитира напълно вече готова цялостна външност на вече създаден персонаж, а меметата режат и слагат вече фотографирани/нарисувани от някого друг лица, обекти, места и др.

Трите феномена са повлияни от дигиталните медии, където интернет потребителят е привлечен от възможността за изразяване на своята идентичност, често обаче срещу високата цена на потъване във флуидността на тренда и на новата виралност. От една страна, в интернет се акцентира върху *мрежовото аз* чрез селфита и участия в онлайн предизвикателства, от друга, е игра и състезание чрез имитация. Оригиналният автор остава в сянка, тъй като централен момент е колективното творене. *Смъртта на автора* в трите разглеждани феномена се откроява по различен начин. При ЛАРП наблюдаваме едно раждане на читателя, доизграждане чрез лична интерпретация на вече създадено литературно произведение и своеобразното му продължение от страна на феновете. При косплей има в известна степен проява на уважение към създателя на конкретния герой и желание той да бъде максимално достоверно пресъздаден. А при меме дейността се наблюдава една пародия на оригиналната версия на културния продукт. Авторът е често подигран или напълно игнориран. Никой не се интересува кой е фотографирал даденото изображение, което се превръща в меме, важно е колективното участие и по-добрата шега. Въпросът за авторските права е омаловажен, крадат се картинки, които чрез иновативност биха могли да се превърнат в реклама и да бъдат доходоносни. Това е един нов прочит за фолклора, принципно мислен като местен, е станал вече глобален и наднационален. Една от

характеристиките на меметата е тяхното непрестанно видоизменяне. Лошото им качество се приема за нещо ценно, защото това означава, че мемето е преработвано хиляди пъти. Твърде редки са случаите, в които се знае авторът на едно меме. Акцентът е поставен върху колектива. При ЛАРП от друга страна дори да бъдат зададени някакви конкретни рамки от организаторите на ролеви игри на живо, действията на участниците не винаги могат да се предвидят. Това е събитие, случващо се чрез метода на импровизацията. В българския контекст има стремеж към по-голяма свобода за присъстващите, за да не се превърне случващото се в театър с точно определен сюжет. За оригинален автор в косплея може да се приеме художникът, нарисувал конкретния (анимационен) герой, или стилистът, облякъл известен актьор, който бива пресъздаден от косплейър. Чрез специфичността на тялото на участника обаче и на неговото въображение за пресъздаване на персонажа той изменя и самия герой, подобно на едно меме, в което изображенията са безкрайно наслагвани едно върху друго. Следователно и трите феномена биха могли да се приемат като едно колективно творчество, по-скоро разглеждано през призмата на фолклорната дейност, отколкото на авторството. В някакъв смисъл оригиналността и авторството плашат с възможната дистанцираност от масата, а хората, които имат силно влияние в социалните мрежи (т.нар. инфлуенсъри), примамват именно с ментална, физическа, творческа и поведенческа достъпност до публиките си. Филмът *Don't look up* представя позицията за апатичната роля, която са приели някои хора, стигаща дотам, че ако наистина приближава метеорит, по-скоро ще направят меме, шегуващо се с факта, отколкото да приемат сериозността на проблема. Войните се превръщат в мемета, важното е всеки да може да се шегува с всичко, както казват респондентите ми мемеджии. Това би могло да обясни и споменатите по-горе твърдения на някои автори, че е по-лесно човек да стои у дома си, правейки меме, изразявайки позицията си, отколкото да излезе навън и да протестира реално – „в непрекъснатата циркулация на изображения в нашата медийна матрица скоростта унищожавя съзерцанието, повърхността изравнява дълбочината, потокът заглушава моментите, разсейването нарушава вниманието, афектът затъмнява смисъла, беглият поглед замества втренчения поглед, повторението изтрива оригиналите, а публичният екран измества публичната сфера (DeLuca, K. 2006, с. 87).

Въпреки тази песимистична представа, според мен тези процеси е нужно да се гледат и от тяхната позитивна страна. Никога досега не е имало толкова масово творене на ежедневно равнище. Именно затова съм разгледала перспективите и за трите феномена да се приемат като прояви на съвременно изкуство. Меметата провокират въображението на аудиторията,

служат като начин на комуникация, срещат непознати, споделящи сходни позиции по дадени феномени и най-важното – служат като посредник за младите. Чрез тях могат да научат исторически факти, политически процеси, те представляват новата информационна медия. ЛАРП и косплей пък биха могли да научат един човек на работа с всевъзможни материали, на шиене, преодоляване на сценична треска, социализация, чувство за емпатия, доброволческа дейност. Те биха могли да се разглеждат и използват като образователен метод.

В трите феномена се наблюдава акцент върху изработката, занаятчийството – в първия случай става дума за герои, които се изграждат с години ментално и физически. Костюмът е също толкова важен, колкото и самата ролева игра, но участникът трябва да притежава конкретни актьорски умения и да може да „излезе“ от себе си. В този смисъл по време на играта се избягва от реалността, тя се преинтерпретира и дори на интерпретативно равнище можем да говорим за присвояване. Става дума за новите смисли, които идват от интерпретацията и въображението на участниците. В случая с косплея ролплей елементът е поставен донякъде в сянка за сметка на важността на костюма. Занаятчийството е буквално и материално – ценно е да се създаде абсолютно копие на съществуващ вече персонаж, а множеството критерии по време на косплей събитията мотивират повишената прецизност.

Любовта към героя, неговата визия и потъването в неговия свят чрез дефиле, сценка или снимането с посетители на косплей събитието са проява на фенска признателност, страст и запаленост. Ето защо едно от централните понятия, свързани с фенски общности, особено около видеоигрите, комиксите/мангата, фентъзи, (научна) фантастика, анимацията и др., е споменатото *гийк*. В началото на увода стана въпрос за диференцирането на различните поколения спрямо консумирането на конкретни попкултурни продукти. Разбирането на тези практики обаче не винаги е свързано с поколенчески характеристики. Става дума за глобални, наднационални феномени, в които се включват хора от всякакви възрасти, интернет потребители от различни държави. Гийкът изкусно владее езика на вече създадения герой, понякога вмъква и от своето въображение, за да доусъвършенства елементи от неговата визия, които са били скрити за обикновения зрител. Това занаятчийство се разглежда по оста аматьор - професионалист. Принципно занаятчиите са майстори, т.е. професионалисти, но в конкретните изследвания е проследен процесът, в който те са на крачка от това да бъдат професионалисти в сферата си. Що се отнася до термина професионалист – коментирах

понятието от гледна точка на материалните облиги, т.е. заплатата и дали конкретните дейности могат да се разглеждат като професия.

Както констатирах по-рано, ЛАРП в България е в някакъв смисъл за *призваните*, а ако *новак* реши да участва, трябва много да се постарее. В този смисъл ролевите игри на живо представляват вид елитарна субкултура. В създаването на мемета също е нужно да се владее конкретен език, жаргон, граматика, т.нар. меметика. Чрез компютърна грамотност, работа с различни програми, проследяване на наративи в отделни платформи, техните контексти и вид комуникация, един интернет потребител би могъл да измайстори дигитален виц/шега. Любопитното в случая е, че става дума за много обширна група от участници, които активно се включват в тази дейност.

Във фенските общества също наблюдаваме голям интерес, самите комик-конвенции са пример за това. Конкретно обособена група от косплейъри няма, един посетител също би могъл да носи елементи, използвани от косплейъри, с цел принадлежност към общността на феновете. На подобни събития има приемственост между всякакви видове фенски страсти, така че да се създаде уважение към различните идентичности и индивидуалности. Подобно на драг събитие, хората се чувстват свободни да изразят себе си, своите предпочитания, свързани с популярна култура, а за техния избор няма кой да ги съди. Единствените потенциални съдници са тези извън пространството на събитието (например възрастни хора, които се възмущават от вида на косплейърите, които се возят в метрото, отивайки или връщайки се от косплей събитие). Подобна празничност има своите корени в древността, но в някаква степен биха могли да се видят елементи на бунтарство, целенасочено желание за демонстрация на индивидуалност, желание за различие, типични за възрастта на тийнейджърите. На подобни събития тази възрастова група преобладава. Като оставим това настрана, в крайна сметка това е иновативен начин за показване на страст, любов и запаленост по даден културен продукт, което е в същността на аматьорските практики. Те се правят от любов, без претенцията да бъдат категоризирани по-специално. По-голямата част от респондентите, с които съм провела дълбочинни интервюта, демонстрират подобен непукизъм спрямо идеята хобито им да се превърне в професия. За тях е по-важно да се забавляват, да забавляват другите и да се чувстват част от една общност от съмишленици. Разбира се, както видяхме в хода на изложението на този текст, тези хобита имат потенциала да се разглеждат като професия, било то професионални гейммастъри, (не) игрови

персонажи, особено ако ЛАРП-ът е с по-затворени рамки, наподобяващи импровизирания театър, косплей-модели или шивачи или меме компании, които могат да рекламират всеки бизнес. За изследването беше важно да се види отношението на различните респонденти именно по тази ос. Така конкретните им позиции относно дейността, с която се занимават, говорят помежду си, понякога влизат в дебат, но целта е да се подчертае важността на всеки един от тях като участник в подобна общност.

В България трите изследвани феномена тепърва ще се доразвиват, изменят и интерпретират. Как ще се развият феномените, дали ще се превърнат изцяло в бизнес или ще продължат да са на границата на самодейното творчество, което понякога има комерсиални измерения, не е лесно да се предвиди, както не знаем кое ще е следващото популярно меме и колко то ще се задържи.



Ил. 43. „Безопасно ли е да изляза?

Приключиха ли меметата, посветени на Уил Смит?“. Скриншот на авторката.

Ще завърша с едно изказване на Анди Уорхол: „Всеки професионален изпълнител винаги прави едно и също нещо в точно определения за това момент във всяко шоу, в което участва. Това, което харесвам, са неща, които са различни всеки път. Ето защо харесвам аматьори. Никога не можеш да кажеш какво ще направят по-нататък" (Warhol, 1977 В: Tanni: 2014: 10).

Дисертационният труд е осъществен чрез участието в няколко изследователски проекта. „Глава 1: ЛАРП: играта на сериозните актьори“, както и „Косплей: новият маскарад“ са част от проект „Новата празничност: общности, идентичности и политики в XXI век“, с ръководител Райна Гаврилова, подкрепен от Фонд „Научни изследвания“. Глава 3: „Меметата: дигиталният фолклор“ е работена в рамките на проекта „Поп-култура/Поп-политика: дигиталният обрат“ с ръководител Жана Попова.

Благодарности

Най-напред искам да изразя своите искрени благодарности на научния си ръководител Ивайло Дичев. Благодаря му за цялостното вдъхновение и насоки, подредбата на често хаотичните ми идеи, дискусиите и проведените разговори, които ме изпълваха с ентузиазъм и неспирно влечение към изследваните феномени. Благодаря и на изследователския екип по „Културна антропология“ в СУ „Св. Климент Охридски“ за интересните насоки, които ми даваха през цялото време на следването ми, както и на всички преподаватели в Катедра „История и теория на културата“, участващи в докторантските четения. Чрез коментарите, правени от тях, по време на конференциите, включих важни части в своя дисертационен труд.

Не на последно място благодаря на своите респонденти, без помощта на които нямаше да пиша тези редове. Те се отнесоха с уважение към мен и труда ми, отделиха от времето и вниманието си да ми разкажат за своите хобита. Благодарение на дългите ни разговори, било то на живо или онлайн по време на пандемията от Covid-19, аз успях

да вникна все по-навътре в културните практики и дори в някакъв смисъл „да се запаля“ по част от тях. Специални благодарности отправям към Larp Bulgaria за предоставената информация. Те бяха основен двигател за моята работа по темата.

Библиография:

Ападурай, А. 2006. *Свободната модерност*. Културни измерения на глобализацията. София, Лик.

Бакърджиева, Ф. 2017. „Прабългарското фентъзи“, Семинар_ BG, 14, Веселата публичност, , (последно посетено на 23.06.2017 г.).

Барова, В. 2017. *Субкултурната идентичност: поглед отвътре навън*. София, Парадигма.

Барт, Р. 2003. „Смъртта на автора“, Litclub, , [последно посетено на 21.09.2018 г.]

Бахтин, М. 1978. *Творчеството на Франсоа Рабле и народната култура на средновековието и Ренесанса*. София, Наука и изкуство.

Бимбалов, Р. 2022. „Шамарица, или ако Розмари де Мео беше изкуствен интелект“, Площад Славейков <https://www.ploshtadslaveikov.com/shamaritsa-ili-ako-rozmari-de-meo-beshe-izkustven-intelekt/> [посл. посетен на 13.02.2022 г.]

Бутрева, М. Ю. Котева, 2022. *Косплей – история и навлизане в изкуството* В: Креативният град: Медийни наративи и комуникационни политики. Велико Търново, Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“ с. 185-197.

Вачков, Х. 2019. *Salvator Mundi Artis*. София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.

Генова, Д. (2020). *Интернет мемета и комуникация онлайн*. Български фолклор, 3/2020.

Гончарова, Г. 2018. *Политики на „поколението“*. Генерационни деления в България през втората половина на XIX и началото на XX век. София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.

Дичев, И. 2002. *От принагледност към идентичност*. София, ЛИК.

Дичев, И. 2014. *Новите пропасти между поколенията*. Портал „Култура“
<https://kultura.bg/web/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83-%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0/>
[посл. посетен на 23.05.2022]

Дичев, И. 2017. *Ерата на аматьора*. Семинар_BG, 14, Веселата публичност
<<https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy14/item/476-erata-na-amatyora.html>
[посл. посетен на 13.05.2022 г.]

Иванова, М., Бакърджиева, Ф. 2016. *„За „рицарите с работно време“ и „феновете историци“ или кой преиграва културата“*, Семинар_BG, 13, Чисто (нови) наследства, ,
[последно посетено на 23.06.2017 г.]

Иванова, М. 2019. *Ролевите игри на живо. Живот in и off game*. Фондация "Медийна демокрация", София.

Илиева, А. 2010. *„Ларп игрите в България“*, LiterNet, , [последно посетено на 21.09.2018 г.]

Илиева, А. 2011. *Фолклор и фантастика. Почитателски клубове и младежки неформални групи в България*, Дисертация за присъждане на научно-образователна степен „доктор“, защитена на 26.09.2011 г. в Институт за етнология и фолклористика с етнографски музей при БАН.

Илиева, А. 2012. *„Ларп играчите: клубове и кланове“*, LiterNet, , [последно посетено на 21.09.2018 г.]

Илиева, А. 2018. *„Ларп културата: между и отвъд“*. София: Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей – БАН

Касабов, М. 2017. *„Воевода“*, Operation Kino, [последно посетено на 21.09.2018 г.]

Кръстев, Б. (2019). *Що е то deepfake?* Сайт „Клуб Z“. https://www.clubz.bg/87546-shto_e_to_deepfake? [посл. посетен на 23.05.2022]

Леви-Строс, Кл. 2002. *Дивото мислене*. Плевен, ЕА.

Лилова, Д. 2011. „Литературата онлайн: подривните практики на фенфикшъна“, Семинар_BG, 6, Професионалисти и аматьори онлайн <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy6/122-contents-broi6/519-%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD-%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D1%84%D0%B5%D0%BD%D1%84%D0%B8%D0%BA%D1%88%D1%8A%D0%BD%D0%B0.html> [посл. посетен на 13.05.2022 г.]

Манхайм, К. 2016. *Проблемът за поколенията*. Социологически проблеми, 48 (1-2), 166-212.

Нейкова, Н., С. Колева. (2022). *Да живее Ютюб! По пътя към поп-културната политика*. Семинар_БГ, 21 <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy21/item/611-da-zhivee-youtube.html> [посл. посетен на 13.05.2022 г.]

Пайташева, К. 2008. „Субкултурата: исторически и комуникативни аспекти“, Медии и обществени комуникации, , [последно посетен на 23.11.2018 г.]

Петков, В. 2020. „Видими пред Европа, невидими у дома: ЛГБТИ хората в България“. Семинар_BG, 19 <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy19/773-vidimi-pred-evropa-nevidimi-u-doma.html> [посл. посетен на 13.02.2023]

Терзиев, К. 2012. *Рекомпозиция- автор, медия и произведение в епохата на дигиталното производство*. София: Изток-запад. [Terziev, K. (2012). *Rekompozitsia – avtor, mediya i proizvedenie v epochata na digitalното производство*. Sofia: Iztok-zapad.]

Търнър, В. 1999. *Ритуалният процес*. София: Лик.

Укегава, М. 2010. *Аниме фендъм*. Семинар_BG, 3, Младежки субкултури <https://seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy3/116-iii/477-%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5-%D1%84%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8A%D0%BC.html> , [посл. посетен на 13. 05. 2022 г.]

Ake Gafvelin, "On the Prospect of Overcoming Meme-culture, or, The Last Meme in History," in *Critical Meme Reader: Global Mutations of the Viral Image* eds. Chloe Arkenbout, Jack Wilson, and Daniel de Zeeuw (Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2021), 177-186.

Aldrich, R.L. (2015). "Memes: Innocent fun or internet bullying?" March 20, 2015. [Online]. Available at: https://world.wng.org/2015/03/memes_innocent_fun_or_internet_bullying [посл. посетен на 13.05.2022]

Andini, A. 2018. *Cosplay, Gender Performativity, and Rape Culture: Analyzing Female-to-Male Crossplay Practice in Indonesia*. Ritsumeikan University, Japan.

Arkenbout, C., L. Scherz. 2022. *Critical Meme reader II: Memetic Tacticality*. Institute of Network Cultures, Amsterdam.

Azuma, Hiroki. 2009. *Otaku: Japan's Database Animals*. Minnesota: University of Minnesota Press.

Bacon-Smith, C. 1992. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Barthes, R., 1977. *Rhetoric of the Image*. In *Image-Music-Text*. Glasgow: Fontana/Collins. Code de la Propriété Intellectuelle, Article L113-4, 1992. <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006278884&cidTexte=LEGITEXT000006069414&dateTexte=20090923> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Bennett, A. 1999. „Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste“, *Sociology*, 33 (3), 599–617.

Bowman, S. 2010. *The Functions of Role-Playing Games*. Jefferson, North Carolina, and London: McFarland & Company Inc.

Bradley E. Wiggins and G Bret Bowers. 2014. *"Memes as Genre: A Structural Analysis of the Memescape,"* New Media & Society 17, no. 11 (May 2014): 1886-1906.

Burgess, J. (2008). *'All your chocolate rain are belong to us?'* Viral video, YouTube and the dynamics of participatory culture. In G. Lovink & S. Niederer (Eds.) Video vortex reader: Responses to YouTube (pp. 101-109). Amsterdam: Institute of Network Cultures. BuzzFeedVideo (2020).

I Accidentally Became A Meme: Hide The Pain Harold [Online video]. 15 June. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=a3WnvDtDD2M> [посл. посетен на 23.05.2022]

Caffrey, C. 2015. *Cosplay*. Salem Press Encyclopedia.

Cahen, P. 1999. *Secrets et mystères d'Halloween*. Paris, Jacques Grancher Editeur, 119-120.

Capelotti, J. P. 2020. *The dangers of controlling memes through copyright law. The European Journal of Humour Research*, 8(3), 115–136. <https://doi.org/10.7592/EJHR2020.8.3.Capelotti> [посл. посетен на 13.05.2022]

Castaño Díaz, Carlos. (2013). *Defining and characterizing the concept of Internet Meme*. Revista CES Psicología. 6. 82-104.

Cole, N. (2021). *Understanding Culture Jamming and How it Can Create Social Change*. October 16, 2021. [Online]. Available at: <https://www.thoughtco.com/culture-jamming-3026194> (Accessed: 13.05.2022)

Connor, T. (2012). *Fffuuuuuuuu: The Internet anthropologist's field guide to "rage faces"*. Arstechnica, 3 december [online]. Available at: <https://arstechnica.com/tech-policy/2012/03/the-internet-anthropologists-field-guide-to-rage-faces/> [посл. посетено на 17.01.2023].

Dawkins, R. 1976. *The Selfish Gene*. Oxford University Press.

DeLuca, K. 2006. *"The Speed of Immanent Images: The Dangers of Reading Photographs."* Visual Communication: Perception, Rhetoric, and Technology, edited by Diane S. Hope, Hampton Press, pp. 79–90.

Descheneaux, J. 2016. *Réflexion queer sur les communautés furry et cosplay*. Enjeux de l'identité sexuelle dans le jeu vidéo , Implications philosophiques. <http://www.implicationsphilosophiques.org/actualite/une/reflexion-queer-sur-lescommunautes-furry-et-cosplay/> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Diaz, C. & C. Mauricio, (2013) "*Defining and characterizing the concept of Internet Meme*". [Online] Available at : http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-30802013000200007 [посл. посетен на 13. 10. 2021]

Domsch, S. 2014. *Staging Icons, Performing Storyworlds – From Mystery Play to Cosplay* . ACTA UNIV. SAPIENTIAE, FILM AND MEDIA STUDIES, 9.

Duchesne, S. 2005. "*Little Reckonings in Great Room: The Performance of 'Cosplay.'*" Canadian Theatre Review 121(Winter): 17–26. Eng, Lawrence. 2012. "Strategies of Engagement: Discovering, Defining, and Describing Otaku Culture in the United States. In Mizuko, Ito, Okabe, Daisuke, & Izumi Tsuji. (Eds.) Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World (pp. 85-106). New Haven: Yale University Press.

Ericsson, M. 2004. „*Play to Love. Reading Victor Turner's 'Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual; An Essay in Comparative Symbolology'*”, In: Montola, M. and Stenros, J. (eds.). Beyond Role and Play Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination. Helsinki: Solmukohta, 15–27, , [посл. посетено на 26.11.2018 г.]

Fatland, E. 2005. „*Incentives as Tools of Larp Dramaturgy*”, In: Bøckman, P. and Hutchison, R. (eds.). Dissecting Larp. Collected Papers for Knutepunkt – 2005, The 9th Annual Nordic Conference on Larp. Oslo: Knutepunkt, 147–180, , [посл. посетено на 26.11.2018 г.]

Fabre, D. 1995. *Carnaval ou la fête à l'envers*, Paris, Gallimard (Découvertes Gallimard).

Flaum, E. 2014. *A brief history of fandom, or, how I learned to stop worrying and love being a fan*. The Mary Sue. <http://www.themarysue.com/history-of-fan-culture-star-trek-sherlock/> посл. посетен на 13. 02. 2019 г.

Fiorillo, V. 2014. *Philly Women Battle Sexual Harassment, Groping at Comic-Con* <https://www.phillymag.com/news/2014/07/28/geeks-for-consent-comic-con-sexualharassment/> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Gal, N. 2018. *Internet Memes*. The SAGE Encyclopedia of the Internet Internet Memes. SAGE Publications, Ltd (pp. 528-530).

Gn, J. 2011. *Queer simulation: The practice, performance and pleasure of cosplay*. Continuum: Journal of Media & Cultural Studies Vol. 25, No. 4, August 2011, 583–593.

Granata, Y. (2019). *Meme Dankness: Floating Glittery Trash for an Economic Heresy*. In Bown, A., D. Bristow. 2019. *Post Memes: Seizing The Memes of Production*. Punctum books, Earth, Milky Way, pp. 251-277.

Hakkarainen, H. and Stenros, J. 2003. „*The Meilahti School: Thoughts on Role-Playing*“, In: Gade, M., Thorup, L. and Sander, M. (eds.). *As Larp Grows Up. Theory and Methods in Larp*. The book for Knudepunkt 2003. Frederiksberg, 56–65, , [последно посетено на 26.11.2018 г.]

Harding, T. 2007. „*Immersion Revisited: Role-Playing as Interpretation and Narrative*“, In: Donnis, J., Gade, M. and Thorup, L. (eds). *Lifelike*. Copenhagen: Projektgruppen, KP07, Landsforeningen for Levende Rollespil, 25–33, , [последно посетено на 26.11.2018 г.]

Hayden, C. 2012. *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*. Lexington Books. Hodkinson, Paul and Wolfgang Deicke (eds.), 2007, *Youth Cultures: Scenes, Subcultures, and Tribes*, New York, London: Routledge.

Huat, C., Iwabuchi, K. and Hirata Y. 2008. *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong University Press.

Hebdige, D. 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.

Henriksen, T. D. 2007. „*Role Conceptions and Role Consequences: Investigating the Different Consequences of Different Role Conceptions*“, In: Donnis, J., Gade, M. and Thorup, L. (eds.). *Lifelike*.

Copenhagen: Projektgruppen, KP07, Landsforeningen for Levende Rollespil, 51–72, <<https://nordiclarp.org/w/images/a/af/2007-Lifelike.pdf>>, [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Henry. 2004. "*What Is Performance?*" In *The Performance Studies Reader*, ed. Henry Bial, 57–59. New York: Routledge. Bruno, Michael. 2002. "Cosplay: The Illegitimate Child of SF Masquerades." *Glitz and Glitter Newsletter*, Millenium Costume Guild, October. <http://millenniumcg.tripod.com/glitzglitter/1002articles.html>. , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Holter, M. 2007. „*Stop saying ‘immersion’!*”, In: Donnis, J., Gade, M. and Thorup, L. (eds.). *Lifelike*. Copenhagen, Projektgruppen KP07, Landsforeningen for Levende Rollespil, 19–23, , [последно посетено на 26.11.2018 г.]

Hutchison, R. 2007. „*The Norwegian larp archive*“, In: Donnis, J., Gade, M. and Thorup, L. (eds.). *Lifelike*. Copenhagen: Projektgruppen, KP07, Landsforeningen for Levende Rollespil, 211–217, <<https://nordiclarp.org/w/images/a/af/2007-Lifelike.pdf>>, [последно посетено на 26.11.2018 г.]

Jacobs, K. 2013. *Impersonating and performing queer sexuality in the Cosplay zone*. Volume 10, Issue 2, The Chinese University, Hong Kong.

Kerzner, L. 2015. *Metal Gear's Quiet and Cosplay's Unique Form of Free Speech*. <http://www.escapistmagazine.com/articles/view/comicsandcosplay/columns/cosplaydossier/14863-Metal-Gear-s-Quiet-and-Cosplay-s-Free-Speech> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Järvelä, S. 2016. „*Designing Against Experiential Uncertainty*“, In: Särkijärvi, J., Lopenen, M. and Kangas, K. (eds.). *Larp Realia. Analysis, Design, and Discussions of Nordic Larp*. Solmukohta, 91–94, [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Jenkins, H. 2013. „*Interactive Audiences? The collective Intelligence of Media Fans*“, In: Jenkins, H. (ed.). *Fans, Bloggers and Gamers*. New York: NYU Press, 134–151, , [посл. посетен на 13.02.2019 г.]

Jenti, M. 2005. „*Nothing is True; Everything is Permissible. Using Deception as a Productive Tool*“, In: Bøckman, P. and Hutchison, R. (eds.). *Dissecting Larp. Collected Papers for Knutepunkt*, 125– 133, <<http://knutepunkt.laiv.org/dissectionlarp.pdf>>, [последно посетено на 26.11.2018 г.]

Keveždi, M. (2019): *Amateurism-Youth-Interculturalism*, "Miloš Crnjanski" Cultural Centre of Vojvodina, Novi Sad

Keen, A. 2007. *The Cult of the Amateur : How Today's Internet Is Killing Our Culture*. New York :Doubleday/Currency, 2007. APA.

Kim, H. 2004. „*Immersive Story. A View of Role-Played Drama*“, In: Montola, M. and Stenros, J. (eds.). *Beyond Role and Play. Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination*. Helsinki: Solmukohta, 31–38, 160 [последно посетено на 26.11.2018 г.]

King, E. 2016. *Tailored Translations—Translating and Transporting* in SIGNATA 7. ANNALES DES SÉMIOTIQUES/ ANNALS OF SEMIOTICS. Traduire : signes, textes, pratiques. Translating: Signs, Texts, Pratiques. Dossier dirigé par Jacques Fontanille, Marco Sonzogni & Rovenia Trope. Presses Universitaires de Liège.

Konzack, L. 2007. „*Larp experience design*“, In: Donnis, J., Gade, M. and Thorup, L. (eds.). *Lifelike*. Copenhagen: Projektgruppen, KP07, Landsforeningen for Levende Rollespil, 83–91, , [последно посетено на 26.11.2018 г.]

Kuipers, G. (2002). *Media culture and internet disaster jokes: Bin Laden and the attacks on the World Trade Center*. European Journal of Cultural Studies, 5(4). doi: 10.1177/1364942002005004296

Laineste, L. & P. Voolaid, 2017. *Laughing across borders: Intertextuality of internet memes*. The European Journal of Humour Research. 4. 26. 10.7592/EJHR2016.4.4.laineste.

Lamerichs, N., 2011. *Stranger than fiction: Fan identity in cosplay*. Transformative Works and Cultures, 1-16. 95

Lamerichs, N. 2013. „*Cosplay: The Affective Mediation of Fictional Bodies*“ conference paper accessed via Academia.edu.

Lamerichs, N. 2014. *Cosplay: The Affective Mediation of Fictional Bodies*. Chauvel, A.;

Lamerichs, N.; Seymour, J. 2014. *Fan Studies: Researching Popular Audiences*. Oxford: Interdisciplinary.net, 123-131.

Lamerichs, N. 2018. *Productive Fandom. Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures*. Amsterdam University Press.

Lampo, M. 2011. „*Larp, Theatre and Performance*“, In: Henriksen, T., Bierlich, C., Hansen, K., Kolle V. (eds.). *Think Larp. Academic Writings from KP2011*, 88–103, , (посл. посетен на 26.11.2019 г.).

Langlois, M. 2019. „*Making Sense of Memes: Where They Came From and Why We Keep Clicking Them.*“ Student Pulse, 6(3). Retrived from: 193 <http://www.inquiriesjournal.com/articles/879/making-sense-of-memes-where-they-came-from-and-why-we-keep-clicking-them>, [посл. посетен на 13.05.2022 г.]

Larsson, E. 2003. „*Larp as a Way to Enlightenment*“, In: Gade, M., Thorup, L. and Sander, M. (eds.). *As Larp Grows Up*. Fredriksberg: Projektgruppen, KP03, 126–131, <https://nordiclarp.org/w/images/c/c2/2003-As.Larp.Grows.Up.pdf> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Larsson, E. 2005. „*Larping as Real Magic*“, In: Bøckman, P. and Hutchison, R. (eds.). *Dissecting Larp. Collected papers for Knutepunkt*, 239–244, , [последно посетено на 26.11.2018 г.]

Lappi, A. 2007. „*Playing beyond facts: immersion as a transformation of everydayness*“. In: Donnis, J., Gade, M. and Thorup, L. (eds.). *Lifelike*. Copenhagen: Projektgruppen, KP07, Landsforeningen for Levende Rollespil, 75–79, , [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Lawrence, Emilie & Ringrose, Jessica. (2018). *@Notofeminism, #Feministsareugly, and Misandry Memes: Complicating a Postfeminist Media Culture* 10.4324/9781351175463-13.

Lehto, T. 2016. „*Where Can Political Larp Go?*“, In: Kangas, K., Loponen, M., and Särkijärvi, J. (eds.). *Larp Politics. Systems, Theory, and Gender in Action*. Solmukohta, 105–110, <http://solmukohta.org/uploads/Books/book_politics.pdf>, [последно посетен на 22.11.2019 г.).

Leng, R. 2013. *Gender, Sexuality, and Cosplay: A Case Study of Male-to-Female Crossplay*. The Phoenix Papers: First Edition, 89-110.

Lotecki, A. 2012. *Cosplay culture: The development of interactive and living art through play* (Unpublished master's thesis). Ryerson University, Toronto, Ontario. Loza, S. *Speculative Imperialisms : Monstrosity and Masquerade in Postracial Times*, Lexington Books, 2017. ProQuest. Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/hampshire/detail.action?docID=5178662> [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Leppalahti, M. 2004. „*About the Community of Role-Players*“, In: Montola, M. and Stenros, J. (eds.). *Beyond Role and Play. Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination*. Helsinki, Solmukohta, 289–293, <<https://nordiclarp.org/w/images/8/84/2004-Beyond.Role.and.Play.pdf>>, [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Lopenen, M. and M. Montola. 2004. „*A Semiotic View on Diegesis Construction*“, In: Montola, M. and Stenros, J. (eds.). *Beyond Role and Play. Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination*. Helsinki, Solmukohta, 39–51, <<https://nordiclarp.org/w/images/8/84/2004-Beyond.Role.and.Play.pdf>>, [последно посетено на 26.11.2018 г.]

López, Fátima & Martínez Cardama, Sara. (2019). *Strategies for preserving memes as artefacts of digital culture*. Journal of Librarianship and Information Science. 52. 096100061988207. 10.1177/0961000619882070.

Loza, S. 2017. *Speculative Imperialisms : Monstrosity and Masquerade in Postracial Times*. Lexington Books. ProQuest. Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/hampshire/detail.action?docID=5178662> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Luke Winkie, 2015. “*I was a teenage 4chan troll – until I learned to change my ways,*” Daily Dot <https://www.dailydot.com/unclick/4chan-troll-white-boy-internet-sexism/> , [посл. посетен на 24.02.2023 г.]

Maffesoli, M. 1996. *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: SAGE. Moody-Ramirez, M., & Church, A. B. (2019). Analysis of Facebook meme groups used during

the 2016 US presidential election. *Social Media+ Society*, 5(1), Available at: <https://doi.org/10.1177/2056305118808799> [посл. посетен на 13.10. 2021]

Mason, P. 2004. „*In Search of the Self. A Survey of the First 25 Years of Anglo-American Role-Playing Game Theory*“, In: Montola, M. and Stenros, J. (eds.). *Beyond Role and Play – Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination*. Helsinki: Solmukohta, 1–14, , [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Mick-Evans, K. 2019. *One Does Not Simply Preserve Internet Memes: Preserving Internet Memes Via Participatory Community -Based Approaches*. 10.13140/RG.2.2.18093.54240.

Milner, R., 2016. *The world made meme: Discourse and identity in participatory media*. (Unpublished doctoral dissertation). University of Kansas, Lawrence, KS. Retrieved from academia.edu

Miltner, K. 2011. *Srsly phenomenal: An investigation into the appeal of LOLcats*. (Unpublished master's dissertation). London School of Economics, London, UK. Retrieved from <http://katemiltner.com/>

Neighabat, A. 2022. *I Have a Meme Page and White Boys are Making me*. Critical Meme reader Memetic Tacticality. Institute of Network Cultures, Amsterdam.

Pettman, D. 2019. *Memetic Desire: Twenty Theses on Posthumanism, Political Affect, and Proliferation in Post-Memes: Seizing the Memes of Production*. Punctum Press.

Pian, T, 2022. *Memes, Satire, and the Legacy of TV Socialism*. In: VIEW. Journal of European Television History and Culture. Television Satire in (Post)Socialist Europe, Jg 11, Nr.22, S. 36-DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19224>.

Pidkuřimukha, L., & Kiss, N. 2020. *Battle of narratives: Political memes during the 2019 Ukrainian presidential election*. *Cognitive Studies | Études cognitives*, 2020(20), Article 2246.

Pohjola, M. 2004. „*Autonomous Identities. Immersion as a Tool for Exploring, Empowering and Emancipating Identities*“. In: Montola, M. and Stenros, J. (eds.). *Beyond Role and Play – Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination*. Helsinki, Solmukohta, 81–96 , [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Provenche, Langlois, M. 2019. *"Making Sense of Memes: Where They Came From and Why We Keep Clicking Them."* Student Pulse, 6(3). Retrived from: <http://www.inquiriesjournal.com/articles/879/making-sense-of-memes-where-they-came-from-and-why-we-keep-clicking-them> [посл. посетен на 13.05.2022]

Rahman, O. 2011. *"Lolita"—Imaginative Self and Elusive Consumption*. *ashion theory - journal of dress body and culture*, v. 15, no. 1, 7-27.

Rahman, O., Wing-sun, L. and Cheung, B. 2012. *"Cosplay": Imaginative Self and Performing Identity*. *Fashion Theory*, Volume 16, Issue 3, pp. 317 – 342, Berg.

Rastati, R. 2015. *Dari Soft Power Jepang Hingga Hijab Cosplay*. *Jurnal Masyarakat Budaya*, 17(3), 371-388. <http://jmb-lipi.or.id/index.php/jmb/article/view/326> (посл. посетен на 13. 02. 2019 г.)

Rastati, R. 2017. *HIJAB COSPLAY TO HIJAB FASHION INDUSTRY IN INDONESIA*. Research Center for Society and Culture, Indonesian Intitute of Sciences (P2KK-LIPI). 211-221.

Robertson, J. 1992. *The politics of androgyny in Japan: Sexuality and subversion in the theatre and beyond*. *American Ethnologist* 19, no. 3: 419–42.

Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Rosenberg, R. S., & Letamendi, A. M. 2013. *Expressions of fandom: Findings from a psychological survey of cosplay and costume wear*. *Intensities: The Journal of Cult Media*, 5, 9- 18.

Reoch, A. 2019. *An Interview with the NEEM ("Non-Existent Existentialist Memes") Admins*. In Bown, A., D. Bristow. 2019. *Post Memes: Seizing The Memes of Production*. Punctum books, Earth, Milky Way, pp. 233-251.

SCHLITTGEN. F. 2022. *YOU'LL NEVER FEEL ALONE — THOUGHTS ON RELATABILITY*. Critical Meme reader II: Memetic Tacticality. Institute of Network Cultures, Amsterdam.

Schütz, E. 2014. *Le cosplay, entre carnaval et mascarade*. Mémoire de M1 dirigé par Bruno Péquignot. UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE -PARIS 3 UFR Arts & Médias Département de

https://www.academia.edu/36419950/Le_cosplay_entre_carnaval_et_mascarade [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Semotiuk, O., & Shevchenko, V. 2023. *Making fun of power: political cartoons and memes about President Zelensky. Quantitative and qualitative analysis* . The European Journal of Humour Research, 10(4), 82–98. <https://doi.org/10.7592/EJHR.2022.10.4.703>

Shifman, L. 2012. *An anatomy of a YouTube meme*. New Media & Society, 14(2), 187-203. doi:10.1177/1461444811412160 Squid Game (2021) Directed by Dong-hyuk [TV Series]. South Korea. Netflix.

Shifman, L. 2013. *Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker*. Journal of Computer-Mediated Communication, 18(3), 362–377.

Shifman, Limor. 2014. *The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres*. Journal of Visual Culture. 13. 340-358. 10.1177/1470412914546577.

Spencer, Leland. 2019. *Bathroom Bills, Memes, and a Biopolitics of Trans Disposability*. Western Journal of Communication. 83. 542-559. 10.1080/10570314.2019.1615635

Stebbins, R. A. 2007. *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers. 97 Tobin, J. 1998. An American otaku (or, a boy's virtual life on the Net). In Julian Sefton-Green (Ed.) Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia. London: UCL Press, 99-118.

Stenros, J. 2004. „Genre, Style, Method and Focus. Typologies for Role-Playing Games“, In: Montola, M. and Stenros, J. (eds.). Beyond Role and Play. Tools, Toys and Theory for Harnessing the Imagination. Helsinki: Solmukohta, 165–173, , [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Straw, W. (2004). *Cultural Scenes*, *Loisir et Société / Society and Leisure*, 27:2, 411-422, DOI: 10.1080/07053436.2004.10707657

Tanni, V. 2019. *Eternal September. The Rise of Amateur Culture*. In Various Authors *Eternal September. The Rise of Amateur Culture*. Link Editions, Brescia, pp. 4-14.

Tay, G. J. S. 2014. *Binders full of LOLitics: Political humour, inter net memes, and play in the 2012 US Presidential Election (and beyond)*. *European Journal of Humour Research* 2(4): 46– 73

Torner, E. 2017. „*Tensions between Transmedia Fandom and LiveAction Role-Play*“, *NordicLarp.org*, [посл. посетен на 21.09.2018 г.]

Tyson, L. 1999. *Critical Theory Today*. Garland Publishing, London.

Vadde, Aarthi. 2017. *Amateur Creativity: Contemporary Literature and the Digital Publishing Scene*. *New Literary History*. 48. 27-51. 10.1353/nlh.2017.0001.

Wade, A. M. and K. Sandvik. 2007. “*‘I play Roles, Therefore I am’: Placing Larp in a Broader Cultural Perspective*“, In: Donnis, J., Gade, M. and Thorup, L. (eds.). *Lifelike*. Copenhagen: Projektgruppen, KP07, Landsforeningen for Levende Rollespil, 237–242, , [посл. посетен на 26.11.2018 г.]

Wagener, A. 2020. *The Postdigital Emergence of Memes and GIFs: Meaning, Discourse, and Hypernarrative Creativity*. *Postdigital Science and Education*. Springer Nature Switzerland AG.

Wiggins, B. 2019. *The Discursive Power of Memes in Digital Culture*. Routlege Studies in New Media and Cyberculture. 52 Vanderbilt Avenue, New York, NY 10017.

Williams, A. 2020. *Black Memes Matter: #LivingWhileBlack With Becky and Karen* Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305120981047> [посл. посетен 13.10.2022] \

Winge, T., 2006. *Costuming the Imagination: Origins of Anime and Manga Cosplay*. *Mechademia*, (1), 65-76. Woolsey, B. 2015. At comic cons, some jokers get away with harassment. <https://www.latimes.com/socal/weekend/news/tn-wknd-et-0712-cosplay-harassment20150712-story.html> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Zimmer, Ben. “*The Origins of ‘Relatable’*.” *The New York Times Magazine*, August 13, 2010. <https://www.nytimes.com/2010/08/15/magazine/15onlanguage.html>

Интернет източници:

Гогов, С. 2022. *Бъгнат софтуер прекрати връзката на „фиктосексуален“ мъж*
<https://it.dir.bg/tehnologii/softuer-slozhi-kray-na-vrazkata-na-fiktoseksualen-mazh>, [посл.
посетен на 13.02. 2023 г.]

Ларп България. Клубове. <http://larp-bg.org/clubs/> [посл. посетен на 27.05.2022 г.]

1001 LIST by colours. Letterboxd <https://letterboxd.com/rubyslippers17/list/1001-list-by-colours/page/4/> [посл. посетен 02.02.2023]

AniPlay 2018. <https://www.facebook.com/events/802323046614111/> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Cosplay is over 100 years old <https://cosplay.kotaku.com/cosplay-is-over-100-years-old1777013405> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Escapist Magazine. Metal Gear's Quiet and Cosplay's free speech.
<http://www.escapistmagazine.com/articles/view/comicsandcosplay/columns/cosplaydossier/14863-Metal-Gear-sQuiet-and-Cosplay-s-Free-Speech> [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

DarikNews (2022). *Какво е професия мемеджия: Най-популярните родни страници в Instagram*. Достъпно на: <https://dariknews.bg/novini/liubopitno/kakvo-e-profesiia-memedzhiiia-naj-populiarnite-rodni-stranici-v-instagram-2296689> [посл. посетен 13.05.2022]

Eastern Spirit. <https://www.easternspirit.org/> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

PAX west. SAFETY & ACCESSIBILITY. "BOOTH BABE" POLICIES <http://west.paxsite.com/safetyaccessibility> , [посл. посетен на 13. 02. 2019 г.]

Facebook. Andrey Spiridonov Photography. 2018.
<https://www.facebook.com/AndreySpiridonovPhotography/photos/t.100008976553249/2069308796442037/?type=3&theater> [посл. посетен на 13.05.2023]

Facebook. *Twisted Mind Art.* 2017.
<https://www.facebook.com/RadoRavenArt/photos/a.834645346713043/839772959533615/?type=3&theater> [посл. посетен на 24.02.2023]

Facebook, *Hard Bass & Squatting Slavs* | club *Mixtape5*
<<https://www.facebook.com/events/359706518303828>> [посл. посетен на 25.02.2023]

Google search images. *Hijab Cosplay.*
https://www.google.com/search?q=hijab+cosplay&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj8g4q5zcXgAhXkwIsKHdAtDvwQ_AUIDigB&biw=1536&bih=722#imgrc=uToRf0G20Fs4qM: [посл. посетен на 23.02.2023]

Google search images. *Stan Lee Cosplay.*
https://www.google.com/search?q=stan+lee+cosplay&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjDo43q7MfgAhVexMQBHXwOB5UQ_AUIDigB&biw=1536&bih=722#imgrc=MkZ0-qMYGIL-9M:
[посл. посетен на 20.02.2023]

Know Your Meme. *Lip Dub*. [<http://knowyourmeme.com/memes/lip-dub>] (посл. посетен на 13.01.2022)

Know Your Meme. *"Pen Pineapple Apple Pen"*, <https://knowyourmeme.com/memes/pen-pineapple-apple-pen> [посл. посетен 13.01.2022]

Know Your Meme. *KYM Office of Cease & Desist Records*. <https://knowyourmeme.com/forums/q-a/topics/15676-kym-office-of-cease-and-desist-records> [посл. посетен на 13. 01. 2023 г.]

Oxford Dictionaries. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/meme> [посл. посетен на 13.05.2022 г.]

Stalker LARP Bulgaria. <https://sites.google.com/site/zonetales/home> (посл. посетен на 17.04.2023 г.)

The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon. 2011.
http://www.korea.net/koreanet/fileDownload?fileUrl=/content/pdf/general/KOREAN_WAVE_20110907.pdf [посл. посетен на 13. 05. 2022 г.]

Urban Dictionary. *Shitposter*. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=shitposter> [посл. посетен на 13.05.2022 г.]

Urban-larp. <http://urban-larp.com/> [посл посетен на 23.06.2017 г.].

YouTube. 2021. I Accidentally Became A Meme: *Hide The Pain Harold*. BuzzFeedVideo
<https://www.youtube.com/watch?v=a3WnvDtDD2M><http://urban-larp.com/>

YouTube. *Numa Numa*. Dork Daily. 2007.
https://www.youtube.com/watch?v=KmtzQCSh6xk&ab_channel=DorkDaily [посл. посетен на 12.02.2023]

Wasser, F. 2022. *Art world disillusionment led me to make art with memes'*: artist Cem A on his London exhibition <https://www.theartnewspaper.com/2022/05/05/my-disillusionment-with-the-london-art-world-led-me-to-make-art-with-memes-artist-cem-a-on-his-barbican-exhibition> [посл. посетен на 13.02.2023]

World Map. The Fog Larp. <https://thefog-larp.org/world-map/> [посл. посетен 9.02.2023]

Santos, A. 2017. *How the Babadook became the LGBTQ icon we didn't know we needed*.
<https://www.vox.com/explainers/2017/6/9/15757964/gay-babadook-lgbtq> [посл. посетен на 22.02.2023]

Приложение

Представяне на основните събеседници:

ЛАРП (информация към момента на провеждане на дълбочинни интервюта):

А. П. – м., 32 г, участник в Сталкер ЛАРП и последните години е помагал за организацията. Завършил е право и в момента се занимава с това. Има интерес към airsoft оръжията и влиза в организацията на airsoft събития.

В. В. – м., ок. 27 г, участник в ЛАРП „Мъглата“, Сталкер ЛАРП, градски ЛАРП „Нощта на Старите Богове“. Учи в НБУ и има интерес към театралното майсторство.

В. П. – ж., 24 г, участник в ЛАРП „Мъглата“. Изучава Културна антропология във Франция. Има сериозен интерес към фантастична и научнофантастична литература.

И. К. – ж., 39 г, организатор и гейммастър на ЛАРП „Мъглата“ (The fog LARP). Занимава се със социология, тренирала е бойни изкуства.

К. А. – ж., 39 г, участник в исторически ЛАРП. Магистър по изобразително изкуство от Великотърновския университет, със следдипломна специализация по илюстрация. Работи в софтуерна фирма и шие исторически костюми през останалото време.

М. Б. – ж., 36 г, организатор и гейммастър на градски ЛАРП „Нощта на Старите Богове“. Занимава се с информатика и когнитивна наука.

Н. Н. – м., 25 г, участник в ЛАРП „Мъглата“, Сталкер ЛАРП, градски ЛАРП „Нощта на Старите Богове“ и др. Изучава архитектура, занимава се с различни дейности, свързани с ЛАРП-а (коване на брони и т. н.).

Р. М. – м., 38 г, организатор и гейммастър на Сталкер ЛАРП. Юрист, редактор в издателство. Създава първата българска настолна игра „Bright future“ като в нея присъстват картинки, правени по реални подземни места из цяла България.

С. Д. – ж., 19 г, участник в ЛАРП „Мъглата“, Сталкер ЛАРП, градски ЛАРП „Нощта на Старите Богове“. Учи в Художествената академия и голяма част от рисунките ѝ са вдъхновени от ролевите игри на живо.

Ц. Ц. – м., ок. 25 г, организатор и гейммастър на градски ЛАРП „Нощта на Старите Богове“. Успява да приложи ЛАРП игрите в часа по история в своята гимназия

Косплей (информация към момента на провеждане на дълбочинни интервюта)

А. З. – м. 23 г. 12 години играе в театър, в момента учи в НАТФИЗ, има интерес към аниме от малък. Един от най-добрите косплейъри в България, като участва на световното по косплей – WCS.

А. Т. – ж. 19 г. В момента е “гримьор на травестити” и участва като dragqueen, преди няколко години се е занимавала с косплей. В. Б. – м. 26 г. Следва „Културна антропология“ в Историческия факултет. Организира два пъти изложба на косплей костюми. В момента прави документален филм за косплей в България.

В. П. – ж. 23 г. Интересува се от шиене, печели награди, продава календарчета със своята визия и собственоръчно направени бижута, следва магистратура по мениджмънт, печели Евро Косплей, един от по-известните косплейъри.

В. З. – ж. 18 г. Учи в 1-ва Испанска гимназия, прави предимно мъжки костюми, известна е с брадите, които изобретява, печели много награди, един от по-известните косплейъри, викана е в чужбина като жури.

Г. С. – м. 22 г. Интересува се от мода, водещ на някои косплей събития, харесва му да прави перформанси с приятелите си на сцената, студент.

Д. И. – м. 17 г. Учи приложни изкуства - играчки. Шие от малък и има интерес към театъра и актьорското майсторство.

Е. С. – ж. 18 г. Учи в гимназия в Козлодуй, участва в Корейски лагер, от малка хобито ѝ е да рисува, има интерес към различни гримове, вещерство, мистерии, свещи и анимета.

И. С. – ж. 25 г. Следва „Културна антропология“ в Историческия факултет. Организира два пъти изложба на косплей костюми. В момента прави документален филм за косплей в България.

К. К. – ж., 23 г. Следва магистратура по английска филология, интересува се от гримове, косплейър-„аматьор“, който няма много познати от тази среда.

М. И. – ж. 18 г. Учи във 2-ра Английска гимназия, има интерес към аниметата и Япония, прави брони, печели награди, известен косплейър, викана е в чужбина като жури.

М. Ц. – ж. 18 г. Учи в езикова гимназия във Варна, запалила се е по косплей след като е видяла билборд и ѝ се е сторило много забавно.

Р. П. – м. 27 г. От 12-годишен шие и рисува. В началното училище учи приложно и изящно изкуство, в гимназията фина механика и оптика Ломоносов със специалност кино, видеотехника и фотография. За кратко е учил сценография в НАТФИЗ, но се отказва. После се насочва към зъботехниката.

Меме

@memebok - към месец май, 2022 г. – 54,3 хил. последователи, ученик на 18 години

@zakuska_v_legen – към месец октомври, 2021г. – малко над 1000 последователи (в момента официалната му страница е закрыта след докладване, използва @zakuska_v_legen2, която има 1200 последователи), студент по кино и телевизионна режисура, над 25-годишен

@politicheski_humor – към месец май, 2022 г. - 20,4 хил. последователи, занимава се с реклама и маркетинг, на 30 години,

@ebe_mi_sa_brat – към месец май, 2022 г. 132 хил. последователи, на 18 години - ученик

@bulgarskimemes – към месец май, 2022 г.-15 хил. последователи, ок. 22 годишен програмист