

**СМЯХ ПО ВРЕМЕ НА ИЗБОРИ  
(ИЗ МЕДИЙНАТА РЕЦЕПЦИЯ  
НА БЪЛГАРСКИТЕ ИЗБОРНИ ПРАКТИКИ)**

**Десислава Андреева**

**POLLING TIME, LAUGHTER TIME  
(A FOCUS ON THE MEDIA PERCEPTION  
OF BULGARIAN ELECTION PRACTICES)**

**Desislava Andreeva**

**Abstract:** *This text examines the notion of elections, shaped by the Bulgarian humorous press during four consecutive but very different periods of the country's modern and contemporary history. The purpose is to detect the existence of sustainable elements in the media's perception of elections for a century and a half. The evolution of the sign and intensity of political laughter (considered only at specific time points at regular 50-year intervals) confirms the stable trend of developing a negative perception of Bulgarian elections in humorous discourse.*

**Keywords:** *elections; laughter; humorous press; caricature; perception.*

---

– *Tate, всички ли приказки започват с думите  
„Имало едно време...“?*  
– *Не, сине. Най-добрите приказки започват с  
думите: „Ако гласувате за мен на изборите...“*  
**(популярен виц)**

Този текст е опит да се проучи представата за изборите, която българският хумористичен печат поддържа през четири последователни, но много различни помежду си епохи от родната ни история. Предмет е регистрирането на отношението към изборите (фундаментален елемент на всяко демократично управление и важен механизъм в политическите и обществените процеси), което показват хумористичните вестници, излизали в определени четири точки от времевия вектор: 1866 – 1916 – 1966 – 2016 г. Целта е да се установи има ли устойчивост в това отношение, която да се проявява или развива през равни интервали от 50 години (времето на две стандартни поколения)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> При избора на темпоралните параметри тук формално се опираме на концепцията на Фернан Бродел (1902–1985) от школата „Анали“, според когото всеки исторически опит надробява, нерядко произволно, изтеклото време на различни по калибър „късове“: кратки периоди (традиционен „речитатив“), съставляващи микро-

Предпоставената ни теза налага с помощта на сравнително-историческия метод да се проследи хумористичното изобразяване на българските избори (независимо от какъв тип – парламентарни, местни, президентски или в отделни институции на самоуправление) като повтарящи се явления в историческия процес. Текстът доказва, че сатиричната картина акцентира върху непреодолимата пропаст между изборите като форма и като съдържание, между идеята и нейната реализация. Тя издава формалния характер на избирателните практики и системното опорочаване на свободния избор на гражданите на България, независимо от формата на държавно управление.

Използваният подход към емпиричната база е сондажният: взети са единични „проби“ от историческата медийна тъкан в или възможно най-близо до избраните години, което не дава основания да се предлагат генерални изводи, а само да се изградят предположения за наличието на тенденции в перспективата на макровремето. Сондирането надолу в историческите пластове през големи интервали от време предполага скокообразно движение, което лишава от удоволствието да се усетят плавните нюанси в еволюцията на българския смях по политически теми. Тъй като се опираме само на един показател – медийната рецепция, и то в определен специализиран сегмент на медийното поле, полученият резултат не би могъл да претендира за категорична историческа значимост и представителност. Той е само опит за проследяване на индикациите за нагласите на българското общество спрямо изборните практики в течение на 150 години.

Несъмнено периодичният печат е подходящ терен за среща на всекидневното с „голямата история“. Пресата заема специално място в процесите на нациоформиране и модернизирание на българите. Изборът на периодичния печат като обект на проучването на политическата култура и практика на нацията ни винаги е правилен, защото *„...никоя друга институция не е направила повече за създаването на модерното гражданство от вестникарския печат... Вестникът предлага репертоар от идеи и действия, които са необходими, ако обикновените хора желаят техният протест да получи публично изражение[...]. [В]естниците представляват жизнен компонент на печатната*

---

историята, събитийната история; големи периоди (десет, двадесет или петдесет години), наричани „обстоятелствен речитатив“ и включващи цикли, междуцикли или столетия; дълготрайни цикли, бавното време (*longue durée*), където усещането за движение на времето почти се губи [Бродел, Ф. 1985, с. 170]. За да съберем на едно място дълбочинните процеси (макровремето) и широтата на живота (микровремето), трябва да поместим краткосрочната история в рамката на по-дълъг период, какъвто предлага по отношение на икономическата история Николай Кондратиев още през 20-те години на ХХ век. В класическия цикъл („дългата вълна“) на Кондратиев горната граница при сегментиране на историческото време е отново половин век. Извличането на показатели, които да се използват за проследяване на циклите, се осъществява при достатъчно широки хронологични граници, обхващащи 100–150 години, тъй като повторемостта в историята става видима, когато се разглеждат големи отрязъци от време [Великов, В. 2007а, с. 107]. Точно толкова е и изборният от нас времеви обхват.

*и политическа култура и като такива те информират за и документират политическите бури[...]* [Дечев, С. 2010, с. 29].

Въпреки че подбраният изворов материал ни насочва към предположението за наличие на континуитет (устойчиви линии при интерпретацията на характера и значението на изборите) в контекста на една по-специфична рецепция на политическите явления, каквато е хумористичната и сатиричната, можем само да гадаем дали тази приемственост надскача границите на смеха и се припокрива с генералните обществени представи и оценки за изборите. Проблемът с историческата обективност на подобен изследователски ракурс произтича от силната субективност на смешното и от опростената анамнеза на световните недъзи, която то предлага. Хуморът взема една от многото черти на обекта си и я превръща в репрезентативна на цялото, но сложната природа на политиката никога не би могла да бъде концентрирана в една-единствена характеристика. Възприемането само на хумористичния поглед върху нея носи риска да се затвърди в общественото съзнание т.нар. „неполитическо разбиране за политиката“ [Кунчик, М., А. Ципфел 1997, с. 65], в което благодарение на медиите политиката се разглежда като шоу, клоунада или като терен за коментиране без ангажимент за реално участие във вземането на решения и действия с произтичащите от това отговорности.

От друга страна, остроумието разполага със свобода, с която не могат да се похвалят сериозните дискурси на публичния разговор. Смехът на епохата е в състояние да ни каже нещо повече и нещо по-различно от тежките авторитетни статии в някогашните политически органи или информационни листове<sup>2</sup>. Хумористичният факт не е исторически факт, а артефакт, „кривото огледало“ на съвремението си. Но той се провокира от конкретната действителност и въпреки своята субективна природа трябва да се счита за симптоматична реакция на творческо несъгласие с недостатъците на реалността. Несъгласие, зад което не рядко застават внушителни групи от обществото. В някои случаи силната ангажираност на хумористичния печат в коментирането и критиката на текущи процеси може дори да се тълкува като равностойно на политически акт действие<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Освен това хумористичното се отличава с близост до духа на епохата. За разлика от трагическите актьори в древногръцкия театър, които носели високи обувки, комическите актьори били с ниски обувки – тъй като били по-близо до земята и ежедневието, отколкото до небето и митологията, били потопени в жизнената стихия и тяхната комическа сила произтичала от здравата връзка с житейската непосредственост [Паси, И. 1993, с. 97–98].

<sup>3</sup> Ефектът от тези публикации и издания върху общественото съзнание и поведение обаче е трудно установим. Според Михаил Грачев [Грачев, М. 2011, с. 49] е важно да се има предвид разликата между „политическа“ и „политически значима“ информация. Понятието „политическа информация“ се съотнася към съдържанието на съобщенията за явления, факти, събития, произтичащи в политическата обществена сфера, докато в обхвата на понятието „политически значима информация“ влиза съдържанието на цялата съвкупност от съобщения, които променят състоянието на политическите актьори в тяхната обществено-практическа дейност, насочена към за-

На свой ред, визуалната сатира – карикатурата (от итал. „преувеличаван“), също не може да претендира за точност при отразяването на действителността. Нейното преекспониране на елементите от действителността е несъвместимо с журналистическите, още по-малко с научните принципи за обективност и безпристрастност, но то е особено полезно при диагностицирането на политическите девиации. Именно под микроскопа на карикатурното преувеличаване (уголемяването на детайли от картината) могат да бъдат забелязани дефекти и тенденции на политическата система и политическите нрави, които по някаква причина са останали извън ползрението на масмедияте и обществото. Затова в процеса на привличане на доказателства вербалните и визуалните стилистични средства на публицистичната сатира тук са разглеждани равнопоставено, тъй като авторът приема, че политическата карикатура е аргумент, конкурентен по сила и експресия на останалите форми на публицистична и политическа комуникация. Още повече, че в сатиричния печат често визуалното и вербалното вървят ръка за ръка, взаимно обяснявайки се.

Хуморът е подходящ терен за изследване на „стойността“ на изборите в българското политическо и социално съзнание. Смехът е „социален жест“ (А. Бергсон) или „социална гримаса“, форма на социална реакция срещу несъобразностите на обществото [Паси, И. 1993, с. 118]. Хуморът е пряко свързан с другите „оръжия на слабите“ – клюката и дребния саботаж (Джеймс Скот). Освен това, шегите често отслабват съпротивата на публиката и я правят по-податлива на убеждаване [Демьянков, В. 2003, с. 130; Hart, M., D. Vos 2008, p. 9].

Хумористичният образ на българските избори не прави изключение: той се придържа към един устойчив сюжет с антагонистичен характер – политическа класа срещу народ (избиратели). Тази двуполюсна картина на българския политически „макрокосмос“ е проста, разбираема и удобна в своята отчетлива контрастност на отредените роли, затова и доминира като интерпретативна рамка през всички разгледани периоди<sup>4</sup>.

---

воюване, задържане и прилагане на властта. В зависимост от конкретната ситуация далеч не всяка политическа информация става семантически значима за конкретния актьор. Дали хумористичните издания са предоставяли политическа или политически значима информация, няма как да установим без задълбочено изследване на обществените нагласи и компетенции, както и без да познаваме равнището на политическото знание на аудиторията в предкомуникативната фаза на ползване на този тип преса.

<sup>4</sup> Според Мартино сред социалните функции на хумора попадат: сплотяване на социалната група; контролиране на вътрегруповото поведение; въвеждане или насърчаване на вече присъстващи конфликти в групата; въвеждане или насърчаване на враждебно отношение към външни групи; насърчаване на консенсус и социална интеграция между две групи; насърчаване на дезинтеграция в отношенията; предефиниране на отношение [Genova, D. 2011, p. 72]. Остава на дневен ред въпросът в хумористичния медиен космос политиките като външен или като вътрегрупов социален сегмент са възприемани. Отговорът на подобен въпрос би ориентирал изследователя за степента на разединение на обществото.

Сатиричният печат използва паралелен комуникационен код, който преобръща семантиката на ортодоксалното политическо говорене, сменя местата на избрани и избиращи, без да скъсва съвсем връзката си с фактите на емпиричния свят, от който се охранява неговата острота. Заради игровия му характер, несериозното отношение към обекти, претендиращи само за сериозно такова, според Исак Паси показва отхвърляне на тази тяхна претенция [Паси, И. 1993, с. 124]. Това хумористично омаловажаване на значими проблеми като например традицията на опорочаване на изборите се среща най-отчетливо в стилистичния инструментариум на сатиричните издания в началото и в средата на ХХ век.

Въпреки че всяко време разполага със собствен политически ангажиран стил на смеха, в хумора се съдържа и нещо непроменимо, което опира до дълбоката същност на феномена. Тази същност задължава към смешното да се отнасяме сериозно [Паси, И. 1993, с. 48, 125]. От друга страна, хуморът може да бъде атакуван като пълноценен източник на информация по тежките общественно-политически теми, тъй като той няма градивен, а единствено критичен характер<sup>5</sup>. Той служи за разрушаване на установените норми, които в неговите очи изглеждат дисфункционални, но не предлага решения.

Въпреки представата за хумора като средство за деконструкция на социалната реалност, специалистите по политически хумор развенчават мита за подривния му характер. Хуморът не толкова провокира и индуцира социална и политическа промяна, колкото изпълнява главно две функции – критикува политическото статукво и преработва и подсилва доминиращите ценности и гледища за политиката. Хуморът, според автора на обзорна студия върху развитието на българския хумористично-сатиричен печат Георги Христов, има свойството да ни откъсва от дребнавото, от всекидневното, освобождавайки духа ни, разширявайки кръгозора ни. „Понякога в него се съдържа толкова мъдрост, колкото в една проповед. Една сполучлива политическа карикатура може да замени уводната статия във вестника...“ [Христов, Г. 1998, с. 191]. Като общественозначимо явление смехът влиза в ролята на социален отдушник на политическото неудовлетворение („пир по време на чума“?). Той може да се окаже и единственият възможен начин за възстановяване на изгубената хармония или „последният щит на човешкото достойнство“ [Чернокожев, В. 1994, с. 208].

Тъй като коренът на хумористичното като комуникационна форма е в сериозното (което означава, че хумористичното в комуникацията е по-малко автономно в сравнение със сериозното [Genova, D. 2018, с. 85–86]), извън парадигмата на смешното хуморът позволява по-свободното преплитане на се-

---

<sup>5</sup> От настоящите си наблюдения изключваме т.нар. „реакционен хумор“, най-често практикуван в казионните медии. Неговата основна цел е да защитава статуквото и да атакува опозиционните прояви. В такова положение изпада например в. „Свирка“ (1883–1885), който от 1884 г. се оказва в позицията на бранещ интересите на управляващите (Либералната партия). Това принуждава редактора му Димитър Петков скоро да се откаже от издаването му.

риозните семантични полета на избора като политическо понятие (*Кого, какво, как избираме?*) и като философско понятие (*„Защо избираме?“* или дори далеч по-екзистенциалното *„Имат ли българите избор?“*).

Трябва да признаем, че смехът е феномен, неподдал се досега на категорично и еднозначно дефиниране. За целите на настоящия опит за наблюдение приемаме като работна дефиницията за функционалността на смеха като откриване и разобличаване на несъответствията в действителността – концепция, систематизирана в Теорията за неконгруентността. Тя обаче не изчерпва възможностите за анализ на изборния феномен, понеже той спокойно може да бъде разглеждан както от позициите на теориите за превъзходството, за облекчаването (психоаналитична) и за играта, така и от водещите комуникационни функционални теории за хумора: теориите за идентификацията, изясняването, подсилването и диференциацията<sup>6</sup>.

Смехът в различните му проявления се нуждае от контрастност, парадокси и несъответствия в реалността, а изборите в България за 150 години щедро „произвеждат“ такива парадокси. Ако в някои свои индивидуални превъплъщения смехът е тъга по истината, както го определя Вихрен Чернокожев [Чернокожев, В. 1994, с. 208], за столетие и половина смехът над изборите в хумористичните български издания става все по-тъжен. От което следва закономерният извод, че несъответствията в действителността продължават да стоят на дневен ред – както в хумористичния, така и в сериозния дискурс на публичния разговор.

### 1866 г. ( ВЪЗРАЖДАНЕ)

Изборният механизъм през Възраждането функционира на равнището на етническото самоуправление и се прилага върху настоятелства в просветни и религиозни институции, състав на общини, събори или народни представителства по църковния въпрос. Първите парламентарни избори ще се проведат (формално) в Османската империя 11 години по-късно, едва в началото на 1877 г., във връзка с изработването на Османската конституция и в отговор на натиска за реформи от страна на Великите сили [Садулов, А. 2000, с. 290].

Обществено ангажираният, просветеният хумор на възрожденските сатирични вестници е плод на модернизацията и затова е буржоазно праг-

---

<sup>6</sup> Предполагаме, че заради своите функционални особености хуморът във всеки отделен период може да бъде пречупен и анализиран самостоятелно през призмата на най-подходящата за него теория – според нас например теория за неконгруентността е приложима към епохата на капитализма, психоаналитичната теория (за отпускането) – към епохата на социализма, докато теория на превъзходството – за демокрацията, тъй като в хумористичния и сатиричния дискурс през сегашния период открито се отрича правото на политическата класа на властови претенции и тя се представя като непритежаваща нужните качества, за да управлява. По-подробно за отделните теории виж в: Генова [Genova, D. 2011], Critchley [Critchley, S. 2002] и Morreall [Morreall, J. 1983]. Авторката благодари на проф. Дафина Генова за насочването към последните два източника.

матичен, инструментален, а не за изтънчено общуване със света. От него се очаква да „свестява“ обществото, да възпитава и когато се налага, да санкционира отклоненията, за да очисти народното тяло от разлагащите го елементи. По-острият критичен уклон на българския възрожденски медиен смях вероятно се дължи на властовата свръхнатовареност на пресата през епохата<sup>7</sup>. Възрожденският морално-утилитарен (дидактически) модел на употребите на смеха обяснява защо в именния регистър на българския хумористичен печат преобладават имена, асоциирани с жилене, бодене, удряне – въобще с болезнени усещания [Бориславов, Я. 2014, с. 110].

Както всички видове хумор, политическият хумор е построен върху контекстуално знание (отличителна черта на политическия дискурс въобще), следователно не може да бъде разбран от хора, които не са добре подготвени по политическите теми<sup>8</sup>. Като резултат, политическият хумор обикновено не обогатява когнитивно кой знае колко публиката, но успява да формира критична позиция спрямо вече известни политически действия и фигури: „Много вестници писаха, че в един министерски съвет, държан сега за настоящата война, Царят се изразил към Бисмарка: „Каквото и да се случи, този бой ще вредува [струва, коства – б.м. Д.А.] много голямо количество пари!“ – „Напротив, аз се надявам, че няма да вредува повече освен – два Наполеона, рекъл Бисмарк“ (игра на думи – парична единица и личното име на тогавашния френски император Наполеон III) [Право, 1870]. Не е изненада, че хуморът във вестниците ни през периода се включва наравно със сериозната информация и аналитичните текстове в лансирането на политически позиции и интерпретирането на политически теми. Първият български хумористичен вестник излиза на бял свят само двадесет години след появата на първото ни периодично издание – „Любословие“. Според Георги Христов фактът, че у нас хуморът и сатирата вървят ръка за ръка, а изданията често се определят едновременно като „хумористично-сатирични“, показва доколко ангажиран е българският хумор, който „винаги воюва в името на нещо“ [Христов, Г. 1998, с. 194].

Фундаментално изискване на хумора, дефиниран като наслаждение от несъответствието, е наличието на защитена от контрол и санкции среда, в която той да се създава и разпространява. Отсъствието на подобна безопасна и предразполагаща среда променя формите на изява и самото съдържание на хумористичното творчество [Tsakona, V., E. Popa 2011, p. 4]. Политическата обстановка в Османската империя залага предпоставките за слабото присъствие на политическия хумор във вътрешния печат (сравнен с емигрантския)<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> За свръхфункциите на възрожденския периодичен печат виж по-подробно в Здравка Константинова [Константинова, З. 2000].

<sup>8</sup> Хуморът е локален, а чувството за хумор е силно контекстово специфично. Според Саймън Кричли хуморът е форма на културно инсайдер-познание [Critchley, S. 2002, p. 67].

<sup>9</sup> Йордан Попов пък дава противоположния ракурс към проблема, като осветлява следния случай от биографията на карикатурното перо на „Българан“ Александър Божинов. Към 1876 г. в Свищов бащата на Божинов бил абониран за виенското хумор-

Деспотичните системи са докажливи и не притежават чувство за хумор, а Османската цензура дава недвусмислени знаци, че не толерира проявите на хумор (особено карикатури) в пресата<sup>10</sup>.

Най-смеещият се човек на Възраждането е Петко Славейков. Неговият „сатирически вестник за свестяване на българите“ (после списание) „Гайда“ (1863–1867) задава стандартите на смеха в пресата ни до 1878 г., а съгласно програмата му смехът има „политически мех“ и „политическо ручило“ [Бориславов, Я. 2014, с. 75–76]. Там например се разясняват в сравнителен план длъжностите на обикновения гражданин и на обществения мъж [Гайда, 1867]. Благодарение на такива текстове, четенето на вестника се превръща в „инструктаж“ по политическа грамотност. Малко по-късно, през 70-те години на XIX век, в политическите ни издания все по-често срещаме опити за дефиниране на някои от най-важните политически понятия, категории или процедури с особено значение за самостоятелния държавен живот на една нация – като например: *избирателна борба* [Напредък, 1876], *политически кредит* [Право, 1872], *политическо представителство* [Век, 1875] и т.н.<sup>11</sup>

Основният въпрос на избора, който възрожденската епоха издига като първостепенен, е въпросът за достойнството на кандидата за власт: „Правилния човек ли избрахме да ни представлява и направлява?“. Отличителна за периода е самосъхранителната патриархална загриженост за това кой ще бъде „лицето“ ни – не е ли той дискредитиран, надарен ли е с нужните качества<sup>12</sup>, безкористен ли е, къде е учил – на Запад или в Русия, кой стои зад него, няма ли да ни навлече неприятности? Оттам произтича афинитетът на пресата ни към текстове, които имат за цел да „изобретят“ образа на българина като Homo Politicus (в ролите му и на избирател, и на избраник).

В най-българското време обаче не всичко е розово. Още през този период се появява лайтмотивът, който упорито ще маркира и сатиричната рецепция на

---

ристично списание „Кикирики“, откъдето малкият Александър натрупал първите си впечатления за изкуството на карикатурата. Тази възможност на османски поданик да получава чуждестранно сатирично издание след сто години в условията на Народната република се превръща в невъзможност: „Има си хас някой българин през 1970 г. да получава лондонското списание „Пънч“ или парижкото „Канар аншене“! Такива са парадоксите на историята...“ [Попов, Й. 2013, с. 12].

<sup>10</sup> „Издателите на сатирически вестници като изобразявали в листовете си фигури, които докачали политиката на правителството, нападали религиите и частни личности. Управлението на печата им забележи официално, че преди да вместят такива фигури, да ги поднасят на печата да ги прегледа.“ [Ден, 1876].

<sup>11</sup> По-подробно за тях виж в: Андреева, Д. 2017.

<sup>12</sup> „Ако че всички, во всяко състояние трябва да бъдем смотреливи и умерени, то най-вече е длъжност това за тези, които управляват общественни работи. Вреда е от неумереност да направиш на себе си зло, но да направиш зло на отечеството грях е, злодеяние е, което трябва всякога строго да ся наказва. Неумереният човек не е за високи народни работи; само смотреливият, умереният, още и способният човек заслужва поверението на отечеството, на което надеждата той всякога ще може достойно да посрещне.“ [Гайда, 1866].



изборите през следващите епохи: българите на практика нямат избор в избора си просто защото липсват подходящи личности с качества или желание за всеотдайна работа, които да движат обществените дела към прогрес. Българският политически смях закономерно се приобщава повече към сатирата, отколкото към хумора, и това се превръща в устойчива черта на българската култура на смеха през цялата ни модерна история [Бориславов, Я. 2014, с. 258].

В действителност „смеещият се“ възрожденски човек има достатъчно поводи за депресивни изблици. Фарсът, на който Славейков става свидетел при изборите на настоятелство на една авторитетна общонародна институция, каквато е Българското читалище в Цариград, го принуждава да публикува емоционален коментар за дефицита на адекватен обществен елит: *„Гледахме, и нямаше кого да изберем! Избирахме, и нямаше кой да приеме!* [подч. мое – Д.А.] *Това грозно, това злокобно настояще помрачаваше всякой светъл поглед към едно по-утешително бъдуще и ний не можахме на този час да се не разразим пред събранията си в тези жестоки излияния на чувствата си“* [Напредък, 1875а].

Рефренът по темата продължава в мерена реч в един от следващите броеве: *„Не сме народ, не сме народ, а мърша, хора, дете нищо не щат да вършат... /Не ни бива и пак не ни бива!.../ Хора не сме, няма и да бъдем./ А сме стадо, надарено с плод; /Добитъци, добитък да въдим. / И да мислим с туй, че сме народ!“* [Напредък, 1875б]. Цитираният текст е типична илюстрация на общностния модус в публичното „ние“ – говорене. В него отсъства разделението между субект на хумора и мишена – осмива се социално явление, в което и двете страни са участници и поравно поделят вината за яловите избори.

Зоометафорите и анималистичните сравнения със стадо и добитък са онзи устойчив елемент в хумористичния регистър на българската преса, който за 150 години показва „магарешки“ стоицизъм, превръщайки се във вечен образ, през призмата на който може да се разкодира цялото българско политико-социално битие. От христоматийно известната карикатура на Хенрих Дембицки през XIX век за това откъде се дърпат юздите на Добродетелната дружина (което на практика е интерпретация на етимологията на властта на една от най-влиятелните български политически организации до Освобождението) до „магарешките“ карикатури на Христо Комарницки и колегите му през XXI век образът на „осела“ услужливо помага на художници и писатели както при изобразяването на народа, така и на елита му (ил. 1.).

## 1916 г. (КАПИТАЛИЗЪМ)

Модернизационните процеси след Освобождението рязко променят функционалния портрет на политическия смях. Той не е така активен в охраняването на някаква нравствена и етична норма, а влиза в нова роля – на балансьор и изравнител на социалната ентропия. Традиционно свързваме медийната картина на изборите след Освобождението с грубия кавгаджийския тон или дебелашкия смях<sup>13</sup> на политическата агитация [Бориславов, Я. 2014, с. 130].

---

<sup>13</sup> В спомените на Теню Начов (откъс от които публикува в „Стършел“) се описват някои важни черти от спецификата на българския хумор на границата на двете сто-

Към началото на XX век отминава епохата на бай Ганьо, но байганьовщината (включително и в правенето на изборите) остава и се превръща в символ на неизкоренимото в нас. Парадоксът, забелязан от Ясен Бориславов, е, че Бай Ганьо, образът, с който най-често се свързва българската култура на смеха, не се смее. В собствените му представи да си смешен било равносилно на това да си прост и уязвим [Бориславов, Я. 2014, с. 155, 258].

Годините от края на XIX и първата половина на следващия век бележат разцвет на сатиричните издания в цяла Европа. Карикатурата се издига до „лакмус на свободата на печата, проявление не само на остроумие, но и на ярка гражданска позиция, един термометър на градуса на общественото недоволство“ [Попов, Й. 2013, с. 15]. Новият ешелон на интелигенцията ни в началото на XX век стартира ново летоброене на българския хумористичен печат. В началото му стои в. „Българан“. Натрупаният опит и разработването на почти всички хумористични форми и жанрове позволяват на изследователите да говорят за началото на „златен век“ на българската хумористична периодика. За афинитета към хумора в пресата подсказва и респектиращото количество хумористично-сатирични вестници и списания (без единичните листове), излизали от Освобождението до 1944 г. – 290 [Христов, Г. 1998, с. 205]. Сред най-четените издания през първата половина на 20 век са вестниците „Щурец“, „К’во дае“, „Българан“ и „Барабан“.

Обнадеженото българско общество в началото на XX век се опитва да се дистанцира от саркастичното и поляризиращо слово „с дъх на касапница“, наследено от публицистиката на Захари Стоянов или от разпасаната „свирчовщина“ на Димитър Петков [Бориславов, Я. 2014, с. 161–163]. Въпреки заявката за завой към хорацевия смях, която българановци дават, това не им пречи да бъдат точни в горчивите си оценки за политическата действителност и за упоритото ѝ „отклоняване“ от волята на народа (ил. 2.). Според Георги Христов смехът на сътрудниците на вестника не е високоестетски, но близък до светоусещането на редовия българин, граждански смел и актуален, и поддържа представата за хумора като опозиционна гражданска позиция чрез непрекъснатото осмиване на управляващата класа, начело с монарха [Христов, Г. 1998, с. 211].

---

летия, който пък е огледало на състоянието на българската нация, на нейната политика и култура: „Понятието за хумор у нас тогава, пък и досега даже, е твърде дивашко и извратено. Тъкният хумор е непознат у нас, па и да се намери някой такъв хуморист, няма да прави впечатление, не ще произведе ефект. Ние се възхищаваме и хващаме за кръста от смях само когато видим нещо гнусно, отвратително, ние се смеем и доволстваме, когато слушаме най-просташки псувни и най-гнусни и отвратителни епитети. Тая беше ролята на в-к „Свирка“ – да хули, да клевети, да псува, да пръска смрад и да прикачва най-гнусни и отвратителни епитети на своите противници, за да ги тероризира [...]. Гнусните и отвратителни епитети, които се даваха на разните по-умерени и благородни мъже, ги тероризираха и ги принудиха да бягат от полето на политическата борба [...]" [Сършел, 2016в].

Историческото време обаче е доста променливо. По законите, които предопределят спиралата на българската съдба, периодът на жизнерадостен, духовно и интелектуално издигнат хумор не продължава дълго. Колективното съзнание се оказва неподготвено за резкия културен скок от „Българан е Галант“ към ужасите на войната. 1916 година е особено драматична за българския народ: костите си по бойните полета оставят 40 000 (повечето млади) български мъже. Според Ясен Бориславов, след като България участва в три войни и преживява две национални катастрофи в рамките на 7 години (1912–1919), това се отразява и на хумористичния печат, където се наблюдава идеологизиране на смеха: *„Добродушно закачливият предимно, но и често язвителен хумор от началото на века сега е изместен от злъчната и остракираща политическа сатира. От смеха се очаква да бъде пропаганден инструмент, да повдига духа на революционните маси и да клейми идеологическия противник“* [Бориславов, Я. 2010, с. 90].

През 1916 г. хумористичният медиен дискурс е с много висока степен на фиксация върху определени тематични зони: разпънат между международната политика, битовизмите на продоволствения недоимък и най-ниския, физиологичния дискурс, който съвсем по фройдистки излиза от тъмните кътчета на безсъзнателното, за да противодейства на страха от неизвестността и смъртта. То, безсъзнателното, либидното, не желае, а и не може да бъде идентифицирано. Затова в главата на хумористичния вестник „К’во дае“<sup>14</sup> („Орган на българските масалджии<sup>15</sup> и зевзеци“) тържествува пълният отказ от легитимация – неопределено име, датировка, местоиздаване, неясна поредност на броя, липса на идентификация на редакционния екип, без конкретна цена и т.н. („Брой: кой дае“; „Год. Коя дае“; „Редакцията и администрацията на в. „К’во дае“ се намира де дае“; Абонамент на „К’во дае“ за една година е: лева Колко дае“; „Главен редактор Кой дае“; „Един брой колко дае“; „Излиза кога дае“). На пръв поглед тази декларативна непретенциозност трябва да е опит за пазарна отличимост чрез алтернативност на формата, но в същината си е издайнически сигнал за проблематичност на идентичността, за отстъпление пред обезличаващата стихия на новия век. Самият вестник, излизал между 1902 и 1922 г., прави добро впечатление на професор Александър Балабанов, който оценява високо „добрия български език“, „навременните сатири и задевки“ и „добрия хумор“ на изданието. *„Въобще вестникът се отличава с една радостна литературност“*, пише още ученият на страниците на първия литературен вестник в Европа – „Развигор“ (1922) [цит. по Христов, Г. 1998, с. 212]. Изданието се представя като трибуна на развлекателния хумор, не му е чужд и

---

<sup>14</sup> През годините името на изданието претърпява съвсем лека ортографска промяна от „К’во да е“ (1914 г.) към граматически по-правилното „К’во да е“ (1919 г.). При библиографските описания сме се придържали към изписването в конкретния брой.

<sup>15</sup> Масалджия (тур.) – ‘забавен разказвач на духовитости’ [Калчев, К. 2015, с. 88].

циничният хумор, но то не страни от актуалните обществени проблеми, без да показва категорична партийна пристрастност, което донякъде обяснява ефекта на „неутралитета“, произтичащ от анонимността на всеки брой.

Въпреки изместените информационни и събитийни приоритети на обществото, парламентарните избори продължават да се радват на интензивно сатирично внимание – такива избори се провеждат през 1914 г. за XVII Обикновено народно събрание и през 1919 г. за XVIII Обикновено народно събрание<sup>16</sup>. Историкът Милко Палангурски [Палангурски, М. 2007, с. 267] изчислява, че от изработването на Търновската конституция (1879) до избухването на Балканската война (1912), т.е. за 33 години, българските избиратели са свиквани 19 пъти, без да включваме в сметката двукратните явявания на първите четири обикновени събрания. Ходенето до урните се превръща в ежедневие: например парламентарните избори се провеждат средно на година и девет месеца, а паралелно текат много други видове избори (за селски и градски общински съвети, окръжни съвети, училищни настоятелства, за съдебни заседатели и членове на търговските камари). От това е логично да заключим, че възможностите за политическо възпитание и гражданска активност на населението са били достатъчно. Дали обаче количествените натрупвания водят до качествени изменения? Хумористичните издания от периода виждат обратната страна на медала.

Сатиричната периодика активно осветлява технологията на предизборния процес, който и през второто десетилетие на XX век продължава да залага на грубата сила при агитацията:

*„Плевен. Тук приготовленията за новите избори вървят трескаво. Пристигнаха няколко кола дряновици, поръчани от Троянския балкан специално за изборите – веднага още след разтурването на камарата. Дряновиците ще се раздават няколко дена преди деня на изборите. Правителството е решило на всяка цена да вземе избора и е приготвило покрай другото и няколко пакети бинтове и йодоформ – нещо, с което правителствените демагози – агитатори още сега почнаха да парадират – като казват, че тяхното правителство се грижело за здравословното състояние на българския избирател...“ [К’во дае, 1914а]*

Сопата е фундаментален политически аргумент и агитационен материал<sup>17</sup>. За шайкаджийството, митингите, арестите, побоищата, провокаторите и

---

<sup>16</sup> Поради военното положение през 1916 г. не се провеждат парламентарни избори. Организирант се само местни избори като тези в Русе през декември 1916 г. [Иванова, К. 2014, с. 227, 228].

<sup>17</sup> Виж например заиграването с темата и „опаковането“ на опозиционния тон във формата на реклами и обяви в същото издание [К’во дае, 1914б]: „Маски!! Маски!! Пристигнаха в магазина ни голям избор от всевъзможни маски – МАЗНИШКИ, ПОДЛЕЖКИ, ДЕМАГОГСКИ, и проче ПАЛЯЧОВСКИ. Препоръчваме ги особено на

фалшивата политическа риторика<sup>18</sup> обаче се говори с литота и с незлоблив, даже философски примиренчески, самосъжалителен, но и все още жилаво жизнелюбив хумор – сякаш че нищо по-различно от обичайното не се е случило (Важно е да отбележим, че тук не се касае за емоционалното безразличие или пълното изключване на състраданието, което според Бергсон е отличително за смеха [Паси, И. 1993, с. 76–77].). Това на практика потвърждава заключенията на теоретиците, че на хумора е чужда агресията на пародията, на иронията и особено на сатирата. Хуморът с усмивка показва колкото своята дистанцираност от обектите, които го предизвикват, толкова и своята примирителност, дошла от мъдростта на горчивия опит: „*Затова смехът на хумора не стига до издевателство, нито пък недоволството му до омраза*“ [Паси, И. 1993, с. 194].

Според хумористичната ни преса политическата философия на гражданина от началото на ХХ век е философията на страдалеца, на оцеляващия напук на всички опити за изстребление индивид. Изборите по онова време постепенно са се превърнали в бreme за обществото ни, те не са чакани и желани дати в националния календар, в който народът суверен да упражни ентузиазно свободната си воля, а период, в който инстинктът му за самосъхранение се подлага на изпитание. Изборите са война, тест за стоицизъм, провокиран от осъзнатата поквара и спекулация на политическата класа и безплодността на волята на обществото. Това усещане се подсилва многократно от психологическата рамка на Балканските войни и Първата световна война – равносметката „*Оживяхме и след тези избори*“ е валидна както за 1914, така и за 1919 г.: „– *Изкарахме и тази – война – изборите! Война, ама каква война: много по-лоша даже от истинската война. ...Ето защо, при всичкия напън и жестока борба, за кои да спечелят, ний казваме: че пак нашите спечелиха, защото, която партия и да бъде, хората са все едни – все от един дол дренки. И, че борбата и идеала на всички е бил, е и ще бъде: не за милия народ (с който*

---

*агитаторите и управниците за предстоящите избори. С отлично почитание: магазин Българска управия. ул. „Мърсотия“; „Сопи! Сопи! Министерството на вътрешните работи продава няколко стотин вагона сопи за подпалване на огън. Сопите са служили на правителството като агитационно средство и са много доброкачествени, макар и ефекта им от последните избори да не бе тъй ефикасен. За доказателство на тяхната доброкачественост служи обстоятелството, че само една е в състояние да накара и най-дебелата човешка глава да уври! А няколко като турнете в печката – можете и цял вол да сготвите. Не пропускайте случая! Понеже кабинета ще си вдига чуковете, цената им е намалена до минимум. От министерството на вътрешните работи. Отделение на изборджийските материали“ [К’во дае, 1914в]: вж. пак там и: „Сопата като ефикасно средство за избори. Политическа студия от Др. Р. Ад. Ославов“ и др.*

<sup>18</sup> В хумористичната изповед „Все за доброто на народа“ [К’во да е, 1914 г.] се подлагат на изобличение изтърканите манипулативни похвати на политическите партии в съревнованието за благоволенieto на избирателя, който трябва да реши на коя да стане симпатизант.

се търгува!), а за милия джоб...“ [К’во да е, 1919]<sup>19</sup>. Обществото стига до горчивото заключение, че няма много шансове за промяна на политическото статукво. В крайна сметка то гласува, но не взема генералните политически решения съобразно интересите си. Вземал ги е например монархът, наричан неслучайно Лисицата.

Като цяло в политическия живот по време на капиталистическия период текат нестабилни и непредсказуеми (поне за електората) процеси. Според медийния хумористичен разказ структурата на политическото пространство не предвижда равнопоставеност на зоните. Крайностите потискат центъра и неутрализират опитите от там да изникне някаква обещаваща, конструктивна алтернатива:

*„Народа казва: „Опозиция, значи да не си на добра позиция. На власт, значи да събираш мас“. Но това, дявол да го вземе, наречено „по средата“ е все едно, да тичаш с турната глава в торбата. Отчаян съм и не знам кого да слушам. Едни ми викат в ляво, други в дясно и виж най-често оставам по средата. Ето ви пример: току-що реши да се присъединя към правителството, хоп, то се обърне с краката нагоре и аз оставам отдолу. Друг път тръгна към опозицията; едно салтомортале и тя се озове в двореца, а аз оставам да подсмърчам край портата или министерските кабинети... Вземете пример и България. Ако тя не беше по средата между Турция и Сърбия, между Ромъния и Гърция, щяха ли да се здружат всички да я бият? После в дипломацията си, дето стои между Австрия и Русия, между Германия и Франция? Да, да! Тя е блъскана и бита от две страни, като в играта на Тенис-бол, та печели, ту едната, ту другата страна. В такова положение е всеки човек, който върви между народа и личния режим, между правителството и опозицията, между царя и републиканците, между буржоазията и пролетарията. И какво мислите печели. Той бива използван ту от една, ту от друга страна, без да бъде полезен за себе си.“ [Барабан, 1914]*

Дисбалансът и непредсказуемата динамика на крайните зони саботират естествения еволюционен ход на политическата ни култура и практика и в крайна сметка тласкат симпатиите на обществото към аутсайдерите, към алтернативно и компенсаторно звучащите проекти и идеологии на земеделските и социалистическите течения.

### **1966 г. (СОЦИАЛИЗЪМ)**

През февруари 1966 г. се провеждат избори за 5 ОНС (по това време парламентът е с мандат 5 години).

Развитието на българската медийна практика през 1966 г. попада в т.нар. „заиграващо-разкрепостен период“ (от края на 50-те и 60-те години), по време

---

<sup>19</sup> В същия дух е и текстът: „Избор, избор и той мина!...“ [К’во да е, 1914д]. Изданието вече е с уточнение „Полит.-сатино хумористичен вестник“.

на който се създават първите механизми за „отпушване на клапана“ на социалното напрежение [Дееничина, М. 2008, с. 49]. Основен източник на емпирични данни е в. „Стършел“, който започва да излиза през 1946 г., следователно е почти връстник на социалистическия период. Въпреки че е създаден по нареждане на идеологическия отдел на БКП за пропаганда на комунистическата идеология и в отговор на успешните хумористични рубрики на опозиционния земеделски печат [Христов, Г. 1998, с. 218], вестникът непрекъснато е под зоркото око на цензурата и води тежки битки за по-смелите си публикации, излезли изпод перото на най-талантливите сатирици и карикатуристи (ил. 3.).

Смехът обича фрагментарното, с което може да се фамилиарничи, за разлика от монументалните неща като революции и бедствия. За да станат смешни, монументалните неща трябва да бъдат принизени чрез фрагментация. Закономерно в скулптурата хуморът е присъщ на малката пластика, а не на големия паметник [Бориславов, Я. 2014, с. 160]. Същото важи за социалната и политическата структура, чиято монументалност може да бъде принизена, ако се фрагментира на отделни и обозрими елементи, в които да бъдат намерени и показани несъответствията<sup>20</sup>. Това донякъде обяснява защо позволеният соцхумор няма достъп до „голямата правда“, а разгръща потенциала си само на територията на „малката правда“ [Дееничина, М. 2008, с. 79].

Социалистическите избори като политически механизъм, тяхната философия, принципи, модели не се коментират пряко, а косвено, по „езоповски“ [Христова, Н. 2006] – чрез проекцията им върху живота на единицата, в техния битов хипостаз, опасан и описан във всевъзможни списъци на чакащи (ил. 4.). Не се засягат и „свещените крави на режима“ [Попов, Й. 2013, с. 68] – българските политици. Това е форма на „заземяване“ на политическия ентузиазъм до псевдогражданско участие, угодно на системата. Гражданинът може да мисли политиката само в ежедневната материална рамка или през шаблоните на задължителното идеологическо възпитание. Но на него не му е позволено да преброява коридорите на държавно-партийната логика, защото е голяма опасността да се изпълни със сектантски съмнения. Хуморът донякъде облекчава фрустрацията и действа като антидепресант [Critchley, S. 2002, p. 101].

Идеологическата риторика по темата „ръст на народното стопанство“ и всеобща мобилизация за преизпълнение на планове и петилетки натрапва матрицата си и върху изборния дискурс (ил. 5.). От това произтичат поне няколко дисфункционални черти на изборния процес, описан чрез средствата на сатирата, които илюстрират неефективния контакт между суверена – гласоподавател и политическата система въпреки формалното масово участие при гласуването: а)

---

<sup>20</sup> Спорът около допустимите за осмиване мащаби на обектите не е нов. През XVIII век в Русия например руският просветител, публицист и издател на сатирични списания Николай Новиков влиза в остра и неравна полемика с императрица Екатерина II Алексеевна по въпроса дали сатирата трябва да бъде насочена срещу пороците, т.е. да бъде абстрактна, или може да напада конкретни лица, носители на тези пороци [Есин, Б. 1989, с. 13].

налагане на принципа, че „количеството“ е по-важно от „качеството“; б) приравняване на процедурата на изразяване на политическата воля до производствения процес и неговите норми; в) привикване към фиктивни, но показни актове на обществена мобилизация в полза на системата; г) обезценяване на участието в изборния процес и резигнация спрямо статуквото.

В ситуация, при която изборите са куха демонстрация на гражданска съпричастност към ритуалите на управлението, самото гласоподаване се обезценява и не кореспондира на дълбокия смисъл на политическото представителство. Закономерно, избирателите започват да се простират до границите на разрешеното, в малкия си материален и социален космос<sup>21</sup>, като развиват т.нар. от Цветан Тодоров „социална шизофрения“ (вярата, че подчиняват на системата само публичното си поведение, но остават господари на съвестта си), която, на свой ред, се излива в „лингвистична шизофрения“ с два отделни „кода“ за общуване „навън“ и „у дома“ [цит. по: Дееничина, М. 2008, с. 18].

Болшинството сатирични текстове и карикатури, посветени на парламентарните избори през 1966 г., регистрират чрез чувствителния сензор на сатирата това изкривяване и стесняване на политическия хоризонт на българския редови гражданин. „Стършел“ отделя на темата само 5–6 броя и бързо приключва с нея след самите избори. С това се доказва и най-главната негативна последица от предизвикания от властта „вакуумен информационен ефект“ – обществото постепенно засилва безразличието си към политическото участие, а оттам лесно се прескача в състоянието на дезинтеграция от политическата система и нейните процеси като цяло [Дееничина, М. 2008, с. 19].

Открито иронично звучи редакционната равносметка на изданието за изборите през 1966 г. С гласа на редакцията на „Стършел“ говори резигнираният човек, който гласува по задължение, не от сърце и по убеждение, изгубил надеждата за промяна; който не избира най-достоините, а ходи до урните под строй, за да узакони вече направения от системата подбор:

*„ЧЕСТИТО! Граждани и гражданки на НРБ! Съобщаваме ви, че в изборите за Пето народно събрание направихте, каквото можяхте. С ваша и наша помощ и с всенародно участие вече са избрани народни представители, народни съветници и народни съдии, понеже както всички народи и ние сме си заслужили да бъдем представлявани, съветвани и съдени. От 12 март тогоси имаме и ново правителство. Когато старото си подаде оставката, ние се поизплашихме да не стане нещо,*

---

<sup>21</sup> Юлиан Генев припомня един от социалистическите анекдоти, който най-точно характеризира абсурда на живота тогава: „Първи парадокс – макар че всички привидно са много заети, в действителност никой не работи сериозно. Втори парадокс – никой не работи сериозно, но плановете се изпълняват. Трети парадокс – плановете се изпълняват, но магазините са празни. Четвърти парадокс – магазините са празни, но хладилниците – пълни. Пети парадокс – уж хората живеят добре, но като останат насаме, говорят против властта. Шести парадокс – уж всички са против властта, но на изборите гласуват 99,99% за нея“ [Генов, Ю. 2004, с. 127].



*но като прочетохме състава на новото – отдъгнахме си. Защото и в него на власт дойдоха все наши хора, тъй като за тях гласуваха всички нашенци... Честито представителство, другари народни представители! Честити министерства, другари министри! Вие отговаряте за успехите в страната, а за грешките и слабостите все ще се намери да отговаря някой от вашите заместници. Поне досега е било така...“*

[Стършел, 1966 г.]

Горчивият смях от предходната епоха тук неусетно е преминал в ирония, същността на която се изразява във виртуозната игрова подмяна на действителното несъгласие, неодобрение и порицание с мнимо съгласие, одобрение и похвала. Според Исак Паси периодите на „ироничен разцвет“ в историята се обуславят от такава социална атмосфера, при която индивидът е вън от „субстанциалното единство“ на цялото, на обществото. Този разцвет показва, че личността се е противопоставила на обществото, че отбранява индивидуалността си от обезценяващия ефект на колективния канон, опирайки се на представата за интелектуалното си превъзходство над отмиращите принципи на обществото [Паси, И. 1993, с. 269–276]. Противопоставяне, което ще получи преекспонирано продължение след 1989 г.

### **2016 г. (ДЕМОКРАЦИЯ)**

Тъй като продължава да излиза и до днес, вестник „Стършел“ предоставя удобната възможност да се проследи хумористичната рецепция на изборите от един медиен субект в две взаимноизключващи се държавно-политически системи. Друга силна територия на политическата визуална сатира е рубриката „Туш“ на последната страница на в. „Сега“, където карикатуристът Христо Комарницки прави болезнено точна диагностика на политическия ни живот.

Всъщност към есента на 2016 г. липсва усещането за конкуриращи се автономни сатирични острови, които да функционират като устойчиви и авторитетни щабквартири на политическия смях<sup>22</sup>. Хуморът и сатирата са разтворени в обществения разговор, който използва всички възможни комуникационни канали. Царството на хумора днес са социалните мрежи, които работят в услуга на неговата функция да генерира обществени дискусии, да пробва политическия рефлекс на доста обърканата и поляризирана в мненията си публика. А контекстът на господстващата визуална култура катапултира изобразителната публицистика (карикатурата) на върха на жанровата пирамида на политическия смях.

През 2016 г. е налице доминация на сатиричния дискурс, комуто е чужда деликатността на хумора<sup>23</sup>. Сатирата е директна, агресивна и гневна, поставя

<sup>22</sup> Към времето на президентските избори през 2016 г. все още не бе излязъл на пазара карикатурният вестник „Прас-прес“, който по наше мнение заслужава самостоятелен анализ.

<sup>23</sup> Това е тенденция, чиито корени трябва да се търсят в природата на Прехода: Георги Христов обобщава, че след 1989 г. в България се забелязва „нахлуването на

си за цел да унищожи, да уязви обекта си [Паси, И. 1993, с. 197]. В света също се наблюдават тенденции на екстремизиране на емоциите. Смехът, който е карнавално преобръщане на сериозното, претърпява регресивна, разрушаваща го отвътре трансформация. Смехът вече е зъл, усмивката е маска, която скрива престъпни намерения – поне такава бе световната вълна на „злите клоуни“, които тормозеха по това време урбанизираните зони по целия свят (Великобритания, Германия, Австрия, Хърватия, САЩ).

Въпреки че живеем в епоха, далеч по-благоприятна медийно, социално и политически от предишните три, българският смях на XXI век твърдо върви в песимистична посока. Той е низвергващ, обезценяващ, натуралистичен, разединителен, екзистенциално-нигилистичен – такъв, какъвто е всеки ювеналов смях. Лайтмотивът на изборите около 2016 г. е не „*За кого и как?*“, а „*ЗАЩО (изобщо) да гласувам?*“. В публичните дискусии се заговаря за квадратчето на недоволството, което обаче е с много проблематичен статус в списъка от процедури за изразяване на волята на суверена. Политическите промени се превръщат в постоянен параван на статуквото, което се поддържа с непрекъснат дефицит на адекватна политическа информация. Целият калейдоскоп от политическите понятия и категории, с които традиционно се описва същността на днешния български политически живот, може да се компресира в едно-единствено въпросително местоимение с характера на риторичен въпрос – „Кой?“ (ил. 6.).

В хумористичното „меню“ на президентските избори през 2016 г. попадат няколко основни мотива: овластяването (акуширането на властта), задкулисните калкулации, предизборната мимикрия и популистки трикове (ил. 7.), безличието и безпринципното политическо поведение на елита, фрагментацията на политическата опозиция (ил. 8.). Изборите вече не са война като в началото на XX век – днес те са лов. Лов за едър дивеч – като се замислим, доста несъществена разлика от позицията на потърпевщата страна (ил. 9.).

Цялостното внушение води към тотална травестия на нормата в политическата и избирателната логика. Подмяната на сериозното, рационалното, умереното с кресливото, чалгаджийското, популисткото изгражда абсурдната, следователно демотивираща избирателя, рамка на една от най-важните процедури за упражняване на волята на обществото (ил. 10.). От всичко това страда най-вече последното, затова и сатиричните текстове устойчиво го представят като жертва, нерядко сама виновна за състоянието си. Съчувствената виктимизация на избирателя като потърпевш от властолюбието на своите кандидат-управници, за която свидетелстваше хумористичният поглед в началото на XX век, и която много по-приглушено-философски се долавяше през 60-те години на същото столетие, през XXI век се обръща и срещу самата жертва, уличавана в овчедушие, нигилизъм и податливост на манипулации от най-елементарен вид.

---

сивия и жълтия хумор“, „хумористичната порнография“, „грубосексуалистичната хуморография“, „навлизането на нечисти търгашески ръце“ [Христов, Г. 1998, с. 221].

Абсурдната картина на българското политическо и гражданско падение е сполучливо синтезирана във фейлетона на сайта „Площад „Славейков“ и препечатана във в. „Стършел“ под заглавие „*Слава на Трифонова България. Да си представим скъпата ни родина под властта на високия мъж. За България на мачовците*“. Авторът на сатиричния текст обявява референдума на Слави за чалга референдум и подлага на съмнение чистоплътноста на намеренията на шоумена. Футуристичните бълнувания напомнят фейлетоните на Ботев, където сънят като стил похват се използва, за да въведе силно изобличаващи образи и картини [Стършел, 2016б].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Историята на хумористичния образ на изборите в България в продължение на 150 години подсказва устойчивост на мотивите и сюжетността на медийния разказ. Наблюдава се константна негативна оценъчност, задълбочаваща се прогресивно във времето, както и постепенно изместване на хорациевия смях от ювеналовия, движение от изтънчения, мек хумор към жилещия, безцеремонен, дори вулгарен смях. Историческият опит на човечеството е затвърдил схващането, че тиранията ражда сатира, докато в демокрацията сатирата линее [Попов, Й. 2013, с. 69]. Парадоксалното в нашия случай е, че в България това схващане се опровергава. Ако правилото все пак е вярно, значи демокрацията ни не е съвсем „демократична“. Ако по дефиниция смешното е отклонение от нормата и нормалното, то българските избори са достойни обекти на хумора заради своята девиантна природа.

Накратко, в хумористичната преса (в избраните за наблюдение исторически моменти) доминира разделянето на политическия космос на българското общество, като това разделяне не включва задълбочена и диференцирана рецепция на всички отделни участници в политическите избори, а следва простичкото противопоставяне на политически елит и народ, на политическа система и гражданство. „Те“ срещу „Ние“ – без нюанси и без изключения.

Хумористичният дискурс, разгледан в диахрония, материализира обществените представи за родните избори и промените в тези представи в продължение на век и половина. През Възраждането обществото още поддържа силна вярата си в корективната мощ на общностното одобрение (неодобрение) на кандидатите за власт. През капитализма изборната рефлексия може да се похвали с интензивни емоционални и физически параметри (боят, репресиите, протестите срещу изборните машинации). При социалистическото управление тази гражданска енергия изстива от усещането за безплодност на гражданското участие в изборите. През финалния етап посоченото по-горе разделение между политическите актьори зейва като пропаст с материални, интелектуални, манталитетни и психологически измерения. То определява отчуждаването на субектните светове на участниците в изборния процес, който на теория трябва да осигурява общ терен за пресрещане на различните гледни точки и идейни платформи на всички заинтересовани страни, да мобилизира общест-

вената енергия и да разпределя справедливо властовия ресурс в публичното пространство.

Еволюцията на знака и интензитета на политическия смях (разгледан единствено в конкретните времеви точки за анализ) потвърждава тенденцията в развитието на негативистичната рецепция на българските избори, вървейки от хумора през 1916 към иронията през 1966 г. до безнадеждната и редунтантна откъм едни и същи мотиви сатира през 2016 г. Едно по-мощно и детайлно изследване по темата би могло да провери дали предположенията ни са били правилни.

## ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

### *Периодичен печат / Periodicals*

**Барабан**, 1914 – Барабан, № 254, 10 авг. 1914, „По средата“. [Baraban, № 254, 10 avg. 1914, „Po sredata“].

**Век**, 1875 – Век, № 37, 13 септ. 1875, „Политическото представителство“. [Vek, № 37, 13 sept. 1875, „Politicheskoto predstavitelstvo“].

**Гайда**, 1866 – Гайда, III, № 18, 15 септ. 1866, „Внимателност, или смотреливост и умереност“. [Gayda, III, № 18, 15 sept. 1866, „Vnimatelnost, ili smotrelivost i umerenost“].

**Гайда**, 1867 – Гайда, III, № 19, 15 апр. 1867, „Любов към отечеството“. [Gayda, III, № 19, 15 apr. 1867, „Lyubov kam otechestvoto“].

**Ден**, 1876 – Ден, II, № 1, 3 ян. 1876, „Официално съобщение от цензурата“. [Den, II, № 1, 3 yan. 1876, „Ofitsialno saobshtenie ot tsenzurata“].

**К’во дае**, 1914а – К’во дае, № 107, 1914, „Из провинцията“. [K’vo dae, № 107, 1914, „Iz provintsiyata“].

**К’во дае**, 1914б – К’во дае, № 110, 1914, „Маски!! Маски!!“. [K’vo dae, №. 110, 1914, „Maski!! Maski!!“].

**К’во дае**, 1914в – К’во дае, №. 112, 1914, „Сопи! Сопи!“. [K’vo dae, №. 112, 1914, „Sopi! Sopi!“].

**К’во дае**, 1914г – К’во дае, № 109, 1914, „Все за доброто на народа“. [K’vo dae, № 109, 1914, „Vse za dobroto na naroda“].

**К’во дае**, 1914д – К’во дае, № 113, 1914, „Избор, избор и той мина!...“ [K’vo dae, № 113, 1914, „Izbor, izbor i toy mina!...“].

**К’во дае**, 1919 – К’во дае, № 378, 1919, „Пак наши печелят“. [K’vo dae, № 378, 1919, „Pak nashti pechelyat“].

**Напредък**, 1875а – Напредък, IX, № 37, 12 апр. 1875, „Нашето Читалище“. [Napredak, IX, № 37, 12 apr. 1875, „Nasheto Chitalishte“].

**Напредък**, 1875б – Напредък, IX, № 39, 26 апр. 1875, „На Томина неделя“. [Napredak, IX, № 39, 26 apr. 1875, „Na Tomina nedelya“].

**Напредък**, 1876 – Напредък, № 82, 21 февр. 1876, „Избирателната борба“. [Napredak, № 82, 21 fevr. 1876, „Izbitarelnata borba“].

**Право**, 1870 – Право, V, № 26, 24 авг. 1870, „Една шега на Бисмарка“. [Pravo, V, № 26, 24 avg. 1870, „Edna shega na Bismarka“].

**Право**, 1872 – Право, № 18, 10 юли 1872, „Явното мнение за българите“. [Pravo, № 18, 10 yuli 1872, „Yavnoto mnenie za balgarite“].

- Сега**, 2016а – Сега, 5672 (201), 1 септ. 2016. [Sega, 5672 (201), 1 sept. 2016].
- Сега**, 2016б – Сега, 5691 (220), 28 септ. 2016. [Sega, 5691 (220), 28 sept. 2016].
- Сега**, 2016в – Сега, 5695 (224), 3 окт. 2016. [Sega, 5695 (224), 3 okt.2016].
- Сега**, 2016г – Сега, 5708 (237), 18 окт. 2016. [Sega, 5708 (237), 18 okt. 2016].
- Стършел**, 1966а – Стършел, № 1045, 18 февр.1966. [Starshel, № 1045, 18 fevr. 1966].
- Стършел**, 1966б – Стършел, № 1046, 25 февр. 1966. [Starshel, № 1046, 25 fevr. 1966].
- Стършел**, 1966в – Стършел, № 1048, 11 март 1966. [Starshel, № 1048, 11 mart 1966].
- Стършел**, 1966г – Стършел, № 1049, 18 март 1966, „Честито“. [Starshel, № 1049, 18 mart 1966, „Chestito“].
- Стършел**, 2016а – Стършел, № 29 (3652), 22 юли 2016. [Starshel, № 29 (3652), 22 yuli 2016].
- Стършел**, 2016б – Стършел, № 31 (3654), 5 авг. 2016, „Слава на Трифонова България“. [Starshel, № 31 (3654), 5 avg. 2016, „Slava na Trifonova Balgariya“].
- Стършел**, 2016в – Стършел, № 32 (3655), 12 авг. 2016, „Специфика на българския хумор“. [Starshel, № 32 (3655), 12 avg. 2016, „Spetsifika na balgarskiya humor“].
- Стършел**, 2016г – Стършел, № 35 (3658), 2 септ. 2016. [Starshel, № 35 (3658), 2 sept. 2016].
- Тъпан**, 1869 – Тъпан, I, № 14, 5 ноем. 1869. [Tapan, I, № 14, 5 noem. 1869].

#### *Публикации / Publications*

- Андреева, Д.** 2017 – Десислава Андреева. „Политиката е нашата душа“. Политическата комуникация в цариградския периодичен печат на българите през 70-те години на XIX век. В. Търново: Фабер, 2017. [Andreeva, D. „Politikata e nashata dusha“. Politicheskata komunikatsia v tsarigradskia periodichen pechat na balgarite prez 70-te godini na XIX vek. V. Tarnovo: Faber, 2017].
- Бориславов, Я.** 2010 – Ясен Бориславов. Българската журналистика между двете световни войни (1919–1939). София: Авангард-Прима, 2010. [Borislavov, Y. Balgarskata zhurnalistika mezhdru dvete svetovni voyni (1919–1939). Sofia: Avangard-Prima, 2010].
- Бориславов, Я.** 2014 – Ясен Бориславов. Естествена история на българския смях. София: Труд, 2014. [Borislavov, Y. Estestvena istoria na balgarskia smyah. Sofia: Trud, 2014].
- Бродел, Ф.** 1985 – Фернан Бродел. История и социални науки. Дългосрочният период. – В: Историци за историята. Т. I. Съст. Мария Н. Тодорова. София: СУ „Климент Охридски“, 1985, с. 166–208. [Brodell, F. Istoriya i sotsialni nauki. Dalgosrochniyat period. – V: Istoritsi za istoriyata. T.I. Sast. Mariya N. Todorova. Sofia: SU „Kliment Ohridski“, 1985, 166–208].
- Великов, В.** 2007а – Веселин Великов. Понятиятният апарат в историческото познание. В. Търново: Фабер, 2007. [Velikov, V. Ponyatiyniyat aparat v istoricheskoto poznanie. V. Tarnovo: Faber, 2007].
- Великов, В.** 2007б – Веселин Великов. Съвременната историческа епоха. Варна: „Знак-94“, 2007. [Velikov, V. Savremennata istoricheska epoha. Varna: „Znak–94“, 2007].
- Генов, Ю.** 2004 – Юлиан Генов. Защо толкова малко успяваме? София: Абагар, 2004. [Genov, Y. Zashto tolkova malko uspyavame? Sofia: Abagar, 2004].

**Дееничина, М.** 2008 – Мария Дееничина. Между фанфарите и заклинанията. Тоталитарният модел на българската журналистика 1956–1989 година. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2008. [Deenichina, M. Meghdu fanfarite i zaklinaniyata. Totalitarniyat model na balgarskata zhurnalistika 1956–1989 godina. Sofiya: UI „Sv. Kliment Ohridski“, 2008].

**Демьянков, В.** 2003 – Валерий З. Демьянков. Интерпретация политического дискурса в СМИ. – В: Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Москва, 2003, с. 116–133. [Demyankov, V. Interpretatsiya politicheskogo diskursa v SMI. – V: Yazyk SMI kak obaekt mezhdudistsiplinarnogo issledovania. Moskva, 2003, 116–133].

**Дечев, С.** 2010 – Стефан Дечев. Политика, пол, култура. Статии и студии по нова българска история. Стара Загора: ИК „Кота“, 2010. [Dechev, S. Politika, pol, kultura. Statii i studii po nova balgarska istoria. Stara Zagora: IK „Kota“, 2010].

**Есин, Б.** 1989 – Борис Есин. История на руската журналистика XVIII–XIX в. София: СУ „Климент Охридски“, 1989. [Esin, B. Istoria na ruskata zhurnalistika XVIII–XIX v. Sofia: SU „Kliment Ohridski“, 1989].

**Иванова, К.** 2014 – Капка Иванова. Русенските либерали (1919–1923). – В: Научни трудове на Русенския университет, т. 53, серия 6.2, 2014, 227–233. [Ivanova, K. Rusenskite liberali (1919–1923). – V: Nauchni trudove na Rusenskia universitet, t.53, seria 6.2, 2014, 227–233].

**Калчев, К.** 2015 – Калчо Калчев. Qui pro quo, или за турските думи в българската разговорна реч на южнодобруджанци в началото на XX век. В. Търново: Ивис, 2015. [Kalchev, K. Qui pro quo, ili za turskite dumi v balgarskata razgovorna rech na yuzhnodobrudzhantsi v nachaloto na XX vek, V. Tarnovo: Ivis, 2015].

**Константинова, З.** 2000 – Здравка Константинова. Държавност преди държавата. Свръхфункции на българската възрожденска журналистика. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2000. [Konstantinova, Z. Darzhavnost predi darzhavata. Svrahfunktсии na balgarskata vazrozhdenska zhurnalistika. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“, 2000].

**Кунчик, М., Ципфел, А.** 1997 – Михаел Кунчик, Астрид Ципфел. Въведение в науката за публицистика и комуникации. София: Фондация „Фридрих Еберт“, 1997. [Kunchik, M., Tsiptfel, A. Vavedenie v naukata za publitsistika i komunikatsii. Sofia: Fondatsia „Fridrih Ebert“, 1997].

**Палангурски, М.** 2007 – Милко Палангурски. Избирателната система в България (1879–1911 г.). В. Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2007. [Palangurski, M. Izbiratelnata sistema v Bulgaria (1879–1911 g.). V. Tarnovo, UI „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 2007].

**Паси, И.** 1993 – Исак Паси. Смешното. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 1993. [Pasi, I. Smeshното. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“, 1993].

**Попов, Й.** 2013 – Йордан Попов. Карикатурна броеница. От Дембицки до Комарницки. София: ИК „Стършел“, 2013. [Popov, Y. Karikaturna broenitsa. Ot Dembitski do Komarnitski. Sofia: IK „Starshel“, 2013].

**Садулов, А.** 2000 – Ахмед Садулов. История на Османската империя (XIV–XX в.). В. Търново: Фабер, 2000. [Sadulov, A. Istoria na Osmanskata imperia (XIV–XX v.). V. Tarnovo: Faber, 2000].

**Христов, Г.** 1998 – Георги Христов. Българският хумористично-сатиричен периодичен печат (1863–1996). – В: Българско медиазнание, т. 2. 1998, 190–222. [Hristov, G. Balgarskiyat humoristichno-satirichen periodichen pechat (1863–1996). – V: Balgarsko mediaznanie, t. 2. 1998, 190–222].

**Христова, Н.** 2006 – Наталия Христова. „Езоповият език“ и неговите „преводачи“. – В: Сборник в чест на доц. Минчо Минчев. В. Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2006, с. 179–188. [Hristova, N. „Ezopoviyat ezik“ I negovite „prevodachi“. – V: Sbornik v chest na dots. Mincho Minchev. V. Tarnovo: UI „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 2006, 179–188].

**Чернокожев, В.** 1994 – Вихрен Чернокожев. Българският смях. Очерци и портрети. София: Български писател, 1994. [Chernokozhev, V. Balgarskiyat smyah. Ocherti i portreti. Sofia: Balgarski pisatel, 1994].

**Critchley, S.** 2002 – Simon Critchley. On Humour. London: Routledge, 2002 (2004).

**Genova, D.** 2011 – Dafina Genova. Studying Humor Seriously. Faber Publishers, 2011.

**Hart, M., Bos, D.** 2008 – Humour and Social Protest. Ed. by Marjolein't Hart and Dennis Bos. Cambridge, 2008.

**Morreall, J.** 1983 – John Morreall. Taking laughter seriously. State University of New York Press, Albany, 1983.

**Tsakona, V., Popa, D. E.** 2011 – Villy Tsakona, Diana Elena Popa. Humour in Politics and the Politics of Humour. – In: Studies in Political Humour: in Between Political Critique and Public Entertainment. Edited by Villy Tsakona and Diana Elena Popa. John Benjamins B.V, 2011, 1–30.

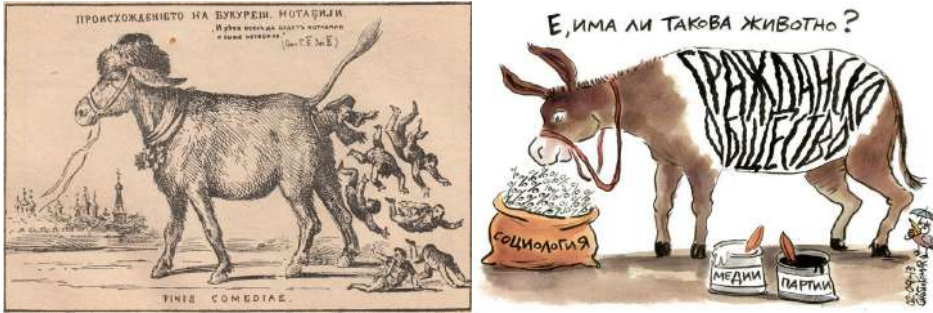
#### *Интернет базирани източници/ Internet Sources*

**Николов, Ч.** 2016 – Чавдар Николов. „Кой сега е номер 1?“, Терминал3, 6 окт. 2016 г. (<http://terminal3.bg/koj-sega-e-nomer-edno>, достъпен: януари 2020). [Nikolov, Ch. “Koy sega e nomer 1?”, Terminal3, 6 okt. 2016 (<http://terminal3.bg/koj-sega-e-nomer-edno>)].

**Грачев, М.** 2011 – Михаил Н. Грачев. Политика: коммуникационно измерение. Тула: Издателство Тульского государственного педагогического университета им. Л. Н. Толстого, 2011 ([http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011\\_1.html](http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011_1.html), достъпен: януари 2020). [Grachev, M. N. Politika: kommunikatsionnoe izmerenie. Tula: Izdatelystvo Tulyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. L. N. Tolstogo, 2011, ([http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011\\_1\\_1.html](http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011_1_1.html)).]

**Genova, D.** 2018 – Dafina Genova. Grasping political cartoons? Not an easy matter. – In: European Journal of Humour Research, 6 (1), 2018, 85–99. (<https://europeanjournalofhumour.org/index.php/ejhr/article/view/207/pdf>, достъпен: януари 2020).

## ПРИЛОЖЕНИЕ



**Илюстрация 1.** Дембици (XIX век) и Комарници (XXI век): „магарешкият“ стоицизъм на зоометафорите в политическата ни визуална сатира.

Източници на изображенията: **Тъпан**, 1869; <http://sbj-bg.eu/index.php?t=31905>



**Илюстрация 2.** „На всички избори все с различна бюлетина гласувам, и пак няма прокопсия“ – Ал. Добринов, „Българан“ [Попов, Й. 2013, с. 24]





**Илюстрация 3.** Разликата в изборите преди 9-ти септември 1944 г. и след това. На пръв поглед контрастът е в полза на социалистическата версия, но в дълбочината си намеква за опорочаването на изборния процес и в двете уж взаимноизключващи се епохи [Стършел, 1966б]



**Илюстрация 4.** Уточняващ диалог между двама избиратели:  
 „— Кой номер си в списъка? —  
 — В изборния, или за лека кола?“ [Стършел, 1966в]



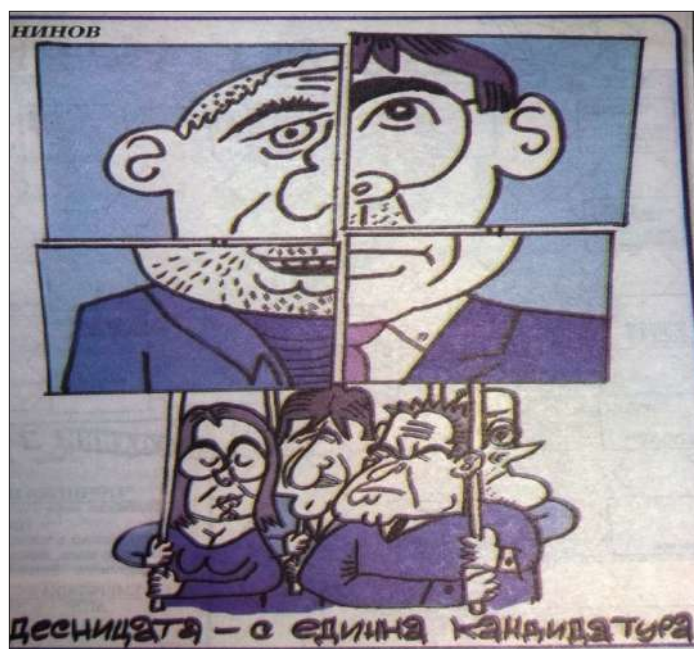
**Илюстрация 5.** Свеждане на изборите до производствена норма. Карикатура, която изобразява политическия комуникационен ритуал, в който пропагандистът и публиката му са влезли в отредените им роли. Партийният секретар-агитатор: „Да гласуваме за кандидатите на О[течествения] Ф[ронт] 100%“. Работникът: „Както виждаш, за нас този процент е играчка...“ [Стършел, 1966а]



**Илюстрация 6.** Финалният етап на обезсмислянето според рубриката „Туш“ на в. „Сега“. Източници: Сега, 2016 г; Сега, 2016б. Изображенията се публикуват тук с разрешението на г-н Христо Комарнишки



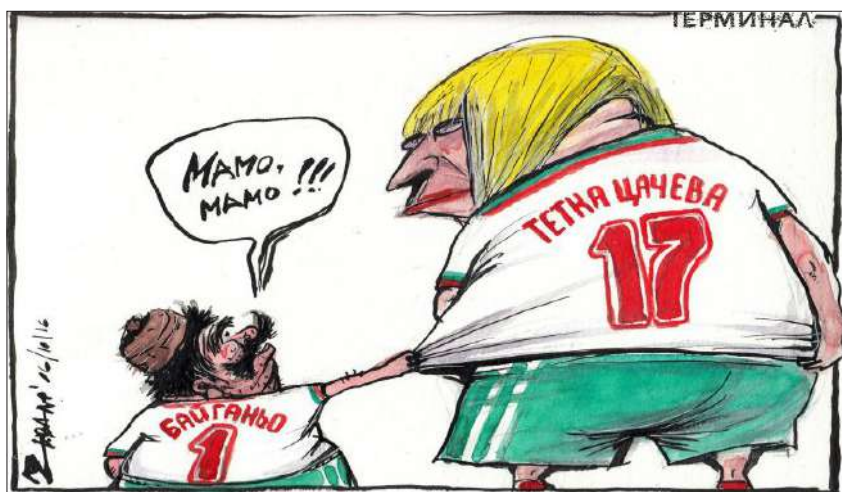
Илюстрация 7. Акуширането на властта [Сега, 2016в], предизборната мимикрия и популистките ходове [Сега, 2016 а]. Автор: Христо Комарницки



Илюстрация 8. Де(кон)струкција на политическата опозиција [Стършел, 2016]



**Илюстрация 9.** Президентът Георги Първанов сред оръжеен арсенал разглежда снайпер. На въпроса „За едър дивеч ли я взимате?“, той отговаря с широка усмивка: „Да, за президентските избори“ [Стършел, 2016а]



**Илюстрация 10.** Непрекъснатото завръщане към корените, видно през погледа на карикатуриста Чавдар Николов, 6 окт. 2016 г. [Николов, Ч. 2016]. Изображенията се публикуват тук с разрешението на художника Чавдар Николов