



**С развитието на социалните мрежи значително се промени начинът, по който функционира гражданското общество.**

**Борис Бонев,**  
„Спаси София“

**А**ко беше град, Facebook в България щеше да е столица. Щеше да има два пъти повече население от София - 3.3 млн. души, без да се броят пенсионерите и децата. Щеше да расте с изумителни темпове, напук на демографския залез на България: в началото на 2013 г. там са били 2.5 млн. души, а в края на 2016 г. вече са с 800 хил. повече.

Но Facebook не е град. То е много повече. Представете си какъв огромен, все още неосъзнат и до голяма степен неизползван свят е това: населен е с огромната част от трудоспособното и с вероятно 100% от активното население на страната, плюс цялата диаспора - онзи изгубен милион, за който романтично искаме да се върне обратно. И то не като някаква институция, която гържи на хартия ЕГН-тата на милиони хора, а като домовете им - съдържащи ценните им спомени, мечти, разочарования, приятелства, идеи.

Това е идеалният канал. Идеален за бизнес, защото всичките ви клиенти са тук, на един клик разстояние. Идеален за политика, защото можете да говорите с всеки и всеки да ви чуе. Идеален за социални каузи, защото винаги можете да намерите съмишленици.

Той вече ни променя. Графиката на социалната активност в обществото, ако може да бъде направена, вероятно госта ще се припокрие с ръста на потребителите на социалната мрежа (виж текста на стр. 13-14). Компаниите, които имат да защитават брандове, имат цели екипи, които се занимават с Facebook (виж стр. 17-18). Онези, които доскоро са разчитали на местния пазар, вече намират и биват намирани от потребители далеч извън границите на страната. Раждат се движения и дори партии, които разчитат първо на социалната мрежа за популярност и за платформа, вместо преди това да градят физически структури (стр. 15-16). Дори Бойко Борисов се изявява по-често в профила си, отколкото по телевизията. Идеални неща, разбира се, не съществуват. За всяко нещо, което Facebook дава, има неща, които отнема. Буди социална активност, но създава ехо-балони, в които алгоритмите му ви изолират все повече. Дава възможности на бизнеса, но изядва отвътре индустрии като рекламата и медиите и има несъразмерна пазарна сила, защото вместо един от играчите на пазара той се превръща в самия пазар. Позволява раждането на локални политически движения, но и ражда армиите от платени тролове, които заглушават смисления дебат. Създава най-големия и пълен в човешката история архив от данни, но позволява на онези, които знаят как да го ползват, да манипулират мнението, идеите и дори мисленето ви.

И в крайна сметка може да се окаже, че компаниите са много по-приспособими към този нов свят от хората. Защото те могат да оцеляват в морето от негативни емоции, докато ние госта често се давим в него (стр. 19).



**Голяма илюзия е, че виждаш всичко. Подобните хора обаче виждат подобни на своите мнения. Оставащ с впечатлението, че това е светът, а той не е.**

**Александър Симов,**  
кандидат-депутат от БСП



**Има умора от инструментите на демокрацията и социалните медии дават нов шанс, но само ако в комуникацията има елемент на искреност и откритост.**

**Найден Николов,**  
преподавател в Софийския университет

# Как станаме Facebook граждани

Мрежата промени из основи организирането на граждански каузи, протести и групи за натиск.

автор

Люба Йорданова | [lubay@capital.bg](mailto:lubay@capital.bg)

**Г**одината е 2010. Правителството на ГЕРБ предлага промени в Закона за електронните съобщения, които разрешават достъпа до разпечатки на мобилни разговори и интернет съобщения при разследване на престъпления. Започва самоорганизиране на граждани в социалните мрежи за протести пред парламента. Избухналото недоволство принуждава депутатите да приемат поправките със сериозни промени. Четири години по-късно журналистът Илия Вълков ще нарече това гражданско недоволство „първата голяма репетиция на интернет активистите“ в книгата си „Комуникация на граждански движения“.

Следващите години видяха все повече протести. Първо срещу шистовия газ, генномодифицираните организми и търговското споразумение АСТА, после срещу закона за горите. Недоволството срещу високите цени на тока свали кабинета „Борисов“, а по-късно дойде и мащабната гражданска мобилизация срещу избирането на Делян Пеевски за председател на ДАНС и срещу кабинета „Орешарски“. Във всеки един от тях социалната мрежа играеше все по-голяма роля. Мейлинг листите отстъпиха място на Facebook групите. Листовките в метрото - на онлайн поканите за събитие. Лозунгите - на хаштаговете. Разпространението на информация стана по-лесно от всякога, а заявяването на участие е само на един клик разстояние. Без гаранция за присъствие на живо, разбира се.

Социалната мрежа промени из основи организирането на граждански каузи, протести и групи за натиск. Би могло да се спекулира, че Facebook е един от ключовите фактори за все по-голямата гражданска активност през последните години. Една от най-големите слабости на мрежата е и една от най-силните ѝ страни - тя позволява лесното създаване на мрежи от съмишленици. Ако имаш добра идея, вече лесно можеш да я споделиш с много хора. Ако имаш лоша обаче - също. Facebook стана инструмент както за мобилизиране на автентична гражданска енергия, така и за лесна манипулация и радикализиране на големи групи хора.



## Няма ясна граница между онлайн и офлайн активизъм и следователно в България не може да се говори за професионални онлайн активисти.

**Леа Вайсова,**  
преподавател в Софийския университет

Първоначалният ентузиазъм е все още тук, но той вече върви ръка за ръка с рисковете на новите медии.

### Граждани на е-площада

„В България гражданското общество с такива мащаби и разнообразие на практика не съществуваше до появата на първите Facebook групи и инициативи“, смята Борис Бонев от „Спаси София“, които за две години привличат над 33 хил. последователи в мрежата. Социалната мрежа дава публичност на инициативите на организацията, улеснява контактите ѝ с активни граждани, събира идеи за подобрения на идеите им. Според Бонев лесното, безплатно и лично разпространение на информация позволява на организациите да предават своите послания без посредничеството на традиционните медии или реклами. Това има и негативна страна. „Тази достъпност и пренасищане с информация и каузи води до ефекта на заинтересования незаинтересован“, казва Борис и дава пример с това, че огромната подкрепа онлайн невинаги се пренася в реалния живот. От опита на „Спаси София“ едва 10% от заяvilите, че ще присъстват на дадено събитие или протест, наистина отиват. „Това е сериозен проблем, тъй като създава измамно чувство за популярност и множество, които остават само на думи и like-ове вместо на дела, коментира Бонев. Оттам следва и най-опасният резултат – измамното чувство за изпълнен обществен дълг.“

„Facebook е бил винаги полезен за активистите, но сам не е достатъчен за постигане на обществена промяна“, смята и журналистът Павел Антонов, който е сред създателите на мрежата за гражданско действие „БлуЛинк“ - една от първите в Централна и Източна Европа, изцяло предназначени за виртуален обмен между граждански организации и активисти. За каузата срещу монопошването на обществени места инициативата „България без дим“ събира през 2010 г. хиляди подписи и огромна онлайн подкрепа. Всичко става истинско обаче едва когато Павел и още десетина души се изправят пред парламента и застават пред камерите. „Facebook може да

генерира впечатляващи бройки привърженици на една или друга кауза, но не дава реална представа за подкрепата и надеждността на съмишлениците - за това трябва реална комуникация с тях“, смята активистът.

### Ехо, има ли някой?

Павел Антонов разказва, че още при създаването на „БлуЛинк“ през 1998 г. инициаторите на мрежата са си представяли тя да служи освен за обмен на информация и за по-добра координация и единодействие между активистите. Според Антонов обаче, Facebook по-естествено разделя, отколкото сдružава хората. „Веднъж влязъл в неговата комуникационна среда, потребителят постепенно се затваря в собственото си аз, в собствените си представи, предпочитания и прегразсъдъци и се конфронтира с всичко, което не съответства на тях“, коментира журналистът. Ако някой „приятел“ е споделил различно мнение, той бързо може да бъде разприятелен. Ако във фейдга ти се появи съобщение за кауза, която не подкрепяш, насреща е бутонът „не следвай“. „Така се създава и тенденция за отчуждение и изолация, която отслабва колективните действия“, коментира още Антонов.

Подобно наблюдение споделя и журналистът и изследовател Илия Вълков. „Вместо да развива диалога, мрежата разви разделението“, смята той и допълва, че според него хората са загубили дори уменията си да спорят, а социалните медии са засилили процеса на противопоставяне между различни групи в обществото. Изводът му за крайния ефект от този процес не е оптимистичен: „Загубихме всеобщия ориентир за добро и зло. Всяка група има свое разбиране. И всеки спор завършва с усещането, че „моралът ми е по-добър от морала ти“.

Преподавателят от Нов български университет проф. Анна Кръстева, която изследва темите дигитална гражданственост и интернет демокрация, смята, че в България няма стремеж ефектът на балона и ехо-стаята да се тушира и неутрализира - дори напротив, подсилва се с това, че политиците обикновено не отговарят на критични коментари, а



## Използването на Facebook като информационен канал може да привлече вниманието към един политик, но само комуникацията с публиката може да го загържи.

**гоц. Десислава Бошнакова,**  
преподавател в НБУ и PR специалист

гражданите разприятеляват разномислещите. Проф. Кръстева е забелязала и една тревожна тенденция - докато преди протестите екологичните и други каузи са използвали социалните мрежи за отваряне на гражданските инициативи и достигане до максимален брой потенциални участници, днес хората се ограничават в затворени групи. „Толкова враждебна, истерична, нажежена до червено стана публичната среда, че за да се възмутиш от Луков марш и от националистични превъплъщения на консерватори в путиновски атакисти или да се зарадваш на училище, осмелило се да отвори врати за деца бежанци, трябва да го направиш в затворена група“, коментира преподавателката.

Социалните мрежи освен това създадоха нови лидери на мнение и промениха разбирането за авторитетите. Както отбелязва Илия Вълков, „днешният „авторитет“ има хиляди последователи в мрежата и не е задължително да има изключителни постижения в своя живот извън интернет - важно е да имаш „статуси“, които събират „лайкове“.

### Facebook дневен реч

Ако допреди няколко години традиционните медии диктуваха обществения дебат, днес все по-често се случва техният дневен реч да се води от случващото се в социалните мрежи. Традиционните медии пък развиха „практиката да препубликуват статуси от Facebook, с което платформата започна да придобива и други измерения на сериозност“, допълва изследователката и припомня, че социалната мрежа измести до голяма степен и блогите.

Илия Вълков говори и за „диктатура на профилите“, която е развила свой модел на „морална полиция“, който въвлеча и задължава. „Има дни, в които злосторнието развива свои ритуали на взаимно информационно опрашване - ако не напишеш статус за темата на деня, усещаш изолацията на групата“, коментира Вълков. **IK**