

Бъдеще въпреки социалните мрежи

Приветствие към абсолвентите на випуск 2016 на Нов български университет

Доц. д-р Йордан Ефтимов, литературен критик и историк

Скъпи абсолвенти, уважаеми г-н Ректор, колеги, дами и господа,

Писал съм некролози – да, обширни портрети на починали велики личности (спазвайки обаче не принципа „За мъртвите добро или нищо“, а по-непопулярния у нас „За мъртвите – всичко или нищо“), писал съм речи при приемането на награди – последния път беше, когато една моя книга спечели националната награда за поезия „Христо Фотев“ (да си призная – за много от почитателите на големия поет, на чието име е наградата, моята поезия изглежда неприемлива, така че трябваше да обясня какво ценя в неговата въпреки разликата – не ми повярваха), говорил съм пред шестокласници (миналата година в рамките на организирания от Асоциация „Българска книга“ „Поход на книгите“ – естествено, убеждавах ги, че след тази на писателите най-добрата професия е на магьосниците), но досега не и приветствие към завършващи университет напористи млади професионалисти.

Освен това нали с тази реч ще се наредя до личности като Чък Норис, Арнолд Шварценегер, Джим Кери, Боно от U2 и дори авторката на „Хари Потър“ Джоан Роулинг, които през последните години са били канени за подобни слова в американски университети? От тази мисъл няма как да не ми се завие свят, ще се съгласите.

За човек като мен произнасянето на реч по повод завършването на новия випуск на нашия Нов български университет е задача два пъти по-трудна, защото сред курсовете ми има и един пряко свързан с подготовката на речи по различни поводи. Благодарение на този курс сам съм се научил, че както има блестящи примери за вдъхновяващи речи, включително от български оратори, така има и предостатъчно примери за това колко недостатъчно развито е и публичното говорене в съвременна България, колко малко място му се отделя като обществена ценност. Затова преди да премина към същинската тема на речта си, ми се ще да кажа нещо за тази ситуация на публичното говорене.

В курса, който през последните години водя пред студенти първокурсници по интериорен дизайн и мода, винаги тръгваме от това колко сравнително рядко

присъстваме на произнасянето на речи, които целят да ни убедят в някаква кауза. И че може би една от основните причини за това е, че решенията не се взимат на демократичен принцип. Не си представяме, че има и грам правдоподобие във „Великият диктатор“, нали? Давам лошия пример с неособено целенасочените предновогодишни послания на президентите по телевизията секунди преди да отворим бутилките с шампанско и обръщам внимание върху това, че истински пленяващи слова за постиженията и мястото в сърцата ни, което винаги е получил наш току-що починал колега и съгражданин, можем да чуем май почти само от филмите. Но давам и добри примери за ефектни, сърцераздирателни речи, произнесени през последните години, и сред тях винаги е приветствието на Стив Джобс, основателя на Apple, пред абсолвентите на Станфордския университет през 2005 г. Той говори от своя опит, говори с примери и говори и за неуспехите си, от които е научил нещо, което може да сподели. Но тихата бомба в думите му идва, когато заговаря за професията като за фундаментална ценност, свързана не с материалния успех, а с усещането за личностна реализация. Джобс казва в тази реч:

„Работата ще заеме голяма част от живота ви и за да сте удовлетворени, трябва да вярвате, че е страхотна. А единственият начин да вършите страхотна работата, е да обичате това, което правите. Ако още не сте го намерили, продължавайте да търсите. Не се примирявайте! И както всичко, което има значение за сърцето, вие ще разберете, когато го намерите. Не позволявайте „шумът на другите“ да ви отклони от вашия вътрешен глас. И по-важното – имайте куража да следвате сърцето и интуицията си.“

Това е просто, може би прекалено просто, дори наивно (бих казал на студентите си в курса по речите), но важно послание, защото онези, които правят жертви в името на сбърканата си мечта за висок стандарт на бита, жертват всъщност всичко. Американският писател Франсис Скот Фицджералд например е показал как един талантлив лекар се жени за богатата жена, жертвайки професията си – и как губи живота си.

Но защо да се ограничаваме със Стив Джобс. Знаете кой е Джеф Безос, нали? Може би дори сте пазарували от Amazon? Тъкмо той озаглавява речта си през абсолвентите на Принстънския университет през 2010 г. „Ние сме това, което избираме“. Дълбоко либерална идея. Ние не сме какъвто е произходът ни, а това, което избираме. Е, то до немалка степен зависи от произхода ни, разбира се. Винаги можем да контрираме, това е ясно.

Затова аз с моя не кой знае колко успешен опит – просто утвърден литературен критик във време и на място, където тази професия е сред омаловажените и само благодарение на бързите медии и някоя рубрика по телевизията (а аз имам седмична рубрика в една от националните телевизии с най-нисък рейтинг – самата Българска национална телевизия) някой може и да отчете, че може би донякъде съм успял в професията си – ви казвам, че винаги в рамката стои темата за ценностите. Кой са ценностите, които ще поддържаме.

За мен няма съмнение, че Нов български университет защитава либералните ценности. Какво означава това, казано най-просто? Това е някой поставен в моето положение да ви убеждава, че е прекрасно да вярвате, че не просто бъдещето ви зависи от вас самите, но и че в това бъдеще вие имате отговорност пред себе си, но и пред една общност, надхвърляща семейството ви. Това означава, че ако вие искате да успеете в живота, едно от важните неща, които можете да направите, е да търсите начин да проявите способностите си, променяйки света. А за промяна има такъв простор! Ако завършвате журналистика, не може да не виждате разликата между съвременните български медии и водещите световни медии – не само по ангажимента и безкористната служба в полза на обществото, но и по качеството на медийния продукт, на разказа, плътността на героите, представянето на темата. Не само разследващата журналистика често у нас е изпълняваща частна поръчка, но и фичърната не успява да разкаже за конкретния живот с достатъчна сила и въздействие. Ами какво чакате! Още по-трудно е, ако завършвате право или икономика. Понякога и днес ми минава през ума – простете за откровената нападка – че вероятно има абсолвенти по право, които през цялото време са учили само с надеждата за добро бъдещо заплащане като експерти на сигурни престъпници. Вероятно бъркам. Или икономиката – къде е желаният свободен пазар, постигнахме ли ниво на истинска конкуренция? Ако не сме – не трябва ли да търсим начин да го постигнем? Дали е възможно да има български визионери икономисти? Искрено се надявам.

Макар да не споделям възторга от материалния успех, така типичен за повечето съвременни хора (но имайте предвид, че аз съм възпитаник и на НГДЕК, а това си е диагноза), ще обърна внимание, че дори в приветствието на Арнолд Шварценегер, отправено през 2009 г. към абсолвентите на Университета на Южна Калифорния, щата, на който известният актьор по онова време е губернатор, се настоява за идеализъм. В един момент Бате Арни или Губернаторът (както предпочитате) казва: „Знам три златни правила за успех в живота. Първо, отиди в Америка. Второ, бачкай здраво. Трето, ожени се за някоя от рода Кенеди.“ И веднага допълва, че това е само шега, а истината за успеха е свързана с желанието да реализираш мечтата си да промениш с нещо света към по-добро (за което първо ще ти трябва дефиниция за по-добро и работата става дебела).

Но днешната ми тема е свързана със съвсем конкретна част от нашето разполагане в света днес. Социалните мрежи, в които прекарват немалка част от живота си родените след 1989 г. – знаете, че World Wide Web е изобретена от англичанина Тим Бърнърс-Лий тогава. Може би вече и по-голямата. Е, за социалните мрежи е добре първо да дадем думата на създателите им – така казвам аз като академичен преподавател, макар да знам, че вие като техни обитатели бихте си дали думата първо сами на себе си.

„Социалните мрежи работят най-добре, когато се включат в режима на някой от седемте смъртни греха. Facebook е егото. Zynga е леността. LinkedIn е алчността. А Facebook е суетата, фокусирането върху това, как хората избират да се представят пред своите приятели. И чувството, че са свързани. Обичам да подчертавам значението на дълбоката универсална, психологическа структура в съзнанието на хората. Zynga е за забавление. Забавлението е важно. Забавлението е добро. И да имаш възможност да направиш нещо забавно за 10 или 15 минути, което е в собствените ти ръце и е свързано с приятелите ти, е по-добре, отколкото онова, което постигаш с телевизията – една по-добра социална свързаност. LinkedIn пък е мястото на контрол на твоята икономическа съдба и на подобряването на начина, по който работиш като професионалист, тази мрежа може да ти помогне да развиваш конкурентните си предимства. Това са крайгълните камъни на това, което определяме като пълноценно качество на живот.“

И това го казва един от водещите предприемачи и инвеститори на нашето време – Рийд Хофман, създателят на LinkedIn и един от първите инвеститори във Facebook. Първата социална мрежа, която той създава, се нарича SocialNet – тогава Марк Зукърбърг все още е ученик току-що влязъл в гимназиалната степен на образованието си. Когато прави изявлението си за връзката между християнските смъртни грехове и социалните мрежи в The Wall Street Journal през 2011 г., зад гърба му е участието в 114 стартирания на високотехнологични компании, между които още Flickr, Groupon и Zynga, а сред първите му финансови удари е PayPal, система, която успешно продава с отбора си на eBay през 2002 г. През 2015 г. списание Forbes оценява състоянието му на \$4,7 млрд.

И тъкмо в тази статия в „The Wall Street Journal“ Хофман е достатъчно откровен да отбележи, че социалните мрежи в епохата Web 3.0 ще бъдат задвижвани от данните, които са три вида: експлицитни данни, които ние сами трупаме в своя профил, но също и имплицитни данни, които се създават от начина, по който действате онлайн. И третата група данни – резултат от анализа на първите два. Социалните мрежи разполагат и със системи, произвеждащи този трети тип данни. Тези данни обаче могат да се използват по различни начини – ето за какво Хофман не говори. Те могат да се използват, за да помогнат на фирмите да си намерят наистина подходящите работници (о, колко хубаво намерение!), но те могат да помогнат и за вкарването ви в една група, обречена на слаб интерес от страна на работодателите. Но най-важното е, че при всички случаи системите ще ви анализират за три секунди с какъв тип реклама да обрамчат присъствието ви, така че щом се огледате да не можете да мръднете от изкушения.

И така: ясно е, че ако завършвате търговия, няма как да не знаете колко полезна може да ви е една социална мрежа, за да пласирате стоката си. Ако приемем, че това да пласираш стоката не означава да пласираш опасна за хората стока, тази употреба на социалните мрежи изглежда съвсем приемлива. Е, винаги съществува рискът да се отдадеш на забавлението, което тя също ти предлага, но ние веднага приемаме, че завършилите НБУ са достатъчно зрели, за да устоят на изкушението, поклащащо се във вид на споделен клип.

Връзката на социалните мрежи със седемте смъртните гряха просто е начин да обърнем внимание на опасностите, които стоят пред нас като същества, способни да изкористят всяко изобретение още в мига, когато е помислено. Затова и ще спомена само че в статия, публикувана преди десет дни в списание „Atlantic Monthly“ Робинсън Майър разширява и уплътнява метафората на Безос: според него Instagram е лакомията (или ненаситността, ако щете), Tinder е похотта, Zynga е леността, LinkedIn – алчността, Twitter – гневът, Pinterest – завистта, а горделивостта без всякакво съмнение е Facebook. Докарахме ги до седем, нали? Помислете върху тази метафора, тя не е съвсем произволна.

Ще дам пример със себе си. Бях във Facebook през 2008 и 2009 г., а през ноември 2009 г. излязох от всички групи, на които бях член, заличих „приятелите“ си – бяха 372 (днес, ще кажете, че това е нищо), не бях качвал снимки, така че нямаше какво да трия в този раздел, така че спокойно дръпнах и главния шалтер на профила си. После известно време системата твърдеше, че има празен профил на мое име с един приятел (такъв, какъвто никога не съм познавал). После като светлинка на постепенно стигащ дъното лайнер и този приятел попримига и изчезна. Няма ме там. (Няма ли ме? Напишете „Йордан Ефтимов“ и ще се сблъскате с поне сто души с моето име в социалната ви мрежа. Социалните мрежи имат и тази особеност – виждаме, че сме винаги неуникални, част от тип. Може би затова всеки така се старае да изглежда различен и затова всички приличат на магарето от онази приказка, в която царят на животните събрал всички на бал, а магарето се съдрало от рев.)

Емигрирах от Facebook, но егото продължаваше да ме тормози. Така че след няколко години се заселих в Twitter и LinkedIn, дори в уж безобидната мрежа за книголюбци GoodReads. А какво ми се случи в тях? Установих, че в LinkedIn най-честите обитатели са онези гурута на успеха с пауърпойнт презентациите, които дойдоха на мястото на сектите. В мрежата за книголюбци се навъдиха сикофантите (за онези, които не знаят тази дума – това е думата за платените освирквачи или възхвалители, които днес наричаме тролове – само че в италианската опера преди двеста години), които хвалят книгите, които не са прочели, но са на издателствата, за които работят задкулисно. В Twitter пък наистина се вихрят богините на отмъщението. Ето едно доказателство – извадка от разменени туйтове с ръководителя на българската секция на една от най-силните медии в света днес – Deutsche Welle – Александър Андреев, от 6 декември миналата година:

@al_andreev (първи постинг): Вместо да чета умни книги от умни хора, аз чета глупостите на МНОГО глупави хора във Фейсбук. Защо си го причинявам?

@yordanefftimov към @al_andreev (заядливо): Защото си демократ?

@al_andreev към @yordanefftimov (с ведро самоирония): Това звучи като добро оправдание, благодаря ти! Но по-скоро ми се налага по работа...

@yordanefftimov към @al_andreev (вече с явен гняв): И ти ли си съгласен, че българският Facebook е вид информационна агенция?

С две думи – открих, че в Twitter започвам да се заяждам без да го искам. Ей така, не знам как. Така че хората в социалните мрежи наистина правят неща, които може би не искат. Може би също наистина жителите на Facebook са горделивци, снасящи ценна информация на жълтите медии (ако оттам дърпат информация всички български медии, нека си дадем сметка какви са). И може би наистина в LinkedIn се заселват на първо място кариеристите.

Но когато бях във Facebook, открих и това, че сякаш мрежата ме кара да действам без да мисля. „Не брой до седем, не мери седем пъти!“, шепнеше ми тя с глас от дълбините. „Изразявай каквото ти е в този миг!“

Социалните мрежи ни поставят в една непозната на хората от предходните поколения ситуация – да общуваме в реално време с много повече хора, отколкото бихме могли в живия живот. И това е неочакван стрес. Така че вие, които още сте във Facebook, освен че се калявате да издържате на комуникация с твърде много хора, които обикновено са в ситуацията на разваления телефон и в ситуацията на американски екшън (часовникът на бомбата тиктака, така че нямаш време да преценяваш червения или синия кабел да срежеш, просто режеш), имате възможност да станете профайлъри. Вързахте се, нали?

Когато замислях да ви говоря по тази тема, първо мислех да ви споделя, че зависи как използваме социалните мрежи и че може би онези, които извършват и другаде седемте смъртни греха, ще ги извършват и там. И че Facebook е клюкарница за онези народи, които обичат клюките. Но днес съм много по-убеден, че социалните мрежи все пак сами провокират най-лошото у нас. Един по-възрастен колега от нашия университет, от когото съм научил много като литературен критик и историк, проф. Михаил Неделчев, казваше преди няколко години, че социалните мрежи и дори интернет като цяло – това е новият образ на Сатаната. Аз се смеех – точно като някои от вас. После схванах какво е имал предвид: социалните мрежи изкушават. И това е голямата опасност, а не че световните корпорации ще ползват личните ни данни.

Голямата опасност е в това, че зад идеята за диалога и споделянето стои идеята за контракта и пласирането. Социалните мрежи – каква ирония! – с цялата си виртуалност са най-активният агент на материализма днес.

И понеже вече станах съвсем сериозен, ще си позволя да ви кажа дори нещо напълно мрачно (необходимото *memento mori*, припомняне, че сте смъртни в момента на триумфа ви като взимачи заветната диплома) – има мислители, които са убедени, че според социалните мрежи не съществува минало и бъдеще, а всичко е само сега, царство на амнезията.

Затога и си позволявам в това слово по празничен повод да ви предупредя за опасностите, свързани с технология, в която мнозина от вас виждат реален шанс за помощник в кариерата и живота им.

Накрая ще цитирам друг американец с неговото приветствие пред завършващите университет – но този път не успял предприемач, а писател, човек от моята професионална област. През 2005 г. пред абсолвентите на един от най-престижните колежи – Кениън – Дейвид Фостър Уолас започва с една алегория. Той казва:

„Както си плували една до друга, две млади риби срещнали една по-стара от тях, която плувала по съвсем различен начин. Тя им кимнала и казала бодро: „Добро утро, момчета, как е водата?“ И ето че двете млади риби поплували още малко, и след малко едната от тях се навела към другата и дала глас на учудването си: „Какво, по дяволите, е това вода?“

Надявам се, че имате представа, че трябва да се питате от време на време за уж очевидните неща. Да поставяте под въпрос най-извечните понятия – и да го правите не защото градушка е помляла колата ви или са ви уволнили. Просто да се сетите, че не е чак толкова ненормално отникъде да изниква и това питане: „Какво, по дяволите, е това вода?“

19 май 2016, Горнобански хълм