

## Младежи инфлуенсъри: биографични стратегии и практики.

### Случаят „Choko“

Бистра Драгойкова, докторант по Социална антропология към катедра  
Етнология към ПУ "Паисий Хилендарски"

**Резюме:** Социалните мрежи са средство за споделяне на съдържание, взаимодействие с членове на семейството, приятели, колеги, развиване на бизнес, популяризиране на каузи и теми, място за създаване и споделяне. Сред множеството онлайн потребители, активни и пасивни, съществуват такива, чието съдържание оказва влияние върху нагласите на аудиторията им чрез видеосъдържание, блогове, постове и въобще използване на всякакви публикации в онлайн платформите – инфлуенсъри. Те използват умело различни способности: биографични стратегии и практики, за да гарантират популярността си в социални платформи като YouTube, Инстаграм, Фейсбук и др. В тази статия изследвам именно тези способности докато споделям един случай от теренната ми работа, в който, в период от десет месеца (март-декември 2021 г.), интервюирам, пътувам с и наблюдавам съдържанието на младеж, определящ себе си като инфлуенсър – Choko. Той създава предимно видеосъдържание, гледано милиони пъти в платформата YouTube, поддържа активен профил в Инстаграм, участва в телевизионни предавания и в процеса на работата си използва практики от ежедневието си, разказвайки истории от живота си по начин, по който успява да ангажира аудиторията си с неща, интересни на самия него.

**Ключови думи:** социална мрежа, потребител, инфлуенсър, биографични практики, биографични стратегии

112: това число не е телефонният номер на спешна помощ, а часовете, които, според приложение<sup>1</sup>, следящо потреблението на телефона ми, прекарвам средно на месец в социалните мрежи. Кратък преглед на статистика за броя на потребителите на социални мрежи в избрани централни и източноевропейски страни през 2021 г.<sup>2</sup> ми носи усещане за утеха: не съм сама, а просто една от 4.53 милиона българи. Високата популярност на социалните платформи повдига въпроси за начина, по който те служат на своите абонати. Проучванията в тази насока са много, но много са и трудностите, с които се сблъскват: не само, че авторите влагат различно съдържание в термина в зависимост от теоретичната парадигма, от която изхождат, но се намират и изправени пред поле, в което промяната е константа. Например, ако се изследва как светът *променя социалните мрежи*, то трябва

---

<sup>1</sup> Screen Time App

<sup>2</sup> Number of social network users in selected Central and Eastern European countries in 2021

<https://www.statista.com/statistics/1134033/social-network-users-in-cee-region/> (последно посетен 17.12.2021)

да се вземе под внимание, че това не е изцяло еднопосочен процес. Развитието на технологиите и социалните мрежи само по себе си *променя света*, тъй като в един момент човечеството се оказало притежаващо такъв потенциал за комуникация и взаимодействие, който не е съществувал преди (Miller et al. 2016: 1).

Социалните мрежи се характеризират като средство за споделяне на съдържание, взаимодействие с членове на семейството, приятели или колеги, развиване на репутация или рекламиране на бизнес и намиране на ресурси за общността (Yavich, Davidovitch, Frenkel 2019). Класическата дефиниция, която се използва за онлайн социалните мрежи, ги определя като уеб-базирани услуги, които дават възможност на хората да (1) изградят публичен или полу-публичен профил в рамките на ограничена система, (2) да артикулират списък с потребители, с които споделят обща връзка и (3) имат възможност да преглеждат своя и този на други потребители в рамките на системата (Boyd and Ellison 2007). Не е изненада, че от появата им различните компании се стремят да намерят начин да ги използват ефективно за бизнес цели и за повишаване на собствената си репутация. С експоненциално нарастващата популярност възможностите за маркетинг също нарастват, което довежда до необходимост от постоянно търсене на нови начини за промяна на пазарните стратегии (Žák, Hasprová 2020). С други думи, заменяйки традиционните новинарски портали и предоставяйки удобни канали за обмен на информация, онлайн социалните медии промениха фундаментално моделите на разпространение на социалните мрежи и доведоха до значителни предизвикателства пред съществуващите разбирания. Освен това, обобщените данни от поведенчески записи в онлайн социалните медии предоставят безпрецедентен шанс за задълбочено изследване на динамиката на разпространението в социалните мрежи от различни гледни точки (Zhang, Zhao, Xu 2015).

Това, което прави сайтовете на социалните мрежи уникални, не е, че позволяват на хората да се срещат с непознати, а по-скоро че позволяват на потребителите да артикулират и правят видими своите социални мрежи. Това може да доведе до връзки между лица, които иначе не биха били направени (Boyd and Ellison 2007). В зависимост от платформата характеристиките и функционалността на социалните мрежи варират, което осигурява различни публични и частни канали за комуникация. В процеса на изграждане основна роля изиграват четири типа функции: профили, списъци с приятели, публични инструменти за коментари и потока на актуализации (Христова 2017). Интернет значително промени начина, по който хората общуват помежду си или се отнасят един към друг (Weiser 2001). И така публичката и въобще публичността се оказва ключова при определянето, използването и функционирането на социалните мрежи.

Юрген Хабермас определя публичната сфера като пространство от нашия социален живот, в което може да се формира нещо, което се доближава до обществено мнение. Достъпът до публичната сфера е гарантиран за всички граждани. Част от

публичното пространство може да бъде открита във всеки разговор (Hohendahl, Russian 1974). Значимостта на комуникацията е посочена и от Еманиел Левинас, който постулира, че „Срещата превръща имената-думи в имена-лица. Тя открива личността в индивида, вижда в очите поглед, в погледа – душа, в душата – уникална екзистенциална история“ (Левинас 2002: 116-117). В „Битие и нищо“ Жан-Пол Сартр също очертава важността на фигурата на другите в определянето на Аз-а: „тъй като моето психофизическо аз съществува едновременно със света и попада заедно с него под действието на феноменологическата редукция, другият се явява като необходим за конституцията на самото ми аз“ (Сартр 1999:25). Нуждата на Аза от социалната среда Джордж Мийд обяснява чрез въвеждането на генерализираното друго. Развитието чрез взаимодействие с другите и чрез игра на роли, която еволюира от проста имитация до по-сложна концепция, при която децата играят ролята на възрастен, е процес на приемане на ролята на другия, като по този начин се добива едновременно усещане за „Аз“ и за „мен“ – самосъзнание и действащо лице, наблюдаващо се през очите на другите. Организираната общност или социална група, която дава на индивида неговото единство на Аза, може да се нарече „генерализирания друг“ (Мийд 1934). С други думи за всеки тип поведение, послание и аспект от човешката идентичност има „друг“, т.е. определена аудитория. В онлайн пространството именно аудиторията определя мерилото за успех и дава (или не дава) признание, което се измерва от количеството на харесванията, реакциите, коментарите. Там изграждането на онлайн идентичност е по-сложен процес и негов важен аспект е репутацията, определяща се от взаимодействието с другите и изграждането на тяхното мнение (Христова 2017).

В социалните мрежи оперират множество участници и тяхната активност е с различна интензивност. В статията си “The Impact of Opinion Leaders on the Consumer Behaviour in the Global Digital Environment”<sup>3</sup> (2020) Štefan Žák и Mária Hasprová обясняват, че в зависимост от дейността, която изпълняват, потребителите могат да бъдат разделени на активни и пасивни. Активните от своя страна се разделят на две: създатели на съдържание (content creators) и разпространители и оценители (distributors and evaluators). Пасивните се разделят на три: оценители на съдържание (content evaluators), оценители експерти (observing authorities) и наблюдатели (observers). Активните потребители – създатели на съдържание – принадлежат към ядрото на социалните мрежи. Те създават съдържание в тях, като добавят статуси, изображения или други публикации и формират определен информационен канал. Активните потребители – разпространители и оценители – взаимодействат със съдържанието. Такъв тип взаимодействие е например коментиране на публикации и създаване на дискусии, споделяне и разпространение на съдържание или оценка на публикация и преглед под

---

<sup>3</sup> „Влиянието на лидерите на мнение върху поведението на потребителите в глобалната цифрова среда“ – прев. авт.

формата на мнение. Пасивните потребители – оценители на съдържание основно се характеризират с даването на оценка и споделянето на приноса на другите. Този тип потребители често само четат коментари и рецензии, но не добавят свои. Пасивните потребители – оценители експерти са рядкост. Те активно участват в дискусии със своите експертни становища. Техните мнения се разпространяват бързо и оказват по-голямо въздействие, тъй като самите те са експерти в дадена професионална област. Пасивните потребители – наблюдатели не са активни в социалните мрежи (Žák, Hasprová 2020).

В обсега на антроположкото ми търсене попада активният тип потребители, които създават съдържание и оказват влияние върху аудиторията си. Според онлайн версията на Cambridge dictionary, думата инфлуенсър означава човек, който влияе или променя начина, по който хората се държат<sup>4</sup>, т.е. това представлява нов тип независима трета страна, която оформя нагласите на аудиторията чрез блогове, постове и въобще използване на всякакви социални медии (Freberg, Grahamb, McGaughey 2011). Инфлуенсърите обикновено представляват някакъв тип професионалисти, които са придобили популярност благодарение на своята проникателност и умение в определена област. Стратегията им се състои в замисляне, изобразяване и представяне на добре структурирани публикации по дадена тема в предпочитаните от тях медийни платформи, свързани с мрежата (Veluchamy 2021). За целта инфлуенсърите създават съдържание, споделят лични истории, разказани по интригуващ начин. Автентичността играе важна роля в предаването на практики, които те прилагат в ежедневието си. Те често се обръщат към аудиторията си като към приятелски кръг. Именно тези биографични стратегии и практики са фокус на моето изследване).

Както споменах в началото, високата популярност на социалните платформи в съвременна България и на инфлуенсърите, които създават съдържание в тях, поставят въпроси за начина, по който те служат на своите абонати, както и за източниците в собствения им живот, от които черпят вдъхновение за създаването на съдържание. С цел да изследвам последното, споделям един случай от теренната ми работа, на който съм посветила най-много часове – случаят „Choko”, младеж, определящ себе си като инфлуенсър. Той използва биографични практики при правене на видеа, които споделя със своята аудитория. Поради спецификата на терена съм предпочела подход, при който изложението на теренния материал върви паралелно с анализа. За по-лесно разграничаване от общия преглед на полето съм заложила заглавия на различните фрагменти, като съм подбрала всяко измежду тези на музикалните проекти и видеата на обекта на изследване, тъй като така виждам възможност теренът в един смисъл да се „самоопише“.

---

<sup>4</sup> Източник: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>

## **НИКОГА НЕ СТЕ ЧУВАЛИ ИСТОРИЯТА НА СНОКО!<sup>5</sup>**

Стоян Вълков, по-познат в социалните мрежи като Choko<sup>6</sup>, е ученик на 17 години в Хуманитарната гимназия (тогава ГХП „Св.Св. Кирил и Методий“) в град Пловдив, когато за пръв път го срещам през 2016 година. Впоследствие станах негова учителка по дисциплината Философия в последната му година в гимназията, като личните ми впечатления от този период са за едно тихо, спокойно, възпитано, стоящо на първия чин момче. Покрай общуването ми с него и съучениците му в часовете научих, че се определя като ютубър<sup>7</sup>, инфлуенсър<sup>8</sup> и артист<sup>9</sup>, но каналът му в платформата YouTube, СНОКО, не предизвика в онзи момент у мен зрителски интерес, тъй като съдържанието му (тогава) се състоеше най-вече от опити за създаване на gaming<sup>10</sup> видеа. Приятелството ни във Фейсбук датира от май 2016 г. От позицията си на учител на Стоян знам, че той е родом от град Пловдив, а след завършване на средното си образование се мести в град София, където понастоящем работи, живее и учи кинорежисура в Нов български университет. Контакт с него след напускането му на град Пловдив поддържах от време на време, като той се състоеше от спорадично разменяне на съобщения в Месинджър<sup>11</sup>. Те зачестиха след промяната на съдържанието на YouTube канала му през 2019 г., която предизвика моя искрен интерес, и станаха регулярни след началото на 2021 г., когато се свързах с него с молба да го включа в антроположкото си изследване, която той прие с охота.

## **ЗА ТЕБЕ<sup>12</sup>**

След първоначалното преодоляване на ролите учител-ученик, с които бях свикнала да определям взаимоотношенията си с него, аз започнах да наблюдавам социалните му мрежи с друго око (често и с по две). Вследствие на това забелязах основните интереси, които намират отражение както в многобройните му снимки, постове и сторита, така и във видеата му: музика, кино<sup>13</sup>, психология и философия<sup>14</sup>.

Интересът на Стоян към музиката се проявява в музикалните му проекти, събрани

---

<sup>5</sup> Видео в YouTube канала СНОКО със същото заглавие: <https://www.youtube.com/watch?v=f45HVqItk4Y>

<sup>6</sup> Използва псевдонима си най-вече изписан на латиница (Choko; СНОКО), но понякога и на кирилица (Чоко; ЧОКО).

<sup>7</sup> В началото на познанството ни.

<sup>8</sup> В последствие.

<sup>9</sup> В социалните мрежи Фейсбук и Инстаграм.

<sup>10</sup> Предавани в YouTube Gaming: <https://www.youtube.com/GAMING>

<sup>11</sup> Чат платформата на Фейсбук.

<sup>12</sup> Песен в YouTube канала СНОКО със същото заглавие: <https://www.youtube.com/watch?v=eBMNdiG2hRs>

<sup>13</sup> В част от описанието на Фейсбук профила Стоян Вълков (Choko): „Cinema is in my soul” - “Киното е в душата ми“ (превод на автора).

<sup>14</sup> Посочени като интереси във видеото <https://www.youtube.com/watch?v=f45HVqItk4Y>, последно посетено на 15.12.2021.

в плейлист, носещ името “Choko Music Videos” в канала му в YouTube. Те са 14 (към 14.12.2021 г.) на брой. В едно от интервютата ми с него на въпрос за интереса му в тази област той сподели: “Музикалната ми кариера, ако може да се нарече изобщо такава, тръгна на шега и никога не е била, за да изкарвам пари. Правя музика, защото тя ми позволява да се изразявам по такъв начин, по който не мога да го направя с друго нещо”<sup>15</sup>. Във видеото “Никога не сте чували историята на Choko” той споделя за първата си инициатива в музиката: „...аз постоянно търсих промяната и един ден попитах моя приятел Васето<sup>16</sup> защо да не вземем да пробваме да направим една песен. Той реагира с насмешка като беше ясно, че и двамата сме музикални инвалиди.”<sup>17</sup> От същото видео разбирам, че е свирил на класическа китара като дете – умение, което е развил с лекота, което е дало тласък на любовта му към музиката и което му помага да се свързва с хората. Песните на Чоко “...са вдъхновени от истински случки, чувства и емоции. Старал съм се всяка да е различна и да носи своята собствена енергия, затова няма еднакви. Има бавни, бързи с повече рефрени, с по-малко чисто с цел експеримент”<sup>18</sup>.

## ТОНИ МОНТАНА<sup>19</sup>

Филмите са обект на жив интерес от страна на Стоян от дете. При многобройните ни разговори той неведнъж наблегна на това, че иска да участва в свой собствен филм – и като режисьор, и като актьор в главната роля:

*...това е моята любов в живота. Някой ден, ако съм на 80 и стоя на някоя пейка, ще съжалявам, ако поне не съм се пробвал да направя пълнометражен филм. От малък обожявам да гледам филми и до ден днешен минимум веднъж в седмицата ходя на кино. Харесва ми това, че можеш да създадеш цял свят<sup>20</sup>.*

В описанието на фейсбук профила му виждам, че се самоопределя като *Artist/Filmmaker*<sup>21</sup> и голям привърженик на Батман<sup>22</sup>, а в Инстаграм – само като *Artist*<sup>23</sup>. Когато го интервюирам, обаче, се определя като „човек, който създава съдържание“ и като инфлуенсър, но само в случай, че „става въпрос за влияние и отговорност“<sup>24</sup>.

---

<sup>15</sup> Лично интервю със Стоян Вълков (18.09.2021).

<sup>16</sup> Друг ютубър и добър приятел на Стоян с псевдоним Pícrukk, с когото имат общи проекти, но по-късно се разделят

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=f45HVqItk4Y> (от 07:43), последно посетено на 15.12.2021

<sup>18</sup> Лично интервю със Стоян Вълков (12.11.2021).

<sup>19</sup> Песен в YouTube канала ЧОКО със същото заглавие:: <https://www.youtube.com/watch?v=VrvFTJLssjM>

<sup>20</sup> Лично интервю със Стоян Вълков (03.12.2021).

<sup>21</sup> Име на профила във Фейсбук: Стоян Вълков (Choko).

<sup>22</sup> Оригинално “Huge Batman supporter”.

<sup>23</sup> Име на профила в Инстаграм: @justchokoofficial

<sup>24</sup> В курсив използвам негови думи от лично интервю (02.02.2021).

## С ТВОИТЕ ИМЕНА<sup>25</sup>

Псевдонимът Choko, който Стоян използва, идва, по негови думи, като съкратена версия от скайп-името<sup>26</sup> на негов приятел от детството, на когото Стоян много искал да подражава, но погрешка объркал името<sup>27</sup> и така се оказал с псевдоним (Chokaparlqka HD), който използвал дълго време. С него се представя и в описанието на второто качено видео в канала си в YouTube: “Един палец нагоре няма да е зле, ако ви е харесало и искате да виждате още клипове на Chokaparlqka\*”<sup>28</sup>. В течение на разговорите си с него научих, че по-късно, когато е подготвял първия си музикален проект “Черешка”<sup>29</sup>, Chokaparlqka HD му се е видяло твърде дълго наименование и решил, че е необходимо да го съкрати. Така в крайна сметка се наложил псевдонимът Choko като знаков за последователите му – в описанието на канала си той се представя именно с тази втора, съкратена версия: „Здравейте, аз съм Choko и добре дошли в канала ми!”<sup>30</sup> През 2018 г. Стоян създава втори YouTube канал, като го кръщава със собственото си име<sup>31</sup>. В него иска да измести фокуса на дейността си, за което свидетелства описанието му: “Здравейте, истински съм благодарен, че мога да споделям нещата, които ме вълнуват и интересуват с вас по такъв начин. Това е нов етап за мен, сигурен съм, че ще забележите промяната. От тук нататък това ще е моят канал за видеата, които обичате да гледате”<sup>32</sup>. Въпреки желанието му, обаче, този втори канал събира около 81 хиляди абонати и значително по-малко показвания – 3 712 872<sup>33</sup>, в сравнение с основния му канал.

## МИЛИОНИ<sup>34</sup>

Трибуната на Стоян, благодарение на която той има възможност да търси и изследва себе си, като показва на своите последователи какво прави по пътя към самоусъвършенстването<sup>35</sup>, е най-вече каналът му в YouTube – СНОКО, за който вече споменах. Създаден е на 08.08.2011 г. и се състои от 900 клипа до момента, като към

---

<sup>25</sup> Песен в YouTube канала СНОКО със същото заглавие: [https://www.youtube.com/watch?v=OI\\_TKBIeGnY](https://www.youtube.com/watch?v=OI_TKBIeGnY)

<sup>26</sup> Потребителско име в платформата Skype.

<sup>27</sup> Оригинално потребителско име на приятеля му било Chokoparlqka HD, а Стоян заменил второто „о“ с „а“.

<sup>28</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=aTMhuxQzbeU>, последно посетено на 15.12.2021

<sup>29</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Qmne4JYRnf4>

<sup>30</sup> <https://www.youtube.com/c/ChokaparlqkaHD/about>, последно посетен на 15.12.2021

<sup>31</sup> Име на канала: Stoyan Valkov; <https://www.youtube.com/c/StoyanValkov>

<sup>32</sup> <https://www.youtube.com/c/StoyanValkov/about>, последно посетен на 15.12.2021

<sup>33</sup> Източник: <https://www.youtube.com/c/StoyanValkov/about> последно посетен на 15.12.2021

<sup>34</sup> Песен в YouTube канала СНОКО със същото заглавие: <https://www.youtube.com/watch?v=Z-kKJgHSM1Y>

<sup>35</sup> Преразказвам думи на Стоян от лично интервю (12.11.2021)

днешна дата абониралиите се за него са 308 000, а броят на показванията на клиповете му е 52 831 389.

Тези цифри са достатъчни за мен да мотивирам накратко идеята си да разгледам именно Choko като изследователски случай. Той, според мен, е в състояние да хвърли светлина върху иначе трудно доловимите биографични стратегии и практики, които често плътно се преплитат се с маркетинговите в съдържанието на младежите инфлуенсъри и в крайна сметка остават в сянка. Първоначално целта на канала е да забавлява аудиторията чрез съпреживяване на емоциите от играенето на игри на живо. В интервю за телевизионното предаване „Мармалад“ по bTV Стоян споделя, че като малък мечтае да стане футболист<sup>36</sup>. Постепенно в съдържанието му настъпва промяна, която се дължи на една Новогодишна нощ с негови приятели от Шумен, които му представили Академия Когиталност. И понеже не съм запозната с нея, още когато той я спомена за първи път, аз отворих официалния уебсайт и прочетох, че това е „живототрансформираща... програма, която практически променя всичко онова, което до този миг си мислил за необяснимо, непостижимо или невъзможно“<sup>37</sup>. Впоследствие разбрах, че организират и семинари, на които Стоян среща своя *учител*<sup>38</sup>, а видеата в канала му придобиват съвсем друг облик – от начина на заснемане, през музиката и сценария, до техниката на говора. В тази връзка откроявам няколко поредици видеа, между които: “Никога не сте чували историята на“, „Скритата реалност“, “It’s a new day”, “Мъдрости от вековете“<sup>39</sup>. За да опитам да им направя кратък анализ, аз изгледах (почти) всички гореспоменати в рамките на четири последователни дни.

В първата поредица ми прави впечатление, че авторът разказва за живота на известни личности. Стоян мотивира идеята си да създава точно такова съдържание като обяснява<sup>40</sup>, че такава подробна информация за живота на известни личности във формата на видеа е виждал само в клипове на „чуждоезични“ автори, което ги прави „недостъпни“ за голяма част от говорещата единствено български език аудитория. Както сам споделя<sup>41</sup>, посредством видеата му, човек може да спести време, като за 15-20 минути разбере това, което иначе би му отнело два-три часа.

Във втората поредица, както насочва и самото заглавие, Стоян разкрива “скритата“ действителност, изпълнена с феномени, които убягват на

---

<sup>36</sup> Виж <https://www.btv.bg/video/shows/marmalad/videos/ja-kazhi-na-tija-hora-s-aleksandra-tjurkmen-i-stojan-vaikov-choko.html> (от 06:42), последно посетено на 15.12.2021.

<sup>37</sup> Източник: <https://akademia.kogitalnost.com/>, последно посетен на 15.12.2021.

<sup>38</sup> Така нарича ръководителя на семинарите.

<sup>39</sup> Тази поредица е сравнително скорозна и не съм имала възможност да я изследвам обстойно, за това ще я оставя настрана.

<sup>40</sup> Пак там (от 06:50).

<sup>41</sup> Пак там (от 06:57).



„непрогледналите“<sup>42</sup>. Мотивацията му да прави такова съдържание ми беше разкрита постепенно, най-вече при едно наше пътуване, за което разказвам няколко реда по-долу. Според него, пътуването му към друга реалност започнало, когато бил още в началото на гимназиалните си години и на една училищна екскурзия негов приятел му подарил книга, която се превърнала в неговата любима – „Пътят на мирния войн“ на Дан Милман<sup>43</sup>. Много се впечатлил от написаното и когато години по-късно започнал да посещава семинари на Академия Когиталност, това, което научил там, допълнило вече оживения му интерес към сферата на *менталността*<sup>44</sup> и утвърдило „пътя“ на съдържанието му.

В третата поредица разгледах видеа, в които Стоян споделя императивно мислите си за *Живота, Вселената и всичко останало*<sup>45</sup>. Спускайки се във фунията от повелителни напътствия с главни букви като: „НАУЧЕТЕ СЕ ДА БЪДЕТЕ РАЗЛИЧНИ!“<sup>46</sup>, „СПРЕТЕ ДА СИ МИСЛИТЕ, ЧЕ ЗНАЕТЕ ВСИЧКО!“<sup>47</sup>, „ВНИМАВАЙТЕ КАКВИ ДУМИ ИЗПОЛЗВАТЕ!“<sup>48</sup>, „ЦЕНЕТЕ СЕБЕ СИ!“<sup>49</sup>, „СПРЕТЕ ДА СИ ГУБИТЕ ВРЕМЕТО!“<sup>50</sup> (и други), започнах да се чудя кой от нас беше учителят и кой – ученикът. Тогава го потърсих отново с предложение за пътуване до скално-култовия комплекс „Глухите камъни“ в Източните Родопи – хем да споделим преживяване, хем да прекарам повече време с него. Той се съгласи на мига.

## ДИШАЙ<sup>51</sup>

Пътуването ми със Стоян е част от теренната ми работа, осъществена на 15.05.2021 г. С помощта на кратък наратив бих искала да опиша първото си съприкосновение с част от процеса на създаване на съдържание от Стоян и поместването

---

<sup>42</sup>Така Стоян нарича често в разговорите ни представителите на човешкия род, непосещаващи семинарите на Академия Когиталност.

<sup>43</sup> Която ми препоръча да прочета на всяка цена, защото, по негови думи, ще промени мирогледа ми. От постовете му в социалните мрежи забелязах, че я препоръчва и на последователите си тогава, когато е помолен за препоръка.

<sup>44</sup> Термин, използван от Стоян. Източник: лични бележки (15.05.2021 г.).

<sup>45</sup> Всички прилики с „Пътеводител на галактическия стопаджия“ не са случайни.

<sup>46</sup>[https://www.youtube.com/watch?v=jX\\_s4XHsY&list=PLpU5HURijguoBfI0APOL4NKXAzRtflD2&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=jX_s4XHsY&list=PLpU5HURijguoBfI0APOL4NKXAzRtflD2&index=1)  
2 Последно посетено на 15.12.2021

<sup>47</sup><https://www.youtube.com/watch?v=xaP3HIFfXRc&list=PLpU5HURijguoBfI0APOL4NKXAzRtflD2&index=11>  
11 Последно посетено на 15.12.2021

<sup>48</sup>[https://www.youtube.com/watch?v=czIPSWY\\_kKA&list=PLpU5HURijguoBfI0APOL4NKXAzRtflD2&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=czIPSWY_kKA&list=PLpU5HURijguoBfI0APOL4NKXAzRtflD2&index=6)  
=6 Последно посетено на 15.12.2021

<sup>49</sup><https://www.youtube.com/watch?v=A0CZu82nqI&list=PLpU5HURijguoBfI0APOL4NKXAzRtflD2&index=9>  
Последно посетено на 15.12.2021

<sup>50</sup><https://www.youtube.com/watch?v=1xQ7eVXf59g&list=PLpU5HURijguoBfI0APOL4NKXAzRtflD2&index=3>  
=3 Последно посетено на 15.12.2021

<sup>51</sup> Песен в YouTube канала СНОКО със същото заглавие: [https://www.youtube.com/watch?v=s\\_rQ7RigTy0](https://www.youtube.com/watch?v=s_rQ7RigTy0)

на биографични практики в него. Описанието е основно чрез лични впечатления, тъй като локалните условия невинаги позволяваха да използвам техника за запис и да си водя подробни записки на разговорите ни. Дестинацията предложих аз, а той държеше да се придвижваме с неговата кола и да шофира лично, за което нямах нищо против, тъй като това щеше да ми даде възможност да се съсредоточа върху разговорите.

Беше ранна съботна утрин в средата на май, когато потеглихме от град Пловдив към Малко Градище, като маршрутът ни бе предначертан от Google maps. По пътя говорихме първо за времето и изгрева, след това за общи спомени, които преминаха в разкази за случки от неговото детство. В Любимец объркахме пътя, но с помощта на указания от местни хора излязохме на финалната отсечка, където Стоян предложи да изключим навигацията и „да се впуснем в приключението“<sup>52</sup>. Тъй като вече приближавахме, а и бях забелязала указателна табела преди минути и знаех, че сме на прав път, се съгласих, преструвайки се, че не съм съвсем наясно с пътя, за да бъде усещането за „приключението“ по-автентично. Стоян беше увеличил музиката, подбрана лично от него за слушане по пътя, и припяваше.

Десетина минути по-късно вече паркирахме колата на отбивката от главния път, от която тръгваше горският такъв за Глухите камъни. Слязохме, взехме багажа, който всеки си бе приготвил<sup>53</sup> и тръгнахме. По пътя нямаше никого и това ни даде възможност да говорим и да се смеем на висок глас. Докато вървахме аз разпитвах Стоян за видеата му в YouTube, а той ми разказа за мотивацията си да започне поредицата „Скритата реалност“, за която писах по-горе в този текст. Неусетно стигнахме до трапецовидните ниши и, по стар обичай на естеството на познанството ни, аз изнесох кратка импровизирана беседа с информация за скално-култовия комплекс, която си бях нахвърляла предварително, докато Стоян снимаше наоколо, без да ме слуша особено.

Минахме по всички пътеки така, както указваха табелите и след около час разглеждане и снимки най-накрая седнахме да си починем на мястото с най-добър изглед. Други хора също бяха предпочели да отдъхнат там, но скоро след като пристигнахме, останахме само двамата. Тогава Стоян ме попита дали искам да медитираме заедно. Дотогава не бях медитирала, но знаех от видеата му и от разговорите ни, че това е нещо, което практикува редовно. Съгласих се. Следвайки неговите инструкции, послушно седнах, кръстосах крака, затворих очи и поставих ръцете си така, сякаш държа въображаема топка. По негови думи трябваше да усетя топлина. Повтаряше ми: „*Дишай. Не забравяй да дишаш дълбоко*“<sup>54</sup>. Останахме така в продължение на няколко минути и след това упражнението приключи. Не знам дали от медитацията или от хубавото време,

---

<sup>52</sup> Лични бележки (15.05.2021).

<sup>53</sup> И двамата бяхме с по една раница: моята с храна за двама ни и резервен чифт чорапи, а неговата – с вода, фотоапарат и стойка за фотоапарата.

<sup>54</sup> Лични бележки (15.05.2021).

гледката и храната, но се почувствах ободрена.

Извадих телефона си, за да заснема видео на околностите, в което се вижда и той самият, а аз шеговито коментирам: „Ето, дами и господа, виждате Чоко в естествената му среда – на ръба на една скала“<sup>55</sup>. В резултат на тази моя закачка той ми подаде своя професионален фотоапарат и предложи да направим няколко кадъра – аз да снимам, а той да бъде сниман. Разясни ми накратко как да работя с техниката и снимачният процес започна. Видеата, които снимахме, бяха без звук, а той гледаше пейзажа, усмихваше се, качваше се или слизаше по стълбите, издълбани в скалата, сочеше съседните върхове или просто гледаше продължително право в обектива. През известно време идваше до мен, преглеждаше записите и ми даваше допълнителни напътствия как да снимам. Накрая, когато и двамата се уморихме, той заключи, че кадрите „стават“ и може да ги използва в бъдещо видео.

Докато вървахме обратно към колата, аз го разпитвах за практикуването му на медитация, а той ми разясняваше, че е започнал „*преди години*“<sup>56</sup>, че това е важна част от неговата ежедневна рутина, че много от последователите му се интересуват от това и обмисля да направи още едно<sup>57</sup> видео по темата. Такова видео действително се появява няколко месеца по-късно<sup>58</sup> със заглавие „Дълбока Медитация за Спокойствие и Освобождаване на Ума (за всеки)“ и описание: „Направих специална адаптирана медитация за всеки един от вас, който ме помоли и както добре знаете, аз си държа на думата.“<sup>59</sup> За това свое съдържание той пише, че е „за вас, за тези които им е любопитно. За тези, които искат да излезнат от зоната си на комфорт и да се потопят в необятното.“<sup>60</sup>

Времето, което прекарах със Стоян, разговорите и интервюта, които записах ми помогнаха да видя как в съдържанието си онлайн той влага това, което е близо до самия него. И го прави така, че успява да ангажира аудиторията си с неща, които са му интересни. Това е, което го прави „влиятел“ – човек, който има определена способност да влияе на другите. В ежедневието си бихме могли да определим инфлуенсъра като родител, който оформя поведението на дете, или дизайнер, който определя модните тенденции, или човек, влияещ върху религиозното мислене на религиозните групи. До преди време например университетските преподаватели и лекарите се смятаха за влиятелни. В момента обаче известни личности, блогъри, хора, познати от социалните медии, най-вече се считат за влиятелни (Brown, Fiorella 2013). Неразделна част от успеха

---

<sup>55</sup> Видео от личен архив (15.05.2021).

<sup>56</sup> Лични бележки (15.05.2021).

<sup>57</sup> Първото видео на Стоян на тема медитация е „НИКОГА НЕ СТЕ ЧУВАЛИ ТОВА ЗА МЕДИТАЦИЯТА И ТРЕТОТО ОКО!“: <https://www.youtube.com/watch?v=nyelPnр9n4>, качено на 07.11.2019г. с 178 387 показвания (към 15.12.2021).

<sup>58</sup> Качено на 07.10.2021 г.

<sup>59</sup> Източник: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_QwmsVBF9Vc](https://www.youtube.com/watch?v=_QwmsVBF9Vc) последно посетен на 15.12.2021.

<sup>60</sup> Пак там.

на инфлуенсърите е способността им да създават съдържание, често базирано на лични истории, поднесено по забавен и приятен или приковаващ вниманието начин. Автентичността играе ключова роля – вплитането на практики, използвани в ежедневието, споделянето на лични преживявания и интереси кара потребителите да виждат инфлуенсърите не като често срещан вид реклама, а по-скоро като приятел, на когото се доверяват и препоръчват.

Човекът е социално животно, посочва Аристотел, т.е. има необходимост от общуване с останалите. По какъв начин се осъществява тази комуникация е въпрос на налични средства и способности. В полето на антропологията всички човешки същества са еднакво принадлежащи към културата: те са продукти на обективизация. Тук не съществува такова нещо като чиста човешка непосредственост; взаимодействието лице в лице *де факто* е също толкова културно обусловено, колкото и дигитално медираната комуникация, тъй като да бъдеш човек е както културна, така и нормативна концепция. Самата представа за това, какво означава да бъдеш човек е определяща за разбирането и ситуирането на технологията в ежедневието, а не обратното. Технологията, от своя страна, е средство за общуване, което предлага нови и нови възможности за себеизразяване. Инфлуенсърите разбират това. И дори и посоката на дейността им или съдържанието, което създават да се променят постоянно, то има едно нещо, което остава константа и в настоящата статия се разглежда именно това: лидерите на мнение разкриват частица от себе си, от своя живот, в това, което правят, в начина, по който общуват със своята аудитория. Защото в края на деня инфлуенсърите са хора като всички останали – със своите стремежи, мечти, интереси, страхове и притеснения; продукт на своето време и биография.

## Библиография

Левинас, Еманюел. 2002. *Другояче от битието, или отвъд същността*. Сонм: София.  
[Levinas, Emanuel 2002 *Drugoyache ot bitieto, ili otvad sashnostta*, Sofia, Sonm,]

Сартр, Жан-Пол. 1999. *Битие и нищо. Опит за феноменологическа онтология*. Т. II. Наука и изкуство: София.

[Sartre, Zhan-Pol 1999 *Bitie i nishto. Opit za fenomenologicheska ontologia*, t. II, Sofia, Nauka i izkustvo]

Христова, Теодора. 2017. Изграждане и управление на идентичност в онлайн социалните мрежи. *Eastern Academic Journal*. Issue 1 (March), pp. 23-41. [Hristova, Teodora 2017 *IZGRAZHDANE I UPRAVLENIE NA IDENTIC. HNST V ONLAYN SOTSIALNITE MREZHI*, V: Eastern Academic Journal. Issue 1, 23-41, March]

- Boyd, Danah m., Ellison, Nicole B. 2007 Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 13, Issue 1, Pages 210–230, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brown, Danny, Fiorella, Sam 2013 *Influence marketing: How to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing*, Indianapolis, Que Biz-Tech.
- Freberg, Karen & Graham, Kristin & Mcgaughey, Karen & Freberg, Laura 2011 Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality, *Fuel and Energy Abstracts*. <https://doi.org/37.90-92.10.1016/j.pubrev.2010.11.001>.
- Hohendahl, Peter, and Patricia Russian 1974 Jürgen Habermas: ‘The Public Sphere’ (1964). *New German Critique*, no. 3: 45–48, <https://doi.org/10.2307/487736>.
- Mead, George Herbert 1934 *Mind, self and society*. Vol. 111. University of Chicago Press.: Chicago
- Miller, Daniel, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shriram Venkatraman, and Xinyuan Wang 2016 *Does Social Media Make People Happier?*, In: *How the World Changed Social Media*, London: UCL Press, 193-294 <https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z35.20>.
- Miller, Daniel. 2020 *Social Networking Sites* <https://doi.org/10.4324/9781003085201-10>.
- Leihan Zhang, Jichang Zhao, Ke Xu 2016 Who creates Trends in Online Social Media: The Crowd or Opinion Leaders?, In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 21, Issue 1, 1 January 2016, Pages 1–16, <https://doi.org/10.1111/jcc4.12145>
- Roman Yavich & Nitza Davidovitch & Zeev Frenkel 2019 *Social Media and Loneliness – Forever connected?*, *Higher Education Studies*, Canadian Center of Science and Education, vol. 9(2), pages 10-21, June
- Veluchamy, Ramar 2021 *TO STUDY THE IMPACT OF YOUTUBE TECH INFLUENCERS ON THE CONSUMER* In: *UGC Care Journal*, Vol-44 No.-01(XIII), 173-180 [https://www.researchgate.net/publication/353604786\\_TO\\_STUDY\\_THE\\_IMPACT\\_OF\\_YOUTUBE\\_TECH\\_INFLUENCERS\\_ON\\_THE\\_CONSUMER\\_DR\\_RAMAR\\_VELUCHAMY](https://www.researchgate.net/publication/353604786_TO_STUDY_THE_IMPACT_OF_YOUTUBE_TECH_INFLUENCERS_ON_THE_CONSUMER_DR_RAMAR_VELUCHAMY)
- Weiser, Eric 2002 *The Functions of Internet Use and Their Social and Psychological Consequences*. *Cyberpsychology & behavior : the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*. <https://doi.org/4.723-43>. 10.1089/109493101753376678.
- Žák, Štefan & Hasprová, Mária 2021 *The Impact of Opinion Leaders on the Consumer Behaviour in the Global Digital Environment*, *SHS Web of Conferences*. <https://doi.org/92.06043.10.1051/shsconf/20219206043>.

