

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД БЪЛГАРСКАТА ОБЩНОСТ В ЧИКАГО

СТРАНИЦАТА Е АНГАЖИРАНА ОТ БЪЛГАРО-АМЕРИКАНСКА АСОЦИАЦИЯ - ЧИКАГО



ПРОФ. Д-Р НИКОЛА ЧАРАКЧИЕВ

Въведение

На 4 октомври 2009 година в Чикаго се състои семинар на тема "За състоянието на българската общност в Чикаго". Участниците в дискусиата се солидаризираха с тезата, че "За двадесет години от началото на Петия период на българската имиграция в САЩ (1989-2009 година), в Чикаго са синтезирани основните структурно определящи звена за хармонично функциониране на българската общност и постигнатите резултати са оптимистична основа за интензифициране на амбициозните програми на българите в Чикаго", което беше изразено в специална декларация, популярна като "Декларацията от Pavilion - Chicago". В резултат на обсъждането се родиха няколко идеи свързани с Чикаго, а именно:

- Да се проучи възможността да се празнува ежегодно "Български ден на благодарността и дарителството";

- Да се проучи възможността да се провеждат ежегодно изложби-дегустации, наречени "Българският вкус в Чикаго";

- Да се проучи възможността за създаване на ефективно и трайно "Българско лоби в Чикаго".

Български ден на благодарността и дарителството

Създаването на Български ден на благодарността и дарителството е една благородна проява. Често в програмите на "Български дни в Чикаго" се отделя отрязък от време, посветено на дарителството, което може да се превърне в традиция и проблемите са само с организационен характер.

Българският вкус в Чикаго

Почти всички етноси в Чикаго имат празник, посветен на националния им вкус. Първи опити в това отношение осъществява Българо-Американска Асоциация през време на честване на "Сто години Българо-Американски дипломатически отношения", което се състои на 6 декември 2003 година. Тогава пред българската общност беше представена компанията на г-н Константин Желебинков "European Heritage Wines & Spirits, Inc". От 2004 година през време на "Българските дни в Чикаго" се включват последователно "Вкусен свят", "Mama Mia's Pizza", "Tony's Restaurant & Pizza Peddlers", "V & G Commerce", "Механата", "Attitude", "България", "Hebros Food" LLC и "Младост" Inc. Проблемите за провеждането на "Българският вкус в Чикаго" са от организационен, технологичен, финансов и лидерски характер.

Българско лоби в Чикаго *

В помощ на интересувашите се по темата "Българско лоби в Чикаго", ще припомним, че в брой 40 през 2009 година в списание "Християнство и култура" беше публикувана статията от Борис Станимиров "Размисли за българския национален елит" (Материалът беше публикуван и на www.EuroChicago.com). Станимиров дефинира "Националния елит" като обществено малцинство, което има познанието, самочувствието и волята да формулира дневен ред на цялата нация, приема за своя мисия осъществяването на националната доктрина и има материалната и политическа възможност да го стори. Елитът създава приноси и има последователи и симпатизанти. Мнозинството от нацията следва зададения от елита дневен ред поради споделени ценности и светоглед и поради доверието, което има в елита".

Материалът на Борис Станимиров е една основа за анализ на бъдещия български елит в Чикаго, който вероятно ще започне да се формира през следващото десетилетие. С така нареченото "първо приближение" може да се приеме, че това ще бъдат т. н. "Обществено ангажирани" българи, които понастоящем организират и участват в значимите събития на българската общност в Чикаго и в частност, на семинарите на Фестивала "Български дни в Чикаго". Трябва да се разграничава понятието "Български имигрантски национален елит" от понятието "Български имигрантски браншов (съсловен) елит" и "Интернационален елит с българско участие". Темата за лобизма е слабо разработен в българската литература, но ние ще предложим един възможен МОДЕЛ И ТЕХНОЛОГИЯ за създаване на българско лоби в Чикаго. Изходно начало в тази технология е формирането на условна група на обществено ангажирани българи в Чикаго (от трето ниво на потребност по Маслоу, т. е. "Потребност от социални контакти"). От тази група ще се селектира условна група на елитарните личности (от четвърто ниво на потребност по Маслоу, т. е. "Потребност от уважение"). От нея ще се сформира условно последната група на лобистите (от пето ниво на потребност по Маслоу, т. е. "Потребност от постижения").

Като начало ще въведем няколко понятия, свързани с темата, както следва:

Лобизъм - Възможност да се влияе и УПРАВЛЯВАТ СЪБИТИЯ.

Елит - Личности, които имат ПРИНОСИ и ПРИВЪРЖЕНИЦИ на идеите им.

Обществено ангажирани личности - Лица, които имат СОБСТВЕНИ ПОЗИЦИИ, които желаят да реализират.

Функционални участници - Личности, които ПОДПОМАГАТ обществено ангажираните личности, елита и лобизма.

Ще предложим и един опит за квалификация на българските имигранти в Чикаго по показател, наречен "Влияние в обществото".

1.Имигранти

- 1.1.Класически български имигранти;
- 1.2.Български имигрантски браншови (съсловни) специалисти;
- 1.3.Български имигрантски браншови специалисти в интернационални звена;

2. Ангажирани имигранти;

- 2.1.Обществено ангажирани български имигранти;

3.Имигрантски елит

- 3.1.Български имигрантски браншов елит;
- 3.2.Български имигрантски национален ели;
- 3.3.Интернационален елит с българско участие;



4.Имигрантско лоби;

- 4.1.Българско имигрантско лоби;
- 4.2.Интернационално лоби с българско участие.

Ще отбележим, че по-голямото число в квалификацията показва по-голяма възможност за влияние в обществото. Ще допълним, че "Българският имигрантски браншов елит" се състои от малка група от личности и той оказва ограничено влияние върху обществото. Интернационалния елит и интернационалното лоби с българско участие се очаква да бъдат "вградени" в националните и интернационални системи и е възможно да съществуват трудности за идентифицирането им. Имигрантския елит трябва да се приеме като обществено признание, а не като сертификат.

Къде и как се очаква да се формират посочените по-горе втора, трета и четвърта група? Изходно начало вероятно ще бъдат мотивационните прояви в живота на българите – празници, дискусии, чествания и т. н. В Чикаго се оформил и започнал да се "монополизират" календара на българските обществени прояви. Ще илюстрираме това в един първичен хронологичен порядък (някои от които са променени при "кризисни условия").

Традиционен календар на българските събития в Чикаго с обществен характер**:

Март, 3. Национален празник. Организира вестник "България";

Март, 3. Национален празник. Организира ГКРБЧ*;

Май, първа неделя. Организира БАА и БПО;

- Български дни в Чикаго – пролет;

- "Клуб 36+14";

- Ден на благодарността;

- Българския вкус в Чикаго;

- Имиграционни ценности;

Май, 24. Ден на културата и славянската писменост. Организира БАЦКН;

Юни, 1. Ден на детето. Организира БАЦКН и БАА;

Октомври, 4. Патронен празник на БУ "Джон Атанасов";

Октомври, първа неделя. Организира БАА и БПО;

- Български дни в Чикаго – есен;

- "Клуб 36+14";

- Ден на благодарността;

- Българския вкус в Чикаго;

- Имиграционни ценности;

Октомври. Сливенска вечер в ресторант "Attitude";

Октомври. Храмов празник на БПЦ "Св. Иван Рилски";

Ноември. Дни на наследството. Филмов фестивал. Организира БАЦКН;

Ноември. Годишнина на демокрацията. Организира вестник "България";

Декември. Коледно празненство *. Организира вестник "България сега" *;

Декември, 31. Новогодишна вечер;

- Организира www.EuroChicago.com *;

- Организира VANIA'S – WF&WP.

===

Илюстрация: Илия ТАНЧЕВ

Легенда: БАА – Българо-Американска Асоциация; БАЦКН – Българо-Американско център за културно наследство; БПО – Български партньорски организации; ГКРБЧ – Генерално консулство на Република България в Чикаго; * необходимост от заявка, идентификация или уточнения.

Най-трудно се формира лоби, а супер трудно е създаване на интернационално българско лоби. Българските имигранти трябва да бъдат особено горди, че притежават ИНТЕРНАЦИОНАЛНО ЛОБИ В ОБЛАСТТА НА ОБРАЗОВАНИЕТО, тъй като от 2007 г. "Асоциация на българските училища зад граница" създава и има свое лоби с обхват Европа, Америка и Азия.

Богат архивен материал за събитията и приносите на българите в Чикаго притежава Порталът www.EuroChicago.com. Може би ще бъде уместно този Портал да започне да консултира българската общност за традиционните събития в Чикаго, за да се предотвратят някои проблеми. Колкото и невероятно да е, "Маркетингът" на събитията в Чикаго вече е сегментиран и ангажиран.

Организираните български събития в Чикаго генерират обществено активни субекти, а обществено активните субекти генерират елитарни личности и компании. Вероятно от елитарните субекти ще се роди българското лоби в Чикаго.

Наличието на оценка за личности и компании, което се извършва при раздаването на награди, предполага наличие на четвърто ниво на потребност по Маслоу. За сега шест организации в Чикаго раздават награди за приноси: Българо-Американска Асоциация, Вестник "България", Вестник "България сега", Българско училище "Джон Атанасов", "Българо-Американски център за културно наследство" и Сдружение "Български музей – Чикаго". Наличието на шест институции, които оценяват приносите на българите в Чикаго и раздават награди, е предпоставка за ускорено формиране на елитарно общество в Чикаго.

Илюстративно ще отбележим някои "Параметри на българската национална имигрантска елитарна личност", които ще охарактеризират портрета на елита. Приема се условно, че елитарната личност има над десет години "имигрантски стаж" в САЩ.

Формални параметри на българската имигрантска национална елитарна личност:

- Принос. Един път на 2-3 години;
- Награда. Една път на 2-5 години;
- Публикация от личността. Една път на 1-5 години;
- Публикация за личността. Една на 1-2 години;
- Интервю. Едно на 1-2 години;
- Снимка персонална в медията. Една на 5 години;
- Снимка с участие в публично събитие. Една на 1-2 години;
- Благотворителност. Един път на 1-2 години;
- Дарителство. Един път на 1-2 години;
- Публично участие. Един-два пъти годишно;
- Цитиране. Един път годишно;
- Главна личност в обществена дейност. Един път на 5-10 години;
- Организатор на събитие. Един път на 5 години;
- Лидерско класиране от 1 до 3 място. Един път на 5-8 години;
- Патрон (председател) на събитие. Един път на 10 години;
- Последователи. Над 3 броя годишно.

Клуб "36+14" като "Генератор на ангажирани българи"

Клубът "36+14" се само синтезира. Историята по селектирането му е следната. През последните няколко години семинарите на Българо-Американска Асоциация се провеждат в залите за конференции на "Pavilion Apartments". Залата за презентация е предназначена за максимално присъствието на 50 участника, наречени накратко "Регистрирани участници". Подредянето на масите в тази зала (тип "Кръгла маса") позволява участието на 36 души, наречени още "Обществено ангажирани участници". Останалите 14 души са т. н. функционални участници, а именно: Салонен управител, Кулинарен управител, Озвучител, Филмов управител, Хигиенен управител, Журналисти, Фотожурналист, Филмов журналист, управител на Портала www.EuroChicago.com, Консултанти, Сценаристи и други.

Всеки може да кандидатства за регистриран участник, като изпрати заявка за участие и заплати сумата от \$ 60. През време на дискутирането на основната тема на семинара, регистрираните участници имат на разположение до 3 минути за изказване (т.е. заплащат по \$20 на минута). Практически това могат да си позволят само участниците, които имат значителни приноси в развитието на българската общност и се чувстват горди, че могат да изложат своите приноси публично и да получат оценка за тях (т.е. това са участниците, които имат "Потребност от уважение" по Маслоу). Така се получава само селекция на участниците. Ще отбележим, че до сега не е имало пълно регламентирано запълване на залата, независимо, че програмата е обявявана няколко месеца предварително. Това означава, че в Чикаго все още съществува дефицит на "Обществено ангажирани българи", които се очаква, че ще оформят "Българския национален имигрантски елит".

Изложеният материал е само един модел, целящ да предизвика мотивация сред българската общност в Чикаго. Следващите години ще покажат готовността и скоростта на българската общност за адаптация към ценностите на американските стандарти на живот.

* Ще припомним, че през 2002 година, на среща на българската общност с Мария Папас, първият президент на Българо-Американска Асоциация Динко Динев дискутира идеята за необходимост от създаване на "Българско лоби в Чикаго".

** Цитираните имена и компании са Регистрирани участници във Фестивала "Български дни в Чикаго" от 2004 до 2009 година включително и са оторизирани БАА да публикува данни за тях.