

цяло и особено сред младите генерации от тях - и встъпващите с тях в смесени бракове се формира желание предварително да се обмисля какъв модел на семейство да се създава и колко деца да има в него. Преди това, десетилетия наред "свиването" на циганското семейство откъм броя на децата в него се извършваше спонтанно, неосъзнато и без предварителен план в това отношение.

При изследване и осветляване на проблема за смесените бракове и семейства при циганите е много важно да се отбележи още едно обстоятелство, което има особено значимо отражение и засяга контактите между ромите и българите. Става дума за обстоятелството, че сред циганите съществува относително рязко деление съобразно тяхното вероизповедно ориентиране и съобразно досегашния им начин на живот. **По начало циганите мюсюлмани не желаят да създават смесени бракове с българи.** По силата на историческата инерция и нагласа те държат повече на контактите и общуването си с другите мюсюлмани, с турцизираните и турчеещите се последователи на исляма в нашата страна.

Не такова е положението при циганите християни. Напротив, тъкмо от техните редици излизат най-вече кандидатите и кандидатките за смесени бракове и семейства с българки и българи. Друг е въпросът, че този пиетет към смесени бракове и семейства с българи и българки не се радва на еднаква по мащаб и сила реализация съобразно груповото деление на циганите християни. Това е така, защото различните групи и подгрупи имат различен статут в ромската общност, различна оценка и самооценка за себе си, а оттам и различно отношение към връзките си с "другите", в това число и пряко създаване на смесени бракове и семейства. При едни групи и подгрупи ромският етноцентризъм е по-силно желан и изразен, а при други търпи различна степен на вариране, редуциране и дори елиминиране.

Историята на брачната практика сред циганите показва, че най-толерантни за създаване на връзки и дори на смесени бракове и семейства с нероми (в случая - с българи и българки) са уседналите цигани, - и то така наречените "дасика-