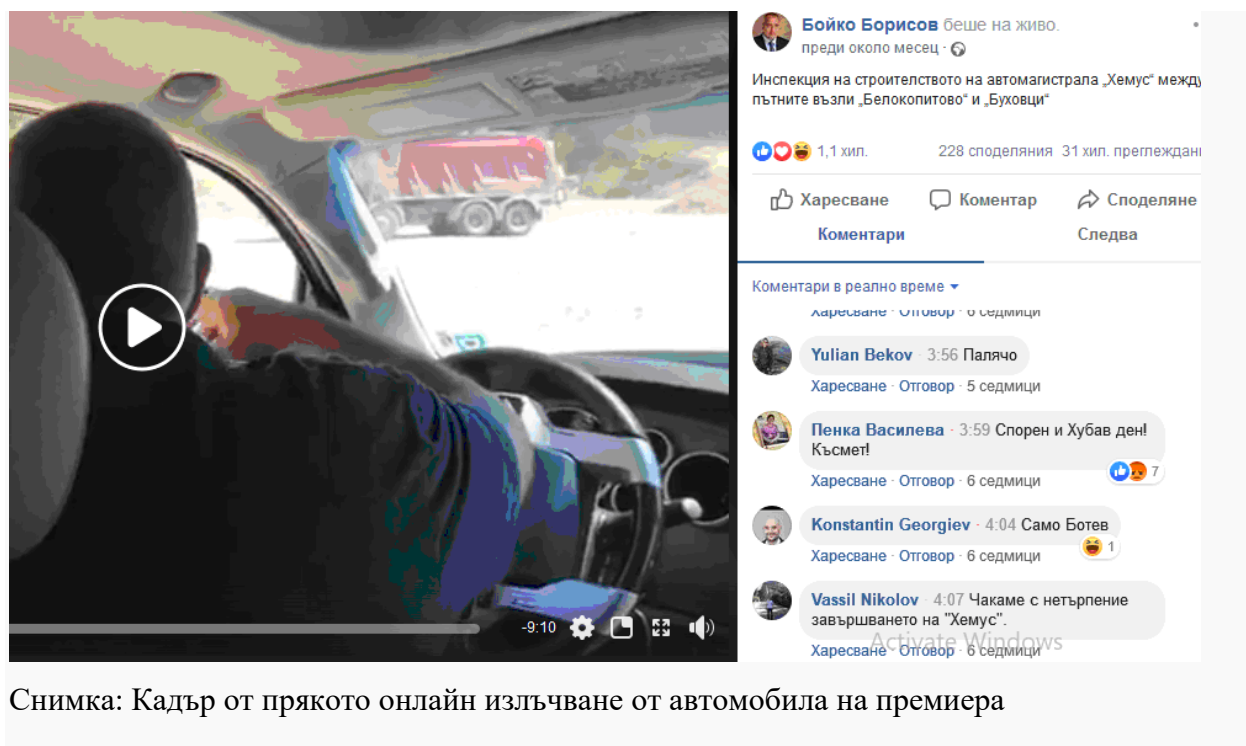




Снимка: Кадър от прякото онлайн излъчване от автомобила на премиера

Комуникационни аспекти

В качеството си на комуникационна форма излъчването е видео-формат, който представя в реално време премиера и неговата работа. По същество форматът е видео-документиране на живо от автомобила на премиера, докато самият премиер шофира и представя пътния участък, обект на инспекцията на 14 август 2019 г.

Прякото онлайн предаване на пътуването, диалозите и монолозите вътре в автомобила, срещите с трети лица, които премиерът прави, спирайки автомобил си, и разговорите с тях, се документират и се излъчват на живо от друг служител, който е вътре в автомобила.

Премиерът шофира, а до и зад него в автомобила са министри и други длъжностни лица. В рамките на разговорите си премиерът обявява тема от политическия дневен ред – изграждането на инфраструктура, както и съобщава новината, че е напълно готов виадукт от 207 метра на 16-километровото трасе на Автомагистрала „Хемус“.

Малко след това премиерът оповестява, че при археологическите разкопки на трасето са открити ценни артефакти, което е предизвикало удължаване на срока на строителството с два месеца повече от предвиденото.

Премиерът анонсира също, че до един месец ще се въведат в експлоатация десет километра от участъка на Автомагистрала „Хемус“ до изхода за „Боаза“.

Като компонент от публичната комуникация прякото излъчване е видео-комуникация, излъчвана чрез технологията на социалната мрежа Фейсбук (live streaming), посредством смартфон (и/ или камера).

При нея комуникаторите са различни – премиерът и спътниците му, а аудиторията – и пряка, в лицето на возещите се в автомобила, и непряка – в лицето на потребителите на мрежата, отговарящи с коментари, харесвания, ангажирания, споделяния.

Това е комуникация, утвърждаваща политическите приоритети на премиера и неговите подчинени и налагаща техните управленски ценности и подходи. В комуникацията се използва емоционална реторика, различни видове убеждаващи техники, различни по вид аргументи, реторически фигури и тропи, но и символика и средства от технологичния инструментариум на социалната мрежа Фейсбук – харесвания, коментари, споделяния, ангажирания, емотикони и др.

Реторически аспекти

Монологизъм, диалогизъм, невербална комуникация

В хронологичен ред, в рамките на излъчването, могат да се изолират отделни монологични формати. Сред тях носещият фактологичната информация за обекта е монологът на заместник-министъра на регионалното развитие и благоустройството Николай Нанков, който е един от пътниците в автомобила. Нанков съобщава фактите, инженерните детайли, точния обем на извършените и предстоящи дейности, сроковете, етапите, стойността на обекта и други, с които по силата на длъжността си е запознат.

Вторият монолог е на премиера Бойко Борисов, който, чрез реплики като „Гледай сега колко ни е красива държавата и колко трудно се строи!”, „Погледни горе колко камък, колко нещо...” и други, използва живото излъчване, за да подчертае значението на проекта за икономиката на страната, важността на резултатите и усилията на администрацията за изграждането му.

Успоредно с монологите обаче, се проявяват и диалогични формати между премиера и работници и строители, при които той спира автомобила, за да разговаря с тях; както и между премиера и длъжностните лица, които той вози в автомобила. В няколко последователни диалога премиерът разговаря с работниците и изпълнителите на обекта, като задава въпроси, свързани с техническото обезпечаване на строителната площадка,

наличната техника, сроковете, терена, условията и др. Борисов пряко се обръща към конкретен събеседник на собствено име и с поканата: „Ела да те видя!”, чрез което постига и репутационни предимства, подсилвайки традиционния си образ на „човека от народа”.

Допълнителен елемент на автентичност в живота излъчване е музиката, която звучи от радиостанция в автомобила, представляваща песни на български изпълнители, шумът от движещия се автомобил, звуци от пътуването при отворени прозорци, шумове от строителната механизация наблизо, звънящи телефони на пътуващите в автомобила. Те придават документалност на работния ден на премиера и неговите подчинени и внушават непосредственост и непринуденост на ситуациите – ефекти, които несъмнено са търсени при прякото онлайн излъчване.

Елементите от невербалната комуникация както при оратора, така и при спътниците му, също допринасят за ефективността на прякото онлайн излъчване. Така например заместник-министърът Николай Нанков е поставил ръка на отворения прозорец до седалката си, докато излага фактите за обекта, с което подсилва внушението, че е „в свои води” по темата, тоест демонстрира компетентност и висока информираност относно всички технически детайли на проекта. Премиерът е по фланелка с къс ръкав, без сако, като разговаря със събеседниците си в колата с гръб към тях, а към работниците и изпълнителите се обръща на „ти”, ръкува се с тях през отворения си прозорец, спирайки автомобила, в едни случаи, а в други – пряко, като слиза от автомобила и отива при строителите, гостите и журналистите на площадката.

Прякото онлайн излъчване показва и всички нарушения на закона и нормативите при показаното посещение на обекта – липсата на лични предпазни средства на външните за обекта лица – премиер, министри, длъжностни лица, журналисти и други; липсата на предпазни колани при шофирането; шофиране на автомобила не от лице от НСО; неизвършването на задължителния инструктаж за безопасност на присъстващите. Това се забелязва от някои от коментиращите излъчването потребители в социалната мрежа, които изразяват критични или неутрални мнения по тези въпроси.

Аспекти от гледна точка на реторическите канони етос, логос и патос

За да се прецени реторическата стойност на прякото излъчване следва да се анализира и от гледна точка на реторическите канони, дефинирани от Аристотел (Аристотел 1993), като етос, логос и патос.

По отношение на етоса, свързан основно с достоверност на комуникатора и посланието, може да се направи извода за наличност на собствената идентичност на елементите на комуникацията – стил, емпатия, опит, компетентност, експертиза, зрялост, сила, демонстрация на приятели и интереси. В качеството си на оратор премиерът демонстрира адекватност на средата, комуникира сам себе си като строител на съвременна България, показва познаване на темата с инфраструктурата и напредъка на дейностите по Автомагистрала „Хемус”, говори от позицията на личен опит, разказва лични истории, свързани с обекта, позовава се на източници, показва емпатия, говори с ентузиазъм и страст за магистралата и напредъка ѝ.

По отношение на патоса, а именно емоционалният ефект на комуникатора и посланието, Борисов успява да привлече вниманието на зрителите на прякото онлайн излъчване, които отговарят с емотикони, поздравя, коментари и др., тоест биват въввлечени в реален комуникационен процес от премиера и участват в него. Към момента на представяне на изследването в рамките на форума в края на месец септември 2019 г. живото излъчване беше постигнало 31 хиляди преглеждания, над хиляда ангажирания и 228 споделяния. Излъчването показва и ангажиране на участниците, които са непосредствена аудитория в автомобила, тъй като част от коментарите са на и за самите тях. Премиерът умело демонстрира достоверност на историите, които представя и надеждност като оратор, запознат с проекта. Той привлича другите участници в комуникационния процес, скъсява дистанцията, ръкува се с работници и изпълнители на обекта.

Въздействие оказва и музиката в автомобила, която съзнателно не се спира по време на живото включване. Премиерът използва и фрази с мотивиращ и вдъхновяващ ефект като внушава, че това, което той прави с екипа си, е справедливо, добро и честно. Той внушава безкористност, загриженост, състрадателност, а аудиторията в автомобила демонстрира, че се чувства добре и удобно в такава комуникационна ситуация, макар и необичайна от гледна точка на директното излъчване онлайн от автомобила на премиера. Премиерът използва изрази за окуражаване и одобрение, създава желание и интерес у

аудиторията да участва в комуникационния процес. Анализът на коментарите на потребителите онлайн показва също, че самата индиректна аудитория във Фейсбук, която се включва в чата, се идентифицира с комуникаторите, като отговаря, коментира, публикува емотикони – и окуржаващи, и критични, но и в двата случая са въввлечени в процеса и съзнателно са страна в него. Дори нападките и аргументите „ад хоминем“, грубите квалификации и език на омразата в коментарите, представляват съзнателно участие в процеса, макар и с неодобрение към него или към премиера. Премиерът презентира възгледите си със страст и емпатия, използва жестове и мимики, подсилващи ефекта на твърденията му и отговарящи на неговата идентичност, образ и репутация.

От гледна точка на логоса, свързан в убеждаващия процес, с логиката и ефективното съдържание на посланието, може да се направи извод, че има ясна връзка между отделните елементи в посланието – структура, значим въпрос, който се разисква, ясен и разбираем за оратора и аудиторията език. Използват се термини, въвежда се сюжетно разказване по политическата тема за ползите от инфраструктурата чрез показване на конкретния обект, свежда се от оратора към аудиторията полезна и логична информация, в повечето твърдения има причинно-следствени връзки, но за някои тези връзки са латентни и по-скоро са функция на логиката на оратора, а не на фактическото състояние на обекта, за който се отнасят. Дори и такива обаче, те не възпрепятстват процеса на убеждаване.

Ораторът използва като аргументи измерими позитивни резултати, реалистична или близо до реалистичната информация, внушава достоверност и оповестява уникална информация – директно от източника, в случая – от изпълнителите, министрите, длъжностните лица, експертите. Посочва фактите с непринуденост, внушава, че резултатите си струват усилията, времето, разходите и рисковете.

Информацията, дадена от премиера, се запомня и може да се повтори или резюмира лесно – тоест, тя е разбираема за широка аудитория, независимо от нивото на нейната експертност по въпросите на строителството и инфраструктурата. Ораторът цитира факти, служи си с разбираеми примери, разказва историите сюжетно и проектира визуално позитивния резултат от усилията.

Медийни и пиар-аспекти

Що се отнася до **преценка на медийното приложение** на посоченото живо излъчване следва да се отбележи, че то има новинарски потенциал, тъй като съдържа новини (предстоящо въвеждане в експлоатация на трасето, готов виадукт, открити артефакти при разкопките, посещение на премиера на обекта и др.) и има информационен повод те да бъдат публикувани от традиционните медии.

Видеото от прякото излъчване обаче не е обект на допълнителна употреба от страна на Правителствената пресслужба. Тя не използва новините и информацията от живото излъчване, за да ги изпрати до медиите под формата на прессъобщение с източник за възпроизвеждане на видеото, което е обичайна практика и което Пресслужбата понякога, но не винаги, прави, а разчита редакциите на медиите да гледат излъчването във Фейсбук и да преценят кои от новините, съобщени от премиера, да публикуват и изобщо дали да го направят.

В резултат някои от онлайн медиите в същия и следващите дни използват части от прякото излъчване за т.нар. вградена видео-новина или стандартна статия без видео-съдържание, а само със снимка от обекта и/или посещението, като резюмират събитието и припознават новина в предстоящото пускане в експлоатация на 10-километровото трасе. Много по-голямата част обаче от медиите не публикуват статии със съдържание, произтичащо от прякото излъчване.

Аспекти на политическия език

Що се отнася до **политическия език** в прякото онлайн излъчване, то притежава голяма част от обичайните характеристики на политическия език на премиера. От една страна езикът е инструмент на трите комуникационни субекта – политикът, медиите (в случая социалната мрежи Фейсбук) и гражданите, към които е насочено излъчването. От друга, бидейки политическият език система от форми, ситуации, категории и методи за политическа комуникация, той е изключително ефективен в изследваното пряко излъчване, като формира устойчива аудитория от началото до края на излъчването и се проявява чрез дебати, обмяна на мнения, коментари, аргументиране и защита на позиции.

Обект на друго изследване може да бъде дали конструираният външен свят съвпада от гледна точка на трите субекта – политикът, потребителите в социалната мрежа и гражданите. При всички случаи обаче политическият език в прякото онлайн излъчване показва несъвпадения между конструираната от премиера визия и визията на някои от коментиращите в социалната мрежа потребители, които изразяват критичност, неодобрение, съмнение за търсене на политически дивиденти и пиар-ефекти, несъответствие на политическия дневен ред на премиера (инфраструктурата, магистралите и конкретно „Хемус“) с този на обикновените граждани, дефиниращи различни по-важни, според тях, въпроси.

Характеристика на политическия език в това живо излъчване, както вече бе споменато, е, че генерира и различни форми на вторична комуникация, която се развива и мрежово – чрез споделянията на потребителите, но и функционално – чрез мултиплициране в различни други форми и роли – медийна, публична, дебати, коментари, междупартийна, фалшиви новини.

Така можем да направим извода, че политическият дневен ред от прякото излъчване е с различна убеждаваща сила според ролевите си проявления, но по въпроса следва да се направи допълнително изследване.

Последният аспект на политическия език, който маркираме, е, че той е с функцията на стратегия, но и на тактика – чрез излъчването на живо политическия дневен ред в частта му изграждане на инфраструктур се представя атрактивно, популярно и общодостъпно, така че да се избегне умората на аудиторията да слуша вече десет години послания, свързани с магистрали и инфраструктура. Тук приемаме дефиницията на Thomas A. Birkland за политическия дневен ред като „сбор от проблеми, разбирания за причини, символи, решения и други елементи от обществени проблеми, които привличат вниманието на членове на обществото и техните управляващи“. Birkland посочва, че има *формален* и *неформален политически дневен ред*, като формалния свързва с вземането на решения и създаването на документи, закони и нормотворчество, а неформалния – с идеите, разбиранията и дебатите по политическите въпроси (Birkland 1997: 106–109)

Аспектите на прякото излъчване от гледна точка на ролевите функции

Един значим аспект в анализа са и ролевите функции на премиера като държавен ръководител и лидер, които могат да бъдат квалифицирани според посланията в живото излъчване. Според Хенри Минцбърг (Минцбърг 1973), възможните лидерски роли са десет, разделени в три групи – 1.) междуличностни (лидер, връзка и фигурант), 2.) информационни (наблюдател, разпространител, говорител) и 3.) роли при взимане на решенията (предприемач, разпоредител, разпределител на ресурс, посредник).

Анализираното пряко онлайн излъчване съдържа в по-голяма или по-малка степен следи от всяка една от тези роли, приложима към комуникацията на премиера. Обект на интерес в това изследване са по-скоро информационните роли от втората група – на наблюдател, разпространител и говорител, тъй като са най-съотнесими към комуникационната страна на изследвания проблем.

Информационните си роли – на наблюдател, разпространител и говорител – премиерът изпълнява изключително умело като централната фигура в излъчването, която получава, притежава, трупа, класифицира и разпределя информацията, свързана с проекта и то по най-лесен за възприемане от аудиторията начин. В ролята си на наблюдател той получава, събира и трупа информацията от всички източници, които в конкретния случай са му и подчинени, и прави преценка коя част от информацията да използва в публичната си комуникация.

Той използва само частта от информацията, която дава благоприятни перспективи за одобрение от страна на аудиторията и не споменава тази част от информацията, която би могла да доведе до репутационни щети за него или управлението. Така например в публичното пространство за Автомагистрала „Хемус“ е известно, че се строи без обществена поръчка при индикативна сума около 1,34 млрд.лв. за трасе от 134 километра, по реда на т.нар. инхаус-възлагане, тоест от страна на едно към друго ведомство, които са в йерархична връзка помежду си – в случая от МРРБ към АПИ и дружеството „Автомагистрали“ ЕАД. Че този факт нарушава правилата на свободната конкуренция обявиха редица политически сили публично и информираха, че ще сезират ЕК. И тъй като проблемът е публичен и касае основни пазарни принципи, но не в полза на правителството, премиерът не засяга темата с липсата на обществена поръчка, а директно комуникира с аудиторията етапите, проблемите, усилията, напредъка и очаквания резултат.

В случая филтрирането на информацията е част от ролята му на разпространител на информацията – разпространява само положителната за него и целите му, а онази, която би имала негативно въздействие върху доверието на аудиторията, спестява.

В ролята си на разпространител премиерът притежава важна и привилегирована информация, която не би могла да бъде достояние на човек с по-ниска йерархична позиция, нито да бъде получена от редови участник в процеса. Той лично отива на място и лично съобщава от автомобила си за напредъка и постиженията на проекта, като в комуникацията си филтрира чувствителната информация, свързана с проблеми по изграждането на АМ „Хемус“, и съобщава само тези данни, които му носят репутационни и политически предимства. Той натрупва голям обем информация, за да подчертае властовата си позиция на най-информиран и на човека, от когото зависи процесът.

Ролята си на говорител премиерът изпълнява умело, като демонстрира отлични комуникационни умения, съответстващи политическата и реторическа целесъобразност – да убеди в правотата на приоритета си и в публичната полза от усилията си. Използва внушения, средства на агитация и пропаганда, рекламни способности, повторения, възклицания, емоционални изрази, заповедни форми, фразеологизми.

Изводи и заключение

Изводите, които прегледът на някои комуникационни и реторически аспекти на прякото онлайн излъчване налага, са поне следните, без да изчерпваме всички:

- Прякото онлайн излъчване е мощен инструмент за убеждаване и може да бъде използвано за комуникационни и реторически цели с по-висока или по-ниска степен на успех в зависимост от уменията на оратора и контрола върху съпътстващите излъчването фактори.
- Технологичната платформа на Фейсбук не просто прави възможно излъчването, а подпомага събирането на заинтересована аудитория, която да бъде убеждавана, независимо от първоначалните ѝ нагласи и независимо от целта, поради която избира да гледа и участва в излъчването. Платформата спомага, чрез технологичния си инструментариум, да се получи незабавна обратна връзка и да се оцени, дори и статистически, нагласата на аудиторията и постигането на целите.

- Прякото онлайн излъчване е и канал, и средство, и метод, дори жанр на онлайн-комуникация, който се налага все по-често и в случая на премиера се превръща в собствен, персонален медиен канал. То му осигурява висока конкурентност на полето на политическото убеждаване и публичната комуникация.
- Прякото онлайн излъчване носи новинарски потенциал, като генерира новини за традиционните и онлайн медиите.
- Прякото онлайн излъчване може да конкурира традиционните форми на публична комуникация на стандартния пресцентър – видео, снимки, прессъобщения, пресинформация, изявления, брифинг – като носи удобствата на по-лесна управляемост и по-ниска степен на риска, според едната хипотеза, или неудобствата на по-трудна управляемост и по-висока степен на риска, според друга.
- Прякото онлайн излъчване е удобен инструмент за налагане на политически дневен ред, мощно средство за политическо влияние и спомага за достигане на големи аудитории (поради позиционирането си в социална мрежа), които традиционно нямат интерес към политически послания и не участват активно в политическия живот.
- Прякото онлайн излъчване е сред най-евтините и достъпни комуникационни инструменти за политиците, тъй като не се заплаща, не са нужни допълнителни ресурси, както за организация на събитие или за поддържане на пресекип, а в същото време посланията, излъчени по този начин, достигат до много по-големи аудитории, в това число и опоненти и несподелящи същите политически възгледи лица.
- Прякото онлайн излъчване е специфична форма на употреба на политическия език. Заради гъвкавостта, технологичните преимущества на платформата за излъчване и заради неформалността на видео-комуникацията на живо политическият език е изправен пред промени в нормативния характер на езика и тази тенденция е устойчива.
- Прякото онлайн излъчване дава голям ролеви потенциал, който се оползотворява ефективно от премиера, но тази ефективност не е гарантирана, а зависи от редица фактори – обективни, субективни, поведенчески и такива на средата, в които конкретен комуникатор би използвал пряко онлайн излъчване.

Обект на допълнително изследване могат да бъдат сравнителни и статистически анализи на рекламни и пиар-еквиваленти на прякото онлайн излъчване, за да се прецени

неговата ефективност, ценови еквивалент, възможности да достигне аудитории, новинарски потенциал и капацитет да осъществи целите на политически дневен ред и на репутационното изграждане. Съзнателно не се изследва прякото онлайн излъчване във връзка с политическата агитация и пропаганда, както и с политическата реклама, тъй като това изисква други методи на изследването.

Заключение

В заключение следва да се отбележи, че току-що отминалите местни избори също представиха добри образци на преки онлайн излъчвания от страна на кандидати за кметове, включително кандидатите за кмет на София Мая Манолова, Борис Бонев и Борислав Игнатов, както и на някои от кандидатите за общински съветници. Тези излъчвания също могат да влязат в корпуса на евентуални следващи проучвания. Аудиторията, до която достигаха преките онлайн излъчвания например на Мая Манолова, бе стотици хиляди потребители по секторни теми като чистотата на въздуха, корупцията, трафик, паркиране, презастрояването, срещи с избиратели, което формира значителен корпус за проучване и то на съвсем различни подходи при онлайн излъчванията и от противоположи позиции – както образци от излъчвания на управляващите, така и на опозиционно настроени политици.

Прякото онлайн излъчване е мощен инструмент за комуникация с висок потенциал – комуникационен, реторически, политически, предизборен и дори медиен и изследването на потенциала му трябва да се задълбочи. Той не е обичайна практика за голяма част от българските политици и високопоставени държавни лица, но корпусът, натрупан на базата на публичните прояви на премиера и още няколко политици е достатъчно широкообхватен за по-дълбок анализ.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Аристотел 1993: Аристотел. *Реторика*. София: Софи-Р, 1993.

Birkland 1997: Birkland T. *After Disaster: Agenda Setting, Public Policy, and Focusing Events*. Georgetown University Press, 1997.

Mintzberg 1973: Mintzberg H. *The Nature of Managerial Work*, New York: Harper & Row, 1973.

LIVE ONLINE STREAMING BY PRIME MINISTER ON FACEBOOK AS A TOOL FOR COMMUNICATION. SOME RHETORICAL AND COMMUNICATION ASPECTS

Penka Vasileva-Georgieva, Doctoral student, Department of Rhetoric, Sofia University „St. Kliment Ohridski”

Abstract:

This study aims to review some of the rhetorical and communication aspects of live online streaming. The format is used by the Prime Minister in his car journeys, in which he broadcasts live conversations with his car, documents his work day, records his business visits and meetings. The study's hypothesis is that live online streaming has greater rhetorical, communication, media and PR potential, can be persuasive, a political influence, and has many advantages over traditional forms of public communication.

Keywords: live online streaming, rhetoric, public communication, political agenda

[1] Фейсбук страница на премиера Бойко Борисов, [Прегледан на 20.09.2019 г.] Достъпно от

<https://www.facebook.com/boyko.borissov.7/videos/vb.100006542380422/2504819983079390/?type=2&video_source=user_video_tab>

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН ФОРМАТ ЗА ЦИТИРАНЕ

Василева-Георгиева, Пенка. Прякото онлайн излъчване (live streaming) от министър-председателя във фехсбук като инструмент за комуникация. Някои реторически и комуникационни аспекти – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 31 януари 2020, № 7 [Реторически тренинги]. ISSN 2535-0587. <<http://medialinguistics.com/2020/01/31/prime-minister-live-streaming/>>

ОТЗИВИ

Развитие на българо-гръцките културни връзки – реторически аспекти в дейността на сдружение „Аристотел – културен мост“

Деница Медарска

Резюме:

Настоящото изследване се фокусира върху развитието на българо-гръцкия културен диалог, чрез проучването и анализирането на виртуалната реторика и ораторството в културните срещи, дело на сдружение „Аристотел-културен мост“. Целта е да се проследят реторическите практики, които се използват в този духовно-културен център, за да се създаде културен мост между двете държави, който да бъде проводник на добри идеи за едно общо и ползотворно сътрудничество между тях. Изводът, до който се достига в изследването е, че успешният межкултурен диалог е сложен процес, който изисква богат набор от реторически умения и техники, за да се осъществи двупосочното проникване в културата на другия. Взаимното опознаване на България и Гърция се осъществява чрез историческите и съвременни общности, където двата народа със своя език, нрави и обичаи, оформят мултикултурното платно на Балканите.

Ключови думи: межкултурен диалог, „Аристотел-културен мост“, виртуална реторика, реторически практики

Въведение

Гръцко-българското сдружение „Аристотел-културен мост“ (Ελληνοβουλγαρικός σύνδεσμος „Αριστοτέλης-γέφυρα πολιτισμού“ е създадено на 02.04.2016 г. в град София. Председател на сдружението е Янис Лилиос (социолог и предприемач), негови съратници са Кириаκος Аргиропулос (режисьор и директор на „Столичен куклен театър“), Христо Куфов (журналист – главен редактор на вестник „Златна възраст“) и Здравка Михайлова (преводач). Всички членове на този духовно-културен център са доброволци, професионалисти в различни области, които се обединяват заради общата си кауза – да допринесат за опознаването и културното развитие на двата народа – българския и гръцкия, главно чрез процесите на уважение и приемане на „другия“, през призмата на