

БРОЙ 18

Имидж и идентичност

СОФИЯ

2025

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

Главен редактор

проф. д.н. Андреана Ефтимова 

Софийски университет, София, България

Заместник главен редактор

гл. ас. д-р Йордан Карапенчев 

Софийски университет, София, България

Отговорен редактор

ас. д-р Александър Георгиев 

Институт за български език при БАН, София, България

Отговорен редактор

проф. д-р Дияна Петкова 

Софийски университет, София, България

Билд редактор

Анна Миладинова

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

проф. д-р Алла Архангелская 

Оломоуцки университет, Оломоуц, Чехия

доц. д-р Виктория Сикорска 

Одески национален морски университет, Одеса, Украйна

доц. д-р Владимир Досев 

Икономически университет – Варна, България

проф. д-р Войчех Кайтох 

Ягелонски университет, Краков, Полша

проф. д-р Грета Дерменджиева 

СУ "Св. Климент Охридски", София, България

доц. д-р Дана Кожокару 

Букурещки университет, Букурещ, Румъния

д-р Доминика Попиелец 

Университет „Казимеж Велки“ в Бидгошч, Полша

проф. д-р Елжбета Солак 

Ягелонски университет, Краков, Полша

проф. д-р Илияна Генов-Пухалева 

Варшавски университет, Варшава, Полша

проф. д-р Мария Илиева 

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново, България

проф. д.н. Наталия Длугош 

Университет „Адам Мицкевич“, Познан, Полша

доц. д-р Николай Вуков 

ИЕФЕМ при БАН, София, България

д-р Олга Ненонен 

Университет в Тампере, Финландия

Родни Милър 

Институт по комуникация, Ню Йорк, САЩ

доц. д-р Таня Иванова-Съливан 

Университет в Щата Ню Мексико, Албъкърки, САЩ

доц. д-р Христина Христова 

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново, България

Съдържание

АНАЛИЗИ	5
<i>Йордан Ефтимов. Път през руините: моделирането на глада във фотографията</i>	6
<i>Цветелина Джамбазова. Спорт, власт и комуникация: имиджовите предизвикателства на Формула 1 в авторитарни държави</i>	32
МЕДИЕН МОНИТОРИНГ	46
<i>Ана Тодорова-Дамова. Реторика и медийни репрезентации на конflikта в Народния театър „Иван Вазов“</i>	47
МЕДИЕН КОРПУС	56
<i>Александра Димитрова. Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „На кафе“ по Nova (23.05.2025 г.)</i>	57
Елена Кръстева. Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „Събуди се“ по Nova (02.03.2025)	62
<i>Ива Ризова. Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „120 минути със Светослав Иванов“ по bTV (02.03.2025 г.)</i>	66
Неделина Колева. Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „120 минути със Светослав Иванов“ по bTV (02.03.2025 г.)	75
ДИСКУСИИ	82
<i>Рая Дренски. Как Естония изгражда бранд на дигитална нация в Европа</i>	83
<i>Сергей Тодоров. Гражданската отговорност като ценност в съвременното дигитално общество</i>	95
ОТЗИВИ	117
<i>Андреана Ефтимова, Данка Апостолова, Катя Исса. Проблеми на социолингвистиката XIV. Градска култура и езиково разнообразие. Материали от Четиринадесетата международна конференция по социолингвистика, София, 2020. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2021, с. 11-103.</i>	118

АНАЛИЗИ

Път през руините: моделирането на глада във фотографията

 **Йордан Ефтимов**

Нов български университет
имейл: yeftimov@nbu.bg

DOI: 10.58894/md6jrb02

Абстракт. Статията поставя репортажните кадри от глада в Палестина през лятото на 2025 г. в интертекста на фотографската традиция на войни и бедствия, повдигайки въпроси от етичен и естетически характер. Във фокуса са две корици на влиятелни издания – The Economist и Time. Сцените на страдащите палестинци са разгледани като отглас на фотографски изображения от следвоенна Германия.

Ключови думи: Газа, глад, социално-документална фотография, фотографска истина, културно присвояване, естетизиране и обективизиране на страданието

*O loss of sight, of thee I most complain!
Blind among enemies! O worse than chains,
Dungeon, or beggary, or decrepit age!*

John Milton, Samson Agonistes, 67-69

Кои бяха най-активно разработваните горещи новини в световния медиен обмен през лятото на 2025 г.? Действията на американския президент Доналд Тръмп, войната в Украйна и гладът в Ивицата Газа. Едва ли ще е невярно, ако кажем, че по първата тема се разпространяваха кратки видеа и мемета, по втората – карти на военни действия с цветни стрелки, а по третата – фотографии. Гладът в Газа отново бе извикан в европейската публичност като поредна метонимия на последиците от модерен Гордиев възел. Но покрай представянето му бяха реанимирани и множество апории или поне заплетени казуси, свързани с медиатизацията на бедствията, дневния ред на новините, задачите на журналистите и на съвременните творци.

Най-първо е задължително да се отбележи, че гладът в Газа съвсем не бе единственият продоволствен казус през годината. Според доклада на Организацията на ООН по прехрана и земеделие (FAO) за 2025 г. Палестина е сред страните с най-остра продоволствена несигурност, но все пак наред със Судан, Южен Судан, Мали и Хаити. Като допълнителен фон: Йемен, Демократична република Конго, Мианмар и

Нигерия са класифицирани като горещи точки с много висока степен на безпокойство. Но има и други горещи точки: Буркина Фасо, Чад, Сомалия и Сирийската арабска република (WFP and FAO 2025: VII). В българските медии обаче за продоволствената криза в Мали, Судан, Южен Судан и Хаити съобщенията от лятото на 2025 г. са единични, докато за Палестина присъстват всекидневно с пик през първите седмици на август. Западноевропейските масови издания, които до немалка степен определят дневния ред на българските по отношение на международните новини, не са много по-различни.

Изобретяването на съвременния глад

Какъв е визуалният разказ за глада в Палестина? Той стъпва върху вече стабилизирана фотографска традиция. В нея свое място има, първо, Вернер Бишоф. След него темата развиват Дон Маккълин, Себастиао Салгадо, Пол Лов и Кевин Картър, но първият, който не може да бъде прескочен, когато се говори за глада във фотографията, е Вернер Бишоф.

В началото на 50-те години на миналия век този швейцарски фотожурналист документира опустошителния глад в индийската провинция Бихар, създавайки публицистично заострено фотоесе за списание „Life“. Твърди се, че именно то е повлияло за изпращането на голяма пратка пшеница с хуманитарна помощ от САЩ – реализираната надежда за идеалната медия. Сред снимките е една, решена в жанра „Мадона с дете“, на просеща майка с дете. Едуард Щайхен, тогава куратор в Музея за модерно изкуство в Ню Йорк, в писмо до Бишоф изразява убеждението си, че снимката ще подтикне политиците да действат.



Майка с дете, Джамшедпур, Индия, 1951 г. Сн. Вернер Бишоф

Бишоф е сред основателите на агенция „Magnum Photos“ през 1949 г., изградил си вече внушителна репутация, документирайки опустошението в Германия и Нидерландия след Втората световна война през 1945 г. През 1951 г. прекарва шест месеца в Индия, след което с прекъсвания – цяла година в Япония. Работи по няколко теми, сред които е портретирането на следвоенното поколение – „Generation X“, общ проект на „Magnum Photos“. На всеки фотограф е възложена задачата да избере млад мъж и жена в страната, която посещава. Избраните лица са интервюирани с помощта на един и същ въпросник, който трябва да очертае портрета на младото поколение. Изборът на Бишоф за Индия са 23-годишната танцьорка Анджали Хора и 23-годишният бизнесмен Ушакант Ладивала. За момичето Бишоф пише: „Живеейки в бедност, танцьорката Анджали Хора е енергична дребна жена с уравновесен темперамент. Любовта ѝ към семейството ѝ по никакъв начин не я е направила робиня, тя е свободна и сама взема решения за съдбата си. Да учи танци, е смело решение, защото това е професия, на която доскоро е гледано неблагоприятно.“ За младежа: „Разглезеният Ушакант Ладивала седи в малка климатизирана стая и управлява магазина за строителни материали на баща си. Той е представител на хиляди млади бизнесмени в Индия, чиято истинска религия е бизнесът и които са имали щастието да се родят в богата среда. Ушакант възнамерява скоро да се ожени, семейните и финансовите връзки вече са обсъдени в семейството. Той не е свободен да избира според желанията си, защото, като най-голям син, ще стане глава на семейството си след смъртта на баща си и следователно трябва да уважава желанията на семейството си дори по такъв интимен въпрос.“

Паралелно с проекта „Generation X“ Бишоф работи по темата за глада като част от по-едрата тема за бедността, а тя е свързана с темата за мащабните нови строежи в независима Индия. В писмо до колегата си Роберт Капа от февруари 1951 г. той споделя: „След като оцених ситуацията в Бихар, мисля, че мога да представя проблема с глада под формата на трилогия: 1) Глад в Бихар, 2) Стомана за индустрията, 3) Овладяване на водноелектрическата енергия. Така ще успее да включи проектите за развитие на долината Дамодар и на Джамшедпур и да покаже как хората предприемат мерки за противодействие на различните природни бедствия.“ Преди да пристигне в Бихар, той е провел проучване върху икономиката и живота на хората в региона. Снимките, които прави, илюстрират както съкрушените от глада хора, така и движението на зърнените храни – от разтоварването им в корабостроителницата в Калкута до пътуването им до Патна с железопътна линия и накрая до вътрешността на провинцията с волска каруца. (Bharadwaj 2021)

Снимките са публикувани в броя на списание „Life“ от май 1951 г. и разказват и трудностите в снабдяването, говори се за предстоящия мусон, който допълнително ще усложни транспортните маршрути. В контекста на Студената война публикацията не скрива и стратегическите намерения на САЩ, която се стреми да противодейства на комунистическото влияние в Индия, както и да търси материали като монацит (за използване в атомни изследвания) в замяна на зърнени храни. (Bharadwaj 2021)

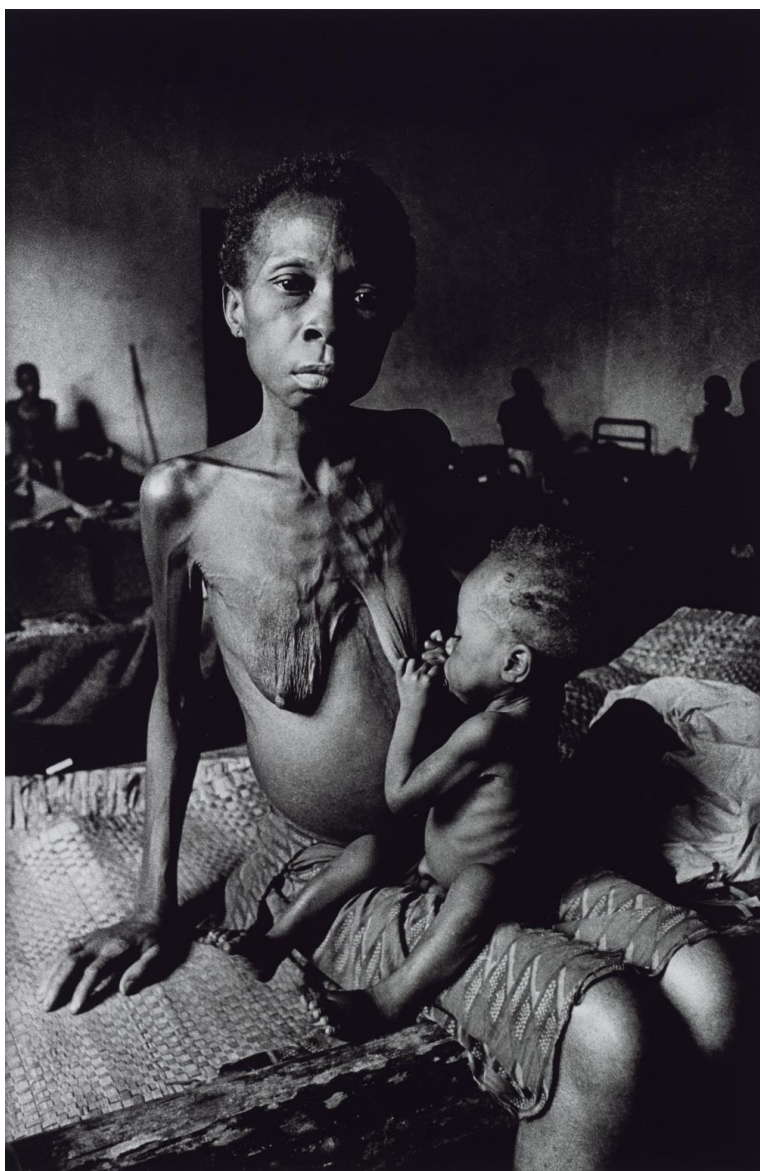
През 1952 г. Бишоф вече е военен кореспондент за списание „Paris Match“ и пътува до Индокитай, Индия и Цейлон. Беше необходимо да се щрихира този период от работата му, за да се разбере, че той създава фотоесето за глада като задача на фоторепортер за общественополитическо издание, която в хода си го превръща донякъде в граждански активист.

Ето го в Северен Бихар през април 1951 г. В писмата до съпругата си Роселина той пише: „В понеделник започвам да работя по темата за глада – не е лесна задача, защото правителството не е позитивно настроено към документирането му. Не мисля, че в дългосрочен план някой ще може да пренебрегне тези изображения – не, определено не. И дори да остане само смъртно впечатление, с времето това ще създаде основа, която ще помогне на хората да различават добро от неприемливо.“ (Bharadwaj 2021)

Но дали кадърът на просещата майка с дете е постигнал такъв ефект, какъвто е готов да види като възможност в нея Щайхен? Той не попада сред т.нар. иконични фотографии дори в рамките на собствено му творчество. Но некапомним, че един от начините да се представи гладът по силен начин, избран от фотографите, е чрез префункционализирането на ключов християнски образ. Мадоната с младенеца като върховно събиране на два символа, без които представянето на глада става невъзможно – жените и децата.

Сред кадрите на Бишоф от Бихар немаловажно място заема и един със скупчени селяни в дрипи като от „Индиана Джоунс и храмът на обречените“ (Спилбърг, разбира се, стъпва върху познатия вече образ), събрани, за да чуят имената на онези, които имат право на определена дажба от пристигналите помощи.

Свое място във фотографската традиция, тематизираща глада, има и Дон Маккълин, разказал за глада в Биафра през 60-те години на XX век – първият глад, отразен широко в масовите медии от вече световнопризнат фоторепортер.



Гладуваща 24-годишна майка с дете, Биафра, 1969 г. Сн. Дон Маккълин

И първият глад, чийто фотограф разказвач създава галерия от безименни, но иконични портрети на горди в страданието си хора. Сред тях е „Гладуваща 24-годишна майка с дете“ – разтърсващ портрет на млада жена, която се опитва да кърми бебето си от увисналата си суха гърда. Тя изглежда достойно, гледайки директно в обектива на камерата. Нейното сурово изражение би трябвало да накара зрителя непосредствено да усети жестокостта на войната и опустошителното ѝ въздействие върху цивилното население. И според сайтовете на фотографските колекции, където този кадър се съхранява, това е безспорно.

Маккълин посещава за първи път Биафра,

новоосвободената република, която се е отделила от Нигерия, през април 1968 г. Вече прочут военен фотограф, той е прекарал години в Конго, а след това и във Виетнам. Този път, заедно с френския фотограф Жил Карон, се лепва на зле екипирана биафранска част, която се опитва да навлезе в контролираната от Нигерия територия на Биафра.

Фотографиите му се появяват в лондонското списание „Sunday Times Magazine“ през юни 1968 г.: серия от цветни снимки на ранени мъже, самоделни бомби и боси биафрански войници. Придружаващият текст е написан от известния нигерийски писател Чинуа Ачебе, който се идентифицира като биафреца и описва каузата на Биафра като

екзистенциална: „Силата на Биафра се крие във факта, че води народна война. Цялото население е ангажирано в нея.“ Войната обаче не протича в полза на биафранската страна. Маккълин се връща многократно в Биафра, но още при първото си посещение започва да се съмнява не само в жизнеспособността, но и в справедливостта на каузата на Биафра.

По време на траялата две години и половина война умират близо милион цивилни граждани. Много от тях именно от глад. И двете страни използват глада като оръжие. Нигерийското военно правителство неприкрито има за цел да лиши бунтовното население от прехрана. А за лидерите на Биафра страданието на населението им се превръща в най-ефективното средство за получаване на външна подкрепа.

Ето защо не е пресилено да се каже, че Маккълин е един от фоторепортерите, чиито снимки разтърсват гражданите на Европа и Съединените щати. А на тези снимки страданието на децата е в центъра. Снимките на гладуващи деца не са нещо ново в края на 60-те години на XX век, но гладът в Биафра има нова концептуална рамка. В същия момент, в който войната във Виетнам се превръща в първата телевизионна война на Америка, конфликтът между Нигерия и Биафра, както пише Дейвид Кембъл, става „последната война, в която вестниците изпревариха телевизията, а черно-белите фотографии играеха основна роля“. Като виждат снимки на гладуващи деца, отпечатани на страниците на „Life“ или „Newsweek“, американците са ядосани, че не се прави повече. В края на 1968 г., когато войната вече видимо е изгубена от биафранците, граждански групи – европейски и американски, светски и религиозни – започват да извършват опасни нощни мисии в Биафра, пробивайки през нигерийската блокада, за да доставят храна и лекарства. Работата на репортерите и фотографите мобилизира гражданския активизъм, който настоява за по-агресивни реакции от страна на международните хуманитарни групи.

Войната в Биафра бележи началото на съвременния хуманитарианизъм. И мястото на фотографията в това е огромно. Но някои фотографи, сред които и Маккълин, в крайна сметка започват да се съмняват по повод въздействието на своята работа: трогнали са сърцата и умовете, но какво се постига с това?

Историчката Мелани Макалистър пише: „В продължение на две години войната в Биафра беше транснационално явление. А след като приключи през 1970 г., Биафра беше превърната в малко повече от бележка под линия в историята на деколонизацията или може би в

полумитичен поучителен пример за хуманитарните организации.“
(McAlister 2023)

Към пролетта на 1969 г., когато Дон Макълин пристига отново в Биафра, ситуацията е дори влошена. Сред снимките, които прави, е онази на 24-годишната жена с изсъхналите гърди. Сред тях е и – по думите на самия Макълин – „една от най-обсценните фотографии, които някога съм правил“. Тя се превръща в най-прочутия му кадър от Биафра: близък план на гладуващо албино дете – крака на скелет, главата, която сякаш се клати върху измършавялото тяло – държи празна консервна кутия. Макълин казва за детето в интервю по-късно: „Караше ме да се чувствам толкова засрамен.“ „Sunday Times Magazine“ все още силно подкрепя независимостта на Биафра, а снимките на Макълин илюстрират есе на Ричард Уест, „Обвинителното лице на младата Биафра“, в което директно е казано, че „изчезването на Биафра би било катастрофа за цяла Черна Африка“. Но самият Макълин вече не е привърженик на тази кауза. Осъзнал е, че лидерите на Биафра използват за свои цели работата на западните журналисти и фоторепортери. (McAlister 2023)

Свое място има и Себастиао Салгадо, направил серия за глада в намиращите се на юг от Сахара страни в средата на 80-те години. Снимките му свидетелстват за катастрофалните последствия от сушата, която засяга 8 милиона и води до смъртта на над половин милион души. За тази серия Салгадо е отличен с наградата „Лайка“ през 1985 г. (Leica 1985)

През 1984 г. френската хуманитарна организация Médecins sans Frontières („Лекари без граници“) го моли да заснеме работата ѝ по подпомагане на жертвите на глада. Той снима в огромните бежански лагери в Судан и в Етиопия, Чад и Мали в продължение на 15 месеца, пътувайки с медицински екипи и живеейки с умиращите. 15-месечният му проект завършва с публикуването във Франция на книгата „Сахел: Човекът в беда“ през 1986 г., а след това през 1988 г. на испанска версия – „Сахел: Краят на пътя“, като и двете издания набират средства за Médecins sans Frontières. Едва двацет години по-късно и то в академично издателство – това на Калифорнийския университет, излиза американският вариант на книгата. Защото въпреки че към 1985 г. Салгадо печели награда след награда, а неговата напълно незначителна снимка на неуспешния опит за покушение на Джон Хинкли срещу Роналд Рейгън е публикувана хиляди пъти в издания по целия свят, фотографиите от Сахел са оценявани като „непродаваеми“ и твърде малко от тях се появяват във вестници и списания в САЩ (две страници в „Ню Йорк Таймс“ и четири страници в „Нюзуик“).



Бежанските лагери Корем и Бати в обхванатата от глад Етиопия, 1984 г. Сн. Себастиао Салгадо

Салгадо показва глада като колективно бедствие. Неговите снимки имат своите централни персонажи – увито в плащаница дете, само кожа и кости; етиопско семейство, чиито членове се притискат един до друг, за да се стоплят; младо момче с едри сълзи, стичащи се по бузите му – но зрителите виждат сякаш самата племенна съдба и неизбежната смърт на цял народ. Тази картина препраща към библейските разкази: за сушата, принудила Авраам да замине за Египет (Битие 12:10), глада по времето на Исаак (Битие 26:1), глада на семейството на Йосиф и Яков в Египет (Битие 41-47), глада, който кара Наоми и Рут да се преместят в Моав (Рут 1:1), глада по времето на царуването на Давид (2 Царе 21:1) и ширещия се убийствен глад по времето на Клавдий (Деяния 11:28). Салгадо вижда глада като човешка участ, свързана с неплодородната земя, но и със захвърлеността на бедстващите. Като изреждаме местата в Библията, където се говори за глад, нямаме предвид, че Салгадо пряко се отнася към тях. Макар тези места обикновено да свързват глада не само с природни бедствия и на първо място суша, а и с войната: „В Давидовите дни стана глад три години наред; и когато Давид се допита до Господа за причината, Господ каза: Поради Саула е и поради кръвожадния му дом, гдето изби гаваонците.“ (2 Царе 21:1) Не

по-малко важно е, че гладът е всепомитащ и всемирнен: „И един от тях, по име Агав, стана и предвести чрез Духа, че по цяла вселена ще бъде голям глад, какъвто и настана при кесаря Клавдия.“ (Деяния 11:28) Точно такава усещане а ла пеещите тъжни песни пленени във Вавилон евреи от постановка на „Набуко“ на Верди ни представя Салгадо.

Културният критик Дейвид Леви Строс е видял тази способност на Салгадо да създава парасакрални образи: „Свещеното се крие зад почти всяко изображение в най-трудната серия на Салгадо: фотографиите от 1984-85 г. на опустошения от глад регион Сахел в Африка. Салгадо не си е поставил за цел да прави сакрални изображения, както и военните фотографии, документирали освобождението на лагерите на смъртта в Полша, не са си поставяли такава задача.“ (Levi Strauss 1991)

Но направените от Салгадо фотографски свидетелства на глада не остават безвъпросно приети. В публикувана в списание *Anthropological Quarterly* през 2006 г. рецензия на издание на фотокнига с кадрите на Салгадо от Сахел професорът по музейна антропология в Оксфорд Кристофър Мортън оценява ефекта им като „удар в слънчевия сплит или тежка турбуленция при полет“, но ги намира заедно с това „красиви и пленителни“. Според него Салгадо практически печели от страданията на бедстващите, без да помага за облекчаване на съдбата им. (Morton 2006: 175) И по-конкретно: „Хората и пейзажът се сливат – текстури на място без места. Защото книгата разказва за Сахел и хората на снимките са преди всичко обитатели на една среда, а не членове на общество или култура.“ (Morton 2006: 175)

И неизбежното обвинение в латентен колониализъм на фотографския поглед: „Наблюдавайте внимателно ръцете. Ръцете, които се грижат за умиращите, израждат бебе, мият мъртвите, придържат някого със слаби крайници. Бели медицински ръце. Ръце, които превързват и правят вързопи, от мъртвите и от живите. А на задната корица онзи толкова проблемен избор: „лечебното докосване“ на бяла лекарка, осветено силно, сякаш от божествено присъствие отгоре. Тя е Дороти Фишър, едно от трите имена, споменати под снимките, всяко на член на медицински персонал.“ (Morton 2006: 175)

Според Мортън гладуващите и умиращите на снимките са представени като жертви, „художествени форми, които очертават в киароскуро същността на човешкото страдание“ (Morton 2006: 176). И несъгласието с послеслова на изданието, написан от Едуардо Галеано, според когото Салгадо „разкрива скрития блясък на човешкото

достойнство". Как ли ги възприемат жителите на Сахел от следващите поколения?

Но според други рецензенти на фотокнигата за Сахел в средата на 80-те години Салгадо е създал камерни сцени, в които поставя на преден план силата на човешките взаимоотношения – тези между майки и техните деца, между приятели, между лекари и пациентите им – в трудни времена. Нетипично за по-късния и стабилизирания в колективното съзнание образ на майстора на грандиозни, драматични кадри, в които изобразява стотици хора в мащабна среда. (Gerstenhaber 2023)

Редакторът в студентския вестник на Харвардския университет The Harvard Crimson Аликзандър Герстънхабър обобщава: „Критиката е неоснователна, защото нито едно от тези изображения не е лесно за гледане. Под всяко привидно едноизмерно изобразяване на страданието се крие история за устойчивост, разказана от човек, дълбоко преживяващ красотата на едно универсално човешко състояние.“ (Gerstenhaber 2023)

В статия в списание „Ню Йоркър“ Ингрид Сиши се фокусира и върху проблема, че силните кадри на Салгадо го поставят на трона на фотографското изкуство, като изместват вниманието от бедстващите му обекти. (Sischy 1991) Но критиката ѝ засяга и самото снимане. Сиши пише: „Салгадо е твърде зает с композиционните аспекти на своите снимки – с намирането на „изяществото“ и „красотата“ в изкривените форми на измъчените си обекти. И това разкрасяване (бютифициране) на трагедията води до снимки, които в крайна сметка засилват нашата пасивност към човешкото преживяване, което разкриват. Естетизирането е най-бързият начин да анестезираме чувството на тези, които са станали свидетели. Красотата призовава към възхищение, а не към действие...“ (Sischy 1991: 92)

В книгата си „Да гледаш болката на другите“ Сюзън Зонтаг нарича Салгадо фотограф, „специализирал се в изобразяването на световните страдания“ и станал „основна мишена на новата кампания срещу неавтентичността на красивото“. Според нея обаче „проблемът е в самите снимки, а не в това как и къде са изложени: във фокуса им върху безсилните, сведени до тяхната безсилност“. Показателно според нея е това, че безсилните не са посочени в надписите: „Портрет, който отказва да посочи своя обект, става съучастник, макар и неволно, в култа към знаменитостта, който е подхранвал ненаситен апетит за обратния вид фотография: даването на имена само на известните понижава останалите до представителни случаи на техните професии, техните етноси, техните тежки съдби.“ И не на

последно място: „Глобализирането на страданието може да подтикне хората да почувстват, че трябва да се „грижат“ повече. То ги приканва и да почувстват, че страданията и нещастията са твърде огромни, твърде необратими, твърде епични, за да бъдат променени от каквато и да е местна политическа намеса. С тема, замислена в такъв мащаб, състраданието може само да се провали.“ (Sontag 2002: 78)

Въпреки тези съмнения по-широко разпространена си остава позицията, която може да се синтезира чрез изказването на фоторепортерката Мишел Макдоналд, известна със снимките си от Босна и Косово, правени за Boston Globe през 1993 г.: „Естетическата и етичната реакция на подобни фотографии вероятно ще бъде предмет на дискусии, докато съществуват такива изображения. Но това, което не може да се отрече, е значението на фотографите, готови да бъдат свидетели.“ (McDonald 2005)



Западни фоторепортери снимат гладуващо дете по време на глада през 1992 г., причинен от гражданската война в Сомалия. Сн. Пол Лов

Свое място има и Пол Лов с един кадър от глада през 1992 г., причинен от гражданската война в Сомалия. Пол Лов е име, което иначе се свързва с документирането на Югославските войни и

военните престъпления в Босна в средата на 90-те години, както и с първата война в Чечня.

На снимката от Сомалия се вижда как неговите колеги фоторепортери се борят да заснемат емблематичен кадър на самотно, измършавяло дете, но също и съучастието на местните жители, които знаят, че такива снимки ще им бъдат полезни. Пол Лов без проблем показва, дори натрапва, че изобразяването на бедните, обезправените и гладуващите е част от политическия дебат за Запада и неговите отношения с останалата част от планетата. (Houghton 2024)
Втурналите се да снимат фоторепортери изглеждат като запъхтени папараци, а самото дете сякаш позира, попипвайки косата си с вдигната ръка, и бързо предизвиква асоциация с редовно пълнещите в продължение на десетилетия страниците на западните издания модни ревюта с анорексични модели.



Лешоядът и малкото момиченце, Судан, март 1993. Оригинално заглавие: Борещо се момиченце. Сн. Кевин Картър

Свое място има и един рано отишъл си фотограф, Кевин Картър, който се самоубива няколко месеца след като получава наградата „Пулицър“ за обиколила света снимка, изобразяваща глада по сензационен начин. „Лешоядът и малкото момиченце“ показва паднало на земята силно измършавяло дете с кацнал недалеч зад него лешояд.

Снимката е продадена на „Ню Йорк Таймс“, където се появява за първи път на 26 март 1993 г. Придружена е с текст: „Родителите на децата са заети да приемат храна от самолет с помощи, така че са оставили децата си за малко, докато прибират пакетите. Такава е ситуацията с момичето на снимката, направена от Картър. Лешояд каца зад детето. За да ги фокусира, Картър се приближава много бавно до мястото, за да не изплаши лешояда, и прави снимка от приблизително 10 метра. Нащраква още няколко кадъра, преди да прогони птицата.“ За една нощ стотици хора се обаждат в редакцията на вестника, за да питат дали детето е оцеляло, което принуждава вестника да публикува специална редакторска бележка, в която се казва, че момичето е имало достатъчно сили да се измъкне от лешояда, но че крайната му съдба е неизвестна.

Не закъсняват и критичните реакции. Както и при други драматични фотографии, Картър не е пощаден и за тази снимка. Вестник „Сейнт Питърсбърг Таймс“ във Флорида пише: „Мъжът, който настройва обектива си, за да улови точно правилния кадър на страданието, най-вероятно също е хищник, още един лешояд на сцената“. (RHP 2014)

И коментара на Сюзан Зонтаг: „Има както засрамване, така и шок в наблюдаването в близък план на действителен ужас. Може би единствените хора, които имат право да застанат пред изображения на страдание от този краен порядък, са тези, които биха могли да направят нещо, за да го облекчат... или тези, които биха могли да се поучат от него. Останалите сме воайори, независимо дали искаме да бъдем, или не.“ (Sontag 2002: 42)

Едва през 2011 г. се изяснява, че момиченцето е било всъщност момче. Журналисти откриват бащата на детето, който им разказва, че за сина му Конг Ньонг се е погрижила хуманитарна мисия на ООН. Според бащата Ньонг е починал около 2007 г. от „треска“. (Rojas 2011) Но това е само детайл от историята на една снимка, която е и история на спекулации.

Гладът извън традицията на разказа за глада

Четири мащабни случая на документиран от фотографии глад обаче остават извън това, което наричам стабилизирания традиция на показване на глада. Това са Големият глад в Ирландия (1845 – 1852), гладът в Мадрас, Индия (1876 – 1879), Гладоморът, изкуствено предизвикан в Украйна (1932 – 1933), и Големият глад в Китай (1958 – 1961). Ще ги коментирам сбито.



*Бриджит О'Донъл и нейните деца,
1849. Рис. Джеймс Махоуни*

Големият глад в Ирландия (1845 – 1852) е първият съвременен глад, първият глад, който Западната цивилизация преживява като свръхсъбитие, което предизвиква обществения морал. През 40-те години на XIX Ирландия е вече картографирана, правят се и преброявания на населението, което означава, че това е първият глад, за който е налична относително добра статистика. Но въпреки че по това време в Ирландия работят много фотографи, не са се запазили никакви снимки. Особено значимо е английското издание „Illustrated London News“, което публикува гравюри. Въпреки масовата смъртност (умират един милион души), илюстрациите на жертви са редки и стерилни, подчиняват се на установени конвенции (разкъсани дрехи, измършавели лица, самотни

фигури, майки и деца, пози на просене). (Dodd 2005) Забележителна е обаче формалната прилика на гравюрата на Джеймс Махоуни „Бриджит О'Донъл и нейните деца“ (1849) с голяма част от съвременните фотографии на глада. И разбира се – посланието за съхраненото достойнство. Гладуващите не са загубили сили дотам, че да не могат да стоят изправени и обвиняващи.

Най-ранната снимка на гладуващи, показана в изложбата „Imaging Famine“ в нюзрума на вестник „Гардиън“ през лятото на 2005 г., документираща жертви на глада в Мадрас, Индия през 1876-79 г., при който умират около 10 милиона души. Не се знае много за фотографа, капитан Уилоуби Уолас Хупър, освен че очевидно е бил част от британската военна администрация. За този кадър казват, че е демонстрация на изключително безстрашие от страна на снимащия, обяснено с обстоятелството, че гладът се е възприемал като естествено явление – с други думи, подчинено на Божията воля. (Dodd 2005)

Това исторически достоверно обяснение прескача обаче характеристиките на визуалната архитектура – кадрите на капитан Хупър са стандартен пример за колониален етнографизъм, с присъщите му „обективност“, „детайлност“, „равност“,

„изчерпателност“. 12-те снимки от колекцията за глада в Мадрас, съхранявани днес в музея „Гети“ (Willoughby Wallace Hooper, Secunderabad: Scenes of the Madras famine), не са нищо повече от картотека – така са картотекирани топографски особености или флората и фауната в колониите. Тези снимки не са публикувани своевременно в медиите, те не само не са оказали ефект върху обществеността, но дори не са и направени с такава цел. Сценографията им при това съдържа общи места с тази в снимките на фоторепортерите след Втората световна война: скупчени „живи скелети“ пред домовете си от слама, майки, които държат в ръце миниатюрни, подобни на дървени кукли бебета, хора, които нямат сили да стоят будни. Радикалните отлики са в липсата на уловено движение и особено – в отсъствието на онези експресивни жестове на ръцете и стичащите се сълзи, които Макълин и Салгадо винаги успяват да видят, да уловят и да покажат.

		
Две измършавели деца, седнали в подножието на дърво.	Две жени държат по едно измършавяло бебе в ръцете си.	Изнемощял мъж седи на „чарпой“ – традиционно индийско плетено легло, а две деца спят на леглото. Също толкова изнемощяла жена седи до него на земята с бебе в скута си. Групата е пред колиба с покрив от слама.



Момичето и козата, Харков, 1933. Сн. Александър Винербергер

Гладоморът в Украйна е документиран и дори показан публично, но отсъства в големите дебати за фотографията и глада. А фотографът е Александър Винербергер, възпитаник на Философския факултет на Виенския университет, който по време на Първата световна война е мобилизиран в Австро-унгарската армия, участва в битки срещу руската армия и е заловен през 1915 г. Така се оказва задълго в Русия. През 1917 г. му е позволено да се премести в Москва, където създава химическа лаборатория. През есента на 1919 г. се опитва да

избяга от Съветска Русия в Австрия през Естония, използвайки фалшиви документи, но не успява: арестуван е от съветската тайна полиция, осъден е за шпионаж, и прекарва значителна част от 20-те години в затвора Лубянка в Москва. Познанията му като химик са оценени от властите, които изпращат чуждестранни затворници в химическата промишленост. Така е назначен за инженер за производство на лакове и бои, а по-късно работи във фабрики за производство на взривни вещества.

Живеейки в Харков, тогавашната столица на Украинската съветска социалистическа република, Винербергер е свидетел на масовия глад, Гладомор, и тайно прави около 100 снимки на улични сцени въпреки риска от арест от НКВД. Неговите снимки изобразяват опашки от гладни хора в хранителните магазини, гладуващи деца, трупове, лежащи по тротоарите. Винербергер снима с фотоапарат Leica, получен вероятно от приятели от чужбина.

Заминавайки за Австрия през 1934 г., Винербергер изпраща негативи по дипломатическата поща с помощта на австрийското посолство. Австрийските дипломати настояват за такава предпазливост, тъй като има голяма вероятност от претърсване на лични вещи на границата и евентуалното откриване на снимки може да застраши живота му. При завръщането си във Виена Винербергер предава снимките на кардинал Теодор Иницер, който, заедно с генералния секретар на Европейския конгрес на нациите, Евалд Аменде, ги представя на Обществото на нациите. Книгата на Аменде „Трябва ли Русия да гладува?“ се появява през 1935 г. (Ammende 1935) Съвременната историческа реконструкция на Гладомора е невъзможна без позоваването на тази книга и кадрите на Винербергер (виж Kappeler 2024).

Най-популярният кадър на австрийския фотограф, „Момичето и козата“, показва сериозно дете, дете с изражение на загрижен възрастен, придържащо с дясната си ръка одеялце, с което са увити плещите му, и с лява ръка повдигащо полите на рокличката си, така че се виждат тънките му крачета с дебелите възли на колената. Детските крачета, оглозгани от глада до кост, и удебеленото коляно са едни от общите места в традиционния разказ за гладуващите хора.

Но повечето кадри на Винербергер не са портрети отблизо, а сцени на лежащи по тротоарите изнеможели от глад или вече вкочанени трупове, които не могат да бъдат събрани. Сцени, заснети от преминаващ край тях наблюдател. Първата асоциация, която предизвикват у онзи, който е бил в тази част на света, са за почти същите гледки, но с мъже, заспали, където ги е стоварил ударът на

отрязващия алкохол. Общото усещане е за масово покосяване – сякаш населението е поразено от неизвестна епидемия, сееща трупове навсякъде. Като от холивудска продукция за нашествие на извънземни.

Големият глад в Китай (1958 – 1961) е резултат от инициативата на Мао Дзъдун „Големият скок напред“. Това е епохата на насилствената колективизация и пренасочването на работна ръка към промишлени проекти, съответно на неефективно разпределение на храните, неточното отчитане на производството на зърно и борбата с т.нар. вътрешен враг.

Фотографските свидетелства за Големия глад в Китай (1958 – 1961) са изключително оскъдни поради цензурата. Макар че съществуват някои визуални доказателства, като например снимка от 1962 г. на китайски бежанци в Хонконг, които просят храна, автентични и непропагандни снимки от самия период на глада са изключително редки, като някои учени отбелязват, че такива изображения изобщо не могат да бъдат открити. Така върху кориците на книги, посветени на управлението на Мао Дзъдун, през годините се появяват кадри от други исторически събития. Още един проблем, свързан с изобразяването на глада – подмяната.

Българският фотограф и изследовател на фотографското изображение Иван Захариев в статия върху визуалните внушения чрез снимки с ловни трофеи настоява, че повтарящите се модели притежават способността да манипулират масовото съзнание, да влияят върху междуличностните отношения и да изграждат общности (Захариев 2021). От огромно значение обаче е не само кои са тези модели, но и как са функционирали в хода на своята рецептивна история. Това изисква оптика, непосилна за настоящия текст.

Гладът и дилемите на 2025 година

През юли 2025 г. медиите в САЩ и Западна Европа бяха активно ангажирани с темата за недостига на храни в Ивицата Газа и за глада сред палестинското население. Книжката на списание „Икономист“ от 9 август бе с корица на фотография на „Асошиейтед Прес“, изобразяваща млад мъж и млада



жена, облечени в дрехи с качулки и с пластмасови пликосе с продукти, отдалечаващи се из лъкатушещ път сред развалините на опустошен от бомби квартал. Зрителят на тази фотография се оказва в ситуацията да проследява пътя на двамата, а той се губи сред сивите парцали на сградите до хоризонта и само останки от покъщнина тук-таме разнообразяват това бетоново бунище с цветовете на своята пластмаса.



Бомбардирана улица в Кьолн, 1945. Сн. Ерих Хартман

Само че перфектната композиция с малките фигурки на лишеното от дом семейство представлява само ехо на кадър от 1945 г. Авторът му, Ерих Хартман, е показал разрушения Кьолн, избирайки също перспектива, при която руините се стелят до хоризонта, а кадърът е обрмен от две изтърбушени, но все още високи сгради. И при Хартман в центъра са две отдалечаващи се фигури, също с чанти в ръцете, но и двете фигури са на жени, добре облечени жени, които сякаш се връщат, за да видят, че от града им са останали само основи, и да засвидетелстват, че новото начало предстои. В долния десен ъгъл обаче се вижда и фигура на възрастен мъж, който също пристига, влиза в кадъра.



Кабул, 1996. Сн. Джеймс Нахтуи



Фрайбург, 1945. Сн. Вернер Бишоф

Подобни картини могат да се видят в още много фотографски серии от различни войни. Кабул от 1996 г., сниман от Джеймс Нахтуи. Отново стеснената от натрошени тухли и превърната буквално в пътека бивша улица. И отново двете рамкиращи сгради. И отново самотната отдалечаваща се фигура (всъщност навлизаща в гъсталака от разрушени сгради) – този път една, в бяла бурка.

Както една е и фигурата на добре облечения мъж с ботуши и шапка и с голяма кошница в лявата ръка, потъващ в срутището на Фрайбург (в дъното се виждат останките на театъра) в снимката на Вернер Бишоф от 1945 г.



Кьолн, 1945. Сн. Маргарет Бърк-Уайт

А в кадрите, които Маргарет Бърк-Уайт прави на разрушените Нюрнберг и Кьолн през 1945 г., има и един, на който мъж и жена си пробиват път през отломките, катерят се върху тях и балансират върху купчините натрошен свят. Тъкмо тук е най-осезаемо, че войната е разрушила домове. Но и разрушени, те устояват чрез завръщащите се жители и чрез оцелелите прозорци.

Всички тези картини са свързани и от усиливащото впечатление за опустошение сблъсък с природата. На снимките от разрушените от англо-американски бомбардировки германски градове завръщащите се се движат не просто сред руини, а сред руини, покрити със сняг или по време на дъжд. На снимките от Газа тежката за живот



Газа Сити, 22 юли 2025 г. Сн. Али Хасан Джадала. Публикацията в „Х“ е съпроводена с описанието: „Тълпи се събират, докато палестинци, включително деца, наредени на опашка в град Газа, за да получат храна, раздавана от благотворителна организация, на фона на продължаващата израелска блокада и атаки срещу Газа на 22 юли 2025 г.“

природна среда е олицетворена от силните светлосенки на палещото лятно обедно слънце.

Свързва ги и невидимият интертекст на изпратените от боговете бедствия. „Операция Гомор“ е името, дадено от съюзническите сили на масираните въздушни нападения над Хамбург, които започват в нощта на 25 юли 1943 г. и продължават до 3 август. Името датира от Стария завет. Битие 19:24 гласи: „Тогава Господ извади сярата и огън от небето върху Содом и Гомор.“ В Хамбург бомбите са били фосфорни и запалителни бомби, авиационни мини и високофугасни бомби.

В началото на август 2025 г. разследване на германските медии *Süddeutsche Zeitung* (Freund 2025; FDD 2025) и *BILD* (Müller 2025) разкри, че получили признание фотографии, установили се в Газа, са режисирали снимки с цивилни жители от Газа за пропагандни цели. Въпреки че признава сериозността на хуманитарната криза в територията, разследването установява, че фотографии като Анас Зайед Фтея, който снима предимно за подкрепяната от турската държава Анадолска агенция, са режисирали избиращи изображения, за да „изобразят хаос и разрушение“ и така да обслужат

пропагандното крило на политическата партия Хамас и да повлияят на общественото мнение за Западна Европа. Фтея е активен в мрежата Европа-Палестина, която насърчава международната „съпротива“ срещу Израел. Отново се заговори за Паливуд (Pallywood).

Същевременно в Ивицата Газа от години работят фотографи, членове на агенция „Магнум“. Сред тях е Али Хасан Джадала, палестински фотожурналист, който документира живота в ивицата Газа в период от вече 13 години. (Magnum 2025a) Той пише за постоянната заплаха от глада, наред с бомбардировките, блокадите и принудителните изселвания, и е сред фотографите, демонстриращи гладуващи жители.¹ Подозренията в инсценировки, които са отправяни по повод някои от кадрите, както и критиката по отношение на съпътстващите текстове, вървят успоредно с нарастващото доверие на медии, които ползват работата му.² И отдавна е без значение, че фотографите за глада са недвусмислено идеологизирани, а хуманистичната нагласа е сменена от политическата поръчка.

Друг значим фотограф на глада в Газа е Махмуд Абу Хамда (Magnum 2025a). В обектива му попадат и хилядите парашути с помощи, напомнящи за кадри на Капа от D day.³

Вместо епилог: умората от съчувствието

Сюзан Зонтаг обръща внимание и на един механизъм на общественото съзнание в епохата на масмедии, който нарича *empathy fatigue*, умора от съчувствието: „Чувствата, включително моралното негодувание, които изпълват хората при вида на снимките на потиснатите, експлоатираните, гладуващите и избиваните, зависят също от степента, до която тези образи са им познати. Снимките на

¹ Сериите от снимки на гладуващи могат да се проследят например в постове на фотографа в социалната мрежа „X“ от юли и началото на август 2025 г.: от 19 юли (<https://x.com/alijadallah66/status/1946511298314862898>), от 22 юли (<https://x.com/alijadallah66/status/1947700382026580432>), от 24 юли (<https://x.com/alijadallah66/status/1948263405485199581>), от 25 юли (<https://x.com/alijadallah66/status/1948638093319213063>), от 26 юли (<https://x.com/alijadallah66/status/1949036256807223706>), от 30 юли (<https://x.com/alijadallah66/status/1950465993500700842>), от 5 август (<https://x.com/alijadallah66/status/1952784652160115033>) и от 6 август (<https://x.com/alijadallah66/status/1953155943979520146>).

² Именно негови фотографии стоят на кориците на списание „Stern“ от 31 юли (<https://x.com/sternde/status/1950587228180148250>) и списание „Time“ от 1 август 2025 г. (https://x.com/Yusuf_Ozhan/status/1951270290555633665).

³ Профилът му в Instagram: <https://www.instagram.com/mahmoudhamda/>

Дон Маккълин на измършавелите жители на Биафра в началото на 70-те години не можаха да въздействат на някои така, както снимките на Вернер Бишоф на жертвите на глада в Индия от началото на 50-те години, тъй като подобни образи бяха станали банални; а снимките на умиращите от глад туарегски семейства в Долна Сахара, които се появиха по всички списания през 1973 г., сигурно за мнозина бяха само мъчително повторение на вече отдавна познати бедствия.” (Зонтаг 2013: 27)

Но дали тази умора от съчувствието не е свързана и с изтощението от повтарящите се гордиеви възли на историята? По-важното е, че онова, което се приема за повторение на исторически събития, всъщност е повторение на разкази (включително визуални) за исторически събития. А тези повторения през последните два века са все по-доминиращо фотографски.

БИБЛИОГРАФИЯ

Зонтаг 2013: Зонтаг, С. За фотографията. София: Изток-Запад, 2013. ISBN 978-619-152-276-7 [Sontag 2013: Sontag, S. Za fotografijata. Sofia: Iztik-Zapad, 2013.]

Захариев 2021: Захариев, Иван. Визуални внушения чрез снимки с ловни трофеи (Валидизиране на културни показатели чрез фотографски изображения в масовата комуникация) – В: Медии и език. Електронно списание за научни изследвания по медиен език [онлайн]. 22 януари 2021, № 9 [Ценностите: презареждане]. ISSN 2535-0587. <https://periodicals.uni-sofia.bg/index.php/medialinguistics/article/view/219/191>

Ammende 1935: Ammende, Ewald. Muss Russland hungern? Menschen- und Völkerschicksale in der Sowjetunion. Wien, 1935.

Berger 2013: John Berger. Photographs of Agony. – In: Understanding a Photograph (Geoff Dyer, ed.) Aperture, 2013. ISBN 978-1-59711-256-7

Bharadwaj 2021: Akash Bharadwaj, Bihar Famine (1951) through the Eyes of Werner Bischof. – In: *Peepul Tree Stories*, 30 October 2021. <https://www.peepultree.world/livehistoryindia/story/eras/bihar-famine-werner-bischof> [pregledan 05.09.2025]

Dodd 2005: Luke Dodd, Whose hunger? *The Guardian*, 6 Aug 2005. ISSN 1756-3224. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2005/aug/06/photography.famine> [pregledan 05.09.2025]

Freund 2025: Freund, N. Wie echt sind die Bilder aus Gaza?. In: *Süddeutsche Zeitung*, 3. August 2025. ISSN 0174-4917. <https://www.sueddeutsche.de/politik/gaza-hunger-bilder-experten-propaganda-hamas-israel-li.3291720> [pregledan 05.09.2025]

Gerstenhaber 2023: Alexander J. Gerstenhaber, Salgado, the Sahel, and Photography’s Biggest Dilemma. – *The Harvard Crimson*, March 2, 2023. ISSN 1932-4219 <https://www.thecrimson.com/column/f4-the-world-in-pictures/article/2023/3/2/f4-salgado-the-sahel/> [pregledan 05.09.2025]

Kappeler 2024: Andreas Kappeler, Die ukrainische Hungersnot von 1932/33 in der zeitgenössischen Presse Mittel- und Westeuropas. In: Yaroslav Hrytsak, Martin Wessel (Hg.). *Hunger als Waffe. Der Holodomor in der Ukraine als Völkermord und europäischer Erinnerungsort*. Leipziger Universitätsverlag, 2024, pp. 53-95. https://www.duhk.org/fileadmin/data_duhk/documents/DUHK_Hunger-als-Waffe_Ebook.pdf

Houghton 2024: Max Houghton, Tribute to Paul Lowe. *British Journal of Photography*, 23 October 2024. ISSN 2978-0624. <https://www.1854.photography/2024/10/tribute-paul-low/> [pregledan 05.09.2025]

Kleinman and Kleinman 2009: Arthur Kleinman and Joan Kleinman. Cultural Appropriations of Suffering. – In: *Cultures of Fear: A Critical Reader*. Edited by Uli Linke and Danielle Taana Smith, Pluto Press, 2009, pp. 288-303.

Leica 2020: Sebastião Salgado – Ethiopian Hunger, 1985, leica-oskar-barnack-award.com, 2020. <https://www.leica-oskar-barnack-award.com/en/winners/winner-1985-sebastiao-salgado.html> [pregledan 05.09.2025]

Levi Strauss 1991: David Levi Strauss, Epiphany of the Other: Sebastião Salgado. – *Artforum*, February 1991, vol. 29, No. 6. ISSN 1086-7058. <https://www.artforum.com/features/epiphany-of-the-other-sebastiao-salgado-204390/> [pregledan 05.09.2025]

Magnum 2025a: Voices From Gaza: Ali Jadallah. Part two of four in the Voices From Gaza series sees photojournalist Ali Jadallah in dialogue with Jérôme Sessini. – Magnum Photos, Sept. 2025. <https://www.magnumphotos.com/newsroom/voices-from-gaza-ali-jadallah/> [pregledan 05.09.2025]

Magnum 2025b: Voices From Gaza: Mahmoud Abu Hamda. Part three of four in the Voices From Gaza series sees photojournalist Mahmoud Abu Hamda in dialogue with Bieke Depoorter. Magnum Photos, Sept. 2025. <https://www.magnumphotos.com/newsroom/voices-from-gaza-fatma-hassona/> [pregledan 05.09.2025]

McAlister 2023: Melani McAlister, Picturing the War ‘No One Cares About’. *Humanities magazine*, a publication of the National Endowment for the Humanities, Spring 2023, May 18, 2023. ISSN 1555-0532 <https://www.neh.gov/article/picturing-war-no-one-cares-about> [pregledan 05.09.2025]

McDonald 2005: Michele McDonald, When People’s Suffering is Portrayed as Art. – *Nieman Reports Magazine*, Spring/Summer 2025, March 15, 2005. ISSN 0028-9817. <https://niemanreports.org/when-peoples-suffering-is-portrayed-as-art/> [pregledan 05.09.2025]

Morton 2006: Christopher Morton, Sahel: The End of the Road (review). – *Anthropological Quarterly*, Volume 79, Number 1, Winter 2006, pp. 175-177. ISSN 1534-1518. <https://muse.jhu.edu/pub/35/article/194829/> [pregledan 05.09.2025]

Müller 2025: Moritz J. Müller, Hans-Jörg Vehlewald, Aaron Deuser. Dieser Gaza-Fotograf inszeniert die Hamas-Propaganda. In: *BILD*, 05.08.2025. ISSN 0949-5096. <https://www.bild.de/politik/ausland-und-internationales/gestellte-gaza-bilder-dieser-fotograf-inszeniert-hamas-propaganda-689069205bfd36554e9e6806> [pregledan 05.09.2025]

RHP 2014: The Vulture and the Little Girl: The Tragic Story Behind an Iconic Photo= *Rare Historical Photos*, Dec. 12, 2014. <https://rarehistoricalphotos.com/vulture-little-girl/> [pregledan 05.09.2025]

Rojas 2011: Rojas, Alberto. "Kong Nyong, el niño que sobrevivió al buitre" [Kong Nyong, The Boy Who Survived the Vulture]. *El Mundo*, 21 February 2011. ISSN 1576-6969. <https://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/18/comunicacion/1298054483.html> [pregledan 05.09.2025]

Sontag 1973: Susan Sontag, “Photography”. – *The New York Review of Books*, vol. XX, No. 16, October 18, 1973, pp 59-63. ISSN 1944-7744. <https://www.nybooks.com/articles/1973/10/18/photography/>

Sontag 1977: Susan Sontag. *On Photography*. Farrar, Straus and Giroux, 2002. ISBN 978-0-374-22626-8

Sontag 2002: Susan Sontag. *Regarding the Pain of Others*. Farrar, Straus and Giroux, 2002. ISBN 978-0-374-24858-1

Strauss 1991: David Levi Strauss, Epiphany of the Other: Sebastião Salgado. – *Artforum*, vol. 29, No. 6, February 1991. ISSN 1086-7058. <https://www.artforum.com/features/epiphany-of-the-other-sebastiao-salgado-204390/> [pregledan 05.09.2025]

Sischy 1991: Ingrid Sischy, Good Intentions. – *The New Yorker*, 9th September 1991, pp. 89-95. ISSN 3067-7335 <https://web.archive.org/web/20220427153258/https://paulturounetblog.files.wordpress.com/2008/03/good-intentions-by-ingrid-sischy.pdf> [pregledan 05.09.2025]

WFP and FAO 2025: *Hunger Hotspots. FAO–WFP early warnings on acute food insecurity: June to October 2025 outlook*. Rome, 2025. <https://doi.org/10.4060/cd5684en> [pregledan 05.09.2025].

A Path Through the Ruins: Constructing Starvation in Photography

Yordan Eftimov

New Bulgarian University

<https://orcid.org/0000-0002-0599-7298>

email: yeftimov@nbu.bg

Abstract: The report places the reportage footage of the famine in Palestine in the summer of 2025 in the intertext of the photographic tradition of wars and disasters, raising questions of an ethical and aesthetic nature. Two covers of influential publications

- The Economist and Time – are put in focus. The scenes of the suffering Palestinians are examined as an echo of photographic images from post-war Germany.
- Keywords:** Gaza, starvation, social-documentary photography, photographic truth, cultural appropriation, aestheticizing and objectifying the suffering

Спорт, власт и комуникация: имиджовите предизвикателства на Формула 1 в авторитарни държави

 **Цветелина Джамбазова**

Софийски университет „Св. Климент Охридски“
имейл: c.dzhambazova@uni-sofia.bg

DOI: 10.58894/56t8zg14

Резюме. Формула 1 като световно признат спорт с милиони зрители привлича авторитарни държави, които използват домакинството на състезания за подобряване на имиджа си чрез спортуошинг. Чрез анализ на казуси статията изследва как Бахрейн, Саудитска Арабия, Катар и Азербайджан използват Ф1 за отвличане на вниманието от нарушения на правата на човека и други проблеми. Изследването разглежда липсата на реакция от страна на Ф1 и ФИА като съществен проблем, подкопаващ легитимността на спорта. В заключение се предлага комуникационна стратегия за преодоляване на критиките към организациите за тяхната пасивност.

Ключови думи: Формула 1, авторитарни държави, имидж, комуникационна стратегия, кризисна комуникация

Въведение и методология

Формула 1 (Ф1) е високо конкурентен и световно признат състезателен спорт, който привлича интереса на публиката от десетилетия. Шампионатът представлява най-модерните инженерни постижения и иновации, разширявайки границите на автомобилната технология и генерирайки значителни приходи. Състезанията от този спорт се провеждат в различни градове и държави, привличайки интереса на милиони зрители по целия свят. Неслучайно страните разглеждат домакинството на Ф1 като възможност да изградят положителен имидж както пред своите собствени граждани, така и пред международната общност. Това създава опасността спортът да премине границите на забавлението и да навлезе в политиката: държави, управлявани от недемократични режими, използват Формула 1 за отвличане на вниманието от проблеми като нарушения на правата на човека, ограничаване на свободата на словото и корупция.

Използвайки метода анализ на казуси, настоящата статия изследва как четири държави, чиито режими на управление могат да бъдат

определени като авторитарни (Бахрейн, Саудитска Арабия, Катар, Азербайджан) използват състезанията във Формула 1 за подобряване на имиджа си. Статията обръща внимание и на липсата на реакция от страна на Ф1 и Световната федерация по автомобилизъм (ФИА) като съществен проблем, подкопаващ легитимността на спорта и подпомагащ опитите на авторитарните държави да отвлечат вниманието на аудиторията от темата за правата на човека. В края на статията е предложена комуникационна стратегия, която да бъде приложена от Ф1 или ФИА в отговор на критиките за липса на реакция.

Място и значение на Формула 1 в глобалния спорт

Състезанията от Формула 1 (наричани Гран При) са считани за най-престижните спортни събития в света на моторните спортове още от своето начало през 1950 г. В съзнанието на аудиторията те са пресечната точка между най-високи технологични постижения, спортни умения и луксозен начин на живот. Спортът не оставя безучастна нито една сфера на обществения живот: както феновете, които ревностно следят всяка изява на предпочитания от тях отбор, така и яростните критици, които често отхвърлят принадлежността на Гран При към спортните състезания, наричайки ги с презрение обикновено „шоу“, което идва с твърде висока цена, когато става въпрос за околната среда. Така се оказва, че Ф1 е в центъра на вниманието на световната общественост, като популярността на спорта се увеличава значително през последните години поради различни причини.

Един от ключовите аспекти, които отличават Ф1 от другите моторни спортове, е акцентът върху технологичните постижения. Спортът служи като полигон за автомобилните производители и инженерите да разработват и усъвършенстват авангардни технологии. От аеродинамиката до хибридните силови агрегати, Ф1 винаги се намира в челните редици на иновациите, стимулирайки напредъка в автомобилната индустрия като цяло. Непрестанният стремеж към скорост и ефективност води до разработването на революционни технологии, които в крайна сметка намират път към серийните автомобили, т.е. в крайна сметка са от полза на обикновените потребители по целия свят (Alanazi, 2023).

Като доказателства за значението на Формула 1 в глобалния спорт могат да бъдат приведени следните доказателства:

- Растеж на глобалната фен база: Ф1 отчита увеличение на глобалната фен база с 12% до 826,5 милиона през 2024 година, демонстрирайки постоянен годишен растеж.

Nielsen съобщава, че Ф1 е спечелила 73 милиона фенове - увеличение от 20 процента - в десет от таргетираните от спорта територии през 2024 г.: Бразилия, Китай, Франция, Германия, Италия, Русия, Южна Корея, Испания, Великобритания и САЩ. (Brittle 2025)

- Популярност в социалните мрежи: спортът преживява безпрецедентен дигитален растеж. Ф1 се радва на 30,73% годишен растеж в социалните медии, който е сравним с този на Олимпийските игри, които отбелязват 37,76% растеж за същия 12-месечен период. По-важното е, че Формула 1 отчита 99% увеличение в ангажираността в периода от 2019 до 2020 г. В момента спортът има над 49 милиона последователи с 40% годишен растеж и 1,5 милиарда общи взаимодействия в социалните мрежи. (MarketScreener 2022)
- Ефектът „Нетфликс“: реалити поредицата, посветена на Ф1, "Drive to Survive" на Нетфликс оказва трансформиращо въздействие върху медийното присъствие на спорт. Седмият сезон на "Drive to Survive" (излъчен през март 2025 г.) все още е най-гледаният спортен документален филм на платформата с 10,4 милиона гледания. Предаването достига своя най-висок пик с 1,5 милиона уникални зрители през седмицата от 14 март 2022 година, като зрителите прекарват 4,7 милиона часа в гледане на епизодите от поредицата през този период. Ефектът „Нетфликс“ е особено забележим на ключови пазари. 37% от новите фенове на "Drive to Survive" идват от САЩ, 12% от Великобритания и 9% от Австралия, показвайки значително проникване в пазари, които традиционно не се свързват с този спорт. (Lu 2023)

Следователно не е никак изненадващо, че заедно с увеличаването на известността на състезателите и на Гран При на Формула 1, нараства и интересът на различни международни организации, мултинационални корпорации и дори държави към възможностите за реклама, предоставяни от спорта. Така постепенно Ф1 започва да навлиза във фокуса на медиите чрез проблема, пред който от десетилетия се изправят всички спортове с глобално значение: т.нар. "sportswashing".

В българския език няма еднозначно приет термин, който да обозначава това понятие, като до този момент няма и научни публикации, които да са изцяло посветени на изясняването на конкретното му значение или намирането на български превод. В публикациите, които съществуват на български език, се използва заемката „спортуошинг“, което ще бъде направено и в тази статия. Адекватен български превод би бил например словосъчетанието „пропаганда чрез спорт“.

Сам по себе си „спортуошингът“ е феномен, който е наблюдаван често през XX и XXI век, като най-известните примери са Олимпийските игри в Берлин през 1936 г. (проведени в навечерието на Втората световна война, когато Адолф Хитлер е на власт в Германия) и Световното първенство по футбол в Аржентина през 1978 г. (проведено по време на режима на военната хунта). Речникът Britannica дава следното определение на този термин: „използването на спортно събитие от страна на физическо лице, правителство, корпорация или друга група с цел да се популяризира или да се подобри репутацията на физическото лице или групата, особено в контекста на противоречия или скандали“ (Britannica, 2025). Счита се, че терминът се появява за първи път през 2015 г. като съчетание от думите „спорт“ и „прекръстване“ (whitewash), за да се опише използването на Европейските игри от Азербайджан с цел отклоняване на международното внимание от проблемите с правата на човека в страната. Понятието става популярно около 2018 г., когато международната организация Amnesty International, специализираща в областта на защита на правата на човека, започва да го използва, за да привлече вниманието към връзката между влошаването на положението с основните свободи на гражданите в Русия след 2010 г. и домакинството на страната на Зимните олимпийски игри в Сочи през 2014 г. и Световното първенство по футбол през 2018 г. Терминът опровергава представата, че спортните състезания са аполитични, и вместо това предполага, че такива състезания често са от полза за правителства, които провеждат непочтени политики.

Обект на все по-забележими критики е провеждането на Гран При на Ф1 в държави, чиито режими на управление биха могли да бъдат определени като недемократични или авторитарни. Все по-осезаема става и липсата на реакция, както от страна на Формула 1 Груп (медийната група, част от корпорацията „Либърти Медия“, която отговаря за провеждането на тези състезания), така и на ФИА към гласовете, заставащи в опозиция и желаещи прекръстването на договорите на държави с недемократични режими и Ф1. Критикувана е и липсата на единна комуникационна стратегия както на Формула 1

Груп, така и на ФИА за справяне с недоволствата, идващи от различни социални групи, фенове, така и от някои състезатели.

Авторитарните държави и Гран При на Формула 1

Домакинството на Гран При на Формула 1 може да бъде определено като престиж за всеки един град, защото това е символ не само на най-високото спортно майсторство и върховите достижения на съвременната инженерна мисъл, но и на определен начин на живот, до който могат да се докоснат само определени привилегировани слоеве на обществото. Градовете (и пистите) домакини трябва да отговарят на определени критерии и да изпълнят редица ангажименти преди да се стигне до сключването на окончателния договор за провеждането на състезанията. Така не е изненадващо, че Гран При обичайно се провеждат в големи градове, а най-често в столиците на съответните държави. Това е видимо и от долната таблица, която представлява графикът на състезанията през 2025 г.:

Таблица 1. График на състезанията през сезон 2025 г. във Формула 1 (източник: formula1.com 2025)

Гран При	Място на провеждане	Дати
Гран При на Австралия	Мелбърн, Австралия	14 – 16 март 2025 г.
Гран При на Китай	Шанхай, Китай	21 – 23 март 2025 г.
Гран При на Япония	Сузука, Япония	4 – 6 април 2025 г.
Гран При на Бахрейн	Шахир, Бахрейн	11 – 13 април 2025 г.
Гран При на Саудитска Арабия	Джеда, Саудитска Арабия	18 – 20 април 2025 г.
Гран При на Маями	Маями, САЩ	2 – 4 май 2025 г.
Гран При на Емилия-Романя	Имола, Италия	16 – 18 май 2025 г.
Гран При на Монако	Монако	23 – 25 май 2025 г.
Гран При на Испания	Барселона, Испания	30 май – 1 юни 2025 г.

Гран При на Канада	Монреал, Канада	13 – 15 юни 2025 г.
Гран При на Австрия	Спилбърг, Австрия	27 – 29 юни 2025 г.
Гран При на Великобритания	Силвърстоун, Великобритания	4 – 6 юли 2025 г.
Гран При на Белгия	Спа, Белгия	25 – 27 юли 2025 г.
Гран При на Унгария	Будапеща, Унгария	1 – 3 август 2025 г.
Гран При на Нидерландия	Зандвоорт, Нидерландия	29 – 31 август 2025 г.
Гран При на Италия	Монца, Италия	5 – 7 септември 2025 г.
Гран При на Азербайджан	Баку, Азербайджан	19 – 21 септември 2025 г.
Гран При на Сингапур	Сингапур	3 – 5 октомври 2025 г.
Гран При на САЩ	Остин, САЩ	17 - 19 октомври 2025 г.
Гран При на Мексико	Мексико сити, Мексико	24 - 26 октомври 2025 г.
Гран При на Бразилия	Сао Паулу, Бразилия	7 - 9 ноември 2025 г.
Гран При на Лас Вегас	Лас Вегас, САЩ	20 - 22 ноември 2025 г.
Гран При на Катар	Лусаил, Катар	28 – 30 ноември 2025 г.
Гран при на Абу Даби	Яс Марина, Абу Даби	5 – 7 декември 2025 г.

Сред изброените Гран При прави впечатление присъствието на държави, широко критикувани сред международната общност през последните десетилетия за липса на минимални гаранции за защита правата на човека и основните свободи на техните граждани и

мигрантите, намиращи се на тяхна територия, за поведение на управляващите политически лидери, което може да бъде определено единствено като „авторитарно“, както и за широко разпространение на корупционни практики.

В тази статия ще бъдат разгледани примери с няколко такива държави, които имат домакинства на Гран При и през 2025 г.: Бахрейн, Саудитска Арабия, Катар и Азербайджан.

Общото между всички разгледани в статията казуси на държави с авторитарни режими, които са домакини на Гран При на Формула 1, са документираните случаи на нарушения на основни права на човека, които са станали достояние на международната общност, както и изразеното недоволство от страна на граждани и неправителствени организации срещу провеждането на тези състезания. Обща е и липсата на реакция от страна на ръководните органи във Формула 1 към протестите в тези страни.

За повечето държави домакинството на Гран При във Формула 1 е не само символ на престиж, но е съпроводено и с икономически ползи за местната индустрия и туристически бранш. Затова не е изненадващ стремежът на страните към подобни елитни състезания. В случая с разглежданите тук четири държави състезанията са и стратегия за подобряване на имиджа на дадената страна пред световната общност, както и своеобразен опит за контрол от страна на местните правителства върху наратива, отвличайки вниманието от недоволството на местните граждани.

Формула 1 Груп като медийна група също получава икономически ползи, тъй като всеки град плаща определени такси за привилегията да бъде домакин на Гран При (с изключение на някои състезания като например Гран При в Лас Вегас, което е за сметка на частна компания, а не на самия град). Оказва се, че държави, определяни като недемократични, са готови да платят значително по-висока такса за привилегията да бъдат домакин на Гран При. (Ujival 2024: 4-5)

Гран При на Бахрейн е една от малкото възможности на международни журналисти да посетят обичайно затвореното кралство и да отразяват директно случващото се там. По тази причина преди всяко състезание местни активисти призовават журналистите да се фокусират не толкова върху състезателите и техните отбори, а вместо това да се поинтересуват от всичко случващо се встрани от

свободните тренировки, квалификацията и реалната надпревара по време на състезателния уикенд.⁴ (Dooley 2021)

Състезанието в Бахрейн става печално известно през 2012 г., когато Салах Аббаб Хабиб, един от протестиращите срещу местното правителство, е убит по време на Гран При. Формула 1 така и не изразява публична позиция относно случилото се. (Ujival 2024: 5) Международни организации отразяват и редица случаи на нарушения на правата на мигранти, работещи на пистата Шахир, свързани с неизплатени надници и незаконно конфискуване на личните им документи. Официалните власти в Бахрейн освен това налагат и строги ограничения върху свободата на изразяване и правото на мирни протести – особено по време на елитни състезания, каквито са Гран При на Ф1. (Ibid.)

Подобни явни нарушения срещу правата на човека се срещат и в други държави домакини на състезания във Ф1 от региона каквито са Катар и Саудитска Арабия. „В резултат на системата „кафала“⁵ много работници мигранти се сблъскват с неизплатени надници, работни условия, които са далече от стандартите за безопасност, конфискуване на личните документи.“ (Cholewiński 2024) Чести са случаите на топлинни удари и дори смърт сред строителните работници, занимаващи се с подготовката на големи спортни събития.

Друг основен проблем в тези две държави е неравенството между мъже и жени, което е иманентна част от местните общества. Така например Саудитска Арабия е една от държавите с най-крайни разбирания и строги ограничения върху участието на жени в спортни прояви. (European Center for Democracy and Human Rights 2023). Политиката на страната по отношение на жените предизвиква реакцията на различни международни организации. Формула 1 Груп обаче не е една от тях, като отговорът на корпорацията срещу критиките включват мъгляви изявления относно необходимостта от подобряване на възможностите за по-голямо включване на жените от тези държави в състезанията, но без да се споменават планове за

⁴ Състезателният уикенд във Формула се провежда от петък до неделя и включва три свободни тренировки, квалификация и самото състезание, което винаги се организира в неделя.

⁵ Системата „Кафала“, известна още като система „кефала“, е система за спонсориране, използвана в много страни от Близкия изток, особено в тези от Арабския полуостров. Тя обвързва мигрантите работници с конкретен работодател, като им предоставя право на пребиваване само докато са наети от този работодател. Тази система по същество прави работниците зависими от работодателите си по отношение на правния им статут, което създава дисбаланс в силите и може да доведе до експлоатация.

конкретни действия. Въпреки че самата Ф1 прави известни усилия по отношение на равенството между половете, като промотира участието на жени в надпреварите основно чрез своята академия, тези жестове изглеждат неадекватни, дори символични и минимални в сравнение с жестоката реалност за саудитските жени, чиито права са силно ограничения.

Малко по-различен е случаят с Азербайджан, където домакинството на Гран При във Формула 1 е използвано не само като начин за придобиване на международен престиж, но и като способ за популяризиране на правителствените политики сред местните жители. Гран При на Азербайджан в столицата Баку се провежда от 2016 г. насам (не се провежда единствено през 2020 г. заради пандемията от Ковид-19). През 2023 г. договорот на състезанието е подновен до 2026 г. Особеното при организирането и провеждането на това Гран При е, че то не се състои на специално изградена за целта писта, а по улиците на Баку, което създава затруднения в ежедневно придвижване на гражданите (напр. железни огради по пътищата и бетонни съоръжения).

Про-правителствените местни медии и експерти споделят мнението, че чрез домакинството си на Гран При във Формула 1 Азербайджан демонстрира своята икономическа сила, степента си на развитие, гостоприемство и межкултурните си ценности пред глобалната общественост. По време на церемонията по случай края на спортната година на 25 декември 2019 г. президентът на страната Илхам Алиев заявява: „Що се отнася до състезанието във Формула 1, мога само да кажа, че то води до сериозни ползи за нашата страна. На първо място, градовете-домакини на състезания във Формула 1 са или столиците на развити държави или техни важни градове. Фактът, че Баку е един от тях, е значително събитие за нас.“ (Ibadoghlu 2024: 5)

В действителност разходите за провеждане на Гран При на Азербайджан нарастват всяка година. Публична информация за приходите липсва. Все по-осезаемо нарастват подозренията около дейността на компанията, свързана с уличната писта в Баку. Така например Сингиз Махдиев, който е начело на тази компания от 2015 до 2020 г., в момента е подсъдим по обвинения в корупция и злоупотреба с финансови средства. (Ibid.) Междувременно данните показват, че откакто страната става домакин на Гран При през 2016 г. показателите ѝ по отношение на критерии като ниво на корупция, права на човека и основни свободи се влошават. По данни на Amnesty International и нейния Индекс за възприятие на корупцията Азербайджан се нарежда на 154-о място от 180 страни, превръщайки се в една от най-корумпираните държави в света. (Ibid.: 2)

Нито Формула 1 Груп, нито ФИА до този момент имат изразени публични позиции по отношение на ситуацията в Баку – по същия начин, по който липсват ясни коментари относно другите разгледани в статията случаи.

Ярък е контрастът в позициите на двете най-влиятелни организации в света на моторните спортове заемат спрямо други политически и глобални проблеми. Веднага след началото на военните действия между Русия и Украйна Формула 1 решава да прекрати договора за Гран При на Русия в Сочи и то с незабавен ефект, довел до отмяната на 17-ото състезание за сезон 2022 г. Ф1 също така заявява, че няма намерение този договор да бъде подновен някога. (Sarlas 2022) Организацията дори провежда кампания с участието на всички състезатели, които се обявяват против военните действия.

Активисти от Бахрейн изпращат отворено писмо до Стефано Доменикали, генералният директор на Формула 1 Груп. В интервю пред британския вестник The Guardian Доменикали заявява следното: „Имам задължението да ръководя един спорт, който се е превърнал в нещо повече от надпревара. Едновременно трябва да се придържам към неговите спортни измерения, но и усещам, че благодарение на мрежата и контактите, които имаме и създаваме по целия свят, трябва да се адаптираме и да започнем да осъществяваме позитивна промяна.“ (Zidan 2024) Думите на Доменикали са в рязък контраст (и дори противоречие) с липсата на ангажираност по отношение на спортните аспекти на състезанията в авторитарни държави.

Липсата на позиция по темата и от страна на Световната федерация по автомобилизъм също е осезаема. Особено с оглед на направените промени, чрез които се забранява на състезателите в моторните спортове открито да заявяват своето мнение по политически и социални проблеми.

През декември 2022 г. ФИА променя своя Международен спортен кодекс (International Sporting Code), за да забрани на състезателите да правят каквито и да било „лични, политически или религиозни“ заявления без предварително разрешение. (Smith and Coleman 2023) „Въпреки че ФИА защити действията си, казвайки, че това е просто една формалност, закрепваща вече действащи практики, добавянето на това правило означава, че състезателите вече могат да бъдат наказвани, ако се сметне, че са направили нарушение.“ (Ibid.) Промяната идва след като известни пилоти, сред които световните шампиони във Формула 1 Люис Хамилтън и Себастиан Фетел използват платформата на Гран При, за да изразят своите позиции по важни обществени въпроси като полицейското насилие срещу

чернокожи в САЩ, правата на хората с нетрадиционна сексуална ориентация и глобалните климатични промени.

Комуникационни стратегии за преодоляване на имиджовите проблеми пред Формула 1

Всичко казано до тук показва липсата на ясно изразена комуникационна стратегия от страна на Формула 1 като спорт, която да отговори на обвиненията в спортуошинг и утвърждаването на държави, за чиито официални власти има документирани доказателства, че извършват нарушения срещу правата на човека и основните свободи. Това създава опасен вакуум, който може да доведе до влошаване на глобалния имидж на спорта, както и до отлив на подкрепа от страна на обществото.

Както вече беше посочено, Формула 1 така и не защитава публично избора си на локации за Гран При състезанията през всеки сезон. В редките случаи, когато се споменава темата, ръководните лица в спорта отстояват позицията, че провеждането на Гран При в такива държави трябва да се разглежда като начин за популяризиране на културната обмяна и да се подпомогне икономическото развитие в държави, които не са напреднали толкова в развитието си – доста странен аргумент в защита на някои от водещите страни износителки на петрол в света. Среща се и тезата, че моторните състезания в тези региони биха могли да вдъхновят социалния прогрес там. Още един лесно оборим аргумент, който звучи напълно нелогично сред десетките документирани случаи на нарушени права на човека.

Пред Формула 1 – а и пред самата ФИА – стои основната дилема дали да продължи мълчаливата си политика или да предприеме мерки в отговор на всички критики, защитавайки онези ценности, за които спортът винаги е твърдял, че стоят в основата на вземането на решения.

Въздържането от заемането на публична позиция от страна на Ф1 може да доведе до спад в интереса и доверието на глобалната фен база. Рискът тук е спортът да изглежда мотивиран по-скоро да запази сериозните си финансови постъпления, идващи от авторитарни режими, готови да платят значителни суми за подобряване на имиджа си чрез елитен спорт. Съществува обаче и риск от отчуждаване на самите състезатели, които все по-често заемат позиции, адресиращи важни политически и социални теми (въпреки опитите на ФИА да наложи ограничения над тези изяви). Седемкратният световен шампион Люис Хамилтън е един от тези, които се опитват да привлекат общественото внимание към нарушенията на правата на

човека в Бахрейн. Явните различия в позициите на ръководните органи в спорта и пилотите ще доведе до явно напрежение и още повече би подкопало доверието на публиката към Ф1.

Като международна корпорация Формула 1 Груп би следвало да се съобразява с Ръководните принципи относно бизнеса и правата на човека на Организацията на обединените нации (UN Guiding Principles on Business and Human Rights) – набор от правила, които не са правно обвързващи, но въпреки това са възприети от редица големи компании. Това би могло да е част от изграждането на една осъзната политика, включваща етични и правни регулации за гаранция спазването на правата на човека и основните свободи. Политика, която би могла да се разшири и до партньорите на Формула 1 Груп – включително и до правителствата на държавите, в които се провеждат състезанията.

Може би най-изненадващият елемент е фактът, че Ф1 през последните години като че ли изгубва контрол върху наратива, който е пряко свързан с организираните от спорта събития. В някаква степен би могло да се каже, че правителствата в изследваните държави имат предимство, тъй като напълно осъзнават необходимостта от изграждането на история, която да работи в тяхна полза. Така Формула 1 Груп остава в позицията на пасивен играч, което може да доведе до загуби за спорта в дългосрочен план.

Заклучение

Спортуошингът е често срещан похват, с който държавите, управлявани от недемократични режими се опитват да подобрят имиджа си пред глобалната общност. Състезанията във Формула 1 – спорт, символизиращ върховенството на технологичните иновации и луксозния начин на живот – са предпочитана от подобни страни възможност да привлекат туристи, а същевременно и да се опитат да отвлекат вниманието от драстичните ограничения върху свободата на словото и нарушенията на основни права на човека.

Липсата на ясно заявена позиция от страна както на Формула 1, така и от Световната федерация по автомобилизъм (органът, ръководещ всички моторни спортове) създава опасен прецедент, който подпомага спортуошинга на авторитарните режими и същевременно подрива легитимността на спорта, като повдига редица етични въпроси. Необходима е конкретна комуникационна стратегия, която да бъде изготвена от Формула 1 в отговор на критиките, идващи от международни неправителствени организации, фенове и от самите състезатели.

БИБЛИОГРАФИЯ

Alanazi 2023: Alanazi, F. Electric Vehicles: Benefits, Challenges, and Potential Solutions for Widespread Adaptation. *Applied Sciences*, 2023 13(10), 6016.

Britannica 2025: Britannica Online Dictionary. [viewed on 14th August, 2025]. <https://www.britannica.com/money/white-paper>

Brittle 2025: Brittle, C. F1 sees global fanbase increase 12% to 826.5m in 2024. In: sportspro.com, 20 March 2025. [viewed on 14th August, 2025]. <https://www.sportspro.com/news/f1-global-fanbase-tv-viewership-2024-season-nielsen-sports-march-2025/>

Cholewiński 2024: Cholewiński, R. The Kafala System: A Conversation with Ryszard Cholewiński, *Georgetown Journal of International Affairs*, 1 February 2023. [viewed on 14th August, 2025]. [gjia.georgetown.edu/2023/02/01/the-kafala-system-a-conversation-with-ryszard-cholewinski/](https://www.gjia.georgetown.edu/2023/02/01/the-kafala-system-a-conversation-with-ryszard-cholewinski/)

Dooley 2021: Dooley, B. The F1 Grand Prix: A Chance to Spotlight Bahrain's Abysmal Record on Rights. In: Human Rights First. [viewed on 14th August, 2025]. <https://humanrightsfirst.org/library/the-f1-grand-prix-a-chance-to-spotlight-bahrains-abysmal-record-on-rights/>

European Center for Democracy and Human Rights 2023: European Center for Democracy and Human Rights. Women in Sports in Saudi Arabia. 2023 [viewed on 14th August, 2025]. www.ecdhr.org/women-in-sports-in-saudi-arabia/

Formula 1.com 2025: Official website of Formula 1. 2025 [viewed on 14th August, 2025]. <https://www.formula1.com/>

Ibadoghlu 2024: Ibadoghlu, G. The Political and Economic Impacts of Formula 1 Races in Azerbaijan: Myths and Realities. (September 13, 2024). [viewed on 14th August, 2025]. <https://ssrn.com/abstract=4955311>

Lu 2023: Lu, G. The Netflix Effect: A Breakdown of How 'Drive to Survive' Changed Formula 1. In: bosshunting.com, 29 January 2023. [viewed on 14th August, 2025]. <https://www.bosshunting.com.au/sport/f1/how-netflix-changed-formula-1/>

MarketScreener 2025: Unknown author. GlobalData : F1 enjoys a 30.73% year-on-year social media growth following success of Drive to Survive series, says GlobalData. Marketscreener.com, 25 March 2025. [viewed on 14th August, 2025]. <https://www.marketscreener.com/quote/stock/GLOBALDATA-PLC-13101755/news/GlobalData-F1-enjoys-a-30-73-year-on-year-social-media-growth-following-success-of-Drive-to-Survi-39863728/>

Sarlas 2022: Sarlas, A. Is Formula One off-track with deciding host cities. In: Australian Human Rights Institute, 2022. [viewed on 14th August, 2025]. <https://www.humanrights.unsw.edu.au/students/blogs/formula-one-off-track-deciding-host-cities>

Smith and Coleman 2023: Smith, L., Coleman, M. Bahrain Grand Prix: 5 questions that will decide the winners of F1's season debut. In: The Athletic, 3 March 2023. [viewed on 14th August, 2025]. <https://www.nytimes.com/athletic/4268677/2023/03/03/bahrain-grand-prix-f1-key-questions/>

Ujival 2024: Ujival, A. Racing Against Human Rights: The Ethical Dilemma of Formula 1's Expansion into Authoritarian Regimes. In: Institute for Youth in Policy, 2024. [viewed on 14th August, 2025]. <https://yipinstitute.org/capstone/racing-formula-one-expansion-ethical-dilemma>

Zidan 2024: Zidan, K. Formula 1 isn't driving change. It's driving authoritarian ambitions. In: zidankarim.com, 2024. [viewed on 14th August, 2025]. <https://karimzidan.com/formula-1-driving-authoritarianism/>

Sports, Power, and Communication: the Image Challenges of Formula 1 in Authoritarian Countries

Tsvetelina Dzhambazova
Sofia University "St. Kliment Ohridski"
ORCID ID: 0000-0002-8540-9635
email: c.dzhambazova@uni-sofia.bg

Abstract. Formula 1, as a globally recognized sport with millions of viewers, attracts authoritarian states that use hosting races to improve their image through sportswashing. Through case study analysis, this article examines how Bahrain, Saudi Arabia, Qatar, and Azerbaijan utilize F1 to divert attention from human rights violations and other issues. The study considers the lack of response from F1 and the FIA as a significant problem that undermines the sport's legitimacy. In conclusion, a communication strategy is proposed to address criticism of the organizations' passivity.

Keywords: Formula 1, authoritarian states, image, communication strategy, crisis communication

МЕДИЕН МОНИТОРИНГ

Реторика и медийни репрезентации на конфликта в Народния театър „Иван Вазов“

 **Ана Тодорова-Дамова**

Софийски университет „Св. Климент Охридски“
имейл: todorovada@uni-sofia.bg

DOI: 10.58894/7zwdeq97

Резюме. Настоящият материал разглежда медийните публикации, посветени на кризата в Народния театър „Иван Вазов“, възникнала вследствие на конфликта между Александър Морфов и Велислава Кръстева. Обект на анализ са жанровите, стилистичните и лексикалните особености на корпус от текстове, публикувани във Frognews.bg и Impressio.dir.bg. Специално внимание се отделя на начина, по който двете медии отразяват конфликта, на реторическите стратегии на основните говорители по темата, както и на трансформацията на наратива в хода на кризата чрез участието на преките и косвени участници в нея.

Ключови думи: криза, конфликт, реторика, Народен театър, Александър Морфов

УВОД

Реториката е изкуство да владееш тънкостите на езика, в което аргументите, доказателствата и убеждаването са основни стълбове, върху които, владеещият това изкуство, трябва да стъпи. „Реториката е изкуство на говоренето, изкуство на дискурса. Тя е свързана с начините за съставяне, използване или упражняване на речта, с процедурите за конструиране, овладяване или управляване на дискурсивни практики. Независимо от рамката, в която се мисли, реториката винаги остава определена от конкретна среда – историческа, политическа, социална, маркирана от някаква практическа ситуация.“ (Спасова, 2010: 1).

Силата на убеждението е била предмет на изследване още в Древна Гърция, където започват да се изграждат основите на това изкуство. В своя трактат „Риторика“ Аристотел казва, че, за да повярват хората в истинността на твърденията ни, трябва да владеем изкуството на убеждаването. Развивайки реториката като диалектика на мисленето, древните философи са използвали цялата аргументативна стойност на едно действително убеждаващо общуване посредством диалога (Радева, 2014: 76). Има различни типове диалози, един от които е

философският. Философският диалог има своя техника - изкуството да се води разговор, за да се постигне познание. Тази техника е развита главно от Сократ и описана от Платон в неговите „Диалози“, където събеседниците се раздвояват преднамерено на два различни полюса и достигат до избистряне на концепцията чрез довод или противопоставяне (Платон, 1979: 133 - 149).

В исторически план българският език има своите носители на реторичното изкуство. Грижата за опазването и съхранението на езика, за неговата норма и кодификация, е отразена в много исторически и литературни извори. Точно за тази грижа говори Черноризец Храбър в трактата „За буквите“, а кодификаторската работа е особено значима през XIV в., когато се развива дейността на Патриарх Евтимий (Виденов, 1997: 136). За да се случи всичко това, през IX в. с ораторското си майсторство Константин-Кирил Философ разгромява триезичниците, които отричат правото на живот на славянските книги. Константин поставя генералния въпрос за културните права на народите изобщо. С реторичната си дарба, задълбочените си познания и умението да води диалог, Константин доказва на противниците си, че славяните могат да пишат книги на своя език (Петканова, 1994: 77). Така се разбива хегемонията на трите свещени езика на християнството - латински, иврит и гръцки, а старобългарският език се превръща в основен за богослужението в славянските държави.

В днешни дни като инструмент за убеждение реториката намира своето проявление и в медиите. В контекста на ситуацията, която ще бъде разгледана, медиите функционират не само като канал за предаване на различните гледни точки и позиции, но също трансформират и рамкират тези позиции. От своя страна участниците в конфликта съобразяват своите реторични стратегии с посредническата функция на медиите, за да декларират убедителни становища, за да създадат определен образ (етос), емоционален ефект (патос) или рационално доказателство и аргументация (логос) (Аристотел, 1986: 45).

Докладът ще разгледа конфликтна ситуация, която довежда до културна криза в една от най-значимите културни институции в България - Народния театър „Иван Вазов“. Народният театър е национален културен институт с над 120-годишна история. Той е символ на българската култура и нация. В дългогодишната история на театъра са се случвали кризи, причинени от социални, политически, репертоарни и управленски фактори. В последните няколко години театърът попада в кризисни ситуации от различно естество, които очертават своята специфична реторика. Една от тези кризи е

конфликтът между режисьора Александър Морфов и пиар експертът Велислава Кръстева.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Наративът

Ето и хронология на събитията, представена от сп. Лик:

„През пролетта на 2022 г. са обявени резултатите от проведения конкурс за нов директор на Народния театър „Иван Вазов“. Изборът на главен ръководител на първата театрална сцена у нас предизвиква широк отзвук в обществения живот в страната. През лятото, след като новоизбраният директор Васил Василев встъпва в длъжност, за ръководител на „Връзки с обществеността“ в театъра е назначена Велислава Кръстева – дългогодишен пиар на политическата партия „Движение за права и свободи“ (ДПС). Назначението води до недоволство в Народния театър, като през есента на 2022 г. избухва скандал. Повод за реакцията е надраскването на вратата на кабинета на Кръстева с надписи като „ДПС“, „ПР на Ахмед Доган“ и „Изчезвай“, а табелата с името ѝ е свалена. В отворено писмо главният режисьор на театъра Александър Морфов поема отговорност за деянието. В началото на следващата 2023 г. Морфов е уволнен от Народния театър, а Велислава Кръстева обявява, че напуска поста на пиар.“ (LIK 2024: 84).

Анабела Карвальо изтъква тезата, че разказът е съставен от два основни елемента - историята и дискурса. Има някои определящи характеристики, свързани с концепцията за история. Ключови аспекти на историята са хронологичната последователност и логическата съгласуваност, което предполага свързаност на събитията чрез някакъв организиращ принцип. И накрая, историята предполага промяна в ситуацията чрез развитието на поредица от събития (Carvalho, 2000: 10). До настоящия момент конфликтната ситуация има своята хронологическа динамика, характеризираща се с поредица от събития и промени. Тя преминава през периоди на затихване и активизиране, и последващо попадане във фокуса на медиите. Последен пример за медиен интерес към темата и нейното развитие е актуалната новина, че Софийският градски съд е оправдал Камен Донев по делото за обида срещу директора на Народния театър **Васил Василев**. Тази новина датира от 29.08.2025 г., а конфликтът започва в края на октомври 2022 г.

В началото на конфликта в Народния театър събитието е предадено от медиите под формата на новина. Тогава се съобщава за надраскването на вратата на Велислава Кръстева, за подаването на

оставки, за други факти, които надграждат темата без да я интерпретират. Постепенно се появяват анализи на журналисти, мнения и позиции на актьори, режисьори, публични личности от културната сфера.

Обект на изследването са материали в две онлайн медии за период от един месец – ноември 2022 година. Разглежданите текстове са от **Frognews.bg** и **Impression.dir.bg**. Подборът на тези медии се обуславя от две основни причини: различията в тематичния и стилистичния им профил, както в обхвата и броя на публикациите, посветени на темата.

В хода на събитията в Народния театър се очертават различни линии на конфликта, различни участници в него, някои от които главни, а други второстепенни. Основното събитие провокира появата на други събития, в които участват както актьори, режисьори, административен персонал, така и министри, интелектуалци, лидери на общественото мнение, обикновени граждани. За кратко време конфликтът в Народния театър се превръща във водеща новина за продължителен период от време. Той се разклонява в различни посоки, включва разнообразни участници, провокира разнородни коментари, създава обществен дебат на теми, които не кореспондират с театъра или изкуството изобщо. В тази ситуация се наблюдават реторични похвати, които участниците в конфликта предпочитат и такива, които медиите използват.

Стилистични, тематични, жанрови и лексикални особености на разглежданите текстове

Медийният образ на конфликта може да бъде разгледан според: стилистичните особености на текстовете в двете разглеждани медии; езиковите средства, които назовават конфликта и участниците в него; изграждането на основната тема, около която се изграждат подтеми, в които се включват различни действащи лица.

Стилистичните фигури са такива възможни обрати на речта, които се възприемат като отклонение от нормата. Най-общо казано съществуват фигури на експресията, които представляват езикови средства за изразяване на експресивни състояния и оценки, като възклицания, реторични въпроси, повторения и т.н. и фигури на вторичната номинация, каквито са метафората, иронията, сравнението, хиперболата, оксиморонът, антитезата и т.н. (Ефтимова, 2023: 199). В изследваните материали се наблюдава разнообразие от стилистични фигури, като тяхната честота употреба се увеличава с включването на повече говорители по темата. Не така активно *Impressio* отразява ситуацията в Народния театър. Темите и подтемите

са по-малко, говорителите по темата са само авторите на материалите, стилистичните особености са по-оскъдни. Във Frognews се наблюдават съвсем различни езикови и стилистични тенденции. „Убеждаващата комуникация в съвременния свят е повече от необходима и това е безспорен факт, защото чрез диалог, дискусия, дебати, разговор или написан текст и репортаж хората всекидневно общуват, обменят мнения, ценности и променят своите.“ (Радева, 2014: 20) Този тип комуникация е застъпен в подхода на Frognews при отразяването на кризата в Народния театър. Говорители са не само авторите на медията, но и артисти, ръководен и административен персонал, лидери на общественото мнение, политици, обикновени граждани.

За изследвания период (ноември 2022 г.) Impressio публикува *три*, а Frognews *тридесет* материала. Автори в Impressio са журналисти, като в тематично отношение се набляга най-вече на действията и реакциите на служебния министър на културата Велислав Минев относно създамата се криза в културната институция. Жанрът на материалите е новинарски. Текстовете имат за цел да съобщат за събитията и да проследят хронологията им. Интерпретации и анализи липсват. Цитирани са изявленията на Велислав Минев, Захари Карабашлиев, Явор Гърдев, Валери Йорданов, на актьорите в Народния театър. Избухването на скандала, както и периферните събития, които възникват покрай него, са отразени отчасти. Темите, които се засягат са: позицията на министър Минев относно политическите назначения в Народния театър; оставката на главния драматург Захари Карабашлиев; подаване на оставката на режисьора Явор Гърдев; финансовите проверки в театъра; подписката в защита на директора Васил Василев и тази в защита на Александър Морфов. И в трите публикации Велислав Минев е говорител по основните теми и съответно реториката на конфликта минава през неговия изказ: названия на конфликта – „*кръжок по политически интереси*“; названия на институцията – „*блато*“; названия на участниците в конфликта – „*политически активисти*“.

За същия период Frognews публикува тридесет материала, което се равнява на десет пъти повече публикации в сравнение с Impressio. Това показва значителен интерес на медията към темата, чието отразяване покрива всички етапи на конфликта, както и неговите разклонения. Говорители по темата са журналисти, артисти, интелектуалци, лидери на общественото мнение, което е показател за големия обществен интерес и значимост на темата. Представят се отделните гледни точки, а авторите поднасят на аудиторията различни в жанрово отношение материали. Само за месец по темата взимат отношение служебният министър на културата Велислав

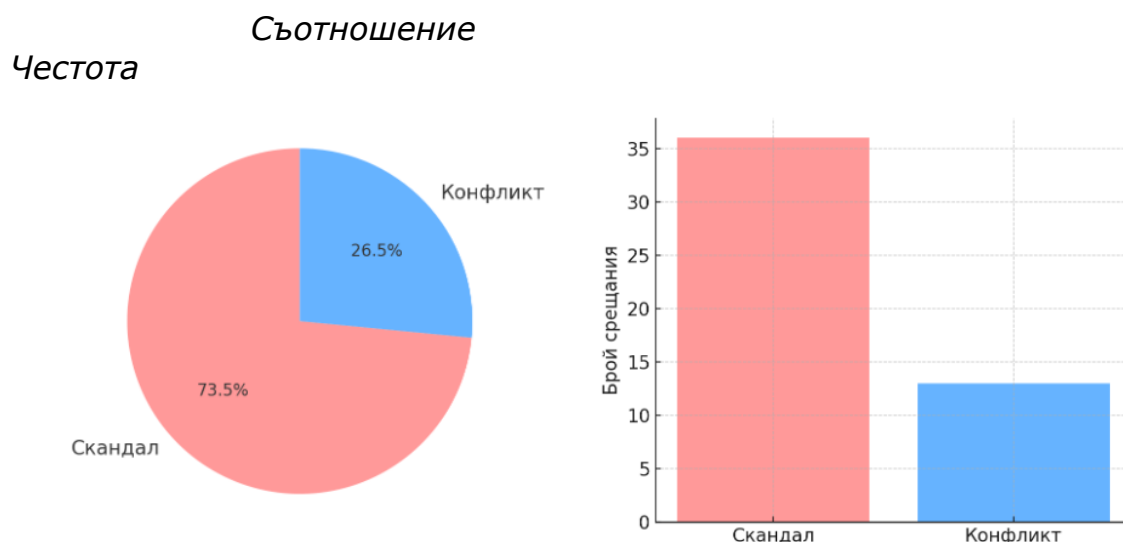
Минеков, драматургът и писател Захари Карабашлиев, актьорите Валери Йорданов, Рени Врангова, Албена Колева, Кръстьо Лафазанов, Владимир Карамазов, режисьорът Бойко Богданов, актрисата и писател Мария Касимова, аниматорът Теодор Ушев, писателите Стефан Цанев и Кирил Кадийски, преводачът и преподавател Георги Гочев. Източниците на информация са богати – други медии, към които участниците в конфликта са се обърнали като медиатор на техните позиции относно конфликта; личните фейсбук страници на замесените в скандала и на наблюдателите му; участници в конфликта, от които са взети интервюта; пресконференции на Министерство на културата. Част от материалите са новинарски – 13 и част – коментарни – 17, сред които анализи, мнения, коментари. Всички това е показател както за интереса към темата, така и за нейната значимост. Случилото се е не просто новина, а значимо събитие, към което широката общественост взема отношение. Така медията освен информатор, става и участник в един публичен диалог, като заема определена позиция и стимулира дискусия в общественото пространство. Темите, които са отразени в материалите за изследвания период, са признанието на Морфов за надраскването на вратата; позицията на директора Васил Василев; позицията на министър Минеков; оставките на Карабашлиев и Гърдев; позицията на Велислава Кръстева; подписките в защита на директора на Народния театър; подписката в защита на Морфов и т.н. Медията назовава конфликта с разнообразни стилистични фигури, между които метафори, сравнения, символи: „Скандал, който тлее и хвърля сажди“, „разпра“, „дуел“, „събитие“, „война“, „проблем“, „ведомствена кремOLA“, „Гордиев възел“. Така на преден план излиза емоционалният елемент на реториката – патосът.

Жана Попова извежда тезата, че медиите работят с предварителни нагласи и стереотипи за това какво е сензация и какво е повтораемост, рутина и че е важно да е разграничат понятията криза, катастрофа и конфликт. Кризата се възприема по-често от медиите като негативен процес, но и като сензационно събитие (Попова, 2013: 48). Тази констатация е напълно валидна за ситуацията, която се анализира в настоящото изследване.

Сравнението за това с каква честота думите „скандал“ и „конфликт“ се срещат в медийните текстове на двете медии, доказва какъв е типът реторика в тях. „Скандал“ е по-емоционално натоварена дума, която провокира по-силен интерес и усещане за интрига и сензация, поради което предизвиква по-сериозен интерес у аудиторията, докато думата „конфликт“ не носи такава експресивност и съответно не се използва толкова често. В *Impressio* двете думи се срещат с еднаква честота – 3 към 3, което до голяма степен подкрепя твърдението, че медията не

се ангажира да отразява аналитично и коментарно ситуацията. Във Frognews съотношението на думите „скандал“ и „конфликт“ са съответно 33 към 10. Статистическите данни за честотата на употреба на двете лексеми свидетелстват за преобладаването на реториката на афекта и емоцията в изследваните текстове.

Употреба на думите „скандал“ и „конфликт“ във Frognews.bg и Impressio.dir.bg



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

„Комуникацията може да се осъществи чрез различни информационни канали: медии, преса и нови информационни технологии в интернет – винаги с едната цел тя да достигне своевременно до реципиента, слушателите, зрителите и да окаже въздействие. Това въздействие не е просто информацията да бъде възприета, тя трябва да повлияе върху мнението на публиката. Тъкмо тук е разковничето на нейния реторичен ефект – влияние върху мнения и ценности.“ (Радева, 2014: 14-15)

В периода ноември 2022 г. Impressio и Frognews следват различни стратегии при отразяването на кризата в Народния театър. Impressio се придържа към фактологическата рамка на събитията. Подходът на медията е съдържан както в броя на материалите, така и в жанрово отношение. Текстовете са с фокус към фактите и липсват коментари, интервюта, анализи. Frognews публикува новини, анализи, коментари, интервюта в съавторство с аудиторията и участниците в конфликта. Прави впечатление по-честото използване на експресивна лексика в сравнение с Impressio. Наблюдава се една активна позиция на медията и тя става участник в реторичния конфликт. С интензивното и наситено отразяване на конфликта в културната институция Frognews легитимира скандала като обществено значимо събитие. Наличието на разнообразни в жанрово отношение материали по темата е индикация, че кризата в Народния театър от институционален спор започва да се възприема като общественозначим и културен проблем. Така се заражда една специфична реторика, която мигрира между конвенционалните и социалните медии, между същинските участници в конфликта и неговите наблюдатели, между политиката и изкуството.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Аристотел 1986:** Аристотел, Риторика. Наука и изкуство, София, 1986 г.
Aristotel 1986: Aristotel, Ritorika. Nauka i izkustvo, Sofia, 1986 g.
- Виденов 1997:** Виденов, Михаил. Езикът и общественото мнение, Академично издателство „Проф. Марин Дринов“, София, 1997 г.
Videnov 1997: Videnov, Mihail. Ezikat i obshtestvenoto mnenie, Akademichno izdatelstvo „Prof. Marin Drinov“, Sofia, 1997 g.
- Ефтимова 2023:** Ефтимова, Андреана. Медиен език и стил: теория и съвременни практики, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, София 2023 г.
Eftimova 2023: Eftimova, Andreana. Medien ezik i stil: teoria i savremenni praktiki, Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kliment Ohridski“, Sofia 2023 g.
- Петканова 1994:** Петканова, Донка. Денница на славянския род, издателство Време, София 1994 г.
Petkanova 1994: Petkanova, Donka. Dennitsa na slavyanskia rod, izdatelstvo Vreme, Sofia 1994 g.
- Платон 1979:** Платон, Диалози. Наука и изкуство, София, 1979 г.
Platon 1979: Platon, Dialozi. Nauka i izkustvo, Sofia, 1979 g.
- Попова 2013:** Попова, Жана. Диалогови модели. Между събития и медийни образи, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, София 2013 г.
Popova 2013: Popova, Zhana. Dialogovi modeli. Mezhdu sabitia i mediyni obrazi, Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kliment Ohridski“, Sofia 2013 g.
- Радева 2014:** Радева, Виржиния. Убеждаваща комуникация и диалог, Университетско издателство „Св. Кл. Охридски“, София, 2014 г.
Radeva 2014: Radeva, Virzhinia. Ubezhdavashta komunikatsia i dialog, Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kl. Ohridski“, Sofia, 2014 g.
- Спасова 2010:** Спасова, Камелия. Как да възхваляваме Ахил: примерът срещу ентимемата (Аристотел, „Реторика“), [онлайн] Litera et lingua – електронно списание за хуманитаристика, зима 2010 [прегледан 23.08.2025] -
https://www.academia.edu/2062513/%D0%9A%D0%B0%D0%BA_%D0%B4%D0%B0_%D0%B2%D1%8A%D0%B7%D1%85%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8F%D0%B2%D0%B0%D0%BC%D0%B5_%D0%90%D1%85%D0%B8%D0%BB_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%8A%D1%82_%D1%81%D1%80%D0%B5%D1%89%D1%83_%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BC%D0%B

[5%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B0 %D0%90%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB %D0%A0%D0%B5%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0](https://www.researchgate.net/publication/288984827_Discourse_analysis_and_media_texts_a_critical_reading_of_analytical_tools)

Carvalho 2000: Carvalho, Anabela. Discourse analysis and media texts: a critical reading of analytical tools, Research Gate [онлайн], January 2000 [прегледан 26.08.25] - https://www.researchgate.net/publication/288984827_Discourse_analysis_and_media_texts_a_critical_reading_of_analytical_tools

Лозанов 2024: Лозанов, Георги. Сп. ЛИК [онлайн] година LIX, декември 2024 г., стр. 84 - 92. [прегледан 18.05.2025] - <https://digitalnabiblioteka.nationaltheatre.bg/obekt/31523-spisanie-lik:-120-godini-naroden-teat%D1%8Ar-ivan-vazov>

Fakti.bg, [онлайн], 29.08.25, [прегледан 29.08.25] - <https://fakti.bg/kultura-art/996711-sadat-opravda-kamen-donev-za-vtori-pat-mijiturka-i-chovechec-ne-sa-obidi>

Rhetoric and Media Representations of the Conflict at the Ivan Vazov National Theatre

Ana Todorova-Damova

Sofia University "St. Kliment Ohridski"

ORCID ID: 0009-0006-8921-4508

email: todrovada@uni-sofia.bg

Abstract. This article will examine media publications concerning the crisis at the Ivan Vazov National Theater, related to the conflict between Alexander Morfov and Velislava Krasteva. The analysis focuses on the genre, stylistic, and lexical features of a corpus of texts published on Frognews.bg and Impressio.dir.bg. The way in which different media outlets cover the conflict will be traced, what is the "rhetoric" of the speakers on the topic and how the narrative moves during the crises the narrative through the different direct and indirect participants in the conflict.

Keywords: crisis, conflict, rhetoric, National Theater, Alexander Morfov

МЕДИЕН КОРПУС

Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „На кафе“ по Nova (23.05.2025 г.)

Александра Димитрова

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Етикет на записа: медии, телевизионно сутрешно лайфстайл предаване, дискусия в „На кафе“ по Nova TV.

Дата на излъчването: 23.05.2025 г.

Основна тематика: нов албум

Допълнително засегнати теми: нови дуетни песни, изкуство

Участници:

Гала Будева: пол Ж, професия / занимание – журналист и телевизионен водещ, образование – висше, официално облекло;

Владимир Ампов: пол М, професия / занимание – певец, композитор, музикален продуцент; спортно-елегантно облекло;

Ситуационен комплекс:

Телевизионно студио с два дивана и две маси. Водещата Г.Б. е отлясно, а госта В.А. е отляво.

Ситуационна тоналност:

В разговора са застъпени две от тоналностите – спонтанно-неутралната тоналност, която е характерна за ежедневната комуникация и фамилиарна тоналност;

Транскрибирал: Александра Димитрова, специалност „Реклама и публична комуникация“, ФЖМК

Дата на транскрипцията: 28.05.2025 г.

Продължителност на транскрибирания откъс: 5 минути (от 1:00 до 6:00)

Линк към записа в интернет: <https://play.nova.bg/video/na-kafe/season-16/kafe-2025-05-23/647149> (23.05.2025 г.)

Транскрибиран текст

Г.Б.: ох това вълшебно парче (гледа надолу) което [/] предполагам и
вие (поклаща глава и маха с ръка) скъпи зрители [/] толкова много
обичаме (гледа надолу) [/] има нов живот (вдига глава, леко
подскача, жестикулира енергично, широка усмивка) благодарение на
графа здравей добре дошъл (поглежда към госта с усмивка)

В.А.: добро утро (усмихва се и поглежда встрани)

Г.Б.: направо е вълшебно (усмихва се)

В.А.: а и аз съм много щастлив и за мен е голяма чест (гледа встрани)
да направя своя прочит на тази велика българска песен (поглежда
към водещата) [/] на Дони и Момчил [/] много съм [/] благодарен и
радостен че те много харесаха песента (вдига вежди и поглежда към
водещата) защото аз им я пуснах [...]

Г.Б.: чакай след малко ще ми разкажеш подробно за това първо това е
част от [/] новия албум нали така (жестикулира)

В.А.: точно така ето даже ти го нося [/] на плоча [//] (подава плочата
на водещата) синергия се казва надписал съм я после ще си [...]
видиш посланието [---] (взима си телефона от масата)

Г.Б.: ееее много хубаво чакай така (показва плочата на камерата)

В.А.: йеееа [//] (въздиша) малкия принц е част от него както и
песента ми с Дара Екимова нито миг [//] [...] един път на един милион
[/] и има други интересни комбинации [/] като авторски
изпълнителски в него [/] с Роби [/] този прекрасен млад [/] агент

Г.Б.: ама това е ново вече [/] с Роби нали [...]

В.А.: да да това са [...] нови парчета които тепърва ще се появяват
във времето [/] (жестикулира и поглежда встрани) има една много
интересна комбинация с трио Фида [//] и с Лидия Ганева комбинация
с Д2 [//] (вдига вежди, усмихва се и жестикулира) и Дони [//]

Г.Б.: ама страхотно супер супер защо синергия го кръсти [//] (гледа надолу към плочата която държи)

В.А.: ами по някакъв начин песните [/] си отиват супер много една с друга (поглежда встрани) просто съм [/] ги направил в един кратък период от време (жестикулира) [/] и като си пуснеш първата до десетата песен всичко върви като една линия и не случайно (жестикулира) моята сестра Нора Ампова която е автор на тази [...]

Г.Б.: която е днес в галерията ни е в момента (жестикулира и се усмихва) [...] на Нора картини имаме [...] в телевизионната ни [/] галерия [...] тя е направила обложката ли [---] (обръща плочата и я показва на камерата)

В.А.: да тя е автор [---] на тази картина а дизайнера е Иво [/] Грозев но всъщност тази линия тя преди [/] да чуе албума усети че [/] нещата ще са много добре паснати като музика и [/] и тя визуално го направи много красиво това е визията всъщност и за концерта ми [/] наесен [/] а ето подарявам ти [...] (подава касета на водещата)

Г.Б.: касета си направил

В.А.: мислиш ли че е точно касета (лек смях)

Г.Б.: ми [/] какво е (държи касета и я разглежда) [---]

В.А.: я да видим сега какво е това (лек смях) загадка

Г.Б.: касета си изглежда абсолютно ааа [...] флашка [/] как я вадя (разглежда касетата)

В.А.: еми [/] е там [...] а цък

Г.Б.: а да ауу че хуабво (отваря касетата)

В.А.: да това всъщност се оказа доста голям хит [...]

Г.Б.: оо наистина много хубаво (разглежда касетата)

В.А.: и на (лек смях) тъй като вече физическите носители [/] не са това което бяха едно време знаеш [/] всички слушаме дигитално музика основно [/] но тази [/] касетка тип usb drive всъщност предизвика голям интерес и хората много си я поръчват [//]

Г.Б.: чакай да си ги подредя тук благодаря ти [/] така ретро малко визия [...] то си е търсено в случая

В.А.: да [...] той самия албум е [/] някаква връзка между бъдеще
настояще [/] аа минало (жестикулира и вдига вежди) и както има
такъв леко ретро вайб като музика (поглежда към водещата и
жестикулира) осемдесетарска така и звучи много актуално [/] а и като
саунд и въобще като аранжimenti [/] много съм щастлив защото
знаеш че аз се занимавам с музикално продуциране от дете [/] и си
изпипвам всеки един детайл (жестикулира) [...] [/] музикално [/] и
сега [/] това може би [...]

Г.Б.: сега освен музикално но виж и визуално колко хубаво всичко е
(жестикулира) някак си навързано [...] напаснато

В.А.: знаеш ли това [/] по някакъв начин синергията [/] между брат и
сестра се усеща в този албум [/] защото [/] ние не за пръв път се
срещаме с Нора Ампова [/] като [/] хора на изкуството [/] спомням си
дим да ме няма (вдига вежди и поглежда нагоре) тя [/] беше
нарисувала щраусите [...] и всъщност тя ме вдъхнови да напиша тази
песен (жестикулира) [/] и реално във видеото на дим да ме няма [/]
са нейните картини ето сега години по-късно [...]

Г.Б.: виж какви хубави неща показваме [...] скоро я срещнах на едно
събитие страхотна е Нора [...] просто е фантастична

В.А.: Нора е [---] не че ми е сестра но е много талантива и е много
[/] така запомняща се със собствен почерк което е [---] супер
важно за всеки един артист [/] в различните области на изкуството
(усмихва се) [//]

Г.Б.: сигурна съм че е така [/] какво общо има [/] не разбрах
Веселин Маринов с албума [//]

В.А.: Веселин Маринов е мой много [/] добър приятел аз [/] много го
обичам още от дете [---]

Г.Б.: и аз го обичам ама [/] някак си [---] даже погледнах дали ще
намеря нещо [---] ама не видях (пие от чаша)

В.А.: ами [---] искам да ти кажа че Веселин Маринов [/] издава
албумите си на usb памет от много много години [/] и това съм го
виждал (поглежда встрани) [/] и съм се чудил [/] дали и аз да не
направя някакъв (поглежда встрани) [/] албум с флашка [/] и сега
(вдига вежди и се усмихва) за синергия просто му се обадох и го
питах [/] абе ти къде си правиш всъщност (вдига вежди и клати глава)
флашките (смее се) и той ми даде контакта на една фабрика [/] аа и
като им разгледахме сайта всъщност видяхме че правят и такива
(жестикулира) касети тип usb drive [/] така че Веселин Маринов и

неговия екип са в основата на това (жестикулира) да мога да направя [---]

Г.Б.: част от теб от тази синергия виж каква се е получила (жестикулира) във всяко едно отношение [//] различно представяне има [/] този албум идеята ти е била за [/] да не е обичайното представяне (жестикулира) въпреки че ще има и такова [//]

Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „Събуди се“ по Nova (02.03.2025)

Елена Кръстева

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Етикет на записа: медии, телевизионно интервю, „Събуди се“ по NOVA

Дата на излъчването: 02.03.2025 г.

Основна тематика: самооценка, актьорска идентичност, лични и професионални предизвикателства

Допълнително засегнати теми: детски мечти, компромиси в кариерата, приемане на провалите

Участници:

- **М.Д.:** пол М, професия/занимание – телевизионен водещ, образование – висше, облекло – официално
- **Б.К.:** пол М, професия/занимание – актьор, образование – висше, облекло – неформално

Ситуационен комплекс: телевизионно студио с двама участници, седнали един срещу друг. На заден план се вижда неутрална декорация.

Ситуационна тоналност: спонтанно-неутрална тоналност и фамилиарна тоналност

Транскрибирал: Елена Кръстева, специалност „Реклама и публична комуникация“, ФЖМК

Дата на транскрипцията: 06.01.2025 г.

Продължителност на транскрибирания откъс: 5 минути (от втора до седма минута)

Линк към записа в интернет:

<https://www.youtube.com/watch?v=u1mGyiGO0TQ&list=PLQUBAhHuqAWOkN54hIpBP5NOtQHrQDRe3&index=8>

Транскрибиран текст

М.Д. кой си ти в собствения си филм герой или антигерой (*усмихва се*) //

Б.К. (*усмихва се*) ами не знам (*поглежда нагоре*) аз съм много самокритичен и (*поглежда в страни*) често съм си антигерой в собствения филм защото постоянно (*усмихва се*) имам чувството че нещо не съм направил както трябва //

М.Д. кой е човекът в огледалото / изграден от победите или изграден от болките и загубите //

Б.К. гледам да приемам и провалите и успехите по един и същи начин / парадоксът е / че / ние / всъщност актьорите (*гледа надолу*) / постоянно пресъздаваме други хора и постоянно сме през някаква маска (*жестикулира*) / ето примерно тук трябва да говоря от собствено име (*усмихва се половинчато*) / не е толкова лесно да говориш от собствено име и за себе си и по лесно ни е някак си и на мен ми е по лесно да говоря през маска (*жестикулира*) //

М.Д. кога си фалшив //

Б.К. не мисля че / кой знае / колко често съм фалшив честно казано / винаги си намирам някаква истина дори в / най гротесковия образ (*размахва ръце и гледа в страни*) / аз много се плаша от / такива неща от нещо да / е фалшиво (*жестикулира*)

М.Д. да е лъжа

Б.К. (*сбръчква нос в знак на съгласие и измънкава*)

М.Д. колко струваш днес //

Б.К. (*смее се*)

М.Д. днес колко струваш //

Б.К. ами гледам да / не си поставям цена / и гледам да (*ококорва се*) / да съм окей с това с което правя някак си да наистина пред огледалото да съм чист и да не го мисля да не ми е неприятно / да не съм направил нещо (*сбръчква вежди*) / за много пари обаче през цялото това време да се чувствам (*жестикулира*) и след това да се чувствам / то лошото е че тия неща остават завинаги (*усмихва се и поема дълбоко дъх*) / ако е ако е записано на камера и то нали / не е да направиш нещо за два часа и да мине а то си седи (*усмихва се*) //

М.Д. има ли нещо от което се срамуваш / дотук

[---]

Б.К. ми

М.Д. говоря в неговата крайност (*жестикулира*) //

Б.К. винаги съм си съм си представял че нещо мога да направя по добре (*гледа нагоре*) да имало е някакви сцени от които ми е ставало физически лошо (*прави физиономия с която показва че не му е*

приятно) / в смисъл физически физически лошо да като съм ги гледал и ми е ставало така (жестикулира) толкова ми е ставало неприятно че наистина физически ме нещо ме

М.Д. откъде обаче е породено това (жестикулира и поглежда към ръката си) от компромиса който си направил от това че в тоя момент не харесваш [...] че по този начин си изиграл //

Б.К. еми да нещо че не съм се справил добре / не не е така както (поглежда в страни) / или най гадно е като знам и че не съм и се подготвил и той резултатът е такъв нали ако знам че съм положил усилия (жестикулира) и не е станало нали [...]

М.Д. да[...]

Б.К. по приемливо

М.Д. да тогава човек казва толкова можеш[...]

Б.К. по приемливо (сmee се) да (смеят се)

(музика и кадър)

М.Д. какво дете беше//

Б.К. не съм бил някакъв / кой знае какъв пакостник или да съм правил някакви щуротии

М.Д. коя беше първата ти битка в детството ти / но не като игра (жестикулира) //

Б.К. много исках да стана футболист аз като малък (усмихва се) да / действително и това беше голяма битка в моето детство с това мое желание да стана професионален футболист (гледа надолу) / не съм бил сред най добрите а по това време тренирах в Славия иначе съм тренирал в няколко отбора (жестикулира) //

М.Д. сега кой е твоя отбор //

Б.К. е аз съм си от Левски аз съм си от малък съм си от Левски (усмихва се) да от дядо ми още ме е водил много с брат ми и дядо ми сме ходили дядо с дядо ми най често много ме е водил всеки път всеки (размахва ръце и гледа в страни)

М.Д. колко трудно преживя факта че няма да си футболист //

Б.К. е не не е чак нещо нали да [...]

М.Д. тоест ти разбираше ли колко можеш

Б.К. ами [...]

М.Д. или се наложи да ти обяснят че не можеш много (смеят се)

Б.К. ами [...]

М.Д. (оправя си сакото) защото това е сложен процес

[---]

Б.К. не аз и не е толкова да не можех (поглежда в страни) / просто такова конкуренция си е / и е може би нямах дисциплината за

професионалния спорт много дисциплина много лишения / като цяло много не ми се нравеше така че затова май не съм толкова чак страдал но просто беше може би някаква такава (размахва ръце и поглежда нагоре) детска мечта аз като дете това исках (размахва ръце) то не аз съм и всички в квартала около мен деца (размахва ръце и гледа към тях) с това се занимавах общо взето //

М.Д. първата (вдига ръка) болка / в детството / която по някакъв начин те е формирала коя беше //

Б.К. знаеш ли (гледа настрани) спомням си много отчетливо / и помня как съм на ясла и помня как майка ми ме оставя на яслата и аз не мога да повярвам че ме че ме оставя там и че просто ще ме остави при някакви хора непознати и ще си тръгне (жестикулира и се ококорва) и помня как поглеждам през прозореца на яслата (пресъздава момента с жестове) как тя се отдалечава по улицата и бях абсолютно съсипан (жестикулира) е такъв целият ми свят беше такъв как е възможно (прави изражение на удивление) как е собствената ми майка да ме остави тука (жестикулира) и някакво адски такова чувство на че съм предаден[...]

М.Д. на тъга

Б.К. да тъга зверска оревах там съм ревал цял ден

М.Д. това с изоставянето / животът ти как мина //

Б.К. много съм страдал (почесва си дланта) след това други изоставяния случвало ми се е да по късни години (поглежда нагоре) / в любви такива също тежко са преживявани някакви такива моменти //

(музика с различен кадър)

Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „120 минути със Светослав Иванов“ по bTV (02.03.2025 г.)

Ива Ризова

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Етикет на записа: медии, телевизионно публицистично предаване, интервю в „120 минути“, рубрика „В главната роля“

Дата на излъчването: 02.03.2025 г.

Основна тематика: пътят към успеха на вицеолимпийската шампионка Боряна Калейн

Допълнително засегнати теми: как е взела решението да прекрати състезателната си кариера и щеше ли да остане, ако не беше спечелила олимпийски медал в Париж

Участници:

Светослав Иванов: пол М, професия/занимание – журналист, образование – висше, официално облекло;

Боряна Калейн: пол Ж, професия/занимание – гимнастичка, бивша състезателка в националния отбор по художествена гимнастика, образование висше, официално облекло;

Ситуационен комплекс (описание на обстановката и разположението на участниците): телевизионно студио, в центъра му е разположена кръгла бяла маса, изобразяваща часовни със син циферблат; със сини светлинни акценти, зад масата има голяма екран, на който се излъчват откъси от кариерата на Б.К.; до масата има два бели стола, разположени от двете ѝ страни – един за водещия и един за госта. С.И. е от едната страна на масата, в дясната половина на студиото, а гостът Б.К. е разположена точно срещу водещия в лявата половина.

Ситуационна тоналност (определя се по скалата на Ризел-Тарасов-Лендел (Леонтьев, Сорокин, Тарасов 1977, 194; Виденов 1979, 30):

/а/ смесица между официална и неофициална тоналност;

/б/ силно емоционален, но с рационални моменти;

/в/ ясно диалогичен.

Транскрибирал: Ива Ризова, специалност „Реклама и публична комуникация“, ФЖМК

Дата на транскрипцията: 29.03.2025 г.

Продължителност на транскрибирането откъс: 10 минути и 32 секунди

Линк към записа в

интернет: <https://www.youtube.com/watch?v=Fcia-AJWbLU> (02.03.2025 г.), анализиран откъс – 1 мин. 30 секунди – 12 мин. 02 секунди

Представяне на госта (всеки път рубриката „В главната роля“ започва с кратко видео, което цели да запознае аудиторията с госта или да ѝ припомни ключови факти, свързани с него/нея); 0 мин. 00 секунди – 1 мин. 30 секунди

„Тя е златното момиче, което ни накара да се гордеем. Родена е да побеждава и знае кога да сложи край. Калейн е родена през 2000 година в София. Влиза в залата по художествена гимнастика, когато е само на шест години. Детството ѝ минава в интензивни тренировки под ръководството на треньора Марияна Памукова. Боряна Калейн е индивидуален състезател, но печели медали заедно и с ансамбъла. Първото ѝ голямо постижение е бронзов медал на топка през 2014 година в Баку. Следват медал след медал и успех след успех. През 2022 година тя донесе на България два златни медала и един бронзов от Европейското първенство в Израел. Година по-късно Боряна Калейн печели абсолютната европейска титла в Баку. Тя е сребърна олимпийска медалистка от Олимпийските игри в Париж през лятото на 2024 година. А през декември обяви, че слага край на състезателната си кариера. Едно момиче на върха. Боряна Калейн - в главната роля сега. Боряна Калейн!“

Транскрибиран текст:

С.И.: дами и господа с гордост ден преди националния (докосва дланите си) ни празник ви представям (хваща химикалката си и я премества) Боряна Калейн// добре дошла (отмества ръце и докосва листовете хартия)//

Б.К.: благодаря (усмихва се)

С.И.: много ми е приятно че си тук (усмихва се)// как си (разтваря длани)//

Б.К.: много добре/ благодаря за тази покана/за мен е изключително удоволствие да съм тук в това предаване//

С.И.: удоволствието е изцяло мое (склучва ръцете си¹) и на екипа/ аз зная че когато си се родила твоята майка е решила да ти даде това име Боряна//

Б.К.: точно така [---]//

С.И.: защо (разтваря дланите си)//[---]

Б.К.: точно така// искала е да не ме кръщава така традицията която имаме (жестикулира с дясната си ръка) [---]

С.И.: на родителите баби дядовци [---]

Б.К.: да доста често (усмихва се)// искала е моето име да е уникално и аз да си го нося и просто това име страшно много ѝ е харесало защото го е свързвала със борбата (преглъща)// и когато ме е кръщавала е казала че иска да съм борбена в живота//

С.И.: а знаеш ли (оставя си химикалката)/ аз не съм те виждал от много отдавна/ много (склучва ръце пред гърдите си)/ м като всеки българин предполагам/ много се радвах за всичките ти успехи// а/(присвива очи) ти имаш много меко излъчване// на/ добър човек / леко скромен (раздвижва дланите си, насочени към събеседника)// такава ли си наистина (повторно раздвижване)//

Б.К.: благодаря/ старая се наистина да съм добър човек// знам че няма перфектни хора (раздвижва лявата си длан нагоре)// аз също не съм перфектна/ но се старая да откривам своите грешки и да ги коригирам и да имам добри отношения с хората и когато мога да помагам//

¹ Не е заснето добре, за да се види точно какъв е жестът

С.И.: знаеш ли защо ти го казвам това (*оставя химиклакът на масата*)/ защото ми сподели за борбеността (*жестикулира с лявата си ръка*)// а/ в какво се изразяваше тази борбеност встрани от/ от художествената гимнастика/ встрани от големия спорт (*жестикулира с двете си ръце*)/ от титлите (*взима химикалката в ръка*)//

Б.К.: в целия ми живот/ във всяко едно мое решение/ в това дали аз а ще се предам пред дадена трудност// нали/ не говоря за спорта (*отключва ръцете си и отмята лявата си длан навън*)// то и в живота хората срещата трудности и дали аз ще продължа да се боря за своите цели (*поглед към събеседника*)/ дали ще изляза от ситуацията (*поглед към събеседника*)/ по какъв начин ще изляза от ситуацията (*поема си дълбоко въздух*)// помага ми във всяко едно нещо в живота (*странично поклащане на глава*)//

С.И.: например// какво ти беше трудно да комбинираш (*поглежда надолу*) със кариерата на професионален спортист// училището// каква ученичка беше//

Б.К.: училището беше трудно/ да/ определено// отношенията ми със моите близки и приятели (*поглед към събеседника*) също е трудно тъй като професионалният спорт отнемаше много от моето свободно време и рядко (*притваря очи*)/ така/ ми оставаше време за/ хората (*жестикулира с ръце*) които бяха до мен през годините// в крайна сметка аз а// бях решила че ще направя всичко възможно както да бъде добра ученичка/ нали (*преглъща*)// учила съм по време на тренировка/ по време на загревката понякога/ докато се разтягахме [-- -]//

С.И.: по геометрия как се справяше (*сменя позата си и се усмихва*) [-- -]

Б.К.: (*смее се и се усмихва*) това ми е един труден предмет/ геометрията и химията определено винаги са ме затруднявали/ но намерих начин// и със моите учители/ треньори/ родителите ми много активно помагаша (*засмива се*)// така че просто има ли желание се намира и начин//

С.И.: така е// това ли беше твоята детска мечта (*обляга се на лявата си ръка*)// художествената гимнастика/ или някой те заведе в залата//

Б.К.: (*поема си дълбоко въздух и се усмихва*) аз докато не започнах да тренирам художествена гимнастика/ не бях чувала за такъв спорт и не бях гледала нито едно състезание по гимнастика (*засмива се*)// (*поема си дъх*) стана много случайно/ аз ходех на балет и на плуване/ но не харесвах досатъчно много и двете неща за да да запалят

искрата във мен// (поема си дъх) майка ми във търсене на спорта за своето активно и енергично дете/ се е разхождала един ден около националната спорта база около стадион Раковски// спряла една жена на улицата да я попита дали знае къде има зал по гимнастика тъй като така била чула че там някъде има зала по гимнастика (жестикулира с дясната ръка и се усмихва) [---]

С.И.: [---] и тя й казала ето я (посочва с дясната ръка и се почесва)//

Б.К.: това се оказа личния ми треньор Марияна Памукова (усмихва се)//

С.И.: не//

Б.К.: аз започнах подготвителна група при нея една седица по-късно (усмихва се)//

С.И.: чакай/ чакай// я пак (смее се)// върви си майка ти (вдига двете си ръце от бюрото и започва да жестикулира)//

Б.К.: така//

С.И.: ти/ ти не си била с нея (продължава да жестикулира)//

Б.К.: не//

С.И.: тя си е сама// разхожда си се (продължава да жестикулира)//

Б.К.: да/ и търси зала по гимнастика/ без да знае художествена или спортна гимнастика (жестикулира с дясната си ръка)// просто така е чула/ че там някъде има зала по гимнастика// спира жена на улицата

С.И.: и// и я пита добър ден госпожо [---]

Б.К.: [---] да/ да//

С.И.: тук къде е залата (посочва с дясната си ръка)//

Б.К.: да/ знаете ли къде е залата по гимнастика// и жената отговаря да сега ще ви я покажа (отключва и склучва дланите си)// това се оказва/ както казах вече (отключва и склучва дланите си)// личния ми треньор Марияна Памукова (засмива се) от първия ми ден в залата (отключва и склучва дланите си)//

С.И.: ама чакай/ това е съдба// какво нещо е съдбата всъщност (повдига дланите си от бюрото и ги разтваря)//

Б.К.: съдба е абсолютно//

С.И.: и/ добре и майка ти те води при нея (жестикулира с двете си ръце, поставя ги на масата)//

Б.К.: точно така//

С.И.: ти спомняш ли си този ден и/ и ти какво си помисли като видя бъдещата ти тренировка (повдига високо дясната си ръка)//

Б.К.: ами аз изобщо не мисля че съм си гледала тренировката (засмива се) // аз бях много впечатлена от тавана на залата/ колко е висок и колко е огромна залата и/ аз бях единственото дете във нея// беше абсолютно празна залата/ може би е било във почивен ден или някаква обедна почивка (жестикулира с ръце)/ но това ме грабна още от първия момент// огромното пространство в което аз можех да си играя//

С.И.: а кога осъзна че това не е просто игра и че тази жена всъщност/ ще е до теб през (посочва с дясната си ръка екрана, на който има обща снимка на Марияна Памукова и Боряна Калейн)/ целия ти професионален път (сваля ръката си и я поставя на масата)//

Б.К.: осъзнах че това не е просто игра на първото ми състезание когато завърших четвърта// и тогава си скусах грамотата/ по време на награждаването// тогава осъзнах че аз съм очаквала от себе си (разширява очи) да бъда на стълбичката и да спечеля медал и че не е просто забавление за мен този спорт// а кога осъзнах че това е треньора който искам да работя/ може би във а/ годините (преглъща)/ страшно много се привързахме двете една към друга// из// преминахме през много трудности/както във професионално (жестикулира с дланите си, поставени на масата)/ така и във личен план и/ във нито един момент не се отказахме една от друга// имаме такива възможности/ но избрахме да продължим заедно и това ни сплоти още повече//

С.И.: скъсала си си грамотата/ защото си била четвърта//

Б.К.: да (засмива се)// точно така//

С.И.: това за каква (оставя си химикалката и навежда погледа си) черта от характера ти говори (поглежда събеседника и разтваря дланите си)//

Б.К.: според мен за [---]

С.И.: [---] устрем//

Б.К.: така наречената/ може би/ ние използваме спортна злоба//

С.И.: спортна злоба//

Б.К.: да// наистина аз исках да съм най-добра и да съм на стълбичката и/ тогава го осъзнах наистина/ че това е моята цел и аз след това състезание отидох и й казах че искам да ми направи съчетания като за шампион//

С.И.: на колко години беше//

Б.К.: (поглежда нагоре и се замисля) ако правилно си спомням/ малко след като станах на седем//

С.И.: след това случвало ли ти се е отново да/ а/(поглежда надолу) да хвърлиш медал (вдига погледа си) или да скъсаш друга грамота// като се развиваше кариерата ти (повдига дясната си ръка и посочва събеседника си, усмихва се)//

Б.К.: (усмихва се) не/ не ми се е случвало/ но интересно аз (поема си въздух)// за мен винаги четвъртото място е било най-болезненото/ нали/ хората обикновено вадят статистики че сребърните медалисти са най-нещастни/ но всъщност четвъртото място е доста по-болезнено/ защото си бил на крачка от медала (повдига дясната си ръка и жестикулира с нея)// нали (склучва дланите си)/ ти може да си завършил втори/ но поне имаш медал (отваря дланите си)// докато като останеш извън почетната стълбичка е много по-болезнено и винаги започваш да се/ да си връщаш лентата назад/ да се чудиш какво е можело да направиш по-добре/ какво не ти е достигнало/ къде си можел да се подобриш във процеса на работата (повдига склучените си длани към гърдите и посочва напред с тях)// а аз имам ужасно много четвърти места във моята кариера/ само от световни първенства имам осем четвърти места// (поема си въздух) и винаги това четвърто място смятам че както (преглъща)/ съдбата ми е помогнала да започна спорта/ то ме преследваше и през цялата ми кариера за да ми даде един добър урок смятам (жестикулира с дланите си, поставени на масата)//

С.И.: какъв урок получи от Олимпиадата в Токио (отмества тялото си от масата) / където завърши пета (посочва с ръка към събеседника)//

Б.К.: че/ перфетни хора няма/ аз много исках да съм перфектна/ точно тогава/ на момента (склучва дланите си и акцентира с тях, повдигайки ги нагоре)// и някакси във това си желание аз самата

започнах да се изнервям и не ми вървяха добре тренировките// не си ценях а/ успехите през годините достатъчно много тъй като винаги се обвинявах че не съм била достатъчно добра (отваря длани и отново ги сключва)// (поема си дълбоко дъх) някакси това ме накара да си направя една равносметка че нещата които съм постигнала през годините преди това са наистина добри// класиранията и медалите които съм спечелила са/ добро нещо// аз винаги имам накъде да се развивам/ но трябва да се радвам и на успехите (жестикулира с длани, поставени на масата)//

С.И.: във Париж/ вече стигаме до Париж// четири години след това (поглежда надолу)// какво стои зад тези дванайсет минути (поглежда към събеседника и присвива очи)// защото/ сумарно/ като се замислиш (разтваря длани)/ колко продължава/ едно съчетание// колко време си а/ след толкова години труд/ усилия/ тренировки// ти излизаш и имаш няколко минути (повдига дланите си от масата и чрез отместването им акцентира с тях)// може би три/ четири/ колко е//

Б.К.: така е// това е най-трудното може би във нашия спорт/ за разлика от други спортове като например футбола (отваря и затваря дланите си) / където имаш деветдесет минути// и дори да допуснеш грешка/ имаш време в което можеш да/ така да кажем да я заличиш тази грешка (поглежда към събеседника и отмества глава напред)// тя да не повлияе на крайния резултат// при нас а/ минута и трийсет// деветдесет секунди (разтваря длани) всяко едно съчетание и/ просто (затваря очи) нямаш право на грешки// това е едно огромно напрежение да знаеш че точно в този момент ти трябва да го направиш перфектно// и/ без значение/ какво си тренирал в залата до този момент/ ти трябва да го направиш// може да си бил болен/ може да не си имал добри тренировки/ може да се възстановяваш от травма// това ти е единствения шанс (отмества дланите си поставени на масата нагоре-надолу) и трябва да го направи сега иначе ще чакаш още четири години//

С.И.: имаш ли/ начин/ точно преди излизането да/ да/да се дистанцираш от всички мисли и цялото напрежение (изпъва двете си ръце и ги поставя на масата)//

Б.К.: да имам/ два начина// първия е/ аз като цяло винаги се чувствам много спокойна когато личния ми треньор е до мен// това е едното/ аз съм свикнала този/ със този човек (акцентира със сключените си длани) и/ знам че тя ми е била най-голямата подкрепа през годините// това/ само тя да е до мен вече/ ме успокоява// другото нещо е че аз си говоря винаги преди да изляза на терена/ сама на себе си// давам си / последни инструкции преди старта

(засмива се)/ но това също ми помага просто да изключа целия шум в залата (вдига дясната си ръка от масата и описва линия пред себе си с нея) около мен//

С.И.: (поглежда листа и го отмества) много е важно човек да знае кога да спре// ти защо реши да спреш точно сега (обръща се към събеседника и жестикулира с дясната си ръка)//

Б.К.: защото се почувствах много удовлетворена (усмихва се и притваря очи) от всичко което съм постигнала//

С.И.: няма накъде повече (присвива очи)//

Б.К.: винаги има накъде повече/ но за мен това е досатъчно// аз просто (поглежда надолу и се замисля)/започнах/ този спорт/ и разбрах че има състезание наречено Олимпиада (жестикулира с ръце)// и че това се провежда веднъж на четири години и че е най-голямото състезание в спорта (жестикулира с ръце)// и още от тогава си бях поставила за цел че аз ще стана олимпийски медалист// и след като аз сбъднах тази си мечта/ имам златни медали и от европейски и от световни първенства (жестикулира с ръце)/ аз просто не виждам какво повече мога да постигна/ което да ме направи по-горда от себе си и от собствения ми труд през годините/ от това което аз вече съм постигнала (жестикулира с ръце)//

С.И.: да разбирам ли че/ ако не беше се качила на стълбичката във Париж/ на медалистите/ нямаше да се откажеш//

Б.К.: най-вероятно нямаше да се откажа/ да// (засмива се)

(...) 12:03 – 17:28 (остатъкът от интервюто)

Транскрипция на откъс от телевизионното предаване „120 минути със Светослав Иванов“ по bTV (02.03.2025 г.)

Неделина Колева

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Етикет на записа: медии, телевизионно публицистично предаване, интервю в „120 минути със Светослав Иванов“

Дата на излъчването: 02.03.2025 г.

Основна тематика: пътят на Б.К. към художествената гимнастика и как е започнала да тренира

Допълнително засегнати теми: значението на името ѝ и защо е кръстена така, кога е разбрала, че това е нейният спорт

Участници:

Водещ: Светослав Иванов (С.И.): пол - М; професия/занимание - журналист, телевизионен водещ; образование - висше; официално облекло (риза и сако)

Гост на предаването: Боряна Калейн (Б.К.): пол - Ж; професия/занимание - спортист; образование - висше, официално облекло (сако, блуза)

Ситуационен комплекс (описание на обстановката и разположението на участниците): телевизионно студио, в центъра, на което има голяма кръгла стъклена маса в черен цвят, чиято повърхност прилича на циферблат на часовник. Масата е заобградена наполовина от бял плот, върху който са облежани водещият и интервюираният. Центърът около масата е тъмен, а подът отстрани е светъл, като и двете са осветени в светлосиньо. Зад масата има голям екран. Столовете, на които са водещия и интервюирания, са бери и са един срещу друг. От дясната страна на масата е водещият С.И., а от лявата страна - интервюираната Б.К.

Ситуационна тоналност (определя се по скалата на Ризел-Тарасов-Лендел (Леонтьев, Сорокин, Тарасов 1977, 194; Виденов 1979, 30):

/а/ възвишена (висока) тоналност;

/б1/ част от служебната е спонтанно-неутралната тоналност;

Транскрибирал: Неделина Колева, специалност „Реклама и публична комуникация“, ФЖМК

Дата на транскрипцията: 04.06.2025 г.

Продължителност на транскрибирания откъс: около 6 минути

Линк към записа в интернет:

<https://www.youtube.com/watch?v=Fcia-AJWbLU> (04.06.2025 г.)

Анализиран откъс: 1:31 – 7:26

Транскрибиран текст

С.И.: дами и господа / (повдига дясна ръка, гледа към Б.К.) с гордост / ден преди националния ни празник / (сваля ръката си, премества химикала си от листа) ви представям Б.К. // добре дошла //

Б.К.: благодаря // (затваря леко очи, кимва с глава, пръстите на ръцете ѝ са преплетени)

С.И.: много ми е приятно / че си тук / (усмихва се, отваря ръце) // как си //

Б.К.: много добре // (затваря леко очи, поглежда надолу, отваря ръцете си, преплита пръсти) благодаря за тази покана / за мен е изключително удоволствие да съм тук в това предаване //

С.И.: удоволствието е изцяло мое / (поглежда надолу, повдига дясната си ръка) и на екипа // (поглежда към нея) аз зная / че когато си се родила / (поглежда надолу) своята майка е решила да ти даде това име Боряна ... защо // (отваря ръце настрани)

Б.К.: точно така / (кимва с глава) искала е да не ме кръщава / така традицията която имаме (поклаща дясната си ръка) ---

С.И.: на родителите / баби / дядовци //

Б.К.: да / доста често // искала е моето име да е уникално (поглежда надолу) / и аз да си го нося // (вдига глава, поглежда към водещия) и просто това име страшно много ѝ е харесало / защото го е свързвала с борбата // (прави пауза, преглъща) и когато ме е кръщавала е казала че иска да съм борбена в живота // (последователно поглежда надолу, след това поглежда към С.И., усмихва се)

С.И.: а знаеш ли / (оставя химикала си от дясната си ръка отново на листа) аз не съм те виждал от много отдавна // (повдига ръцете си в областта на гърдите, сложени една пред друга) много / като всеки българин предполагам / (смръщва вежди) много се радвах за всичките ти успехи // ти имаш много меко излъчване / (поглежда настрани, след това поглежда към нея с леко притворен поглед) на добър човек / леко скромнен / (усмихва се) такава ли си наистина // (леко отваря ръцете си)

Б.К.: благодаря старая се / наистина да съм добър човек / (поглежда надолу) знам че няма перфектни хора / аз също не съм перфектна / (последователно поглежда надолу, след това към С.И., леко отваря два от пръстите си на лявата ръка) но се старая да откривам своите грешки и да ги коригирам и да имам добри отношения с хората / и когато мога да помагам // (примигва, леко накланя главата си, усмихва се леко)

С.И.: знаеш ли защо ти го казвам това / (вдига химикала си) защото ми сподели за борбеността // (вдига лявата си ръка, поклаща я леко, след това я сваля на масата) в какво се изразяваше тази борбеност в страни от художествената гимнастика / (вдига двете си ръце успоредни, поклаща ги настрани) встрани от големи спорт / от титлите (сваля ръцете си, взема химикала си с дясната си ръка)

Б.К.: в целия ми живот / (премества главата си леко наляво) във всяко едно мое решение (върща позицията на главата си) / в това дали аз / (поглежда надолу) ще се предам пред дадена трудност // (вдига главата и погледа си) нали не говоря за спорта / (премества ръката си настрани) то и в живота хората срещат трудности // (поглежда надолу) дали аз ще продължа да се боря за своите цели / (повдига вежди, поглежда надолу, след това отново нагоре последователно няколко пъти) дали ще ги преследвам / дали ще изляза от ситуацията / по какъв начин ще изляза от ситуацията // помага ми във всяко едно нещо в живота //

С.И.: например // (примигва) какво ти беше трудно да комбинираш / (поглежда надолу, след това отново към Б.К.) с кариерата на професионален спортист / училището / каква ученичка беше //

Б.К.: училището беше трудно / да определено // (гледа надолу)
отношенията ми с моите близки и приятели също е трудно / (повдига
поглед и глава) тъй като професионалният спорт отнемаше много от
моето свободно време / (поглежда надолу и нагоре последователно,
вдига вежди) и рядко така ми оставаше време за хората / (затваря
очи за кратко, мести ръцете си) които бяха до мен през годините // в
крайна сметка аз / бях решила / (присвива устни, поглежда надолу)
че ще направя всичко възможно / както да бъде добра ученичка /
нали / (преглъща) учила съм по време на тренировка / (навежда
рязко главата си) по време на загревката / понякога докато се
разтягахме ...

С.И.: по геометрия как се справяше (усмихва се) //

Б.К.: ами хаха / (смее се, свежда глава встрани) / това ми е един
труден предмет / (гледа надолу, усмихва се) геометрията и химията
определено / винаги са ме затруднявали / (поглежда към С.И.) но
намерих начин / нали и с моите учители / и с треньори //
(последователно поклаща глава, поглежда надолу, след това
поглежда към С.И.) родителите ми много активно помагаша / (смее се)
така че просто има ли желание / се намира и начин // (усмихва се,
поглежда нагоре)

С.И.: така е / (поглежда надолу, след това повдига глава) това ли
беше твоята детска мечта / художествената гимнастика / (повдига
вежди) или някой те заведе в залата //

Б.К.: аз докато не започнах да тренирам художествена гимнастика /
(поглежда надолу, след това към С.И.) не бях чувала за такъв спорт /
(поклаща глава настрани) и не бях гледала нито едно състезание по
гимнастика // (смее се) стана много случайно / аз ходех на балет и на
плуване / но не харесвах достатъчно много и двете неща за да
запалят искрата в мен // (поглежда последователно надолу и към
С.И.) майка ми в търсене на спорта за своето активно и енергично
дете / (поглежда надолу и към С.И., повдига вежди) се разхождала
един ден около националната спортна база / около стадион Раковски
// (поглежда надолу и към С.И.) спряла една жена на улицата да я
попита дали знае къде има зала по гимнастика / тъй като така била
чула / (поклаща ръката си) че там някъде има зала по гимнастика // ...

С.И.: и тя ѝ казала ето я // (посочва с ръка встрани, почесва се около
брадата си)

Б.К.: това се оказа личният ми треньор Марияна Памукова // (усмихва
се широко) ...

С.И.: не //

Б.К.: аз започнах подготвителна група при нея една седмица по-късно // (усмихва се, поглежда надолу) ---

С.И.: чакай / чакай / я пак // (повдига ръцете си) върви си майка ти / (мести ръцете си встрани) ти не си била с нея / така ли (поклаща ръце встрани) ---

Б.К.: не // (затваря очи, кимва с глава) ---

С.И.: тя си е сама / (прилепя ръце една в друга) разхожда си се // (отваря ръце встрани) ...

Б.К.: да / и търси зала по гимнастика / без да знае художествена или спортна гимнастика // (движи ръката си надолу и нагоре) просто така е чула / че там някъде има зала по гимнастика // (повдига глава нагоре) спира жена на улицата ...

С.И.: и ---

Б.К. молба / да (усмихва се) ...

С.И.: и пита добър ден госпожо // тук къде е залата (посочва с ръка встрани) //

Б.К.: да / знаете ли къде е залата по гимнастика // и жената отговаря / (разтваря ръце, прибира ги отново) да сега ще ви я покажа // това се оказва / (отваря широко ръце) както казах вече / личният ми треньор Марияна Памукова / (усмихва се) от първия ми ден в залата // (разтваря ръце, прибира ги)

С.И.: ама чакай това е // (смее се, докосва химикала, разтваря ръце) какво нещо е съдбата всъщност ... (поклаща леко глава, изправя стойката си)

Б.К.: съдба е / абсолютно ... (кимва с глава)

С.И.: и добре / (разтваря ръце) и майка ти те води при нея (поклаща настрани успоредно вдигнатите си ръце) ...

Б.К.: точно така //

С.И.: ти / ти спомняш ли си този ден // и / (прехапва устни) и ти какво си помисли като видя / бъдещата ти треньорка // (вдига високо дясната си ръка, сваля я, взема си химикала)

Б.К.: ами аз / (свежда брадичка надолу) изобщо не мисля че съм си гледала треньорката / (сmee се, повдига се леко нагоре) аз бях много впечатлена от тавана на залата / колко е висок и колко е огромна залата / (отваря очи повече) и аз бях единственото дете в нея / беше абсолютно празна залата // може би е било в почивен ден или някаква обедна почивка / (мести си ръцете, докосва ги една в друга) но това ме грабна още от първия момент / (поглежда надолу, вдига поглед отново) огромното пространство / (затваря очи за кратко) в което аз можех да си играя //

С.И.: а кога осъзна / че това не е просто игра // (оставя химикала, леко се отмества назад, поглежда към екрана) и че тази жена всъщност / (посочва към екрана, поглежда Б.К., след това отново екрана) ще е до теб през целия ти професионален път (прави образен кръг с ръката, сваля ръцете си, поглежда към Б.К.)

Б.К.: осъзнах / че това не е просто игра на първото ми състезание / когато завърших четвърта // и тогава си скъсах грамотата по време на награждаването / тогава осъзнах че аз съм очаквала от себе си да бъда на стълбичката и да спечеля медал / (поглежда надолу, след това нагоре) и че не е просто забавление за мен този спорт // (отваря ръце) а кога осъзнах че това е треньорът / (отмества глава встрани, поглежда към С.И.) с който искам да работя // може би в годините / (преглъща, поглежда надолу) страшно много се привързахме двете една към друга / (поглежда към С.И.) и преминахме през много трудности / (разтваря ръце, долепя ги отново) както професионално / така и в личен план и в нито един момент не се отказахме една от друга // (вдига поглед, поглежда към С.И.) имахме такива възможности / но избрахме да продължим заедно и това ни сплоти още повече //

С.И.: скъсала си си грамотата / защото си била четвърта ...

Б.К.: да // точно така // (премества краката си напред)

С.И.: това за каква черта от характера ти говори // (поглежда надолу, оставя химикала си, отваря ръце, прилепя ги отново)

Б.К.: според мен за / (поглежда надолу) така наречената / може би ние използваме спортна злоба (вдига глава, поглежда С.И.) ...

С.И.: спортна злоба ...

Б.К.: да наистина / (поглежда надолу) аз исках да съм най-добра и да съм на стълбичката // (поглежда С.И.) и тогава го осъзнах наистина / че това е моята цел и аз след това състезание отидох и ѝ казах / че

искам да ми направи съчетание като за шампион // (*премества ръцете си*)

Аз, Неделина Колева, заявявам съгласието си транскрипцията ми да бъде публикувана в сп. „Медии и език“ в рубриката „Медиен корпус“.

ДИСКУСИИ

Как Естония изгражда бранд на дигитална нация в Европа

 **Рая Дренски**

Софийски университет „Св. Климент Охридски“
имейл: raya.drenski@gmail.com

DOI: 10.58894/p8msgy49

Резюме. Настоящата публикация изследва как Естония изгражда стратегически бранд на дигитална нация чрез преплитането на наука, предприемачество и устойчива държавна визия в сътрудничество с бизнеса. Анализира се ролята на инициативи като е-Естония и програмата EURAXESS Startup Tour, които създават култура на сътрудничество между изследователи и стартиращи компании. В основата стои интеркултурният подход към комуникацията, който позволява на Естония да се позиционира като модел за иновационно и технологично развитие в Европа. Казусът илюстрира как стратегическият бранд имидж може да бъде инструмент за дългосрочна устойчивост в глобален контекст.

Ключови думи: бранд имидж, дигитална нация, научно предприемачество, интеркултурна комуникация

С обявяването на независимост през 1991г. (след разпада на СССР), **Естония стартира дигитална трансформация**, с каквато нито една от бившите съветски републики не може да се похвали. Всъщност, към днешна дата никоя друга държава в Европейския Съюз не може да претендира за същите нива на дигитализация, що се отнася до услуги за граждани, предоставяни от държавния сектор. Естония успява да се превърне в **символ на дигитална държавност и предприемачески нюх и смелост**, и то когато началото е много трудно, а предпоставките за провал са повече от тези за успех.

Какво е нужно, за да се позиционира една държава не просто като център за иновации, отворен за новостартиращи компании, а като **глобален бранд на дигитално превъзходство**? Какви са предприетите стъпки в правилната посока? В контекста на **интеркултурна комуникация и изграждане на бранд имидж**, Естония предоставя уникален казус.

Целта на настоящия анализ е да изследва и проследи как една малка по численост нация изгражда бранд имидж на глобално ниво,

използвайки инструментите на дигиталната държавност и подкрепата на научно-обусловеното предприемачество.

Програмата EURAXESS Startup Tour II в Естония, проведена на 2 и 3 юни 2025г., отблизо проследява как една **национална стратегия за дигитализация** може да се бъде добре представена и адмирирана в рамките на обмен между изследователи и предприемачи.

Посещението включва интензивна поредица от срещи с представители на водещи институции и компании от естонската стартап екосистема, сред които:

- e-Estonia Briefing Centre,
- Tehnopol Science & Business Park,
- TalTech – Tallinn University of Technology,
- ÄIO –fermentation startup,
- Metrosert AS,
- Mektory – TalTech Innovation and Business Centre.

Особено въздействащи са лекциите на експерти като Petra Holm (e-Estonia), Timo Kikas (Tehnopol), Ede Schank Tamkivi (етически измерения на ИИ), Mervi Raik (Estonian Foreign Policy Institute), както и представянето на Inga Kõue и Mariann Proos от ETAG – Estonian Research Council.

Тези срещи очертават пътя, по който академичният потенциал може да се трансформира в предприемачески. Разковничето за иновациите е да се поддържа стратегическо сътрудничество между държава, университети и бизнеса. Когато всички си кооперират и създават правилните инструменти за подкрепа и стимули към изследователите, новите бизнеси, които носят полза за обществото, не закъсняват.

В рамките на този обмен проследяваме как Естония изгражда бранд на дигитална нация чрез стратегическа комуникация, научен потенциал и стартап култура – и най-вече чрез успешно сътрудничество между държавния и частния сектор.

Националният бранд като стратегическа комуникация

Изграждането на бранд имидж обикновено се разглежда през корпоративна призма. В последните десетилетия обаче, нараства значението на **националния бранд** – стратегическото

позициониране на държавите чрез културни, икономически и комуникационни инструменти. В последната 2025г., и благодарение на управлението на Тръмп в Съединените Щати, темата за бранда на една държава и връзката ѝ с желанието за инвестиции в съответен микроклимат, е още по-ярко застъпена.

В рамките на разглеждания изследователско-предприемачески обмен, Е-Естония (*e-Estonia*) се явява като платформата за разказване на история – история на предначертана и извоювана технологична независимост, прозрачност и глобална свързаност. Неслучайно тази лекция поставя началото на програмата. Първото впечатление на групата изследователи и предприемачи се формира именно от тона, който задават домакините от E-Estonia.

Какво стои зад наименованието е-Естония (*e-Estonia*¹)?

Така се нарича институцията, която комуникира дългогодишна национална стратегия на Естония за дигитална трансформация на публичната администрация, икономиката и обществото. Дигиталната трансформация се гради се на принципа „само веднъж“ при предоставяне на данни. Тоест данните не се копират, само се пренасят, и се пазят на различни бази данни и държавни регистри на части, за да се гарантира максимална безопасност при кибератаки. Както и презентиращата Petra Holms подчертава, Естония не е подмината от кибератаки, но се старее да създаде процеси, които гарантират максимална грижа към личните данни на гражданите, но също така и бързо и прозрачно признава грешките си, ако те са довели до излив на информация. Тайната на успеха им с доверието на гражданите се корени в честното и напълно прозрачно комуникиране на всяка стъпка от процеса, особено когато става въпрос за потенциална криза с изтекли данни – тогава дори още по-силно се мобилизират не само в комуникацията, но и в адекватни последващи стъпки.

Инициативата е-Естония включва пълна дигитализация на държавните услуги, въвеждане на електронно гласуване, е-резидентство и използване на блокчейн технологии (метод за съхранение на информация в компютърна мрежа, който представлява непрекъснато растящ списък от компютърни записи, наречени „блокове“) с цел гарантиране на прозрачно, ефективно и иновативно управление.

¹ e-Estonia (2024) What is e-Estonia? [online] Available at: <https://e-estonia.com/solutions/e-governance/> [Accessed 25 July 2025].

Когато се твърди, че гражданите могат да правят всичко онлайн, от декември 2024г. това означава дори развод след сключване на граждански брак – все услуги, които се подават и осъществяват онлайн, а електронната идентичност и гласуването по интернет са реалност за над 80% от населението².

Е-Естония е еквивалент за един от най-успешните модели за дигитално управление в света и често служи като пример за други държави.

2. От криза към осъзнат път на дигитализация

Още с първата лекция, включена в програмата, се усеща силната воля на естонците да демонстрират несъгласието си с Русия. Времето, в което са част от СССР, те недвусмислено наричат „окупация“. Това, че са съседи, не само не носи добър междусъседски тон, напротив – засилва нуждата на естонците да се разграничат от действията на Русия, не само свързани с войната в Украйна, но и с предходни исторически събития. Вероятно именно защото международната визита е насочена към докторанти и изследователи, поели по пътя на предприемачеството, не се държи строго на политическа коректност. Така в тоналността на всяка презентация много отявлено ехти това категорично несъгласие и разлом с Русия.

Когато Естония се освобождава от руската окупация през 1991г., общото състояние на държавата не е завидно. Страната не разполага със значими природни ресурси. Населението е едва 1.3 милиона души. Естония не може да се похвали и с важно геополитическо местоположение. Ясно е, че граничи със съсед, от който иска трайно да се откъсне и да покаже политическа воля, подкрепена с икономическо развитие. Към онзи момент, Естония е икономически зависима от Русия, с над 30% безработица и годишна инфлация, достигаща 1000%³. Чрез бърза приватизация, плоско данъчно облагане и либерални пазарни политики, страната преодолява първоначалната криза. Описаните събития приличат на периоди от прехода, които ние, българите, също сме изживели. Само три десетилетия по-късно Естония се радва на изключителен интерес от инвеститори и бизнесмени – и това е най-силното доказателство за анализатори и икономисти, че страната е сред водещите икономически сили в ЕС. Естония е пример за безпрецедентно бърз

² Димитрова, Е. (2006). Икономическият бум на Естония – урок за България. *Мениджър*, брой 10.

³ Димитрова, Е. (2006). Икономическият бум на Естония – урок за България. *Мениджър*, брой 10.

икономически растеж и конкурентна икономика. Липсата на корупция е в основата на този успех.

Но нека се върнем на края на окупацията от Русия. Това е преломният момент, в който Естония осъзнато тръгва по пътя на технологиите и дигиталното развитие. Когато не разполага с други ресурси, с които да се отличи, страната поема по нов и неутъпкан път – единствения, който има потенциала да я постави на картата на Европа и света по вдъхновяващ начин. С времето тази стъпка се доказва като правилна и успешна, но можем само да гадаем каква воля и усилия са били необходими в самото начало.

90-те са период на усилено обучение – първо на учителите, за да може дигиталното обучение да влезе в класните стаи. Освен интензивно и целенасочено обучение и ясен фокус за нужните промени в образователната система, правната не изостава и създава закони и правови рамки, които да улеснят приемането на дигитални стъпки в услугите към гражданите. Самите те, гражданите, проявяват отвореност и любопитство към тези дигитални промени. Млади и стари се записват на предложените курсове по компютърна грамотност.

Най-решителните моменти за устойчивата дигитална доминация на Естония са два:

Първо, държава и бизнес си сътрудничат. Държавният и частният сектор работят ръка за ръка – пример за това е въвеждането на онлайн банкиране от страна на банките веднага след приемането на съответното законодателство.

Второто важно в случая, идва с лека доза ирония – годините на комунизъм, когато населението не се пита за мнение, са били твърде дълги и твърде скоро. Така правителството взема важни решения, които налага без право на избор и обществено обсъждане. Много проучвания доказват нелесното приемане на промяна, най-вече защото е неудобна и различна от статуквото и навиците (Kotter, 1996; Lewin, 1947; Bridges, 2009). Но за да има трайна промяна, са нужни крути мерки. Пример за това са нивата на дигитализация във Финландия⁴, от която Естония взема пример преди три десетилетия – днес едва 30% от гражданите ползват дигитални услуги, поради факта, че имат избор, а дигиталните услуги могат да означават и известно неудобство при научаване им. Добре познат социален феномен е, че хората не обичат промени, и когато им е предоставяне избор – биха предпочели да продължат по обичайния ред. Точно този

⁴ European Commission (2023). *Digital Economy and Society Index (DESI)* — Finland Country Profile.

избор бива спестен в Естония и към днешна дата, с изключение на някои много отдалечени малки островни общини, всички ползват дигиталните услуги. Презентиращата Petra Holms дава пример със собствената си баба, която е над 80-годишна и е една от тези, възползвали се от обученията за компютърна грамотност през 90те, и ползва онлайн банкиране, говори с внучката си по Skype, както и праща имейли.

През 1994 г. Естония е първата страна в Европа, която въвежда плосък данък от 26%⁵ за доходите на физическите лица и при облагане на корпоративната печалба. Идеята е ясна - хората, които работят повече и печелят повече, няма да бъдат „наказвани“ заради това. Прогресивните данъци не действат мотивиращо, а естонците се нуждаят повече от всякога от стимулиране на личната инициатива и предприемаческия дух.

Следващият важен етап за дигитализацията на Естония се случва в периода 2000г. – 2010г. Въвежда се **дигиталната идентификационна карта**. Към днешна дата това е единствената пластика, която естонците трябва да носят в себе си – няма отделна шофьорска книжка например. Въвежда се дигиталният подпис, онлайн данъчна декларация и онлайн гласуване. Този интензивен период на дигитализация е последван от още по-динамично десетилетие, в което се въвежда е-резидентството (дигитално гражданство), първото по рода си изнесено дигитално посолство в Люксембург и стратегия с фокус върху изкуствения интелект.

Така след края на пандемията, **Естония може да се похвали с 10 компании-еднорози, тоест достигнали оценка от над милиард долара, над 170 приложения на изкуствен интелект в публичния сектор и 100% дигитални държавни услуги.**⁶ По данни на е-Естония, гражданин на Естония може сам да попълни и изпрати данъчната си декларация за три минути. 99,6% от всички банкови трансакции се извършват онлайн. Интересното е, че дори когато темата е институционалното развитие и дигитализацията на държавния сектор, естонците не пропускат да споменат с гордост своите стартъпи – иновативни компании, които превръщат страната в разпознаваем играч на европейската и световната предприемаческа сцена. Един интересен факт, при който малкото като численост

⁵ Laar, M. *The Estonian Economic Miracle*. – In: Heritage Foundation [online], 2007. [Accessed 25.07.2025]. <https://www.heritage.org/europe/report/the-estonian-economic-miracle>

⁶ **Startup Estonia 2024: Startup Ecosystem Overview**. – В: Startupestonia.ee [онлайн], 2024. [прегледан 25.07.2025]. <https://startupestonia.ee/startup-database>

население на Естония е позитивна величина – страната заема челно световно място по брой на стартап-еднорози на глава от населението.

3. Връзката между академия и иновации: комуникационна култура в действие

От дигитално гражданство до правителствени технологични инициативи, Естония изгражда последователен бранд на дигитална нация. Нейният имидж се формира на пресечната точка между **иновативност, глобалност и дързост в бизнеса** – три ключови стълба на бранд комуникацията в интеркултурна среда.

Талин неслучайно се нарича дигиталната столица на Европа⁷. Дигиталната идентичност, прозрачните институции и бързият достъп до услуги изграждат усещане за социална лекота и технологична автентичност – елементи, които другите страни все още не успяват да комуникират устойчиво успешно.

По време на програмата се срещат научни предприемачи от цяла Европа. Това създава уникален интеркултурен обмен – не просто на идеи, но и на комуникационни стилове, очаквания и идентичности. Какво значи да „продаваш“ научна идея? Как комуникираш сложни технологии пред инвеститори, които не говорят академичен език?

Естония се отличава именно с умението да гради мост между науката и бизнес чрез ясни комуникационни послания, отворен достъп до правни документи за създаване на фирма и фокус върху създаване на екосистема, в която всеки знае ролята си и има правилните инструменти и подкрепа. Това е отличен пример за прилагането на **интегрирани маркетингови комуникации** в дълбоко технологичен и интердисциплинарен контекст, който е традиционно по-труден за разбиране от широката публика. Създава се усещане, че всички бариери и бюрокрация са премахнати и за основателите на бизнеси остава само да се съсредоточат върху иновативната си идея и да оставят различни естонски структури да им окажат нужната подкрепа.

Това е поредна важна стратегическа стъпка за Естония, която в ситуация не по-различна от повечето европейски държави, а именно – със застаряващо население, вече има ясна стратегия и политика как да привлече млад и свеж талант и човешки потенциал в страната.

⁷ European Commission. *Digital Public Administration Factsheets – Estonia*. – In: National Interoperability Framework Observatory (NIFO) [online], 2020. [Accessed 25.07.2025]. <https://joinup.ec.europa.eu/collection/nifo-national-interoperability-framework-observatory/estonia>

4. Бранд стратегия в интеркултурна среда

Твърдението, че бранд имиджът е критичен за устойчивостта на стартиращи компании, важи и на макрониво – за държави⁸. В своята същност, националният бранд се състои от три ключови елемента: ценности, визуална идентичност и разказ. Естония съумява да комуникира и трите последователно: чрез прозрачни институции, интуитивни държавни услуги и ясно позициониране в европейските мрежи за наука и иновации.

Презентацията на Startup Estonia⁹ представя впечатляващи данни: над 1500 активни стартиращи компании през 2024 г., 2.2% принос към БВП и ясно дефинирани критерии за deeptech иновации (технологични иновации на самите граници на науката, които могат да предизвикат революция в своята област и да преодолеят значителни предизвикателства). Това са не просто числа, а показатели за устойчив бранд имидж на цяла икономика.

Освен това, фокусът върху deeptech (дълбоки технологии), генериращи решения в сфери като биотехнологии, изкуствен интелект и енергийни иновации, с гарантирана интелектуална собственост, позиционира Естония не просто като дигитален потребител, а **като технологичен създател**.

Този наратив създава и подкрепя устойчиво **бранд**, в която всяко министерство, университет, акселератор и изследовател споделят една и съща комуникационна цел: да представят Естония като иновативна, достъпна и високотехнологична.

В презентацията, водена от Inga Kõue и Mariann Proos от *Startup Estonia* и *ETAG*, е ясно открояна визията за създаване на **устойчива, свързана и иновативна стартъп екосистема**, в която изследователите, предприемачите, държавата и инвеститорите играят в един отбор. Целта не е просто да се създават компании, а да се изгражда *стратегическа екосистема*, която да ги свързва и подпомага да се развият в мащаб.

Естонският стартъп пейзаж в числа

Към 2024 г. в Естония функционират 1 592 стартъпа, които допринасят с 2.2% към БВП и генерират 3.9 милиарда евро оборот. Въпреки спада на инвестициите (327 милиона евро, с 23% по-малко

⁸ Kerr, G., & Wiseman, F. *Branding a Nation: The Strategic Use of National Identity for Country Branding*. London: Routledge, 2019.

⁹ <https://ecosystem.startupestonia.ee/intro-curated-content>

от предходната година), екосистемата остава стабилна и адаптивна. Увеличава се приносът от **научно-базирани компании (deeptech)** – сектор, който вече заема 16% от стартъп ландшафта и расте с впечатляващ темп.

Три стратегически посоки

1. **Стартъп среда:**

Предоставяне на лесен достъп до правни документи за създаване на нова компания, дистанционно и онлайн, политическа подкрепа на най-високо ниво, данни, анализи и връзки между всички заинтересовани страни с желание да се помогне.

2. **Таланти в дълбоките технологии:**

Инвестира се в изграждане на талант и капацитет чрез стипендии, програми за инженерни студенти, стимули за трансфер на интелектуална собственост и мини-грантове за бизнес развитие на идеи, свързани с дълбоките технологии.

3. **Регионално развитие:**

Естония вярва, че иновациите не трябва да са концентрирани само в столицата. Финансират се местни инициативи, подпомага се създаването на регионални мрежи между общини, стартъпи и подкрепящи организации.

Защо дълбоки технологии?

Естония ясно заявява: това е бъдещето. Deeptech не е само мода – то е отговор на големите предизвикателства: от енергийна сигурност до нови храни, от здравеопазване до космос. Презентацията посочва ключови вертикали като изкуствен интелект, биотехнологии, киберсигурност, квантови технологии и енергийни решения. Разбира се, с оглед на войната в Украйна, темата за сигурността е важна и значима в цяла Европа.

Какво прави системата работеща?

- **Грантове:** От 50 000 до 2 милиона евро за различни фази – от идея до устойчиви и бързо развиващи се решения.
- **Инкубатори и акселератори:** Science parks, Creative Destruction Lab, ESA BIC и други.

- **Интелектуална собственост (IP):** Предоставя се цялостен пакет на подкрепа – от оценка на иновацията до подкрепа в патентни стратегии и отворени иновационни модели.
- **Примери за успех:** Представени са впечатляващи стартапи като MindChip (AI в морския транспорт), PowerUp (водородни технологии), VectioPep (биоактивни пептиди), Esadres (лечение на рани чрез наноразтвори) и много други.

Послание към света

Със завършващ екран „Be part of the journey“ (Бъди част от нашето пътешествие), Естония отправя не просто покана, а демонстрира естонския начин на мислене и подход: приобщаващ, прозрачен, дързък. Естония не изгражда стартиращи компании, а **култура на дългосрочно мислене, изследователска смелост и международна отвореност**.

Естония е пример за държава, която не просто подкрепя, а и активно комуникира стойността на предприемаческия дух, поемането на риск и неговата тясна връзка с научните открития. Този подход може да послужи за вдъхновение и на страни с по-слабо развита стартап култура.

Презентацията на Startup Estonia¹⁰ очертава амбицията страната да достигне 500 deeptech компании до 2030 г., като вече 16% от естонските стартиращи фирми попадат в тази категория. Това е ясно доказателство за съзнателно изграждане на бранд портфолио чрез наука, мащабируеми технологии и международни партньорства.

Подхранването на култура на „позволено е да грешиш, но е задължително да създаваш“¹¹ е предпоставка за реална интердисциплинарност и изследователски потенциал с приложение за обществото – особено във вертикали като AI, биотехнологии и устойчива енергия.

5. Изводи и бъдещи насоки

Успехът на Естония не е случаен. Той следва логиката на *стратегия, постоянство, целеустременост и последователна комуникация* – същите принципи, които важат и при изграждането на бранд имидж на стартап. Разликата е в мащаба.

¹⁰ <https://startupestonia.ee/>

¹¹ European Commission, 2024

Както всяка компания, и Естония:

- дефинира ценности (иновация, прозрачност, глобална свързаност),
- инвестира във визуална и дигитална идентичност (е-идентичност, дигитални услуги),
- и прилага стратегическо позициониране чрез международни инициативи, конференции, акселератори и програми за таланти.

Изследванията в областта на комуникациите все по-често разглеждат държавите като активни комуникатори със собствен глас, визуална идентичност и репутационен капитал.

Естония е отличен казус за това как малка нация може да използва научно-предприемаческа синергия, за да изгради устойчив бранд имидж, чието значение отеква глобално.

За страните от Централна и Източна Европа, това е покана за оценка и преосмисляне: комуникацията не е инструмент за естетика, а ядро на стратегическото развитие. Разбира се, когато има политическа воля, сътрудничество между държавата и бизнеса и реални успехи, които да се комуникират.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Димитрова 2006: Димитрова, Е. Икономическият бум на Естония – урок за България. – сп: Мениджър, №10, 2006.
- European Commission 2020: European Commission. Digital Public Administration Factsheets – Estonia. National Interoperability Framework Observatory (NIFO). Retrieved from <https://joinup.ec.europa.eu/collection/nifo-national-interoperability-framework-observatory/estonia>
- European Commission 2023: European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI) — Finland Country Profile.
- Kalvet 2012: Kalvet, T. Innovation: A Factor Explaining E-Government Success in Estonia. Electronic Government, an International Journal, 9(2), 142–157.
- Kerr & Wiseman 2019: Kerr, G., & Wiseman, L. Nation Branding as an Exercise in Soft Power: Strategic Communication for National Competitiveness. Journal of Strategic Marketing.
- Kotter 1996: Kotter, J. Leading Change. Boston: Harvard Business Press.
- Laar 2007: Laar, M. The Estonian Economic Miracle. The Heritage Foundation. Retrieved from <https://www.heritage.org/europe/report/the-estonian-economic-miracle>
- Lewin 1947: Lewin, K. Frontiers in Group Dynamics. Human Relations, 1(1), 5–41.
- McKinsey 2024: McKinsey & Company. The State of European Innovation.
- Rainis Venta 2024: Rainis Venta. TalTech Presentation at EURAXESS Startup Tour. Tallinn, 2024.
- Sifted 2024: Sifted.eu Reports on Startup Ecosystems.
- Startup Estonia 2024a: Startup Estonia. Startup Ecosystem Overview. – B: Startupestonia.ee [online], 2024. [прегледан 25.07.2025]. <https://startupestonia.ee/startup-database>
- Startup Estonia 2024b: Startup Estonia. Curated Ecosystem Content. – B: <https://ecosystem.startupestonia.ee/intro-curated-content> [прегледан 25.07.2025].

State of European Tech 2024: Atomico & Invest Europe. State of European Tech 2024: Annual Report. [online], 2024. [Accessed 25.07.2025]. <https://www.stateofeuropeantech.com/>
https://www.investeurope.eu/media/g3yobbcs/soet2024_report.pdf
SUE Dealroom 2024: Dealroom.co. Startup Universe Europe – Data & Insights Platform. – в: <https://dealroom.co/> [прегледан 25.07.2025]

How Estonia Is Building the Brand of a Digital Nation in Europe

Hristina Hristova
Sofia University "St. Kliment Ohridski"
email: raya.drenski@gmail.com
ORCID ID: 0009-0001-6887-2310

Abstract. This publication analyses how Estonia builds a strategic brand as a digital nation through the intersection of science, entrepreneurship, and governmental vision in close collaboration with the private sector. It analyzes initiatives like e-Estonia and the EURAXESS Startup Tour, which foster a culture of collaboration between researchers and startups. At its core is an intercultural approach to communication that enables Estonia to position itself as a model for innovation and technological leadership in Europe. The case illustrates how strategic brand image can serve as a tool for long-term sustainability in a global context.

Keywords: brand image, digital nation, scientific entrepreneurship, intercultural communication

Гражданската отговорност като ценност в съвременното дигитално общество

 **Сергей Тодоров**

Софийски университет „Св. Климент Охридски“
имейл: sergeyt@uni-sofia.bg

DOI: 10.58894/n80pv811

Резюме. Настоящият доклад изследва трансформациите на понятието „гражданска отговорност“ в контекста на съвременното дигитално общество. В условията на бързо развиващи се технологии, социални медии и онлайн комуникации, гражданската отговорност придобива нови измерения – както във виртуалната, така и в реалната публична среда. В доклада се анализират проявленията на отговорното поведение онлайн, включително дигиталната етика, участието в обществени дебати и борбата с дезинформацията. Акцент се поставя върху необходимостта от адаптиране на традиционните ценностни системи към новите реалности и от формиране на дигитална култура, в която гражданската отговорност функционира като стабилизиращ морален и социален принцип. Изследването комбинира теоретичен анализ с емпирични наблюдения, базирани на текущи социални и медийни процеси в български и глобален контекст.

Ключови думи: гражданска отговорност, дигитална етика, социални мрежи, дезинформация, цифрово гражданство

Увод

Темата за гражданската отговорност като ценност в съвременното дигитално общество е от особена важност в контекста на нарастващото влияние на медиите и развитието на новите технологии. В епохата на комуникационно общество, когато достъпът до информация е по-бърз и по-масов от всякога, въпросът за формирането и поддържането на отговорно поведение сред гражданите става все по-актуален. Особено значение придобива ролята на медиите и професионалната сфера на връзките с обществеността като основни канали за информиране, възпитание и насърчаване на социална ангажираност.

В юридически смисъл гражданството е принадлежност към дадена държава. Другото значение е събирателно и се отъждествява с общност. Гражданската отговорност обхваща задълженията на гражданите към тяхната страна и общност, особено в рамките на

демократичните системи. Тя включва активно участие в обществения живот, като например гласуване на избори, спазване на законите, доброволчество. Концепцията насърчава гражданите да бъдат информирани за текущите събития, като насърчава чувството за социална осведоменост, което е от полза за общността, както и да изразяват мнението си. Не на последно място по важност е приносът за общественото развитие като доброволството или приобщаването към дадени каузи.

Гражданската отговорност може да бъде възприета като социална ценност, пречупена през призмата на съвременното дигитално взаимодействие. В пресечната точка между автори на съдържание, медии и PR използването ѝ е възможност за реализация на морални онлайн принципи, но също така и риск неспазването им да доведе до лоша комуникация и дезинформация. Отправната точка в настоящото изложение ще бъде именно медиите и връзките с обществеността, които не само отразяват, но и моделират обществените нагласи, ценности и поведение в дигиталната ера.

От исторически контекст понятието „гражданска отговорност“ се свързва с демократичните традиции на Античността, където участието в обществения живот е било възприемано като дълг на свободния човек. С разгръщането на Просвещението през XVIII век идеите за индивидуални права и свободи започват да се обвързват все по-тясно с представата за морална и обществена отговорност. През XIX и XX век, в контекста на индустриализацията и възхода на модерната държава, гражданската отговорност започва да се институционализира чрез образователни системи, законодателство и обществен натиск за спазване на етични норми.

В XXI век много автори изследват прилагането на този термин в контекста на обществения прогрес и демократичните ценности. Хадад (Haddad 2006) представя своеобразен теоретичен модел на гражданската отговорност в контекста на доброволството в кризисни моменти и на връзката между правителство и общество. Проучванията са предимно в развити демократични държави. Едно от основните заключения е разграничаването на определени модели на поведение – при общества, в които гражданите смятат, че правителството трябва да се справя със социални проблеми; общества, в които отделните лица са отговорни да помагат в такива ситуации на хуманитарни организации, които са частни. Гражданската отговорност е анализирана в контекста на самоучастието на индивидите в обществото, на тяхната политическа активност. Проучването е важно, защото представя термина в съвременното разбиране за активната роля на всеки член на обществото и приноса

му във важни за развитието на социума процеси. Още по-широка теза разгръща Вейл (Vale 2008), според когото гражданската отговорност е от първостепенно значение за успеха на една демокрация. Тя често се проявява чрез гласуване, плащане на данъци и изпълнение на задълженията в обществото, но не се изчерпва само с това. Авторът отчита като важен аргумент наличието на извънредни ситуации и проявата на активна позиция като важен елемент от съвременните процеси в една държава. Нещо повече – авторът гледа на това като на важен инструмент за взаимноизгодни отношения между държавата и нейните граждани. Затова той е на мнение, че тя е от първостепенно значение за всяка една демокрация и следователно висша ценност. Михалска (Kos-Michalska 2023) разглежда гражданското участие в Централна и Източна Европа. Тя също анализира термина извън строго регламентираната институционална рамка. Гражданската отговорност е характеризирана като гарант за демократични права, висша ценност, която е един от основните елементи на общество с разделение на властите, права и свободи. Авторът е на мнение, че съвременните дигитални платформи създават предпоставки за по-активно гражданско участие в политическите процеси и по-прозрачно управление, но също така съществува риск за подпокапване на принципите на плурализма. Предизвикателствата пред гражданското участие са свързани с конкретните политически особености на политическата среда – поляризиращи ценности, популистки лидери и националистически идеологии. Гражданската отговорност е характеризирана като принцип за защита на демократичните ценности, които са застрашени от радикализиращата се политическа култура. Интересен е анализът за дигитално разделение в обществото, според който той е следствие от установени неравенства в инфраструктурата, образованието и финансите. Това създава риск от ограничаване на възможностите от участие в политически дискусии, което допринася за разделението в обществото.

В подобна насока е съсредоточен докладът на Програмата за развитие на ООН¹² за гражданската ангажираност. В същността си авторите споделят, че представите за член на обществото отдавна минават формалните институционални разбирания като плащане на данъци и такси, гласуване и спазване на закона. В съвременната концепция това е по-скоро процес на взаимодействие между тези, които упражняват властта и тези, които искат да я контролират. В доклада са посочени три стълба на доброто управление, анализира се тяхната връзка и как те могат да допринесат за насърчаване на човешкото

¹² https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/2008_UNDP_Voice-Accountability-and-Civic-Engagement_EN.pdf , 01.08.2008

развитие. Първият стълб е публичността – способността хората да изразяват своите позиции, да влияят на процесите на вземането на решения и да държат публичните институции отговорни. Тя може да бъде осъществена чрез различни канали като например избори, активно участие на гражданското общество, достъп до информация и медии. Важно уточнение – първият стълб, според доклада, не е само право, а важен инструмент за борба с неравенствата и активна гражданска отговорност. Отчетността е другият важен елемент – това е задължението на държавните и публични органи да отговарят за своите решения и действия, да бъдат прозрачни пред обществото. Тя се разделя на два основни етапа: вертикална и хоризонтална отчетност. Вертикалната отчетност е характерна за обществено-политическите отношения и се осъществява предимно чрез избори, протести и граждански организации. Хоризонталната комуникация се реализира между самите институции и работи на принципа на разделението на властите, като всяка една може да контролира другата. Гражданската ангажираност е третият стълб за комуникация, като той може да включва различни инициативи – доброволчество, работа в неправителствени организации, участие в местни общности и застъпничество за дадени каузи. Тя е ключов компонент, който спомага за укрепването на публичността и отчетността – по този начин членовете на обществото могат по-активно да упражняват правата си и да изискват отчетност и резултати от управляващите институции. Тези концепции не съществуват самостоятелно, а се подсилват взаимно. За постигането на обществен прогрес е необходимо и трите елемента да функционират едновременно. Дюбо (Dubow 2017) също е на мнение, че гражданската отговорност не се изразява само с гласуване. Елементът се разглежда като фундаментален за формирането на активен обществен живот. Гражданската отговорност може да има различни форми – участие и гласуване в избори, протести, организиране и подпомагане на кампании, финансови дарения и още много други. Ролята на дигиталните технологии е да предоставят нови и по-лесни възможности за приобщаването на обществото, а социалните медии са изместили част от властта от традиционните медии към отделните граждани. По този начин се дава публичност на определени групи от обществото и се улеснява комуникацията. Правителствата също използват съвременните дигитални инструменти, за да може информацията да достигне до повече хора и да ангажират в по-голям аспект обществеността към своите действия. Авторът също описва поляризацията като основно предизвикателство, свързано с дигиталните технологии и обществото – разпространението на фалшиви новини е улеснено, а алгоритмите в социалните медии подсилват съществуващите разбирания на хората и ограничават

предоставянето на различни гледни точки. Това създава риск за гражданската отговорност, защото може да доведе до погрешно информиране и поляризация на общественото мнение. Другите основни предизвикателства са свързани с парадоска за онлайн активизъм, който не води до реални действия, както и за наличието на цифрово неравенство – не всички имат еднакъв онлайн достъп до информация. Това създава риск най-ативните гласове да бъдат представителни за общественото мнение. Гражданската активност е висша ценност и когато определени принципи от държавни институции не са спазени е възможно възникването на протести. Как се отразява гражданската отговорност в случай на протести? Вангелов (Вангелов 2014) е на мнение, че социалните медии променят действията в дигиталната комуникация както на институциите, така и на протестиращите. Те изпълняват от една страна ролята на катализатор за общественото недоволство, но от друга спомагат за полесната и директна комуникация между държавните структури и аудиторията.

Общото между всички автори по темата за гражданската отговорност е, че тълкуването за този термин отдавна надхвърля класическото разбиране, което обхваща административно-юридическите права и задължения на всеки един член на обществото. В комуникационния XXI век осведомеността е водещият принцип. Поради тази причина неслучайно един от най-важните елементи, свързани с гражданската отговорност, е информираността. Информираността води до обединяване в дигиталното пространство с други потребители с еднакви виждания. Затова и споделянето на сходно мнение и отстояването му е другият важен елемент. Третата съставна част е отстояването на принципи на определена част от обществото. Когато тези принципи бъдат нарушени следва обществена реакция. Всички тези елементи са описани в Програмата за развитие на ООН като комуникация между две основни групи – тези, които разполагат с властта и тези, които желат да я контролират.

Гражданската отговорност е висша обществена ценност, която е свързана с развитието на социума. Функционирането ѝ в съвременното дигитално общество е динамичен процес, благодарение на PR и рекламни кампании, които чрез приобщаване към различни каузи и цели активизират целеви аудитории.

С навлизането в дигиталната ера рамката на този термин претърпява значителна трансформация. Гражданите днес не просто консумират информация – те са и нейни създатели, коментатори и разпространители. Те не само я мултиплицират, но в някои случаи имат целева аудитория, която е в пъти по-голяма от тази в

традиционните медии. Това е основна предпоставка за влияние в обществения живот и за оказване на комуникационно въздействие. Това обстоятелство придава ново измерение на понятието за отговорност – не само в реалния, но и в дигиталния свят. Глобалната свързаност, социалните мрежи и платформите за обмен на съдържание предоставят възможности за безпрецедентна комуникация, но и поставят сериозни предизвикателства пред етиката и обществената култура. Медиите имат ключова функция не само като посредник на информация, но и като активен участник в изграждането на общественото мнение и формирането на ценностната система на съвременното общество. Те влияят върху начина, по който хората възприемат социалната справедливост, институциите, ролята на отделния индивид в обществото и възможностите за участие в демократични процеси. Отговорната журналистика, придържаща се към етичните принципи, е предпоставка за култивирането на отговорно гражданско поведение.

От друга страна, връзките с обществеността, като стратегическа комуникационна практика, целяща изграждането и поддържането на взаимоотношения между институции и различни публики, също играят съществена роля в утвърждаването на гражданската отговорност. Когато се прилагат етично и прозрачно, те способстват за укрепване на доверието в обществото, насърчават активното гражданско участие и съдействат за изграждането на устойчиви демократични отношения.

Настоящото изложение разглежда контекста, в който се преплитат процесите на медийно взаимодействие, дигитализация на комуникациите и трансформирането на гражданската отговорност в нови социални форми. В този контекст ще бъдат анализирани редица важни аспекти – от етичните стандарти в медиите и PR практиките, през ролята на социалните мрежи и платформите за обмен на информация, до предизвикателствата, свързани с дезинформацията, фалшивите новини и цифровата неграмотност. Ще бъдат анализирани PR и рекламни кампании, които ще покажат активизирането на дигиталната гражданска отговорност като ценност в съвременното дигитално общество. Комуникациите играят важна роля в тези процеси и анализирането на различни примери ще покажи спецификите на тези взаимодействия.

В съвременното дигитално общество, гражданската отговорност все по-често се дефинира не само като участие в политическия процес или спазване на законовите рамки, но и като активно и етично поведение в дигиталната среда. Трансформацията на публичната сфера, описана още от Юрген Хабермас като пространство за рационален диалог и обществен дебат, претърпява фундаментални

промени под въздействието на технологичните иновации, социалните мрежи и алгоритмичното управление на информацията. С особено внимание ще бъдат разгледани процесите на взаимодействие в онлайн среда и как те рефлектират върху формирането на отговорно поведение, включително чрез примери от реални кампании, медийни инициативи и образователни проекти. Ще се обърне внимание и на начина, по който медиите и PR специалистите могат да работят заедно за насърчаване на активно гражданство чрез ангажиращо и смислено съдържание. На теоретично равнище ще бъдат взети предвид концепции като обществения договор на Русо, комуникативното действие на Хабермас, дигиталната култура на Кастелс, както и парадигмите на социалната отговорност в медиите. Тези подходи ще послужат за аналитичната рамка на изследването, позволявайки да се проследи как идеята за гражданска отговорност се адаптира към променящия се медиен и обществен живот.

Една от основните характеристики на дигиталната среда е нейната хибридность – сливането на частното и общественото, на индивидуалното изразяване и масовата комуникация. Това поражда нови форми на социална отговорност, при които отделният индивид се превръща едновременно в медиен продуцент, разпространител и получател на съдържание. Именно в този контекст възникват въпросите за достоверността на информацията, за инфлуенсър културата, за ефектите от "ехо камерите" и филтрите на вниманието, които оформят дигиталния облик на гражданството.

Съществена роля в този процес играят PR специалистите. От една страна, традиционните и дигитални средства за масова информация оформят контекста, в който гражданите вземат решения, като селектират темите, рамкират събитията и определят кое е "значимо". От друга страна, PR практиките, особено когато се прилагат в институционална, корпоративна или НПО среда, притежават потенциал да моделират отговорни нагласи чрез кампании, насочени към общественото благо. Анализът на такива инициативи показва, че прозрачността, автентичността на посланията и включването на публиката в създаването на съдържание са ключови фактори за утвърждаване на дигиталната гражданска култура.

Днешната виртуалната среда, създадена от съвременните комуникационни технологии, не просто предоставя нови канали за информация, а радикално променя процесите на социализация и формиране на идентичност. Взаимодействието в онлайн контекст включва нови етапи на възприемане на норми, ценности и поведенчески модели, които нерядко се разминават с традиционните институционални структури като семейство, училище и държава. Тази

трансформация води до пренареждане на авторитетите, при което инфлуенсъри, онлайн общности и алгоритмично подбирано съдържание започват да играят централна роля в изграждането на разбирания за отговорност, истина и участие.

Според Кастелс (Кастелс 2001: 23) в дигиталната социализация индивидът е едновременно активен и пасивен агент – той избира какво да консумира, но е и подложен на алгоритмично моделиране на вниманието и поведенческо таргетиране. Това двойствено положение изисква нова култура на медийна грамотност, която включва не само технически умения, но и етични нагласи, критично мислене и социална отговорност.

Съвременните комуникационни приложения функционират като арени на самоизразяване, но и като платформи за морална оценка, наказание и натиск. Понятието „cancel culture“ (култура на отхвърлянето, англ.) е пример за това как дигиталните граждани могат да участват в утвърждаване на социални норми чрез колективна санкция, но и за рисковете от неетично и прибързано осъждане. Този съвременен феномен е утвърден като термин едва през 2020 г. в речника на Оксфорд, но придобива огромно значение от гледна точка на реториката и на онлайн социалната психология. Той комбинира класически методи на въздействие, но ги прилага в съвременните дигитални медии, като чрез използването на емоционални, а не на логически аргументи, има възможност за постигане на лавинообразен ефект и предпоставка за публично дискредитиране, неодобрение или възмущение от действия на личност или публична компания. Добрева (2024) е на мнение, че това може да се възприема като посегателство върху свободата на словото и дори за кибертормоз. Още по-интересно е мнението ѝ, както и на други автори, че това може да се възприеме като съвременна форма на остракизъм, при която потребителите в обществото заклеймяват определено действие като неправилно, основавайки се в повечето случаи на емоционални аргументи. Подобни феномени показват, че гражданската отговорност в интернет пространството не е статична норма, а динамичен процес на договаряне, санкциониране и репутационно влияние. Медиите, като посредник между социалната реалност и различните аудитории, продължават да играят водеща роля в тези процеси. PR кампаниите, насочени към социална отговорност, вече надхвърлят нивото на бранд мениджмънта и навлизат в сферата на културната промяна.

Публичните комуникации и по-специално кампаниите, създадени от експерти по връзки с обществеността, играят ключова роля в съвременната дигитална среда като канали за социална регулация и утвърждаване на ценности. Според Груниг и Хънт (Марков 2011)

съвременният PR се разгръща най-ефективно в рамките на двупосочния симетричен модел, при който организациите не просто излъчват съобщения, а влизат в диалог с обществеността. Именно в този процес на интеракция се осъществява реалното въздействие върху ценностните системи на аудиториите.

С развитието на концепцията за корпоративна социална отговорност, комуникационните стратегии на брандовете все по-често интегрират социални теми – от екологични и образователни въпроси до борба с дискриминацията и насърчаване на равенството. Съвременното информационното общество изисква нов тип отговорност, в която организациите играят роля не само като икономически, но и като културни и етични субекти. PR кампаниите се превръщат в инструмент не просто за изграждане на имидж, а за активиране на социални дискурси.

Пример за това са кампании като „#LikeAGirl“ на компанията „Always“, която рedefинира нови социални нагласи. Анализите на експерти относно тази комуникация показват, че емоционалната ангажираност и социалната идентификация на потребителите с посланието на компанията води до дългосрочна промяна в отношението към марката, но също и до по-широк обществен дебат. Подобни действия функционират като културни „интервенции“ в сферата на нормите и очакванията.

PR кампаниите също така подпомагат институционализирането на гражданска отговорност чрез създаването на устойчиви комуникационни наративи. Когато дадена организация комуникира последователно с послания, свързани с прозрачност, социална справедливост или устойчивост, тя не само отговаря на очакванията на обществото, но и участва в създаването на нови нормативни рамки. PR в дигиталната ера все повече придобива характеристиките на морална медиация – процес, в който организациите не просто се адаптират към обществени очаквания, а участват в тяхното формиране.

Затова взаимодействието в сферата на връзките с обществеността се трансформира в социална технология за управление на ценностите, в която стратегическите наративи, визуалните послания и интеракцията с общностите се преплитат в сложна мрежа на взаимно влияние и отговорност.

Съвременното разбиране за гражданската отговорност е особена ценност в дигиталното общество, при която онлайн потребителите изразяват свободно мнението си, защитават го и имат възможност за

бързо консолидиране. Това се случва в случаите на бурно обществено недоволство или силно мотивиране на емоционални нагласи. В този нов свят всеки един човек е дигитален гражданин, който може да разпространява съобщения циклично до множество лица и да бъде двигател на обществена реакция. Гражданската отговорност днес е преди всичко реакцията на всеки един потребител в защита на определени принципи и морални възгледи. Колкото повече души имат сходни възгледи в мрежата, толкова по-голяма е вероятността гражданската отговорност да се прояви в дигиталното пространство с по-силен обществен отзвук.

Методи на изследване

Целта на методологията е да се осигури комплексен и многопластов поглед върху темата, който да съчетае емпирични данни с подробен анализ. Чрез този подход ще се търси по-дълбоко разбиране на механизмите, чрез които гражданската отговорност се формира, проявява и развива в дигиталния контекст.

В настоящото изложение ще бъдат анализирани няколко различни PR и рекламни кампании и ще бъде представено емпирично проучване. Анализите на различните маркетингови комуникации ще покажат важни медийни нагласи и реакции, които се провокират сред онлайн потребителите в определени случаи. Проучването на тези особености ще покаже, че гражданската отговорност възниква като висша обществена реакция и ценност във виртуалното пространство и се активизира, когато някои основополагащи демократични принципи са нарушени – те са важни елементи от съставянето на онлайн активността. Разбирането на подобни взаимодействия в дигиталното общество има и своите различия от тези в реалния живот и разбирането им ще разкрие в по-пълнен план спецификите на гражданската отговорност в съвременното дигитално общество. Ще бъдат разгледани кампании, свързани със социалната ангажираност, информираност и отговорност, както и конкретни примери от журналистическата и PR практика. Допълнително ще се анализират социалните мрежи и техните алгоритми с оглед на начина, по който те влияят на разпространението на информация и на формирането на обществено мнение. Специален акцент ще бъде поставен върху ролята на алгоритмите за персонализиране на съдържание, както и потенциала им както да засилват, така и да подкопават отговорното поведение на потребителите в дигитална среда.

За целите на изследването е използвана и емпирична информация, реализирана след провеждането на онлайн анкета. Целта на проучването е да се събере информация за възприятията и

практиките на дигиталното гражданство, степента на осъзната отговорност при споделяне на информация, както и за каналите и формите на комуникация, които най-често се използват от респондентите. Онлайн формата на анкетната карта предоставя възможност за достигане до широк и разнообразен брой респонденти. Тя е озаглавена: „Анкетно проучване за дигиталното гражданство“. Проведена е в периода от септември – декември през 2024 година. Събирането на мненията на респондентите е изцяло онлайн, като целта е да бъдат достигнати максимално широк брой хора с различни мнения и гледни точки за дигиталното гражданство и гражданската отговорност на потребителите в съвременния виртуален свят.

Провеждането на емпиричното изследване предоставя и няколко съществени предимства. На първо място, то позволява събиране на актуални и специфични данни, които не се съдържат в официални статистики или вторични източници. Анкетната карта осигурява възможност за изследване на субективни нагласи, ценности и убеждения, които често остават невидими за количествени анализи. На трето място, този подход позволява проследяване на връзки между различни социални и демографски групи, като по този начин допринася за по-задълбочено разбиране на изследваното явление. На последно място, но не и по значение – проучването дава възможност за директна обратна връзка от гражданите относно тяхното поведение, усещания и нужди в дигиталната среда – фактор, който значително увеличава практическата приложимост на резултатите от изследването.

Анкетната карта се състои от няколко въпроса:

- (1) Използвате ли социални медии в ежедневието си?
- (2) По какъв начин се информирате за новините от деня?
- (3) Какво представлява според Вас дигиталното гражданство?
- (4) Наблюдавате ли критично изразявано мнение в социалните медии?
- (5) Посещавате ли често различни групи в социалните медии?
- (6) Според Вас трябва ли по-често институции да обръщат внимание на социалните медии?
- (7) Вие сте? (въпрос за пола на респондента)
- (8) Вашата възраст е?

Всички въпроси са затворени, с оглед по-лесното събиране и обработване на информацията.

Резултати

В ценностен аспект, кампанията дава възможност на организацията да изрази недвусмислено своята позиция по етично значим въпрос. Това е важен компонент от съвременната комуникация, в която ценностно ориентираното поведение се очаква от институции, корпорации и граждански организации. Ако в комуникационната стратегия вече са заявени ценности като защита на човешките права, равенство или нулева толерантност към насилието, подобна кампания утвърждава тяхната автентичност и последователност. Освен това тя повишава шансовете за изграждане на устойчиви партньорства с други организации и съмишленици, които споделят сходни ценности и подходи към социалната ангажираност.

Вторият казус се отнася до дигиталната кампания „Protect the Protest”¹³ на „Amnesty International”, насочена срещу заплахата протестиращи да излагат публично исканията си. Това е една от най-глобалните кампании на световната организация, получила през 1977 г. Нобелова награда за мир. Amnesty използва серия от кратки видеа, инфографики и взаимодействие с потребителите в социалните мрежи, за да подчертае важността на правото на протест, като същевременно окуражава търсещите промяна и социална справедливост в обществото. Естествено специфичното за тази кампания е, че повечето от действията на компанията са съсредоточени предимно в страни от Африка и Азия. Тази инициатива стимулира критично мислене и утвърждава отговорността на гражданите в дигиталния обмен на информация, създавайки нови рамки за участие и защита на демократичните ценности. В условията на засилено обществено внимание към гражданските права и демократичното участие, подобна кампания демонстрира ангажираност с фундаментални демократични принципи и засилва възприемането на организацията като активен защитник на свободата на изразяване. Тази комуникация утвърждава ценности като гражданска активност, свобода на словото, непримиримост към несправедливостта и отговорно участие в обществения живот. Подкрепата за правото на протест се възприема като позиция в защита на демократичния обществен ред, особено в контексти, в които изразяването на мнение се ограничава или дискредитира. Това изгражда образ на организацията като морално легитимна, открита към различията и критично мислене, и като структура, която не се страхува да заема публична позиция по

¹³ <https://www.amnesty.org/en/what-we-do/freedom-of-expression/protest/>, 19.07.2022

чувствителни въпроси. В дигиталната среда ценностната комуникация има особено значение. Онлайн платформите позволяват бързо и широко разпространение на послания, които съдържат ясно артикулирани принципи и морални аргументи. Чрез инфографики, видеа, лични истории, отворени писма или петиции, организацията може ефективно да предаде своята ценностна рамка. Участието в подобна кампания също така демонстрира съгласуваност между думи и действия – не просто декларирани ценности, а видими, конкретни действия в тяхна защита. Като ефект, дигиталната кампания на „Amnesty International“ подпомага дългосрочното изграждане на ценностно устойчив бранд, който е разпознаваем, последователен и ангажиран. Това създава доверие сред аудитории, които търсят автентичност, и улеснява изграждането на партньорства с други организации, институции и граждански мрежи, които споделят сходни ценности. Кампания в защита на правото на протест допринася за комуникационната стойност на организацията чрез подчертаване на нейната демократична ангажираност, морална последователност и готовност за участие в обществените процеси, като всички тези аспекти са ключови за ценностно ориентираната комуникация в съвременната дигитална среда.

И двата казуса демонстрират как дигиталните платформи и PR инструментите могат да се превърнат в мощни механизми за гражданско възпитание, информираност и социално въздействие. Те са пример за стратегическа комуникация, ориентирана към устойчиви ценности и стимулиране на дигитална гражданска отговорност. В съвременното дигитално общество комуникационните процеси не просто предават информация – те създават реалност, оформят идентичности и задават посоки на социално поведение. Това особено ясно се вижда в рамките на дигиталната комуникация, където ефектите от PR стратегии могат да бъдат проследени в реално време, а въздействието върху гражданското поведение е измеримо. Кампаниите по връзки с обществеността, когато са социално ангажирани и етично мотивирани, се превръщат в своеобразни регулатори на ценности. Те не само популяризират каузи, но изграждат културен контекст, в който определени поведения като информираност, критичност, участие и солидарност се мултиплицират и активизират. По този начин комуникацията се явява механизъм за пренос и утвърждаване на социални и морални норми, които са неразривно свързани с концепцията за гражданска отговорност. Специфично в дигиталната среда тези комуникационни ефекти са засилени чрез алгоритмичната логика на социалните мрежи, която действа като филтър и усилвател на съдържанието. Именно затова дигиталният дизайн придобива критично значение. Прилагането на ценностно-ориентирани комуникационни стратегии води до създаване

на общности, основани на доверие и споделени социални принципи – същността на съвременното дигитално гражданство.

Нека да разгледаме и няколко случая, в които гражданската отговорност се активизира като ценност в съвременното дигитално общество, а катализатор за действията на потребителите в мрежата са конкретни PR и комуникационни грешки. Първите два примера са типични за съвременното явление „култура на отхвърлянето“.

През 2018 г. „H&M“¹⁴ публикуват снимка за реклама с дете с тъмен цвят на кожата, а на блузата му има надпис „Най-добрата маймуна в джунглата“. Случаят е определен като расистки от много потребители, което принуждава компанията незабавно да се извини публично и да прекрати рекламата. Известни изпълнители от Обединеното кралство призовават за бойкот на бранда. Случаят може да се определи като „култура на отменянето“, като грешката на компанията е неправилно формулирано съобщение до аудиторията. Генерирането на емоция от множество потребители е ефективно и създава риск от нанасянето на огромни репутационни и икономически щети. Ценностите, които се активизират тук, са защита от расова дискриминация и справедливост. Тези случаи показват колко бързо социалните мрежи могат да засилят едно негативно възприятие и как компаниите трябва да реагират — бързо, прозрачно и с искрено осъзнаване на грешките си.

Скандалът с производителя на бира „Анхойзер-Буш“ и американската хмелова напитка „Бъд Лайт“ стартира през 2023 г., като за да намери решение със спада на продажбите си, компанията кани активиста Дилън Мълвани да промотира продукта. Случаят придобива огромни размери, като редица световноизвестни кънтри и рок музиканти обявяват бойкот на продуктите¹⁵. Причината е в репутацията на активиста - той е обществен застъпник по въпросите за пола и идентичността. Това довежда до още по-голям спад на продажбите. Случилото се е типичен пример за „култура на отхвърлянето“, като основната грешка на компанията е погрешното профилиране на аудиторията – тя е съставена предимно от потребители с консервативни разбирания и възгледи. В случая се генерира емоционална реакция, която нанася икономически и репутационни щети на бирения производител.

Тези примери са типични за „културата на отхвърлянето“, като обществената реакция е бърза, критичността към организацията е

¹⁴ <https://www.bbc.com/news/newsbeat-42603960>, 08.01.2018.

¹⁵ <https://www.bbc.com/news/business-66398296>, 3.08.2023.

напълно публична, с потенциал за светкавично разпространение и вирусно предаване на информацията. Гражданската отговорност се проявява като ценност, защото е провокирана – нарушени са морални принципи в обществото – в единия случай неправилно създадено послание навежда към откровени асоциации за расизъм. В другия случай правозащитник на половата идентичност е избран за лице на кампания, чиято аудитория няма подобни възгледи. Активирането на гражданската отговорност като ценност в съвременното дигитално общество е реакция в отговор на обществено несъгласие, независимо дали автор на съобщението е частна компания или държавна институция. За разлика от неvirtуалния свят, в дигиталното общество комуникацията и реакциите са по-бързи. Когато лидерите на мнение имат много последователи в мрежата ставаме свидетели на една по-сложна и циклична комуникация, в която гражданската отговорност се моделира през призмата на тълкуването на ретранслаторите на съобщението и на конкретните потребители, които също изразяват своето мнение. Това може да засили или да намали ефекта от гражданската отговорност.

Един от най-ярките примери за гражданската отговорност е кампанията „#LikeAGirl“ на световната компания „Always“¹⁶. Целта е да се промени отношението към жените, често асоциирано в отрицателен план с израза „като момиче“ (Like a Girl, англ). Инициативите на компанията започват през 2014 година, като се разпространяват кратки видеоклипове в социалните медии, в които потребителите са помолени да правят неща като момиче, като по този начин се подчертава как често това се свързва с отрицателно значение. В клиповете след това се показва реакцията на хората, които са помолени да правят същото, но този път в действието е вложено различно значение – на смелост, предприемчивост и увереност. Това е и идеята на кампанията – да вдъхне увереност на жените и да промени общественото мнение. Не е случаен фактът, че през 2015 г. авторите на комуникационната стратегия получиха една от най-престижните награди за рекламни и маркетингови кампании в „ Cannes Lions International Festival of Creativity“. Кампанията достигна над 68 млн. гледания в една от социалните медии и разби остарелите стереотипи за жените. Тази стратегия е ярък пример за гражданската отговорност като стимул за обществена реакция. Маркетинговите специалисти са избрали благородна кауза, която да предизвика обществена реакция и да провокира общественото мнение – чувството за справедливост и борба с дискриминацията. Това в най-голяма степен представя идеята за съвременната гражданска отговорност

¹⁶ <https://time.com/2927761/likeagirl-always-female-empowerment/>, 26.06.2014

като ценност в дигиталното общество. Във виртуалния свят потребителите могат да реагират като модел на поведение "cancel culture" или да допринесат за развитието на определена кауза. Общото в представените казуси е стремежът за справедливост. В поведението на потребителите, определящо се като „култура на отменянето“ идеята за правда е водещата. Публичното заклеймяване в социалните медии играе такава роля. Приликата с кампанията на „Always“ е и по още един показател – използването на емоционални аргументи. В анализираният случай досега се използват предимно такива средства. Причината е, че по този начин действието върху поведението е значително по-бързо. Отсъстват логическите аспекти, свързани с обработването на информация и одобряването ѝ. Търсят се емоционални елементи, които да въздействат бързо и ефективно. Гражданската отговорност, като ценност в дигиталното общество, преди всичко е провокация на обществена реакция, която по своите особености може да стигне до крайности – както да се одобрява, така и да се заклеймява.

Кампанията „Real Beauty“¹⁷ на „Dove“ е друг ярък пример. Още през 2004 г. световната козметична компания започва серия маркетингови комуникации, като целта е да се разбие дотогава съществуващия стандарт за естетика в рекламата. Фокусът е върху естествената красота, като успехът за компанията е огромен. Идеята на организацията е да предизвика обществените норми и да получи огромно одобрение сред обществото, като това ѝ позволи да се препозиционира сред една от най-водещите в света на козметиката. Комуникацията се отличава по много показатели от всички останали с големия период на активност, което позволява използването на много и различни комуникационни канали, по-голяма ефективност и силна обществена реакция. Независимо че комуникационните цели са преди всичко търговски, тук отново имаме кауза, която цели да провокира, с цел одобрение, но този път рекламният апел е естествената красота. Гражданската отговорност се проявява в поведението „стимул-реакция“, а основното чувство в медийното пространство е борбата срещу фалша, а истинската красота се възприема като символ на справедливост.

PR кампанията "Share the Meal"¹⁸ е реализирана през 2015 г. от Световна продоволствена програма (WFP) на ООН, като целта е да се намерят средства за борбата с глада по света. Изработено е

¹⁷ <https://www.kantar.com/inspiration/agile-market-research/real-beauty-real-impact-doves-20-year-glow-up>, 03.10.2024

¹⁸ <https://www.wfp.org/stories/sharethemeal-wfp-app-reaches-200-million-meals-milestone>, 15.10.2023

специално приложение, с което се даряват средства за изхранване на нуждаещите се. Уникалното в случая е възможността за всеки дарител детайлно да проследява за какво точно и къде са изразходени предоставените фондове. Идеята е потребителите да правят малки дарения, но това не означава, че не са събрани средства. Напротив – от началото на кампанията досега над 175 милиона души са получили храна, а над 28. млн. долара бяха събрани през 2022 г. Две години преди това приложението е избрано след гласуване като едно от най-добрите за използване в платформите на Apple и Google. В тази кампания има силни логически аргументи, но отново движещата сила е от емоционален характер – емпатията, състраданието към нуждаещите се. Гражданската отговорност се проявява като чувство на загриженост, като основното предимство в кампанията е прозрачността, гъвкавостта и правилното ориентиране в комуникационните канали – всеки потребител чрез мобилното приложение може да проследи за какво са използвани парите му; всеки дарител може лесно, бързо и надеждно да дари средства; кампанията е предназначена да ангажира голям брой от хора, които да дарят малки суми, като по този начин се постига по-широка ангажираност.

Инициативите за насърчаване на доброволчеството и екологичното поведение показват как PR комуникацията може да култивира нови норми, да легитимира социални каузи и да създава чувство за колективна цел. Тези публични рилейшън стратегии са ефективни, когато отчитат особеностите на дигиталната култура – нейната визуалност, интерактивност и необходимостта от незабавно емоционално въздействие. Гражданската отговорност, насърчавана чрез тези механизми, се превръща в част от идентичността, изразявана чрез действия като споделяне, подкрепа, участие в кампании или дори „виртуален активизъм“. Въпреки това, остава отворен въпросът доколко тази дигитална ангажираност води до устойчиво социално поведение или представлява форма на „повърхностна активност“ (slacktivism). Критиките към кампаниите в социалните мрежи често се концентрират върху тяхната емоционалност, краткото време и липса на структурна ефективност. Това налага необходимостта от интегриране на дигиталната комуникация с традиционни стратегии и институционални усилия за насърчаване на отговорност.

Резултати от проведената анкета:

- 97,8% от анкетираните използват социалните медии всеки ден.

- 73,3% от респондентите предпочитат електронните медии за новините от деня, докато 41,1% се информират директно от социалните медии.

На въпроса какво е дигитално гражданство:

- 52,2% отговарят, че то представлява достъп до различни онлайн услуги.
- 40% го определят като правото на всеки да изразява свободно мнението си в дигитална среда.

Критично мнение и ангажираност на институциите

- 80% от анкетираните често забелязват критично изразено мнение в социалните медии.
- 77,8% са на мнение, че институциите трябва да обръщат по-голямо внимание на социалните медии.

Социално-демографски показатели на анкетираните

- Близко 80% от участниците в анкетата са жени.

Разпределението по възраст е както следва:

- 22,2% са на възраст над 45 години.
- 56,7% са между 36 и 45 години.
- 17,8% са между 26 и 35 години.
- 3,3% са между 18 и 25 години.

Резултатите от проведената анкета показват, че значителна част от респондентите се възприемат като отговорни дигитални граждани, но същевременно демонстрират ниска чувствителност към проверката на източниците на информация, която споделят. Това противоречие разкрива разминаването между самооценката и реалното поведение – феномен, характерен за дигиталната култура, в която етиката често отстъпва пред скоростта и емоционалния ефект. Открояват се и специфични ценности, които могат да се характеризират и като основни за онлайн потребителите, свързани с медиите, като например достъп до различни услуги в онлайн среда, правото на свободно изразяване на мнение в мрежата. Тези ценности са висши и те предопределят действията и реакциите на потребителите в

комуникационните канали, като те са провокирани от медийни източници.

Анализът от анкетата показва ясно изразена дигитална активност сред респондентите – почти всички (над 97%) използват социални медии в ежедневието си. Основен канал за информираност са електронните медии и социалните мрежи, което потвърждава, че дигиталната среда е доминиращият източник на новини за съвременните граждани. Този факт подчертава необходимостта от висока медийна грамотност и отговорност при споделянето на съдържание – ключови аспекти на дигиталната етика и гражданската отговорност. Отговорите на въпроса „Какво означава дигиталното гражданство?“ показват, че най-често то се разбира като достъп до онлайн услуги и право на свободно изразяване. Тези резултати потвърждават, че респондентите възприемат дигиталното пространство не само като техническа инфраструктура, но и като пространство на права, участие и свобода – основни демократични и етични ценности.

Голяма част от анкетираните (80%) редовно наблюдават критични мнения в социалните мрежи и участват в различни онлайн групи. Това говори за повишена социална чувствителност и активно участие в дигиталната публична сфера. Социалната ангажираност и критичното мислене са в основата на модерната концепция за активно дигитално гражданство – ценност, изискваща както информираност, така и отговорно поведение.

Интерес представлява фактът, че над 75% от респондентите считат, че институциите трябва по-често да обръщат внимание на социалните мрежи. Това е сигнал за нужда от по-прозрачна и отворена комуникация от страна на държавните органи, както и за въвеждане на дигитални политики, отразяващи реалната динамика на гражданските нагласи и очаквания.

Резултатите от анкетната карта затвърждават основния извод на доклада – гражданската отговорност в дигиталната среда не се изчерпва с присъствие онлайн, а изисква критично мислене, спазване на етични норми, активно участие и отстояване на социални ценности като свобода, солидарност, справедливост и ангажираност. Тези елементи изграждат основата на една устойчива култура на дигитално гражданство, в която всеки потребител не е просто консуматор, а етичен и активен участник в обществения живот. Откроените принципи са основополагащи за действията на дигиталните граждани и те предопределят действията и реакциите им, често провокирани в мрежата по различни поводи.

Заклучение

Ефектите на дигиталната комуникация не бива да се разглеждат само в контекста на въздействие върху индивидуалното мнение, а като механизъм за дълбока социална трансформация, насочена към устойчивост, морални принципи и участие. Това превръща комуникационните професионалисти не просто в посредници, а в активни създатели на бъдещите ценностни рамки на обществото. Изводите, които могат да се направят от представените казуси са, че гражданската отговорност е основна ценност в съвременното дигитално общество. За разлика от аналоговия свят, във виртуалния социум тя се развива, представя и моделира изключително бързо. Възникването ѝ в повечето случаи е реакция, независимо дали става дума за целенасочена провокация или не. В някои случаи авторите на комуникацията целят провокацията на общественото мнение – в повечето случаи положителна реакция. В други случаи, като например представените като типични за „култура на отхвърлянето“, реакциите на потребителите не са планирани – те възникват в отговор на защита на определени принципи. Алгоритмите на социалните мрежи, колкото и загадъчни да изглеждат понякога, спомагат за този процес, като дават гласност на лидери на мнение с много последователи. Гражданската отговорност като ценност в съвременното дигитално общество е елемент, с който всеки професионален комуникатор трябва да се съобразява, преди да комуникира с целевата аудитория на организацията, която представлява. Игнорирането на тази съвременна особеност може да има сериозни последици върху имиджа на публичната компания.

Резултатите от проведената анкета ясно сочат, че съвременните дигитални граждани осъзнават своето място и роля в онлайн обществото. Повечето респонденти идентифицират дигиталното гражданство със своето право да се изразяват свободно, както и с възможността да ползват различни онлайн услуги – свидетелство за баланса между личната свобода и обществена значимост. Изводите от проведеното анкетно проучване са, че гражданската отговорност изисква критично мислене и отстояване на определени принципи и идеали. Фактът, че голяма част от респондентите посочват, че наблюдават критични мнения и членуват в различни онлайн групи разкрива, че социалната ангажираност и критичното мислене са съставни елементи от схващането за дигитална гражданска култура и отстояването на принципите за гражданска отговорност.

В условията на ускорена дигитализация и все по-голяма зависимост от медийно-информационната среда тази ценност придобива нови значения и проявления. Настоящото изследване показва, че

дигиталното гражданство не се свежда само до техническа компетентност или достъп до интернет, а включва съвкупност от ценности и принципи – свобода на изразяване, информираност, критично мислене, социална ангажираност и чувствителност по различни теми.

Затова можем да заключим, че гражданската отговорност в дигиталната епоха не е просто отражение на офлайн модели на поведение, а динамична ценностна система, която се формира в постоянен диалог между индивида, обществото и технологиите. Култивирането на дигитална култура, основана на солидарност, прозрачност и уважение към правата на другите, е необходимо условие за развитието на устойчиво и демократично информационно общество.

Статията е подготвена в рамките на словашко-български проект към ФНИ при МОН на тема: „Медии, социални ценности и дезинформация през 21. век” с договор КП-06-Словакия/3 от 13.08.2024 г. Авторът изказва своите благодарности за подкрепата.

БИБЛИОГРАФИЯ

Боянов 2014: Боянов, Л. Съвременното дигитално общество. София: „ЛИК”, 2014. [Boyanov 2014: Boyanov, L. Savremennoto digitalno obshtestvo. Sofiya: „LIK”, 2014.]

Вангелов 2014: Вангелов, Н. Ролята на социалните мрежи по време на протест – примери от България и света. В Ню медиа 21 [online], 26.01.2014. [прегледан 11.08.2014]. <https://www.newmedia21.eu/analizi/rolyata-na-sotsialnite-mrezhi-po-vreme-na-protest-primeri-ot-balgariya-i-sveta/> [Vangelov 2014: Vangelov, N. Rolyata na sotsialnite mrezhi po vreme na protest – primeri ot Balgariya i sveta. V Nyu media 21 [online], 26.01.2014. [pregledan 11.08.2014]. <https://www.newmedia21.eu/analizi/rolyata-na-sotsialnite-mrezhi-po-vreme-na-protest-primeri-ot-balgariya-i-sveta/>]

Добрева 2024: Добрева, Д. Cancel culture (“култура на отменянето”) или реторика зад клавиатурата. В: Списание Реторика и Комуникации: [online], Брой 59 , 01 апр. 2024. DOI 10.55206/XEWX2588 . [прегледан 01.08.2025]. <https://rhetoric.bg/cancel-culture-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%BE%D1%82%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8F%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%B8%D0%BB%D0%B8-%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE> [Dobрева, D. Cancel culture (“kultura na otmenyaneto”) ili retorika zad klaviaturata. V: Spisanie Retorika i Komunikatsii: [online], Broj 59 , 01 apr. 2024. DOI 10.55206/XEWX2588 . [pregledan 01.08.2025]. <https://rhetoric.bg/cancel-culture-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%BE%D1%82%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8F%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%B8%D0%BB%D0%B8-%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE>]

Кастелс 2001: Кастелс, М. Интернет галактиката: размисли за Интернет, бизнес и общество. София: „ЛИК”, 2001. [Kastels 2001: Kastels, M. Internet galaktikata: razmisli za Internet, biznes i obshtestvo. Sofiya: „LIK”, 2001]

Марков 2011: Марков, С. „Симетричният модел” на Джеймс Груниг: Възход и упадък на една парадигма в пбблик рилейшънс теорията. В Ню медиа 21 [online], 01. юни 2011.[прегледан 02.08.2025]. <https://www.newmedia21.eu/analizi/simetrichniyat-model-na-dzheymys-grunig/> [Markov 2011: Markov, S. „Simetrichniyat model” na Dzheymys Grunig: Vazhod i upadak na edna paradigma v pablik rileyshans teoriyata. V Nyu media 21 [online], 01. yuni 2011.[pregledan 02.08.2025]. <https://www.newmedia21.eu/analizi/simetrichniyat-model-na-dzheymys-grunig/>]

Русо 2018: Русо, Ж. За Общественият договор. София: „Лист”, 2018.[Ruso 2018: Ruso, Zh. Za Obshtestveniyat dogovor. Sofiya: „List”, 2018].

Хабермас 1995: Хабермас, Ю. Структурни изменения на публичността. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 1995.[Habermas 1995: Habermas, Yu. Strukturni izmeneniya na publichnostta. Sofiya: UI „Sv. Kliment Ohridski“, 1995.]

Castells 2002: Castells, M. The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford: Oxford University Press, 2002.

Dalton 2008: Dalton, R. Citizenship Norms and the Expansion of Political Participation. In Sage Journals [online], Volume 56, Issue 1, 01 March 2008. [viewed 04.08.2025]. Available from <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2007.00718.x>

Dubow 2017: Civic Engagement: How Can Digital Technology Encourage Greater Engagement in Civil Society? In Rand [online], 01 January 2017. [viewed 10.08.2025]. Available from <https://www.jstor.org/stable/resrep17637>

Haddad 2006: Haddad, M. Civic Responsibility and Patterns of Voluntary Participation Around the World. In Comparative Political Studies [online], Volume 36, Issue 10, 01 December 2006. [viewed 09.08.2025]. Available from doi.org/10.1177/001041400528193.

Jabeem 2021: Jabeem, S. Digital Citizenship: Effective Use of Digital Media. In EDULEARN 21 Proceedings [online], 05 July 2021. ISSN 2340-1117. [viewed 04.08.2025]. Available from DOI:[10.21125/edulearn.2021.1220](https://doi.org/10.21125/edulearn.2021.1220)

Koc-Michalska 2023: Koc-Michalska, K.; Lilleker, D.; Baden, C.; Guzek, D.; Bene, M.; Doroshenko, L.; Gregor, M.; Scoric, M. Digital media, democracy and civil society in Central and Eastern Europe. In Journal of Information Technology & Politics [online], Volume 21, Issue 1, 30 November 2023. [viewed 10.08.2025]. Available from <https://doi.org/10.1080/19331681.2023.2257012>

Oyedemi 2020: Oyedemi, T. The Theory of Digital Citizenship. Handbook of Communication for Development and Social Change. Singapore: Springer Singapore, 2020.

Vale 2008: Vale, S. Civic responsibility in a risk democracy. In Public Relations Review [online], Volume 34, Issue 4, 01 November 2008. [viewed 09.08.2025]. Available from <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2008.08.001>

Civic Responsibility as a Value in Contemporary Digital Society

Sergey Todorov

Sofia University "St. Kliment Ohridski"

ORCID ID: 0009-0009-1419-7936

email: sergeyt@uni-sofia.bg

Abstract. This paper explores the evolving concept of civic responsibility within the framework of contemporary digital society. In an era of rapidly developing technologies, social media, and online communication, civic responsibility takes on new dimensions—both in virtual and real public spheres. The study analyzes expressions of responsible online behavior, including digital ethics, participation in public discourse, data protection, and the fight against disinformation. Emphasis is placed on the need to adapt traditional value systems to new digital realities and to cultivate a digital culture in which civic responsibility serves as a stabilizing moral and social principle. The research combines theoretical analysis with empirical observations based on ongoing social and media developments in both Bulgarian and global contexts.

Key words: civic responsibility, digital ethics, social media, disinformation, digital citizenship

ОТЗИВИ

Проблеми на социолингвистиката XIV. Градска култура и езиково разнообразие. Материали от Четиринадесетата международна конференция по социолингвистика, София, 2020. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2021, с. 11-103.

Проф. д-н. Андреана Ефтимова, СУ „Св. Климент Охридски“

(всички статии от секциите „Градът и неговият език“, „Езикови маркери в говоренето на различните градски прослойки“, „Мезолектите и социолектите като последица от социалните взаимодействия“, „Културата на градските общности, езиковата култура и езиковата политика“ и първата статия от секция „Общественото мнение за езиковите процеси и езиковите нагласи“)

Доц. д-р Данка Апостолова, СУ „Св. Климент Охридски“

(3 статии от секция „Общественото мнение за езиковите процеси и езиковите нагласи“ и всички статии от секция „Диглосията и билингвизмът в градските езикови ситуации“)

Доц. д-н. Катя Исса, УАСГ

(всички статии от секциите „Градският фолклор и езиковите игри“, „Виртуалният град Интернет и езиковите практики“ и „Стиловите регистри на масмедияте“)

Сборникът „Градска култура и езиково разнообразие“ е резултат от Четиринадесетата международна конференция по социолингвистика, която попадна в трудното време на пандемията.

Темата на конференцията с едноименно заглавие обедини текстове в няколко тематични посоки. В първите осем текста от сборника по мое мнение се оформят две проблемни области. Първата е свързана с третирането на сложните отношения между устна и писмена реч, с мястото на разговорната и диалектната реч в системата от езикови варианти, със спазването и отклоненията от нормата. Тук попадат текстовете на акад. Михаил Виденов, проф. Петър Сотиров и проф. Ангел Ангелов (изреждането на авторите е според реда на статиите им в сборника). Втората група от текстове проблематизира влиянието на езиковото и културното многообразие на градската среда върху езиковата компетентност и способност на хората, върху избора на

имена на децата им, върху езиковите политики и чуждо- и родноезиковата практика. Това са статиите на доц. Катя Исса, доц. Светлана Атанасова, д-р Надежда Данчева, д-р Пенка Христова и д-р Катерина Христовова, доц. Бисерка Велева (изреждането на авторите все така според реда на статиите им в сборника).

За да не объркам читателя, ще започна прегледа на идеите в текстовете именно по реда им в сборника.

Сборникът съвсем естествено започва с текст на доайена на българската социолингвистика акад. д.ф.н. Михаил Виденов, в чиито изследвания темата за езика на града е водеща. Нещо повече. Сборникът е замислен в чест на неговата 80-годишнина като жест на благодарност за приноса му към тази проблематика и към социолингвистиката изобщо. Докато се подготвяше отпечатването на сборника обаче, акад. Михаил Виденов ни напусна. Всъщност текстът, с който започва този сборник, е последният му текст, негов последен размисъл по любима за него тема.

Статията му „Градът, неговият език и новото време“ обръща внимание на социално монотонната структура на селото и динамичната и разнородна среда на града, които предпоставят нуждата от различна „езикова дреха“ на гражданите. Шивачите на тази градска дреха са много и работят в задруга. Акад. Виденов поставя съществения проблем за необходимостта от нова методика за проучване на градския език, която може да бъде предложена според него единствено от социолингвистиката.

Той не се притеснява да посочи късогледството и предразсъдъците на българското езикознание по отношение на езика на града, на спонтанната устна реч, на отклоненията от писмените норми. Акад. Виденов регистрира стилистичната революция и победата на разговорната реч в публичната комуникация днес не като „езиков апокалипсис“, а като нещо нормално, което изненадва общество, свикнало да смята устната реч за озвучена писмена реч, а особеностите на спонтанното говорене – за недопустими. Тезата му е, че разговорната реч има своя норма, която не е общобългарска, а се развива в различните прослойки в градовете.

Текстът на акад. Виденов е кратък, но много плътен на идеи, които вдъхновяват и чертаят пътища за опознаването на езиковата реалност.

В статията си „За една лексикална интерференция, която „бушува“ сред българските емигранти в Сидни“ доц. Катя Исса

ни въвежда в дискусията за обхвата на понятието интерференция. Тя обсъжда бавния процес на креолизиране на родния и чуждия език в контакт въз основа на теренно проучване на речта на емигрантите в Австралия. Авторката споделя трудностите да се идентифицира и да се типологизира лексикалната интерференция. Престижът и чувството за превъзходство, интернационализацията на термините, директният превод, както и семантичните и когнитивните проблеми с българската лексика са една част от причините за употреба на английски лексеми в речта на емигрантите на български. Не е така обаче с думата *bush*, която е част от езиковата игра в заглавието. Пространният анализ на доц. Исса показва, че тя е заемка, която е обяснима с психологически и социокултурни фактори. Малък асоциативен експеримент показва, че думата се асоциира с *природа, дървета, въздух, спокойствие*, и дори *родина*, което показва променените нагласи на българските емигранти в Сидни.

Проблемите на разговорността в българския и полския научен дискурс се разглеждат от проф. Петър Сотиров, който уместно отбелязва, че проникването на разговорните елементи в езика се е превърнало в една от емблемите на езиковите промени в периода слез 1989 г. и в двете страни. Въпреки това изследванията в България и Полша се отличават и с различия, и със сходства. Българското езикознание сравнително късно се е обърнало към недиялектните разговорни езикови формации заради пренебрегването на устната реч. Проблемите на разговорната практика се повдигат във връзка с изучаването на българската градска езикова ситуация, а типологията на акад. М. Виденов обхваща структурните и неструктурните форми на съществуването на езика. Проф. Сотиров обръща внимание и на понятието *книжовно-разговорен език*, което според него е българска специфика в областта на разговорността (впрочем за формирането и утвърждаването на това понятие бих отбелязала тук водещата роля търновската конференция по разговорна реч), но в полското езикознание има дефиниции, които стоят близко до българското понятие – на А. Заремба и Д. Бутлер. Разграничението между устната форма на книжовния език и разговорния книжовен език е наложително, тъй като разговорността в славянските страни е свързана с основна черта на описаната формация, а именно, че тя се реализира под формата на устна реч. Всъщност терминът, обобщава проф. Сотиров, трябва да отправя не само и не толкова към формата на комуникацията, а и към нейните условия (напр. неофициалност, непринуденост, неподготвеност, непосредственост и пр.). В полския научен дискурс съответното понятие *potoczność* е с по-широко и с неизяснено съдържание. Коментират се три главни схващания за понятието: като езиков вариант и комуникативна ситуация, като наивни представи въз основа на опита и като определен начин на

концептуализиране на света. Според Йежи Бартмински съществуват две езиковедски школи, които разглеждат понятието – ситуационно-стилистично (прагматично) и културно-антропологично, като най-дълга традиция в Полша има първата школа – стилистично-прагматичната. Заслужава внимание и най-пълната дефиниция за разговорната езикова формация, и типологията на езиковите варианти, направени от Ал. Вилкон. В рамките на типологията му проф. Сотиров установява, че на българския книжовно-разговорен вариант съответства полският общ (книжовен) устен полски език. Обобщавайки съпоставителния анализ на полските и българските концепции за разговорността, проф. Сотиров подчертава, че учените от двете страни са третирали тези проблеми в контекста на актуалните теории и проблеми на европейската лингвистика.

Ролята на общественото пространство и съвременната градска среда като участници в общуването се разглежда от доц.

Светлана Атанасова, която влиза в диалог с доц. Катя Исса, чийто текст ни убеждава в значението на социокултурната среда. Доц. Светлана Атанасова въвежда в обращение понятието *Linguistic Landscaping studies (LLS)*, за да означаи, че в пространството се формират и осъществяват социални, културни, политически структури, традиции и норми. Там хората през езика се идентифицират един с друг или се разграничават от една или друга общност. Изпълването на мястото с културни реалии и езикови знаци, пораждащи взаимодействия и значения, е ключова теза, която се разглежда в контекста на феноменологичната и антропологичната мисъл. Авторката се присъединява към размислите, че „пространството е пълно с множество дискурси, които образуват поголеми семиотични агрегати. В този социокултурен и политически хабитат хората са свикнали да генерират, възпроизвеждат и прилагат реда, който е изписан върху знаците“ (с. 45). Езиковият пейзаж включва всички надписи: пътни знаци, имена на улици, надписи на магазини, надписи на обществени сгради, имена на училища, възпоменателни плочи и пр. Заедно със сградите и хората (т.нар. нексус) той се превръща в ценен инструмент за изследването на публичното пространство. От друга страна, се коментира и идеята за „диверсификацията на разнообразието“ в общества, в които се появяват нови и по-сложни форми на мобилност и комуникация с постоянен поток от идентичности, норми и ценности в транснационални мрежи. Доц. Светлана Атанасова ни представя своята интерпретация на снимки на старото Велико Търново: надпис над врата на художествено ателие, надпис на агенция за недвижими имоти и др. Надписите отразяват практики на културни взаимодействия, които правят от местния пейзаж част от глобализирания свят.

Д-р Надежда Данчева се е заела с много интересен проблем – съпоставката на личноименните системи на някои градове от Източна и Западна България и по-специално – на женските лични имена в шест града: Варна, Стара Загора, Русе и София, Благоевград, Видин. Изследването проследява първите 10 имена, които оглавяват именника на българите в изследваните градове за периода 2014-2015 г. Резултатите показват, че от началото на 21. век имената Виктория и Мария са сред челните места в цялата страна, като Мария е по-разпространено в Южна България. Предпочитанията към името Габриела са по-често срещани в Източна България.

Динамиката на предпочитанията към женските имена показва, че разместванията в Западна България са по-осезателни, а устойчивост в Източна България показват имената Виктория и Габриела. Немалко са новите попълнения в Източна България – напр. Дария, Йоана, Рая, Дария, а в Западна България това са Анна, Божидара, Дария, Рая, София. Отпадащи от първите десет позиции са имена като Десислава, Михаела, Теодора, Симона и в двете области.

Обобщението сочи, че се избират имена от следните класове: 1) имена, свързани с християнския календар, 2) домашни имена и 3) заети от чужди езици. Домашните имена често претърпяват изменения. Вече почти не присъстват двойни и тройни имена. Кратките имена са по-предпочитани. Авторката отбелязва стремеж към елегантни промени в традицията, към универсалност и полиетничност.

Статията на д-р Пенка Христова и д-р Катерина Христовова продължава дискусията за градската среда като сбор от езиково и културно многообразие, което влияе върху езиковите умения на студентите, пътуващи по програма Еразъм+. Фокусът е върху град София, който не е многоезичен град в сравнение с космополитни градове като Ню Йорк или Лондон, но жителите му имат положително отношение към чуждите езици и приемат идеята за многоезичен и мултикултурен град. Чрез количествен (онлайн въпросник) и качествен метод (отворени интервюта) се проучват концептуалните индикатори – чуждоезикови компетенции, склонност към изучаване на чужд език и опит по Еразъм+. Резултатите от проучването не изненадват със заключението, че най-популярният сред респондентите първи и втори чужд език е английският. Значителен процент от тях са изучавали като втори чужд език френски, немски и испански, а като трети – френски, руски, италиански, испански и т.н. Много от респондентите твърдят, че владеят и екзотични езици като японски, корейски, иврит, унгарски, шведски и др. Самооценката на езиковата компетентност съвсем

естествено спада при оценяването на степента на владение на втория, третия и четвъртия чужд език. Контактът с чужденци обикновено се подобрява след проведена мобилност в чужда страна. По време на мобилностите най-често използваните чужди езици са английският, френският и немският. Въпреки това някои респонденти декларират, че градската среда и ежедневната комуникация са подобрили уменията им да общуват на местния език.

Не по-малко интересна е статията, посветена на многомилионния град Баку, в който съжителството на различни групи и езици предоставя възможност на доц. Бисерка Велева да наблюдава аспекти на азербайджанско-руския билингвизъм: спецификите на билингвалната комуникация и езиковата политика на държавата. Авторката на статията внимателно разглежда влиянието на геостратегическото положение на града (кръстопът, съединяващ турската, китайската, арабската и други култури с руската), на етническите и демографските характеристики на жителите му (конгломерат от етноси: азери, лесгинци, руснаци, украинци, талиши, евреи, арменци и др.), историческото и икономическото му развитие (поделен от две империи Русия и Иран) като предпоставки за билингвалната комуникация.

Описвайки спецификата на бакинския билингвизъм, доц. Велева изтъква толерантността към езиците и регистрира наличие на всички типове билингвизъм и билингви. Руският език е лингва франка на азербайджанската интелигенция. Ситуацията в образованието е наистина любопитна: преподаването на общообразователните предмети се извършва на един от двата езика, а изборът на т.нар. „азербайджански сектор“ или „руски сектор“ се прави от родителите. Аргументите за широкото разпространение на руския език в Баку са три типа: осигуряване на по-добра възможност за достъпно и безплатно образование, наличие на подготвени специалисти с руски език, формирани в бившата СССР, и по-добра организация на учебния процес. Аргументите против билингвизма и руския език сочат задълбочаване на конфликта между две обществени групи, от които руската е малцинство, нарастване на социалния и личностния комплекс на говорещите азербайджански пред авторитета на руското елитарно общество.

На държавно равнище билингвизмът е поощряван, но все повече се намесва и идеята за многоезичието.

В статията си „Букви и звукове: от печатарската машина до тъчскрийна“ проф. Ангел Ангелов разглежда дискусиите около книжовните (стандартните) езици в трите степени на тяхното

формиране: графизация, нормализация, кодификация. За несъответствието между буква и звук в английския език той въвежда интересен икономически ракурс – че чрез намаляването на излишните букви ще се спестят място и пари в книгопечатането. Опростяването на английския правопис е проследено през опитите на Американското и Лондонското филологическо общество от 19. век, които са били неуспешни. Възгледите на френския академик Гастон Пари за опростяването на френския правопис включват разсъждения за сложните отношения между устна и писмена реч. И в тази дискусия се намесват икономически и технически мотиви за опростяването. Същите мотиви са използвани десетилетия по-късно като аргумент за премахването на краесловните ерове в правописната реформа от 1945 г. у нас. Немалко пъти са изчислявани загубите за хартия, за печатарско мастило и за хонорари, предизвикани от прилагането „дебелия ер“ или „тунеядеца“. Очевидно икономическите аргументи са по-слаби от политическите, които защитават славянската идентичност и старината в руската, българската и сръбската писмена практика, а Д. Матов дискутира още и значението на силния „инстинктивен страх от новотата“, както и мита, че чрез мъчнотиите в правописа се различава учения човек от „прост смъртен“.

Прегледът на полемиките за употребата на отделни букви, както и на цели писмени системи, който прави проф. Ангелов, е пълен с цветни и нестандартни мнения на български и чужди граматисти. Ергономичността като основен аргумент за опростяването на правописните системи свързва печатарската машина с тъчскрийна, чиито особености невинаги са били отчитани от филолозите, но съвременната технологична среда все повече ни принуждава да осъзнаваме ролята им в реалната правописна практика.

В публикациите на Руска Станчева и на Красимира Алексова от секцията „Общественото мнение за езиковите процеси и езиковите нагласи“ са представени анализи на данни от първото национално изследване на значими за проучването на общественото мнение езикови нагласи към писмената форма на съвременния български книжовен език. То е осъществено през 2017 г. с участието на 1000 пълнолетни анкетирани по метода на полустандартизираното face-to-face интервю, проведено по домовете на респондентите. Извадката е национално представителна по признаците пол, местоживееене и възраст на анкетираните.

В статията на **Руска Станчева „Динамика на кодификацията според оценките на днешните българи“** се анализират езиковите

нагласи към динамиката на кодификацията на българския език през последните 40 години, които се обвързват с осъзнаването на книжовната норма и с езиковата лоялност, разглеждана в два аспекта – емоционален и прагматичен. В зависимост от измерените в 10-степенна скала оценки (в диапазона език с често променящи се правила : консервативен език) в получените отговори на въпрос от семантично диференциален тип относно темпа на промените, обхванати от кодифицираната норма, са очертани три групи мнения, в които българският език се преценява като либерален (неконсервативен, с често променящи се правила), като умерено консервативен или като определено консервативен. Установена е статистически значима връзка между оценките на анкетираните и социално-демографския признак фактор образование. В потвърждение на изследователската хипотеза, основаваща се на действителното състояние на кодификаторската практика от последните 4 десетилетия, преобладават определените като реалистични оценки за умерена консервативност на съвременния български книжовен език (52,9%). Според 37,2% от анкетираните, дали по-радикални отговори в масива, днешният стандарт е определено консервативен. Респондентите, чиито оценки формират тези две групи мнения, са обединени във факторовото равнище „висока образователна степен“. При тях според авторката е налице осъзнатост на нормата, но мненията им за актуалността на нуждата от промени в кодифицираните правила се различават и нагласите, свързани с езиковата лоялност отразяват съответно различни нейни аспекти. При т.нар. реалисти аспектът е определен като емоционален, а при т.нар. радикалисти – като прагматичен. Сравнително малка част от анкетираните (9,9%), в която попадат респонденти с (по-)нисък образователен ценз (с основно и под основно образование), възприемат езиковия стандарт като либерален (неконсервативен) и динамичен, с често променящи се нормативни правила, което се свързва с ниска степен на осъзнатост на нормата и непознаване на състоянието на днешната кодификация. Според направеното обобщение на анализирания данни „все още не е натрупана онази критична маса от мнения сред образованите българи, че се налагат сериозни промени в обхвата на действащите граматични норми.“ (с. 110).

Въз основа на богати емпирични данни в **статията „Факторът „образование“ като детерминатор на нагласите към писмения книжовен език“ на Красимира Алексова** са представени резултатите от статистически установените чрез корелационни хи-квадрат анализи връзки между фактора образование и езиковите нагласи на анкетираните, установени в отговорите им на 3 семантичнодиференциални въпроса относно богатството на

българския език, податливостта му на влияния от чужди езици и консервативността на нормите. Оценките на респондентите за три опозитивно изследвани характеристики на съвременния български книжовен език – богат : беден език; податлив : неподатлив на влияния от други езици език; консервативен : неконсервативен (респ. с нечеста : честа смяна на нормативните правила) език са измерени в 10-степенна скала и се съотнасят съответно с езиковите нагласи лоялност към книжовния език и гордост от него; изолационизъм : универсализъм на езика във формирания от междуезиковите контакти континуум; консервативност на нормата. Степента на образованието на респондентите показва статистически значима връзка с техните оценки и за трите езикови признака, като при това е един от трите социално-демографски фактора, за които в изследването е установена най-голяма сила на връзката. Че образованието е един от най-значимите детерминатори на езиковите нагласи към книжовния български език, показва освен това и наличната силна връзка между тези оценки и образованието на бащите и майките на респондентите. Статистически установеното влияние на фактора образование в това проучване впрочем е в потвърждение на изводите и от първото национално представително изследване на езиковите нагласи към 12 не книжовни явления в съвременния български език, проведено през 2010 г. с 2018 анкетираните, резултатите от което са подробно анализирани от авторката в монографичния ѝ труд "Социолингвистична перцепция, езикови нагласи и социална идентификация по речта" (Алексова 2016).

Във всичките четири образователни групи, формирани според образователната степен (висше, средно, основно и под основно образование) на анкетираните, доминира оценяването на българския език като богат. Процентът на положителните оценки обаче се увеличава с нарастване на образователната степен на респондентите и е най-висок при притежаващите висше образование (90,5%), което се обяснява с обема на натрупаните знания, обхвата на речников запас и по-доброто познаване на българското лексикално богатство. По признака податлив – неподатлив на влияния от други езици доминиращи са оценките за средна, както и за по-силна степен на податливост в образователните групи с висше, със средно и с по-ниско от основно образование. Установява се и тенденцията, че оценяващите с висше образование като по-често използващи специализирани източници с текстове от научния и деловия стил, в които (както и в публицистичния стил) процесът на навлизането на чужди думи е относително по-активен, са по-склонни от анкетираните с по-ниска образователна степен да оценяват българския език като по-податлив на влияния от други езици (46,6% от респондентите с висше образование). Като цяло съвременният български език се

преценява от участниците в анкетното проучване като средно към силно податлив на влияния от други езици в континуума изолационизъм : универсализъм, отразяващ междуезиковите контакти. При отчитане на средните оценки за динамичността на промените в книжовноезиковите норми във всички образователни групи като цяло доминира представата за умерена консервативност по отношение на промяната на правилата на книжовния ни език, но процентният дял на оценките за консервативност при промяната им се увеличава с нарастване на образователната степен. На фона на останалите образователни групи, при притежаващите висше образование респонденти процентът на оценките за консервативност на нормативните правила е най-висок (46,9%) и дори леко надхвърля този на оценките им за умерена консервативност (44,6%).

Анализът на примери от паремийния фонд на полския и българския език в четвъртата работа от тази секция – **„Амбивалентните послания на паремийните изрази в зоната на мъжко-женските отношения (с примери от полския и българския език)“** на **Димитрина Хамзе**, е насочен към това да бъде показано как чрез стереотипите, в значителна степен задаващи твърде устойчиви (национално специфични) оценъчни и поведенчески модели и нагласи по отношение на пола, всъщност се разкрива семантичната и оценъчната амбивалентност на вграденото в паремииите концептуално-прескриптивно съдържание. То има не само явна страна, показваща ни крайни оценки (било то положителни или отрицателни) или критично отношение към противоположния пол, но и „скрита“ такава. Именно тя става по-видима особено в пословиците с противоположно съдържание и/или в паремии, изградени чрез семантично противопоставяне, което „ерозира“ стереотипа, променяйки оценките в противоположни посоки. В „скритата“ страна на паремииите е заложена амбивалентна, неедноплоскостна оценъчна нагласа на създалите ги етнокултурни общности. Тя обуславя и податливостта им към широк спектър трансформации, обогатяващи и уравновесяващи оценките, възприятията, схващанията и ценностните системи, върху които почиват и се градят отношенията между жените и мъжете .

В две от публикациите в секцията „Диглосията и билингвизмът в градските езикови ситуации“ – на Ана Кочева и на Катя Исса, са представени анализи на резултати от авторски теренни прочувания върху аспекти на диглосията и билингвизма, изследвани в речевото поведение на представители на български емигрантски общности по света от различни поколения.

В статията **„Към характеристиката на смесения език на виенските българи от второ поколение“** Ана Кочева очертава по-

съществените различия в речта на представители на второто поколение българи в сравнение с речта на техните предци – представители на първото поколение от българската емигрантска общност във Виена. Докато в речта на първото поколение (чийто „смесен“ език е бил самостоятелен обект на изследване в нейната монография „Смесеният език на виенските българи“ от 2017 г.) българските и немските езикови елементи имат вариативно проявление, то при второто поколение, родено, отраснало и получило образованието си в Австрия, тази вариативност, наред с множество запазени черти на българския език (в зависимост от езиковата компетентност на емигрантите, обвързана с различия в семейния им произход), се измества от все по-стабилизирана употреба на немски елементи и се наблюдава билингвизъм от субординиран тип. Съпоставителният анализ на откъси от представения комуникативен континуум на информантка (с родители българи и съпруг също от български произход) от неин разговор, проведен във Виена с българка от София, показва както пряко, така и косвено заимстване (калкиране) посредством вътрешен синхронен превод на (австро)немски езикови елементи (от фоно-, морфо-, дериватолексикален и лексикосемантичен тип), като най-податливо на ерозия под влияние на наблюдаваната силна интерференция в по-престижната в условията на диглосия и билингвизъм австрийска езикова и етнокултурна среда при второто емигрантско поколение с различна езикова компетентност се оказва синтактичното равнище.

В работата на **Катя Исса „Съвременната българска градска езикова ситуация в град Сидни, Австралия“** се обосновава приложимостта на използваната от акад. Михаил Виденов основна терминология в социолингвистичните изследвания на съвременната българска езикова ситуация също и в актуални социолингвистични емигрантологични изследвания върху езикови ситуации, включващи български общности в чужбина. Приведените доказателства са подкрепени с примери от нейното монографично изследване на българската емигрантска общност в Сидни, Австралия. Българският език на представителите на тази общност се определя от изследователката като „преходен“, доколкото в Австралия съществува български език, прехождащ в английски. В зависимост от различните причини за емиграцията и възрастта, на която е осъществена тя, се отграничават две „първи“ поколения – възрастно и средно. Съхраненият от възрастното поколение български език е наследен и се поддържа в семейна среда при средното поколение, но се деформира под силното влияние на австралийския английски, подменяйки се с „цели английски фрази“ в условията на диглосия и билингвизъм; при младото, родено в Сидни поколение е в ход пълният му „преход“ към английски; при следващите, вече монолингвални

поколения българският постепенно умира. Определеният като преходен български език на емигрантите в Сидни, въз основа на изследвания на междуетниковите интерференции и съдбата на езика ни в чуждоезикова и етнокултурна среда, се разглежда като лост за поддържане на българската идентичност чрез преподаване на българския като наследствен език за представителите на второто и следващите поколения от българските емигрантски общности там и навсякъде по света.

Въз основа на емпиричен материал, събран през 2020 г. по метода на включеното наблюдение, в статията на **Мария Миланова „Диглосия в едно столично училище“** се коментира отношението на 5- и 6-годишни деца от подготвителни групи и на техни учители към ромския език като един от малцинствените езици у нас в едно сегрегирано основно училище в столичен квартал с преобладаващо ромско население. Данните от теренното проучване нямат представителен характер. Посредством дискурсивен анализ е направен опит да се установи наличието на диглосия в конкретната училищна среда чрез проявлението на (съ)отношението език в училище : език у дома. Според авторката се наблюдават „феномени с противоположна насоченост – от осъзнаване на езикова принадлежност до силно отричане на ромския език“ (с. 142; 141). Амплитудата на отношението към него не се основава на индивидуални преценки, а отразява обществените нагласи в средата, в която се развиват тези деца.

Секцията „Градският фолклор и езиковите игри“ се състои от две статии. Първата, **„Езиковите гафове и езиковите игри като „грешки“ и „смешки“ с автор Нели Тинчева**, разглежда комуникативното явление, познато сред българската общественост като „бисери“. Авторката тества наличието на две разновидности на явлението – истински, непреднамерени езикови гафове и хумористични езикови игри, които целят да наподобят истинските, непреднамерени езикови гафове. Примерите от първия вид са изключително смешни: Разликата между царя и президента е тази, че царят е син на баща си, а президентът не е. • При такива ситуации човек може съвсем спокойно да получи инфаркт... и др. Примерите от втория вид се характеризират с нарочно търсен смехотворен ефект, напр. Внимавай в карантинката! и др. . Общото при всички тези типове ситуации е, че те представляват публична комуникация. В статията се представят данните от социолингвистично проучване, включващо като респонденти 200 студенти, за да се потвърди или отхвърли хипотезата за наличие на принципна разлика между истинските езикови гафове и хумористичните езикови игри. Въпреки че примерите са на английски език, те показват, че езиковите грешки

и езиковите игри, имитиращи езикови грешки, се различават, но не достатъчно, за да бъдат считани за две отделни явления.

Втората статия е на **Христо Кючуков** и е със заглавие **„Фолклористичните жанрове в ромското семейство и езиковото развитие на децата роми“**. Авторът представя устната култура на ромите, богата на различни фолклорни жанрове, в сравнение с тази на западните култури. От ранна възраст в традиционните семейства ромските деца растат с музика и танци, вместо с изобилие от играчки и учебни пособия. В същото време различните фолклорни жанрове се използват за усвояване на езика от ранна възраст в семейни условия от децата роми. Представени са фолклорни устни жанрове, които използват ромските родители за езиковото и когнитивното развитие на децата. Такива са приспивните песни, които са в разказвателна форма, създадени за момента, и обикновено разказват някаква история. Детето се включва като участник в разказа. Тези видове устни традиции съществуват в много общности и децата от най-ранна възраст свикват да чуват богат метафоричен език с ритъм и мелодия, който им помага да развият езиковите си познания и познанията за света. Кючуков коментира и други жанрове – закачки, при тях детето отговаря на въпроси; езикови игри; ролеви игри. Метафоричните структури на описаните жанрове имат съгласуваност с основните ценности в ромската култура.

Разделът „Виртуалният град Интернет и езиковите практики“ обхваща пет статии. Първата е на **Елена Каневска-Николова** и е посветена на **фейсбук групата „Аз говоря на родопски диалект“, озаглавена „Битуването на родопското „широко“ о във виртуалния град Интернет“**. Става дума за инсцениране на диалектна реч, което се характеризира не с автентичност, а с вторичност и перформативност. Проф. Каневска от години изследва диалектната компетентност на участници в социалните мрежи. В настоящата статия тя представя интервюта и анкета, за да установи доколко участниците във фейсбук групата „Аз говоря на родопски диалект“ разграничават обикновено и „широко“ о и как ги отбелязват графично в своите постове, както и дали съществува зависимост на диалектната компетентност от възрастта на участниците в интернет общуването. Посочени са различни варианти за маркиране на широкото о – с диакритичния знак, с главна буква или с обикновено ударение. Последното създава объркване, видно от проведената анкета: някои от анкетираните не са разпознали тази характерна за родопската фонетика гласна. Като най-важна причина за объркването авторката посочва съществуването на лексикални еквиваленти с обикновено о в книжовната разговорна норма. Само двама от всички анкетирани (от трета и четвърта възрастова група) са дали по 12

верни отговора, въз основа на което е направен изводът, че възрастта се оказва релевантен фактор по отношение на диалектната вещина при разпознаването на думите, съдържащи „широко“ о.

Втората статия е на **Людмила Кирова със заглавие „Интернет фолклорът в огледалото на пандемията COVID-19“**. Авторката е избрала най-разпространения и любим фолклорен жанр в Мрежата, който се нарича [мийм] на английски, а на български „меме“ с преднамерени грешки в произнасянето, в правописа или граматиката. Жанрът е присъщ на интернет, защото само това пространство осигурява технологиите, необходими за неговото създаване и разпространение. Интернет мемът, за разлика от терминологичното му научно определяне, се променя умишлено от човешката изобретателност и чрез присъствието си в социалните медии е проследим. Чрез него в мрежата се пропагандират определени нагласи и практики за тяхното изразяване. В потока от интернет мими в българското виртуално пространство, посветени на пандемията COVID-19, изпъкват фото- и текстови жанрове, с подвидове макроси-изображения с герой и фотошопи, а от текстовите – статуси и постове, открити като постери, които попадат в жанра мемета съобщения. Авторката ги е обединила според тематиката, за да могат да се направят заключения, произтичащи и от тяхното съдържание. Фокус на периода на извънредното положение е макро темата „Генералът“. Героят, ген.-майор Венцислав Мутафчийски, началникът на Оперативния щаб за борба с COVID – 19, олицетворява официалната позиция на правителството по време на извънредното положение. Съжалявам, че няма възможност (предвид жанровите ограничения на резюмето) за примерите – те са многобройни и уникални. Изводът: пандемията се изживява през хумора в социалните мрежи най-вече локално, с проблемите на нацията, а бъдещето се мисли глобално, тъй като е неясно за всички и засяга проблеми на цялото човечество. Показано е как фолклорът играе нова роля и живее изключително чрез споделените пътища за производство и разпространение на дигиталните жанрове.

Трета е **статията на Любима Йорданова „Пандемията COVID-19 и езиковото поведение във facebook.com“**. Тя се фокусира върху речниковия състав на езика, който регистрира новото явление. Емпиричният материал съдържа новосъздадени думи и словосъчетания; активизирани в разговорния и книжовния език думи и словосъчетания от сферата на медицината; активизирани в разговорния и книжовния език думи и словосъчетания от други, несвързани с коронавируса, сфери на живота; международни номинации, част от тях преведени или транслитерирани на български език; семантични неологизми; окказионализми; евфимизми. Тяхното

многократно публикуване от различни потребители показва силата на социалната мрежа за приобщаване на хората в света към важни теми, засягащи цялата световна общност и споделяне на различен вид информация. Авторката публикува като илюстрация на атмосферата една лична изповед, получила 756 реакции чрез емотикони, изразяващи Харесване, Любов и Грижа, 235 коментара и 27 споделяния. Статията завършва с приложение на тази откровена изповед на българска лекарка, работеща в ковидотделение във Франция. Тя оставя без дъх...

Следващата статия, на Албена Добрева, е озаглавена „Ролята на прозодията в учебния дискурс“. В нея се проследява ролята на прозодията в речевото общуване на 60 учители в пет варненски училища, в онлайн учебни сесии, като е обърнато по-специално внимание на обучаващата онлайн презентация като помощно средство за предаване на нови знания от учители на ученици.

Презентационната реч е коментирана във фонетичен аспект, най-вече относно интонацията на произносителния стил на преподавателите, която да гарантира еднозначното възприемане на информацията от страна на слушателите. Оказва се, че сложните многосинтагмени фрази усложняват възприемането на комуникативното послание от учениците в онлайн среда. При анализ на темпа са представени тембровите характеристики на гласа на презентаторите; паузата като един от компонентите на интонацията в изреченските структури, пряко свързана с темпа; тоналността на речевия поток. В заключение, интонационната оформеност на устния изказ има огромно значение за ефективната комуникация, с цялостно, достоверно, завършено учебно съобщение.

Петата статия е на **Николай Шиндаров и е на английски език. Тя се отнася за учебното съдържание по английски език и възможностите на интернет за установяване на нови практики в чуждоезиковото обучение.** Разработваните за тази цел интерактивни приложения за изучаване на английски за начинаещи (а и на друг тип учебно съдържание), често включват съдържание, базирано на честотността на лексиката. Авторът коментира CEFR-нивата, асоциирани с лексиката. Въпреки че се срещат често и осигуряват широко покритие, някои думи могат да се окажат прекалено трудни за успешното им усвояване от начинаещите. Изследването сравнява лексикалните единици от лексикалните списъци EWL (Dang, Webb 2016: 153–167, 188–195) и NGSL-Spoken 1.2 (Browne, Culligan 2017), както и дистрибуцията им съгласно английския лексикален профил. Резултатите показват, че приблизително 25% от всички думи се идентифицират с нива от B1 до

C2, което предполага, че те биха могли да създадат трудности на начинаещите учащи се.

Разделът „Стиловите регистри на масмедиите“ съвсем логично представя доклада на **Андреана Ефтимова**, тъй като тя е автор на книга за регистрите в журналистическия дискурс. Той връща вниманието на темата за пандемията. Озаглавен е **„Експертната реч в медиите (анализ на материали за коронавируса във в. „Дневник“, януари 2020 г.)**. Статията очертава спецификите на експертната реч в професионалния регистър. Откроена е социалната роля на човека или институцията *експерт*, нейният социален престиж, определящ принадлежността на говорещия към групата на „компетентните“ хора. Представени са и примери с опити за сензациониране чрез употребата на жаргонни и разговорни думи и изрази като обозначения на експертите или тяхната принадлежност, което води до накърняване на усещането за достоверност. В съдържателните характеристики на изказванията се избягват специални термини, доколкото тя е публична, но позоваването на авторитетни източници ѝ придава официалност, за да се постигне усещане за обективно представяне на експертни мнения и да се повиши оценката за истинност на информацията. В примерите са анализирани и езиковите характеристики по отношение на несвидетелски и свидетелски форми; брой термини; шаблони; синтактична организация; чужди думи; експресивност; метафорика; модални и условни конструкции: всичко. Примерите от българската медийна практика за внушаване на достоверност афишират авторитета на експерта, но само ако експертната му реч, без да е натоварена с излишни термини, съдържа фактичност и правдоподобност, и е снабдена с рационална, логическа оценка на събитията в контекста на КОВИД-19.

РЕДАКЦИОННИ ПОЛИТИКИ

„Медии и език“ е електронно научно списание за изследване на медийния език. То е регистрирано като електронно научно издание с ISSN 2535-0587 към Университетското издателство „Св. Климент Охридски“. Интердисциплинарният характер на списанието го позиционира в полето на хуманитарните и социалните науки.

Обхватът на изданието са две бързо развиващи се научни направления – *медиалингвистиката* и *медиастилистиката*, в които се изучават закономерностите на ефективното използване на целия комплекс от езикови ресурси в публичната сфера и по-специално в различните ситуации на медийното общуване.

Целта на сп. „Медии и език“ е именно тази – да обедини усилията на изследователите в тази област и да създаде платформа, върху която лесно и бързо да се откриват сродни публикации в областта на медийния език и стил. Със засилването на интереса към съвременни явления като езика на омразата, езика на политическата коректност, към езика на медиите и политиците и във връзка с нарастващата тревога от едно постистинно медийно и политическо влияние медиалингвистичните изследвания се превръщат в основен ориентир за бързо и прецизно разчитане на медийните и политическите послания.

Списанието е сновано през 2017 г. от проф. д.н. Андреана Ефтимова.

Адрес: София 1000

Ул. „Московска“, №49, каб. 60

medialinguistics@abv.bg

ПОЛИТИКА ЗА ПАРТНЬОРСКА ПРОВЕРКА

Всички статии и студии в рубриките „Анализи“, „Медиен мониторинг“ и „Дискусии“ се подлагат на **двойно сляпо рецензиране** от специалисти по съответната проблематика.

Всеки изпратен ръкопис се оценява по критерии като значимост и новост на научния проблем, познаване на чужди интерпретации на проблема и на литературата по темата, обща структура на статията, яснота и точност на изложението.



ПОЛИТИКА ЗА ОТВОРЕН ДОСТЪП

Списание „Медии и език“ използва Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Отвореният достъп означава, че цялото съдържание е достъпно безплатно за потребителя или неговата институция. Потребителите имат право да четат, изтеглят, копират, разпространяват, отпечатват, търсят или правят връзки към пълните текстове на статиите или да ги използват за други законни цели, без да искат предварително разрешение от издателя или авторите. Това е в съответствие с определението на Budapest Open Access Initiative (BOAI) за отворен достъп в Декларацията, подписана и от сп. „Медии и език“ – <https://www.budapestopenaccessinitiative.org/sign/signatures/>, както и със стандартите за отворен достъп на Directory of Open Access Journals.

ПОЛИТИКА ЗА ДИГИТАЛНО АРХИВИРАНЕ И ЗАПАЗВАНЕ

Дигиталното архивиране представлява набор от процеси и дейности, които осигуряват дългосрочен достъп до информация в дигитални формати. Политиката на списание „Медии и език“ за дигитално архивиране и запазване включва следните мерки:

Дигитални репозиториуми и библиотеки

Всички броеве да депозирани в Централната и източноевропейска онлайн библиотека (CEEOL) – пълнотекстов репозиториум, който осигурява достъп до материали в областта на хуманитаристиката и социалните науки, публикувани във и отасящи се до Централна, Източна и Югоизточна Европа. Копията на статиите са достъпни за научната общност чрез системата на CEEOL, както и в сайта на Списанието.

Индексиране

Списание „Медии и език“ е индексирано в 12 бази данни – ERIH PLUS, DOAJ, Crossref, JISC Sherpa Romeo, ZDB, CEEOL, Cite Factor, НАЦИД, OpenAlex, EZB, ROAD, eLIBRARY.RU. От 2023 година списание „Медии и език“ осигурява DOI за всички свои научни публикации. Статиите в списанието могат да бъдат открити в Google Scholar.

Самоархивиране

Списанието позволява на Автора да депозира приетата за публикуване версия на Ръкописа, както и публикуваната версия в PDF формат в институционални репозиториуми и други некомерсиални репозиториуми, както и да го публикува на личния си уебсайт или на уебсайта на съответната академична институция (включително в социални мрежи, например ResearchGate, Academia.edu и др.) по всяко време след публикуването в Списанието и в съответствие с [Creative Commons Attribution – NonCommercial – NoDerivs 4.0](#) лиценза. Списанието трябва да бъде посочено като първоизточник заедно с линк към публикацията в него.

ПРИНЦИПИ НА РЕДАКТОРСКАТА ЕТИКА

Списание *Медии и език* се ръководи от международните стандарти, които са установени от **Committee on Publication Ethics (COPE)**. Документите *Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors* и *Code of Conduct for Journal Publishers* са публикувани на сайт с адрес <http://publicationethics.org/>.

МОДЕЛ ЗА ОФОРМЯНЕ НА РЪКОПИСИТЕ

Заглавие на материала

Име и фамилия на автора
Звание, степен, месторабота
ORCID ID
Имейл

Резюме: до 10 реда.

Ключови думи: до 5 ключови думи на български език

(Обърнете внимание, че накрая на статията информацията дотук се представя на английски език!)

Увод (Използвайте стил Heading за съответните рубрики)

Основен текст

За основния текст се използва стил Normal.

Форматирането на списъци става с наличните в Microsoft Word инструменти.

Използвайте стил „Цитат“ за цитати, по-гълги от 3 реда.

Подчертаванията да бъдат в Italic или в Italic Bold.

Бележките под черта да бъдат разположени след текста. Графиките и таблиците да бъдат номерирани и озаглавени над изображенията.

Използвайте вътрешни заглавия на частите на текста.

Заключение

Библиографско цитиране в текста

Данните се поставят в скобки след цитата, като се посочва точната страница, на която се намира цитираният пасаж.

Пример: (Ухлиржова 2011: 7).

Пример: (Bauman 2000: 43).

При колебание справка за предаването на собствени имена от чужди езици може да се направи в „Официален правописен речник на българския език“, София: Просвета, 2012, с. 30-36.

Библиографско описание в списъка след текста

Подрежда се по азбучен ред на фамилните имена на авторите, без номериране. Първо се поставят източниците на кирилица. Източниците на кирилица се транслитерират на латиница само в библиографското описание, като транслитерацията се поставя в квадратни скобки. За улеснение може да се използва онлайн инструмента за транслитериране: <https://slovored.com/transliteration/>

След източниците на кирилица се поставят по азбучен ред източниците на латиница.

При повече публикации от един и същи автор в една и съща година след годината се слага буква а, б, в... (в кирилския списък) и a,b,c... (в списъка на латиница).

Примери за стандарта на библиографско описание възприет от списанието

Книга (монография, учебник)

Караулов 1999: Караулов, Ю. Н. *Активна граматика и асоциативно-вербална мрежа*. Москва: ИРЯ РАН, 1999. [Karaulov 1999: Karaulov, Ju. N. Aktivnaja grammatika i asociativno-verbalnaja setj. Moskva: IRJa RAN, 1999.]

Bauman 2000: Bauman, Z. *Modernity and the Holocaust*. New York: Ithaca, 2000.

Stankova, Harlacova 1991: Stankova, E., I. Harlacova. *English idioms*. Sofija: UI „Sv. Kliment Ohridski”.

Статия в списание

Ухлиржова 2011: Ухлиржова, Л. Общност и многообразие на словореда на клитиките (Съпоставително изследване на българския и чешкия език). Част III. – В: *Съпоставително езикознание*, №3, 2011, 5-16. [Uhlirzhova 2011: Uhlirzhova, L. Obshtnost i mnogoobrazie na slovoreda na klitikite (Sypostavitelno izsledvane na bylgarskija i cheshkija ezik). Chast III. – V: Sypostavitelno ezikoznanie, №3, 2011, 5-16.]

Corrigan 1965: Corrigan, R. The Drama of Anton Chekhov. – In: *Modern Drama. Essays in Criticism*. Ed. by T. Bogard, W. Oliver. New York: Oxford Press, 1965, 85-90.

Статия в книга (сборник, енциклопедия)

Карагџозова 1998: Карагџозова, Сн. Езикът на рекламата. – В: *Езиково съзнание*. Под ред. на Ст. Димитрова. София: Наука и изкуство, 1998, 289-315. [Karagjozova 1998: Karagjozova, Sn. Ezikyt na reklamata. – V: Ezikovo syznanie. Pod red. na St. Dimitrova. Sofija: Nauka i izkustvo, 1998, 289-315.]

Статия в интернет

Ефтимова 2010: Ефтимова, А. „Народният“ език в „народната“ аптека. – В: *Литернет* [онлайн], № 8 (129), 24 авг. 2010. ISSN 1312-2282. [прегледан 03.03.2023].

https://liternet.bg/publish9/aeftimova/narodniiat_ezik.htm [Eftimova 2010: Eftimova, A. „Narodnijat“ ezik v „narodnata“ apteka. – V: Liternet [onlajn], № 8 (129), 24 avg. 2010. ISSN 1312-2282. [pregledan 03.03.2023]. https://liternet.bg/publish9/aeftimova/narodniiat_ezik.htm]

Забележки

Не се допуска съкращаване на името на града на издаване и издателството (напр. С.: Нар. просвета).

Името на издателството не се поставя в кавички; съкращения се допускат само в случаи като Св. Климент Охридски, Еп. Константин Преславски.

При повече от един инициал се оставя интервал между тях, например: Караулов, Ю. Н. Библиографията трябва да включва всички автори, споменати в текста.

Приложенията се поставят след библиографския списък и преди информацията на английски.

За всички споменати в тези указания случаи е препоръчително да се правят справки в „Официален правописен речник на българския език“, София: Просвета, 2012.

Article Title in English

Author(s) name(s) (according to its accepted spelling through the Latin alphabet)

Title, degree, affiliation in English

ORCID ID:

Email:

Abstract. In English

Keywords: In English