

Идентичност, образ, национален бранд: България в британския политически дебат 2001–2015 г.

Identity, Image, National Brand: Bulgaria in the British Political debate 2001–2015

Нели Тинчева

Софийски Университет „Св. Климент Охридски“ (България)

Nelly Tincheva

Sofia University “St. Kliment Ohridski” (Bulgaria)

Ишпекова-Братанова, Калина. *Идентичност, образ, национален бранд: България в британския политически дебат 2001–2015 г.* София: Унисон Арт, 2020, 186 с. ISBN 978-954-92475-8-9

Основният обект на изследване в книгата, предложена ни от Калина Братанова, е публичният международен образ на България. Въпросът, върху който се фокусира авторката, засяга начина, по който този образ се конструира и поддържа в британския политически дискурс. Калина Братанова провежда изследването си, като анализира рамкирането и изкривяванията в перспективата на някои масови медии и при изказванията на влиятелни британски политици. Книгата е базирана на успешно защитена през 2018 г. в катедра „Международни отношения“ в Университета за национално и световно



стопанство докторска дисертация на тема: „Публични комуникации и политика: дискурсно конструиране на образа на България в британския медиен и политически дебат“.

Основните въпроси, на чиито отговори е посветено това интересно четиво, са: Какъв е задграничният образ на България и как държавата ни се позиционира чрез този образ в съвременната геополитическа конфигурация? С какви ценности и норми се свързва България във Великобритания? Формира ли се образът на България в британския политически дискурс под влиянието на исторически стереотипи и съществуващи предразсъдъци? Резултат ли е наистина този образ от културно-ценностни различия? Променя ли се разпознаваемостта на България на международната арена?

Отделните глави и подглави в книгата са посветени на следните изследователски цели:

- ✓ Идентифициране на дискурсивните доказателства за начина на конструиране на образа на България в публичното пространство от страна на определени британски институции.
- ✓ Очертаване на начините на езиково изграждане на представата за България и българите в британската култура.
- ✓ Проверка на трайната устойчивост при стереотипизацията на представата за България и българите в британския публичен (медиен) дискурс.
- ✓ Установяване на дискурсивните стратегии, използвани от българските власти за брандиране на нацията и за създаване на положителен образ на страната зад граница.

Отговор на въпросите и реализация на целите си К. Братанова постига като анализира дейтасет от текстове в списание *The Economist* и дейтасет от речи и публични изявления на изявени представители на британския политически елит като например Тони Блеър, Дейвид Камерън и Найджъл Фараж.

В уводната част намираме удачно формулираните предварителни очаквания на авторката, а именно, че анализът на данни от *The Economist* ще потвърди наличието в британското публично политическо пространство на устойчиво и негативно стереотипизиран имидж на България и българите и че анализът на дискурсивните механизми за рамкиране на публичния дебат по темата България е важна част от комуникационната стратегия за брандиране на българската национална идентичност зад граница.

Особен интерес представлява решението на Калина Братанова да асоциира изследването си с парадигмата на социалния конструктивизъм и с конструктивистките теории на международните отношения. Така образът на българската държава, както образът на която и да е държава, нейната идентичност като субект в международните отношения, нейните интереси и в крайна сметка нейните действия се разглеждат като неизбежно конструирани посредством публичен дискурс.

Бих искала да отбележа впечатляващия по широтата на обхвата си интердисциплинарен характер на предложената разработка, който е и нейното най-голямо достойнство. Монографията несъмнено притежава силна приложна страна, но най-вече ни представя един нов теоретико-методологичен курсно-конструктивистки модел за проучване на медийни текстове.

Този модел ни предлага нова постъпателност на изследователските процедури, която макар и да разчита на вече съществуващи и установени теории, цели (и успява) да съвмести и хармонизира тези теории по нов и оригинален начин. Новаторското в предложението от Братанова модел се състои в това, че той е фокусиран върху взаимосвързаността на три привидно отделни системи – политическа, медийна и когнитивно-лингвистична. Типично една съвременна интердисциплинарна разработка би търсила да съвмести две такива системи, но тук предложението ни текст се стреми към значително по-широк анализ. Авторката смело привлича постановки и данни от повече от две сфери на проучване.

Подкрепям и решението на Калина Братанова да позиционира общия когнитивен подход в центъра на трите основни изследователски сфери. Както тя самата правилно отбелязва, този подход досега не е намерил широко приложение в конструктивистката парадигма на теорията на международните отношения и теорията на външната политика, а много от понятията в тях могат да бъдат обяснени само и единствено като продукти на човешката когнитивна интерпретация на политически и социални явления.

Ако се върнем в края на книгата към поставените в началото изследователски въпроси, ще открием следните отговори:

В качеството си на влиятелен наддържавен актьор британската медия *The Economist* играе важна роля при поддържането на наложената сред британското обществено мнение представа за България. Резултатите от представеното в книгата изследване доказват хипотезата, че влиятелната глобална медия поддържа образ на България като страна на бедност, престъпност и корупция, която не се радва на доверието на международните организации и институции. Публичните изявления на британския политически елит представят България като заплаха за Великобритания и като източник на реален риск от „социален туризъм“.

Тези публични изявления относно страната ни обаче се оказват по-скоро отзвук от вече съществуващи обществени стереотипни нагласи и не формират преднамерено нови стереотипизиращи дискурси. На фона на този контекст авторката демонстрира, че въпреки негативно стереотипизирането в британското медийно и политическо пространство образ на България и българите, факторите, които го предопределят могат да бъдат идентифицирани и управлявани от българската държава с цел оптимизиране на комуникационната ни стратегия за брандиране на българската национална идентичност.

В заключение, предлаганият от Калина Братанова дискурсно-конструктивистки модел за анализ на публичен политически дискурс успешно идентифицира основните ценности, които представляват основата на българския национален бранд във Великобритания. Авторката убедително формулира и алтернативни послания, които биха могли да бъдат комуникирани в международна среда с цел подобряване на националния бранд, наречен България.

Препоръчвам книгата на всеки читател с интерес към темата!

Доц. д-р Нели Тинчева

tincheva@uni-sofia.bg

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

бул. „Цар Освободител“ 15, София 1504

България

Assoc. prof. Nelly Tincheva, PhD

tincheva@uni-sofia.bg

Sofia University “St. Kliment Ohridski”

15 Tzar Osvoboditel Blvd., Sofia 1504

Bulgaria