

**Реторика, публична и медийна комуникация**  
**Rhetoric, Public and Media Communication**

**Реторичен анализ на виртуалната визуална комуникация във Фейсбук относно евроатлантизма**

DOI 10.55206/LIFX7557

**Десислава Антова**

Институт по реторика и комуникации

Имейл: antova.desy@gmail.com

**Абстракт:** В българското общество и в частност в социалната мрежа Фейсбук протичат дискусии и се водят дебати относно евроатлантизма, като те се реализират на вербално и визуално равнище. Виртуалната комуникация има много проявления и едни от тях са постери, мемета, пародии и перифрази; други са копия от лозунги и плакати от митинги и демонстрации, които се възприемат като част от проявите на различните мнения в гражданското общество в България. В статията се изследват именно тези прояви чрез реторичен анализ, който е адаптиран вариант от утвърдени методи. Корпусът е събран в период на една година от март 2022 до март 2023 г. и е хетерогенен по своята същност именно поради спецификата на обектите: вербални послания, визуални изображения, предизборни плакати, политически платформи, медийни изявления и др. Допускането е, че няма единно мнение в българското общество относно евроатлантизма, че е налице скептицизъм по отношение на членствата на България в ЕС и НАТО в някои групи в обществото. Реторичният анализ, фокусиран върху извеждане на посланията на вербално и визуално равнище, на ефектите от тях в специфичен политически контекст и в предизборна кампания и ситуация, дава възможности да се установят някои проявления на евроскептицизма във виртуална среда. Анализът няма претенция за изчерпателност, а за представяне на резултати на базата на проучване във виртуална среда в България на различията относно евроскептицизма в отделни политически партии в България.

**Ключови думи:** реторика, реторичен анализ, виртуална визуална комуникация, евроскептицизъм, Фейсбук.

# **A Rhetorical Analysis of Facebook Virtual Visual Communication on Euro-Atlanticism**

**Desislava Antova**

Institute of Rhetoric and Communications

E-mail: antova.desy@gmail.com

**Abstract:** Discussions and debates on Euro-Atlanticism are taking place in Bulgarian society and in particular in the social network Facebook, and they are realized on a verbal and visual level. Virtual communication has many manifestations and some of them take the form of posters, memes, parodies and paraphrases; others are copies of slogans and posters from rallies and demonstrations, which are perceived as part of the manifestations of different opinions in the Bulgarian civil society. The article investigates these particular manifestations through a rhetorical analysis that is an adapted version of established methods. The corpus was collected over a one-year period from March 2022 to March 2023 and is heterogeneous in nature precisely because of the specificity of the subjects: verbal messages, visual images, election posters, political platforms, media statements, etc. The assumption is that there is no unanimous opinion in Bulgarian society about Euro-Atlanticism, the supposition being that there is skepticism about Bulgaria's EU and NATO memberships shared by certain social groups. The rhetorical analysis, focused on the derivation of the messages at the verbal and visual level, on their effects in a specific political context and in a pre-electoral campaign and situation, provides opportunities to identify some manifestations of Euroscepticism in a virtual environment. The analysis does not claim to be exhaustive; rather, it presents results based on a study of the differences in Euroscepticism in various political parties in Bulgaria as displayed in a virtual environment.

**Keywords:** rhetoric, rhetorical analysis, virtual visual communication, Euroscepticism, Facebook.

## **Уводни думи**

Тематиката се отличава с многопластовост, тъй като евроскептицизмът има проявления в платформи на партии, в идеологиите им, в предизборните им програми в официалните сайтове, в изявления на партийни лидери в социалните мрежи; в мемета, пародии, плакати, карикатури. В статията са селектирани послания на вербално и визуално равнище във виртуална среда, периодът е от март 2022 до март 2023 г., като фокусът е върху предизборната кампания за парламент през пролетта на 2023 г. Реторичният анализ е на визуално и вербално равнище, той обхваща аргументи и реторични фигури, установяване на фактори в специфичен контекст.

## Теоретичен обзор

Темите, свързани с реториката, визуалната реторика, визуалната аргументация и проявленията им в политиката, медиите, рекламата имат история десетилетия назад. Теоретичният обзор показва, че за визуалната реторика и аргументация има публикация от учени от различни държави и университети. Например Антъни Блеър задълбочено изследва визуалната аргументация, опитвайки се да обоснове какво е това визуален аргумент. [1] Той продължава търсенията и изследванията си в посока реторика и визуални аргументи и публикува статията „The Rhetoric of Visual Arguments“. [2] Йенс Хелсен (2010) също проучва пресечните точки между реторика, тропи, аргументи на визуално равнище в статията „Visual Tropes and Figures As Visual Argumentations“. [3] Соня Фос прави задълбочени проучвания в посока визуална реторика, тя започва от образите [4] и навлиза в дълбочина в проучванията в реторичната теория и нейните трансформации при очертаване на ново поле относно визуалната реторика. [5] Жорж Рок (2010) изучава спецификите на визуалната аргументация в теоретичен план в публикацията „Visual Argumentation. A Reappraising“. [6]

Лио Гроурк (2009) преосмисля традициите в аргументацията от модела на Тулмин през визуалната аргументация. [7]

Екип от учени от Нидерландия (Broek, van den J., W., Koetsenruijter, J. de Jing, & L. Smit) (2012) дефинира какво е визуална реторика и какво е визуален език и предлага методика за анализ, опирайки се на основни реторични понятия и очертава стъпките за този анализ, като започва от ниво 0 и стига до етапа на actio [8]. Жорж Рок (2009) анализира пресечните точки между политическа реторика и визуални образи в статията „Political Rhetoric in Visual Images“. [9]

Пресечните точки реторика и аргументация се изучават и от Йен Хелсен, като обектът е скандинавската политическа реклама. [10]

Река Наги (2013) се насочва към анализ на визуалната аргументация в рекламата и открива възможности за актуализиране на реторичното наследство и методи на изследване в една съвременна сфера, каквато е рекламата. [11]

Петра Акцел (2011) проучва няколко области: реторика, визуална реторика и визуална аргументация. [12] Визуалната аргументация е предмет на изучаване, дефиниране и анализ от Лио Гроурк и Кристофър Тиндъл, като те достигат и до дефиниране на понятията „визуален аргумент“ и „мультимодален аргумент“. [13]

Визуалните аргументи се изучават от Игор Жагар (2020) в статията „On inference, understanding and interpretation in visual argumentation: Challenges and problems“ и прави критичен обзор на предходни изследвания относно визуалната аргументация. [14]

Визуалната и вербалната метафора е анализирана от Иванка Мавродиева в български политически контекст, като са изведени специфични приложения в политическия дискурс в България след 1990 г. [15] Тъй като в статиите се поставя акцент върху виртуалната комуникация, тук отделяме място на книгата на Марчин Левински, посветена на изучаване на интернет и аргументацията във виртуалните форуми; той се опира на прагма-диалектическия подход и открива възможности за валидиране на аргумента и верифициране автентичността на източника за аргумента чрез т.нар. proof and link. [16] Иванка Мавродиева проучва виртуалната политическа комуникация в България, като засяга въпроси, свързани с аргументацията, троловете, визуалните елементи и др. [17] Петра Акцел говори за медийна реторика в научните си изследвания и прави опит да я дефинира и определи, да установи пресечни точки между медии и реторика. [18]

Тъй като тематиката се очертава с широк обхват, необходимо е да се дадат ограничения и работни дефиниции на някои понятия. Ние приемаме позициите на гореспоменатите автори относно това, че има основания да се изведат термините „виртуална комуникация“, „визуален език“, „визуална реторика“, „визуална комуникация“, „визуална аргументация“, „визуален аргумент“, „медийна реторика“. Ние приемаме също така в широкото разбиране за реториката, че тя има проявления в различни сфери: медии, политика, карикатури, мемета, постери, плакати, пародийни видео клипове и др. Също така правим допусканията, че визуалните образи могат да се използват както самостоятелно, така и в съчетание с вербалните, както и на равнище на мултимодалността в различен политически, медиен, социален и културен контекст.

Относно понятието „евроатлантизъм“, той се използва именно за представяне членството на България в ЕС и в НАТО, понякога представяни в едно своеобразно единение. България е член на НАТО от 2004 г., а на Европейския съюз (ЕС) от 2007 г. Български граждани и политически партии са ориентирани към тези структури, но са налице и различни позиции. Евроатлантизмът като ценност е предмет на изследвания в сферите на социологията, политологията, социалната психология и ред други науки. Интересът тук е провокиран от широката употреба на понятието „евроатлантизъм“ и огромните различия в модалностите при възприятието му от всеобща ценност до крайно отрицание и отричане на евроатлантизма. Съществуващата поляризация в общественото мнение винаги е свързана с напрежение. Нееднозначното възприемане на евроатлантизма като ценност може да бъде проследена както на вербално равнище в посланията на основни политически фигури, така и във визуални елементи – постери, плакати, елементи от предизборната кампания и политически послания към аудиторията. Демонстрацията и афиширането му като ценност традиционно се припознава от някои политически субекти. Евроатлантизмът тотално се от-

рицава от други политически субекти, които в последните години имат своето представителство в българския парламент.

Защо антинатовската и антиевропейската реторика успяват да изместят посланията за евроатлантизма като ценност и как в условия на различни кризисни ситуации се експлоатира евроатлантизмът, е въпросът, който е в основата на настоящото изследване. Задълбочено проучване от реторическа гледна точка на европейската и атлантическата интеграция на България е правено в началото на интеграционния процес. Иванка Мавродиева посочва, че реториката не е свързана само с използването на ораторското говорене за ЕС и НАТО, а по същество е средство за информирание за ценностите на въпросните организации. [19] 20 години по-късно наративът за членството на България в ЕС и НАТО отново има в голяма степен отрицателен, вместо положителен аспект. Защо? Възможен отговор е, че се увеличават политическите субекти, които говорят против членството на България в ЕС и НАТО. Увеличават се и организиранияте прояви, например протести. В условия на страх от близко протичащи до страната военни действия се появява и нова коалиция „Вън от ЕС и НАТО“. Коалицията е регистрирана за участие в извънредните парламентарни избори на 2 април от Централната избирателна комисия с решение от 14 февруари 2023 г. [20]

В последните два парламента (47 – 03.12.2021 г. – 02.08.2022 г.) и (48 – 19.10.2022 г. – 03.02.2023 г.) евроатлантизмът се свързва с конструктите: „евроатлантическа коалиция“, „коалиция на войната“, предвид събитията в Украйна, проява на „евроатлантическо лицемерие“ в ущърб на българските интереси. Интересно е да се отбележи, че бяха необходими провеждане на дебати в два парламента, за да се стигне до оказване на военна и военнотехническа помощ за Украйна. Решението бе взето през месец декември 2022 г., като по същество забавянето бе близо година, предвид началото на войната на 24 февруари 2022 г.

За тезата в подкрепа на мира и да не се изпраща оръжие се застъпват в изказванията си депутати от „БСП за България“, „Възраждане“, президентската институция, извънпарламентарно представени политически сили като ПП МИР – Морал, инициативност, родолюбие, коалиция „Неутрална България“. Резонно е да се отбележи, че във Фейсбук могат се обособяват групи, които са по същество против решенията на Народното събрание и против всякакво изпълнение на съюзническите ангажменти на България като член на Алианса и ЕС. Сред тях са група: „Свободна и мирна България“, където се експлоатират темите за войната в Украйна, джендър идеологията, Истанбулската конвенция, антиваксърството. Въпросната група се възприема и като основен канал за комуникация при организация на протестни шествия в цялата страна под надслов: „България – зона на мира“.

Изследователският интерес е провокиран именно от мащабността на въпросните прояви, както и с използваните по време на протеста послания,

които освен за мира и неутралитета, експлоатират геополитически теми, свързани с противопоставянето между НАТО и Руската федерация, употребата на ядрени оръжия, антинатовска и антиевропейска реторика, изразяваща се в скандирания против въпросните съюзи.

В хода на подобни протестни шествия обикновено се акцентира на ценности от близкото минало – историческата свързаност между България и Русия, липсата на адекватно представителство на националния интерес на България, анонсиран обикновено като продажност на политическия елит, както и ненамесата в суверенни за страната въпроси, (каквото е участието във война), употребата на национална валута. Говорителите от въпросните протести могат да бъдат разпознати като говорители в протестите срещу Истанбулската конвенция, джендър идеологията. Проповядващите тези идеи са за пълен неутралитет и ненамеса във военните действия, в посланията им често се използват заплахи за употреба на ядрено оръжие.

Като своеобразен връх в реториката срещу НАТО и ЕС е създаването и регистрирането на въпросната коалиция „Вън от ЕС и НАТО“, чиито Фейсбук профил ще бъде анализиран.

Допускането е, че ако се търси разлом във възприятието на евроатлантизма като ценност – то той може да бъде проследен, от една страна, във Фейсбук групи против военната намеса в конфликта в Украйна, групи против джендър идеологията и респективно Истанбулската конвенция, както и действия, свързани със запазването на българския лев, чийто инициатор е партията на „Възраждане“. Елемент от тяхната предизборна реторика е събирането на подписи за национален референдум за запазването на българския лев.

## **Методи**

В проучването се стъпва на базата на постиженията на учени от университети и се адаптира методиката за целите на настоящото изследване. Реторичният анализ е на равнище визуална аргументация и проявления на реторичните фигури на визуално равнище, без обаче да се пренебрегват вербалните елементи или мултимодалността в плакати, мемета, пародии и др. Селектираните изображения се анализират в контекста в България: сложен политически, социален, културен и медиен контекст – предизборна кампания за парламент през пролетта на 2023 година в България и предходни кампании, избори и политически активности. Анализират се реторичната ситуация, посланията, ретранслирането им в социалната мрежа.

Анализиран е корпус от послания, събрани в хода на предизборната кампания за следващия 49-и парламент. Разгледани са водещи политически формации, обектът на изследване е свързан с техни Фейсбук профили, интернет страниците им и с начина, по който са застъпени евроатлантическите ценности в техните предизборни послания.

Научният интерес е воден от стремежа за разбиране на употребата и злоупотребата с понятия като „евроатлантизъм“, „членство в ЕС и НАТО“.

Анализирани са сайтовете и Фейсбук каналите на коалициите: „Продължаваме Промяната – Демократична България“, ГЕРБ-СДС, ДПС, „Възраждане“, „БСП за България“, политическата формация на „Левицата“, „Български възход“, както и коалиция „Вън от ЕС и НАТО“ и „Неутрална България“.

В анализа на вербално равнище попадат обявените като ценностни ориентации в предизборните им платформи изказвания на техните лидери. Застъпени са визуални елементи в хода на представянето им пред аудиторията – предизборни флаери, постери, онлайн излъчвания.

Интересът е провокиран от високите амплитуди във възприемането на въпросните концепти, тяхната „крехкост“, породена от липсата на завършеност във възприемането им. Евроатлантизмът като абстрактен конструкт провокира визуални послания, конструирани като наратив, които освен по време на протести, могат да бъдат открити във Фейсбук посланията на отделни политици и коалиции.

Социалната мрежа често се използва като канал за пропаганда от политическите сили. Ще бъде направен опит да бъде проследено присъствието на дадено послание – в социалната мрежа и в медиите, за да бъдат открити някои съществени проблеми в *медийната реторика и употребата на ФБ като източник на информация*. (Д. Антова).

В контекста на военни действия от близо година антиевроатлантическата реторика може да бъде обект на научен интерес и от гледна точка на националната сигурност. Разломът във възприемането на евроатлантизма като ценност личи и в противопоставянето на институционално ниво. От една страна, са решенията на 48-ото Народно събрание за оказване на военна помощ за Украйна и застъпването на тезата, че старото руско оръжие трябва да бъде дадено и говореното за необходимостта от съюзническа подкрепа. На другия полюс са президентската институция, „БСП за България“, „Възраждане“, „Левицата“, коалиции като „Вън от ЕС и НАТО“ и „Неутрална България“ които говорят против изпращането на оръжие за Украйна.

## Резултати

В хода на изследването, освен Фейсбук профилите на парламентарно представените сили в 48-ото Народно събрание: коалиция „Продължаваме Промяната – Демократична България“ (ПП-ДБ), коалиция ГЕРБ-СДС, „Възраждане“, „БСП за България“, ДПС, „Български възход“ бяха изследвани и тези на новото политическо формирование на „Левицата“ и тези с русофилска насоченост: „Вън от ЕС и НАТО“ и „Неутрална България“. Ин-

тересът към тях е провокиран от антиевроатлантизма още в наименованието им.

Анализирани на вербално равнище са слоганите в предизборните послания, както и основните послания в сектор „Сигурност“ и „Външна политика“ от предизборните програми. Анализирани са и част от декларациите им като особен вид форма на обръщение на политическите сили по конкретен въпрос и проблем. Селектирани са конкретни визуални елементи като видеообръщения, постери, снимки от кампанията.

### *Коалиция „Продължаваме Промяната – Демократична България“ (ПП-ДБ)*

Слоганът на коалицията ПП-ДБ е: „Обединени, има как“ следвана от целта на посланието: „гласувай с номер 12 за нормален европейски живот“. Коалицията асоциира евроатлантизма като ценностен ориентир и се припознава имплицитно с това, което имагинерно съществува като понятие „нормален европейски живот“. В отделните постове във Фейсбук страницата на коалицията са застъпени послания за членството на България в Шенген и в еврозоната. От реторична гледна точка като аргумент на авторитета се използват послания на премиери от други европейски страни. Сред тях е видеобръщението на Марк Рюте, премиер на Нидерландия [21], в което той декларативно заявява, че просто има доверие на Кирил Петков.

Относно декларативните форми на утвърждаване на евроатлантизма като ценност – те присъстват, както в предизборната програма на коалицията, така и в обособени нарочни позиции – декларации по повод една година от войната в Украйна, позиция на коалицията относно изказване на президента Румен Радев.

В предизборната програма се посочва като основна ценност утвърждаването на България като сигурен и предвидим член на ЕС и НАТО, с ясно изразени евроатлантически позиции, отчитащи националните приоритети и съюзническите цели. [22]

В нарочна позиция – становище е изказано несъгласие с позиция на президента Румен Радев. В нея последният е упрекнат в „неглижиране решението на Народното събрание за оказване на военна подкрепа за Украйна“. Упрекът към него и служебното правителство е, че той „предприема решения, които противоречат на интересите на България и застрашават сигурността ѝ, отделяйки я от съюзниците ѝ в ЕС и НАТО“. [23] Позицията е в отговор на изказване на държавния глава пред медиите, свързано с решението страната ни да не участва в общата европейска поръчка за доставка на снаряди за Украйна. [24]

Като цяло посланията са позитивни и са свързани ясно с евроатлантизма като ценност. Противопоставянето с основния им опонент коалиция ГЕРБ-СДС се свежда до използването на термини като „борисовки“. Отри-



чането на опонента е много по-силно и ясно застъпено в посланията, публикувани на интернет страницата на коалиция ГЕРБ-СДС.

### *Коалиция ГЕРБ-СДС*

ГЕРБ-СДС залагат на слогана „За стабилна България отново“ и в посланията им евроатлантизмът присъства като ценност, но тя е афиширана имплицитно или по-скоро се подразбира, за което допринасят изборът на логото на ГЕРБ, в което се използва звездата като символ, асоциира се със знамето на ЕС, избраният син цвят като визуален елемент във всички форми.

В слогана, в ключовите послания, елемент от предизборната агитация и рекламните постери се посочва като приоритет: „Провеждането на външна политика в защита на българския национален интерес“. [25] Тоест афиширането на евроатлантическите ценности не е толкова отявлено. То е ясно застъпено в декларативните форми, каквато е предизборната програмата, и е посочен като основен. В текста се изтъква, че България е загубила ролята си на активен член на Европейския съюз и доверен съюзник в НАТО. [26] По-нататък в документа се посочва, че усилията на коалицията ще бъдат насочени към „съхраняване на цивилизационната и геополитическа ориентация на страната“.

Във Фейсбук посланията, отправени от лидера на партията Бойко Борисов, се наблюдават елементи на филмовото героизиране с елементи на екшън присъствие на сцената. Специфичните онлайн продукции обхващат времето преди стъпването на сцената. Показват се препълнени спортни зали, представяни като дело и успех от управлението на ГЕРБ. Качването на сцената на основните действащи лица става под акомпанимента на музиката от хитовия американски филм „Роки“ и песента „Окото на тигъра“. Текстът на песента е емблематичен и имплицитно посланието му може да бъде свързано с израстването на Борисов като лидер. Имплицитно се търси родееие с посланията за момчето от улицата, с мъжа от улицата и волята му да оцелее, с постигането на славата. Показателно в това отношение е всяко видео излъчване от областен град. Такова е излъчването: Бойко Борисов на живо в Смолян. [27]

Филмовият сценарий се повтаря като визуален код и преминава през показването на пълни зали и скандиращи граждани името на Борисов в големите областни градове на страната. Сюжетът на онлайн излъчванията, който по същество репродуцира или преповтаря сюжета за пристигане на холивудската звезда – легенда, под светлините на прожекторите, в присъствието на охрана и медии, може да се разглежда като пиар стратегия за епидейктика посредством визуализация чрез средствата на шоу програма.

Освен този похват от реторична гледна точка в посланията на основните кандидати – водачи на листи и емблематични лица, представени в

секция новини в интернет страницата на партията противникът се отрича, а управлението му се свежда до катастрофа: „трябва да спрем свободното падане на държавата“, „да спрем съсипията на България“, „трябва заедно да извадим България от блатото, в което я вкараха предишните управляващи“ и т.н. Не рядко е и повторението на сравнението: „По-силни от хаоса“ – слоган, използван от коалицията на предходните парламентарни избори от 2 октомври 2022 г.

Като цяло пресъздаването следва изграждането на ореола на филмова легенда, асоциирането на Бойко Борисов със звездата Роки е визуалният код, оформящ посланията на коалицията във въпросните видеа.

### *Коалиция „БСП за България“*

За „БСП за България“ – основните послания са свързани с мира – политическите и дипломатически усилия за разрешаването за войната в Украйна, застъпват се тезите за неутралитет на България, подобно на Унгария и Турция, видно от изказвания пред медиите на кандидати за народни представители, представени и във Фейсбук страницата на партията. [28]

БСП не подкрепят изпращането на военна помощ за Украйна. Емблематични са изказванията на лидера на партията Корнелия Нинова тогава в качеството ѝ на вицепремиер и министър на икономиката и индустрията, че нито един патрон, българско производство няма да бъде изпратен за войната в Украйна. Линията на поведение е последователна от 48-ото НС и в кампанията за 49-ото. Друг е въпросът дали реално не е имало износ на оръжие каквито критики имаше в предходния парламент. В 48-ия парламент дори се стигна до изключването на един от членовете на парламентарната група именно заради изказването му, свързано с войната в Украйна. Това бе депутатът Явор Божанков. [29]

Слоганът на кампанията е: „Да! Можем“. Над него визуално с емотикони са изброени сферите, за които от партията отчитат, че са успели да изпълнят обещанията си: подкрепа за семейството и образованието, здравеопазването, труда, възрастните хора. Постерът на кампанията е оформен във визуално послание с цветовете на българския триколюр, тъй като в изображенията под номера на бюлетината, освен бялото и червеното присъства и зелено. Като цяло посланията на левицата се свързват с доходите, инфлацията, проблемите в образованието, социалната политика. На второ място са темите, свързани с мира. Декларативно в предизборната им платформа най-напред е изведен: мирът, изписан с главни букви, следвани от ценностите: благоденствие, солидарност, прогрес. В нея се посочва още, че БСП поставя на първо място общественото благо и националните интереси, което като че ли имплицитно изключва евроатлантизма като ценност или поне не го назовава толкова пряко. Като основен приоритет във външната политика се посочва: „Ненамеса във военни конфликти и опазване на мира

и сигурността в страната“ [30] – посланието от предизборната платформа е визуализирано в ключови изказвания във Фейсбук страницата на водачите на листи и кандидати за народни представители с МИР.

В анализа следва да се открие и апелът на БСП от интернет страницата им за членство в партията. Той отново е визуализиран върху цветове, преповтарящи националното ни знаме: Стани доброволец в червено, стани симпатизант – в зелено и стани член – в бяло.

Друг акцент от кампанията на „БСП за България“ е иницирането на референдум против изучаването на джендър идеологията в училищата. Референдумът може да бъде интерпретиран като още едно информационно поле и терен за противопоставяне на традиционните български ценности, които БСП заявява, че защитава, свързани със семейството, патриархалния ред и порядък в българското общество в контрапункт на европейските ценности, свързани с либерализма и свободата на изразяване, заради които въпросният референдум е необходим. Въпреки че темата в момента не е особено актуална, е добре подбрана от гледна точка на традиционния избирател на левицата.

### *III Движение за права и свободи – ДПС*

За ДПС евроатлантизмът е афиширана, ясно артикулирана ценност. Посланието е визуализирано на всеки предизборен флаер. За ДПС членството на България в ЕС и НАТО е представяно като ценност и е съществен елемент от предизборната им реторика. В нея ясно се подчертава ролята на Движението за приемането на страната ни в двата съюза, а в посланията на кандидатите за народни представители често се говори за завършване на процеса на евроинтеграция с членство в Шенген и еврозоната.

Визуално посланието за евроатлантизма като ценност присъства в голяма част от снимковия материал в кампанията, където редом до българското знаме, е и знамето на ЕС. [31] В посланията, визуализирани на предизборните агитационни материали, се посочва, че ДПС предлага мерки за влизане в Шенген и в еврозоната [32], но не се казва какви са те, назовават се общо и освен това се обещава осигуряване на европейско финансиране по Плана за възстановяване и устойчивост и оперативните програми на ЕС.

„Разделението и политическата немощ на новите партии са основни причини за задълбочаващата се политическа криза“ е ключово послание, поставено в централната част на агитационния материал. Слоганът на ДПС „Разум, отговорност, диалог“ е визуализиран под всички послания.

В изявите, част от кампанията, посланията акцентират ролята на Движението за запазването на етническия мир, установяването на демокрация и ролята на турския етнос в процеса за демократични промени. Използват се авторитети на външни за родната политическа сцена лица, като се публикуват послания на европейски лидери в подкрепа на ДПС.

### *III „Възраждане“*

За „Възраждане“ слоганът е „Избери свободата“, визуализиран на зелен фон, на който прозира елемент от българския герб – лъвът. Не е случаен изборът на поле за конфронтация с евроатлантизма като ценност, а именно противопоставянето на еврото, запазването на българския лев като национална валута.

Партията използва инструмента на референдума и кампанията за събирането на подписите за инициирането му като елемент в предизборната си реторика. Бланката за събирането на подписите е достъпна в интернет страницата на партията, а апелът е: „Включете се в събирането на референдума на Възраждане за запазване на българския лев и отлагане въвеждането на еврото в България“. [33]

В свои медийни изказвания, публикувани на Фейсбук страницата на партията, лидерът Костадин Костадинов открито заявява, че еврото никога няма да бъде въведено в България, твърди, че в договора на България за членство в ЕС има неизгодни клаузи и той трябва да се преразгледа.

В декларираните от партията приоритети във външнополитически план на първо място е изведена независимост на България на световната сцена, като българският национален интерес стои над всичко. [34] Посочва се, че дълги години българската външна политика е била „опиянена от участието на България в световно значими организации като Европейския съюз и НАТО“. Отбелязва се още преориентацията от „просъветска“ в „проатлантическа“ „вярност“, която в оценката на „Възраждане“ е довела до „хаос, ниска ефективност и безполезност“. От медийни изказвания на Костадинов, става ясно, че той застъпва тезата за вдигането на санкциите срещу Русия, както и че „НАТО е заплаха за България“. Въпросните твърдения обаче не са написани като елемент в предизборната им програма.

Специален акцент в анализа представлява изображение на мумия с вързани ръце и крака, но с отворени очи, стояща пред телевизор, като бинтовете, с които се опасва мумията, могат да бъдат асоциирани с джандър идеологията – цветовете на дъгата в краката на мумията, следвани от войната в Украйна и нейното знаме, а главата е обвита със знамето на ЕС. Сложната метафора по същество е отрицание на евроатлантическите ценности, сред които либерализъм, глобализъм. Визуалната метафора, която се използва, внушава безпомощност, алтернативата, която се привижда е изборът на „Възраждане“. Посланието, което е изписано е: „Те искат ти да си роб“. Във Фейсбук групите в подкрепа на „Възраждане“ често се представят публикации от медии, които по същество могат да бъдат асоциирани с фабрики за фалшиви новини.



*Изображението е копирано от Фейсбук страницата на ПП „Възраждане“ от 14.03.2023 г. достъпно на <https://www.facebook.com/photo/?fbid=765724618535190&set=a.473700704404251>*

Спекулата с информацията в момент на война е също толкова опасна, колкото и самата война. Във военната терминология съществува термин диверсия, свързано с латинското *diversio* или отвлечение на вниманието. В ход са редица апокалиптични заглавия от рода: „България влиза във войната, за целта изборите трябва да спечелят ПП и ДБ“, както и чакайте още по-голяма инфлация – фалират банки! Подобни заглавия са обичаен елемент за привличане на вниманието на аудиторията във Фейсбук. Не рядко източникът им остава неясен.

#### *Коалиция „Левицата“*

За „Левицата“ слоганът в настоящите избори е „за социална справедливост и мир“. Коалицията от няколко леви формации се асоциира с истинското ляво, автентичното ляво. В нея участват знакови имена от миналото на БСП, сред които Мая Манолова, Татяна Дончева, Костадин Паскалев, Спас Панчев, Валери Жаблянов. Без да се пренебрегва въпросът за политическото инженерство и значението му за политическия процес, следва да се отбележи, че на сайта им все още няма публикувана програма. Сред целите на обединението са: повишаване на доходите, енергийна независимост, върховенство на закона. [35] Апелът, визуализиран към интернет

страницата, е: последвайте ни в социалните мрежи и в YouTube. Използват се вътрешни авторитети в посланията към аудиторията, сред които президентът Георги Първанов, който е основател и на една от партиите в новото обединение – АБВ. Във Фейсбук се публикуват медийни изяви на основните претенденти от въпросната коалиция.

### *III „Български възход“*

За „Български възход“ слоганът в кампанията е: „С разум за България“. Слоганът е визуализиран с хаштаг, след всеки един от постовете във Фейсбук страницата на партията. [36] Изведени са основни акценти в изказванията на претендентите от листите. Лидерът ѝ Стефан Янев определя БВ като партия на семейството, на рода и на традиционните ценности. На интернет страницата на партията апелът е: „Включи се във възхода, стани доброволец“. На интернет страницата са изведени и основните приоритети в програмата на партията. На място четем: „Вътрешна сигурност и отбрана“, липсва обявен такъв за сферата на външната политика, а в областта на сигурността се извеждат приоритети, свързани с модернизацията на българската армия и укрепването на вътрешния ред. Посочва се като приоритет осигуряването на „развитие и усъвършенстване на системата и политиката за вътрешна сигурност и обществен ред в съответствие с очакванията на гражданското общество, динамиката на обществените процеси, международните договорености и глобалното технологично развитие“. [37]

Ако зад тези витиевати формулировки се визират ЕС и НАТО, то евроатлантизмът не е афиширан като ценностен модел пряко, а по-скоро се предполага за него. Следва да се припомни, че Стефан Янев освен служебен министър-председател бе и министър на отбраната в правителството на Кирил Петков от квотата на „Продължаваме Промяната“. Заради изказвания на Янев, в които той отказва да употреби думата война, Кирил Петков в качеството си на министър-председател поиска неговата оставка именно заради несъответствие с водената от държавата външна политика по отношение на ангажиментите към НАТО и войната в Украйна. След оставката Янев създаде и партията БВ.

### *Коалициите „Вън от ЕС и НАТО“ и „Неутрална България“*

Анализът за коалициите „Вън от ЕС и НАТО“ и коалиция „Неутрална България“ започва с политическите формации, които ги съставят. За първата според решението на ЦИК са партиите „България на труда и разума“, партия „КОЙ – Компетентност, отговорност, истина“ и партия „Нация“, които досега не са били кой знае колко известни. С обявяването на коалицията между тях може да се каже, че придобиха известна популярност заради скандалното си име.

Другата коалиция „Неутрална България“ е между вече по-популярни формации, сред които са „Атака“, „Българска комунистическа партия“ (Владимир Спасов), „Русофили за възраждане на Отечеството“ и „Партия на българските комунисти“. Всяка от въпросните коалиции има свой Фейсбук профил. Тук ще разгледам само някои от изображенията, застъпени във Фейсбук профилите им.

Коалиция „Вън от ЕС и НАТО“ се афишира като национална патриотична коалиция. Във всеки пост се използват колажни изображения, в които знамето на ЕС е зачеркнато. Използвано е стилизирано изображение на BULEXIT – асоциирано с „Брекзит“. Във видеата присъстват кадри на потъпкани европейски знамена.



*Изображение от Фейсбук профила на коалиция „Вън от ЕС и НАТО“, публикувано на 17 март 2023 г.*

[https://www.facebook.com/groups/pp.btr.bg/posts/969026957054243/?paipv=0&eav=AfYshx6-TaZS4ul8hZxh769CFyb6kEKes9jaYswUCPceY-bcONb0\\_m8SF3qpnsOQPI0&\\_rdr](https://www.facebook.com/groups/pp.btr.bg/posts/969026957054243/?paipv=0&eav=AfYshx6-TaZS4ul8hZxh769CFyb6kEKes9jaYswUCPceY-bcONb0_m8SF3qpnsOQPI0&_rdr)

По същество в профилите и на двете коалиции често се публикува медийно съдържание, за което е доказано от независим проверител на факти, че съдържанието е фалшиво.

Във Фейсбук профила на „Неутрална България“ са застъпени традиционни ценности, сред които семейство, суверенитет и на следващо място – „Геополитика с Русия“. Отправят се призови за премахване на чуждите военни бази от България, за забрана за финансирани от чужди държави неправителствени организации. Интересни са колажите, с които се онагледява „дружбата“ между България и Руската федерация. (Избягвам Русия,

тъй като не би било коректно от гледна точка на федеративния ѝ характер), използвани са изображения на мечка и лъв, на фона на разгърната книга, явно асоциираща общото историческо минало.



*Изображение от Фейсбук профил на коалиция „Неутрална България“, публикувано на 15 март 2023 г.  
<https://www.facebook.com/neutralitet/>*

Освен тях с елемент на хумористичен афиш е направен колажът, изобразяващ орел – символ на САЩ и Руската федерация. Орелът пита – „Нови бази“, вирайки се в карта на света, а мечката, пиеща чай отговаря: „Не, нови мишени“. Елементите могат да бъдат отбелязани като уникални, тъй като всяко от посланията е визуализирано с подобни колажи.



*Изображение от ФБ профил на „Неутрална България“, публикувано на 11 март 2023 г.  
<https://www.facebook.com/neutralitet/>*



За целите на анализа следва да се отбележи, че имената на коалициите наподобяват сами по себе си слогани, призови, които лесно могат да бъдат припознати и следвани от аудитория с подобни ценностни ориентири.

Като цяло уникални визуални елементи, свързани с евроатлантизма като ценност, не се открояват. Такива визуални метафори се използват най-вече от партиите и коалициите, които не споделят ценностите на евроатлантизма. Въпросните визуални метафори са представени в собствените канали на партиите. Посланията на лидерите на партиите се визуализират с богат снимков материал от събитието. Изказванията и снимките са най-често публикувани като платени съобщения в медиите или в рубриките им за оригинални текстове. Публикуването им на подобно съдържание е без редакторска и журналистическа намеса.

### **Дискусионни въпроси**

Дискусионните въпроси, които настоящата статия се опитва да постави, са как се променя едно понятие с времето и как от ценност се превръща в антиценност. Кой са основните медийни дефицити, свързани с обясняването на понятието. Може да се направи предположение, че по отношение на медийната реторика често политическите твърдения и изказвания се представят като факти, без да бъдат проверени като твърдения. Остава открит въпросът и с артикулирането на експертни мнения по дадена тема – търсенето на различни гледни точки често е ограничено поради времето и желанието на събеседниците да участват. Дискусионен остава въпросът за необходимостта от законови регулации по отношение борбата с дезинформацията и фалшивите медии.

### **Изводи и обобщения**

Прекомерната и честа употреба на понятието „евроатлантизъм“ води до злоупотреба в съдържателен план с понятието.

Често то е споменато в хода на предизборната реторика, без в него да бъде вложено конкретно съдържание, а просто като понятие, елемент от „добрия“ политически речник. Може да се посочи, че евроатлантизмът често се припознава като ценностен елемент от предизборната реторика за партиите с ценностна ориентация ЕС и НАТО. Други, които са ориентирани към Руската федерация, заобикалят явното му артикулиране като ценност и използват по-обща термини като международно сътрудничество, мир, развитие на сигурността.

### **Цитати и бележки**

[1] Blair, A. J. (1996). The Possibility and Actuality of Visual Arguments. *Argumentation and Advocacy* 33/1: 23–39.

- [2] Blair, A. J. (2004). The Rhetoric of Visual Arguments. *Defining Visual Rhetorics*. (Eds. Hill, C. A. and Helmers, M). (pp. 41–61). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- [3] Kjeldsen, J. (2010). Visual Tropes and Figures As Visual Argumentations. In *ISSA Proceeding 2010*. Amsterdam: Amsterdam University.
- [4] Foss, S. (1994). A Rhetorical Scheme for the Evaluation of Visual Imaginary. *Communication Studies* 45, 213–224.
- [5] Foss, S. (2004). Framing the Study of Visual Rhetoric: Toward a Transformation of Rhetorical Theory. In *Defining visual rhetorics*. (Ed. C. A. Hill, C. A. and Helmers, M.). (pp. 303–314). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- [6] Roque, G. (2010). Visual Argumentation. A Reappraising. In *ISSA Proceeding 2010, Chapter 154: 1720–1734*. <https://rozenbergquarterly.com/issa-proceedings-2010-visual-argumentation-a-reappraisal/>. Retrieved on 10.03.2023.
- [7] Groarke, L. (2009). Five Theses on Toulmin and Visual Argument. In *Pondering on problems of argumentation: Twenty essays on theoretical issues*. (Ed. F. H. Eemeren & B. Garssen). (pp. 229–239). Amsterdam: Springer.
- [8] Broek, van den J., Koetsenruijter, W., de Jing, J., & Smit, L. (2012). *Visual Language. Perspectives for Both Markers and Users*. Hague: Eleven International Publishing.
- [9] Roque, G. (2009). Political Rhetoric in Visual Images. In *Dialogue and Rhetoric*. (Ed. E. Weigand). (pp. 185–193). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- [10] Kjeldsen, J. (2007). Visual Argumentation in Scandinavian Political Advertising: A Cognitive, Contextual, and Reception-oriented Approach. *Argumentation and Advocacy* 43/3-4: 124–132.
- [11] Nagy, R. (2013). *A Visual Rhetoric of Adversiment*. Doctoral Thesis - Summary. Babes-Bolyai University, faculty of History and Philosophy, Department of Philosophy, Cluj-Napoca, Romania.
- [12] Aczél, P. (2011). Enchanting Bewilderment: Concerns for Visual Rhetoric. In *Images in Language. Series Visual Learning*, Vol. 1. (Ed. Benedek, A. and Nyíri, K.). (pp. 85–98). Frankfurt: Peter Lang.
- [13] Groarke, L., & Tindale, C. (2012). *Good Reasoning Matters! A Constructive Approach to Critical Thinking*. Toronto: Oxford University Press Canada.
- [14] Zagar, I. (2020). On inference, understanding and interpretation in visual argumentation: Challenges and problems. *Rhetoric and Communications*, 12: 24–54. <https://rhetoric.bg/on-inference-understanding-and-interpretation-in-visual-argumentation-challenges-and-problems>. Retrieved on 10.03.2023.
- [15] Mavrodieva, I. (2020). Metaphors in Bulgarian Political Discourse Since 1989, January 2020, *Advances in Journalism and Communication*, 8(02): 17–27. DOI: 10.4236/ajc.2020.82002.
- [16] Lewinski, M. (2010). *Internet Political Discussion Forums as an Argumentative Activity Type. A Pragma-Dialectical Analysis of Online Forums of Strategic Manoeuvring in Reacting Critically*. Lugano-Amsterdam: Sic Sat.
- [17] Mavrodieva, I. (2014). Virtual Political Communication in Bulgaria., *Communication and Journalism Journal*, 12: 756–765.

- [18] Aczél, P. (2012.) Mediarhetic: Complex Visual Literacy. In *The iconic turn in education. Series Visual Learning*, Vol. 2. (ed. Benedek, A. and Nyíri, K. Series Visual Learning). (pp. 67–84). Frankfurt: Peter Lang.
- [19] Мавродиева, И. (2004). *Европейската и атлантическата интеграция на България. Реторически аспекти*. Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 39. [Mavrodieva, I. (2004). *Evropeyskata i atlanticheskata integratsia na Bulgaria. Retoricheski aspekti*. Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kliment Ohridski“, 39.]
- [20] Централна избирателна комисия, *Решение №1659 НС*, 14 февруари 2023 г. <https://www.cik.bg/bg/decisions/1659/2023-02-14>. последно посещение на 27.03.2023. [Tsentralna izbiratelna komisia, Reshenie №1659 NS, 14 fevruari 2023 g. <https://www.cik.bg/bg/decisions/1659/2023-02-14>. posledno poseshtenie na 27.03.2023.]
- [21] ПП-ДБ, Фейсбук профил. Четвърти европейски премиер подкрепи коалицията Продължаваме Промяната и Демократична България. За да влезе България в Шенген, европейските лидери трябва да ни имат доверие! Има как! <https://www.facebook.com/kiril.petkov.104/videos/1223591661882532>. последно посещение на 27.03.2023. [PP-DB, Feysbuk profil. Chetvarti evropeyski premier podkrepi koalitsiyata Prodalzhavame Promyanata i Demokraticzna Bulgaria. Za da vleze Bulgaria v Shengen, evropeyskite lideri tryabva da ni imat doverie! Има как! <https://www.facebook.com/kiril.petkov.104/videos/1223591661882532>. posledno poseshtenie na 27.03.2023.]
- [22] Интернет страница на коалиция ПП-ДБ, Програма. <https://ppdb.bg/programa/>. последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na koalitsia PP-DB, Programa. <https://ppdb.bg/programa/>. posledno poseshtenie na 27.03.2023.]
- [23] Коалиция ПП-ДБ: Остро се противопоставяме на поредния опит на Румен Радев да neglizhira resheniyata na Narodnoto sabranie. *Новини*. <https://promeni.bg/pp-db-ostro-se-protivopostavyame-na-poredniya-opit-na-rumen-radev-da-neglizhira-resheniyata-na-narodnoto-sabranie/>. последно посещение на 27.03.2023. [Koalitsia PP-DB: Ostro se protivopostavyame na porednia opit na Rumen Radev da neglizhira resheniyata na Narodnoto sabranie. Novini. <https://promeni.bg/pp-db-ostro-se-protivopostavyame-na-poredniya-opit-na-rumen-radev-da-neglizhira-resheniyata-na-narodnoto-sabranie/>. posledno poseshtenie na 27.03.2023.]
- [24] *Дневник*. За Радев е „знак на суверенно решение“ България да не доставя снаряди на Украйна. [https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/03/21/4462641\\_znak\\_na\\_suverenno\\_reshenie\\_radev\\_distancira\\_bulgariia/](https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/03/21/4462641_znak_na_suverenno_reshenie_radev_distancira_bulgariia/). последно посещение на 25.03.2023. [Dnevnik. Za Radev e „znak na suverenno reshenie“ Bulgaria da ne dostavya snaryadi na Ukrayna. [https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/03/21/4462641\\_znak\\_na\\_suverenno\\_reshenie\\_radev\\_distancira\\_bulgariia/](https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/03/21/4462641_znak_na_suverenno_reshenie_radev_distancira_bulgariia/). posledno poseshtenie na 25.03.2023.]
- [25] Официална страница на ПП ГЕРБ във Фейсбук: Слоган на кампанията: [https://www.facebook.com/photo/?fbid=584524000389016&set=a.294302792744473&locale=bg\\_BG](https://www.facebook.com/photo/?fbid=584524000389016&set=a.294302792744473&locale=bg_BG). последно посещение на 24.03.2023. [Ofitsialna stranitsa na PP GERB vav Feysbuk: Slogan na kampaniyata: [https://www.facebook.com/photo/?fbid=584524000389016&set=a.294302792744473&locale=bg\\_BG](https://www.facebook.com/photo/?fbid=584524000389016&set=a.294302792744473&locale=bg_BG). posledno poseshtenie na 24.03.2023.]

- 524000389016&set=a.294302792744473&locale=bg\_BG. posledno poseshenie na 24.03.2023.]
- [26] Интернет страница на ГЕРБ. *Програма*. България след кризите. [https://gerb.bg/files/useruploads/Programa\\_GERB\\_2023.pdf](https://gerb.bg/files/useruploads/Programa_GERB_2023.pdf). последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na GERB. Programata. Bulgaria sled krizite. [https://gerb.bg/files/useruploads/Programa\\_GERB\\_2023.pdf](https://gerb.bg/files/useruploads/Programa_GERB_2023.pdf). posledno poseshenie na 27.03.2023.]
- [27] Фейсбук страница на ГЕРБ. Бойко Борисов беше на живо в Смолян. публикувано на 20.03.2023. [https://www.facebook.com/boyko.borisov.7/videos/200740435929639?locale=bg\\_BG](https://www.facebook.com/boyko.borisov.7/videos/200740435929639?locale=bg_BG). последно посещение на 27.03.2023. [Feysbuk stranitsa na GERB. Boyko Borisov beshe na zhivo v Smolyan. publikovano na 20.03.2023 [https://www.facebook.com/boyko.borisov.7/videos/200740435929639?locale=bg\\_BG](https://www.facebook.com/boyko.borisov.7/videos/200740435929639?locale=bg_BG). posledno poseshenie na 27.03.2023.]
- [28] Георги Свиленски: БСП иска таван на цените, мир и запазване на българското семейство. публикувано на 26.03.2023. [https://bsp.bg/news/view/24251-georgi-svilenski\\_bsp\\_iska\\_tavan\\_na\\_tsenite\\_mir\\_i\\_zapazvane\\_na\\_bylgarskoto\\_semeystvo.html?fbclid=IwAR1bw3tvArxsmKGDgzm4jrYEvf4DSiuZktzyomae2ulClgh-cNgZKxSZZI0](https://bsp.bg/news/view/24251-georgi-svilenski_bsp_iska_tavan_na_tsenite_mir_i_zapazvane_na_bylgarskoto_semeystvo.html?fbclid=IwAR1bw3tvArxsmKGDgzm4jrYEvf4DSiuZktzyomae2ulClgh-cNgZKxSZZI0). последно посещение на 27.03.2023. [Georgi Svilenski: BSP iska tavan na tsenite, mir i zapazvane na balgarskoto semeystvo. publikovano na 26.03.2023. [https://bsp.bg/news/view/24251-georgi-svilenski\\_bsp\\_iska\\_tavan\\_na\\_tsenite\\_mir\\_i\\_zapazvane\\_na\\_bylgarskoto\\_semeystvo.html?fbclid=IwAR1bw3tvArxsmKGDgzm4jrYEvf4DSiuZktzyomae2ulClgh-cNgZKxSZZI0](https://bsp.bg/news/view/24251-georgi-svilenski_bsp_iska_tavan_na_tsenite_mir_i_zapazvane_na_bylgarskoto_semeystvo.html?fbclid=IwAR1bw3tvArxsmKGDgzm4jrYEvf4DSiuZktzyomae2ulClgh-cNgZKxSZZI0). posledno poseshenie na 27.03.2023.]
- [29] БТА. Изключиха Явор Божанков от ПГ „БСП за България“. <https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/374268-izklyuchiha-yavora-bozhankov-e-izklyuchen-ot-pg-na-bsp-za-balgariya->. последно посещение на 27.03.2023. [BTA. Izklyuchiha Yavor Bozhankov ot PG „BSP za Bulgaria“. <https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/374268-izklyuchiha-yavora-bozhankov-e-izklyuchen-ot-pg-na-bsp-za-balgariya->. posledno poseshenie na 27.03.2023]
- [30] Интернет страница на „БСП за България“. Предизборна платформа. [https://bsp.bg/predizborna\\_platforma.html](https://bsp.bg/predizborna_platforma.html). последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na „BSP za Bulgaria“. Predizborna platforma. [https://bsp.bg/predizborna\\_platforma.html](https://bsp.bg/predizborna_platforma.html). posledno poseshenie na 27.03.2023.]
- [31] БТА. ДПС откри предизборната си кампания във Видин. 3.03.2023 г. <https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/418062>. последно посещение на 27.03.2023. [BTA. DPS otcri predizbornata si kampania vav Vidin. 3.03.2023 g. <https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/418062>. posledno poseshenie na 27.03.2023.]
- [32] Интернет страница на ДПС. Предизборна програма и платформа. <https://www.dps.bg/izbori-2023/programa.html>. последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na DPS. Predizborna programa i platforma. <https://www.dps.bg/izbori-2023/programa.html>. posledno poseshenie na 27.03.2023.]
- [33] Интернет страница на ПП „Възраждане“. <https://vazrazhdane.bg/>. последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na PP „Vazrazhdane“. <https://vazrazhdane.bg/>. posledno poseshenie na 27.03.2023.]

- [34] Интернет страница на ПП „Възраждане. Цели и програма. [https://vazrazhdane.bg/wp-content/uploads/2023/03/myPlatforma\\_Vazrazhdane.pdf](https://vazrazhdane.bg/wp-content/uploads/2023/03/myPlatforma_Vazrazhdane.pdf). последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na PP „Vazrazhdane. Tseli i programa. [https://vazrazhdane.bg/wp-content/uploads/2023/03/myPlatforma\\_Vazrazhdane.pdf](https://vazrazhdane.bg/wp-content/uploads/2023/03/myPlatforma_Vazrazhdane.pdf). posledno poseshtenie na 27.03.2023.]
- [35] Интернет страница на коалиция „Левицата“. [https://www.levicata.com/?fbclid=IwAR065nEgnorXs\\_Y9RPNvS232RMkMgQ0fbYtJiWTMXj13uA67SnO1Hozjy\\_Q](https://www.levicata.com/?fbclid=IwAR065nEgnorXs_Y9RPNvS232RMkMgQ0fbYtJiWTMXj13uA67SnO1Hozjy_Q). последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na koalitsia „Levitsata“. [https://www.levicata.com/?fbclid=IwAR065nEgnorXs\\_Y9RPNvS232RMkMgQ0fbYtJiWTMXj13uA67SnO1Hozjy\\_Q](https://www.levicata.com/?fbclid=IwAR065nEgnorXs_Y9RPNvS232RMkMgQ0fbYtJiWTMXj13uA67SnO1Hozjy_Q). posledno poseshtenie na 27.03.2023.]
- [36] Фейсбук страница на ПП „Български възход“. <https://www.facebook.com/bgvazhod>. последно посещение на 27.03.2023. [Feysbuk stranitsa na PP „Balgarski vazhod“. <https://www.facebook.com/bgvazhod> posledno poseshtenie na 27.03.2023]
- [37] Интернет страница на ПП „Български възход“. Програма. <https://bgvazhod.com/>. последно посещение на 27.03.2023. [Internet stranitsa na PP „Balgarski vazhod“. Programa. <https://bgvazhod.com/>. posledno poseshtenie na 27.03.2023.]

### Библиография

- Мавродиева, И. (2004). *Европейската и атлантическата интеграция на България. Реторически аспекти*. Университетско издателство „Св. Климент Охридски“. [Mavrodieva, I. (2004). *Evropeyskata i atlanticheskata integratsia na Bulgaria. Retoricheski aspekti*. Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kliment Ohridski“]
- Aczél, P. (2011). Enchanting Bewilderment: Concerns for Visual Rhetoric. In *Images in Language. Series Visual Learning*, Vol. 1. (Ed. Benedek, A. and Nyíri, K.). (pp. 85–98). Frankfurt: Peter Lang.
- Aczél, P. (2012.) Mediarhetic: Complex Visual Literacy. In *The iconic turn in education. Series Visual Learning*, Vol. 2. (Ed. Benedek, A. and Nyíri, K.) *Series Visual Learning*, 67–84. Frankfurt: Peter Lang.
- Aczél, P. (2016a). Rediscovering the Visual in Rhetorical Tradition: Persuasion as Visionary in Suasory Discourse. Time, Truth, Tradition. In *Series: Visual Learning*. (Ed. András B. and Veszelszki, A.) Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH. DOI: <https://doi.org/10.3726/b10396>.
- Aczél, P. (2016b). Virtual Rhetoric. A Theoretical Approach. *Res Rhetorica*, 3 (4): 49–65. <https://resrhetorica.com/index.php/RR/article/view/168/95>
- Blair, A. J. (1996). The Possibility and Actuality of Visual Arguments. *Argumentation and Advocacy* 33/1: 23–39.
- Blair, A. J. (2004). The Rhetoric of Visual Arguments. *Defining Visual Rhetorics*. (Eds. Hill, C. A. and Helmers, M). (pp. 41–61). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Broek, van den J., Koetsenruijter, W., de Jing, J., & Smit, L. (2012). *Visual Language. Perspectives for Both Markers and Users*. Hague: Eleven International Publishing.

- Foss, S. (1994). A Rhetorical Scheme for the Evaluation of Visual Imaginary. *Communication Studies* 45, 213–224.
- Foss, S. (2004). Framing the Study of Visual Rhetoric: Toward a Transformation of Rhetorical Theory. In *Defining visual rhetorics*. (Ed. C. A. Hill, C. A. and Helmers, M.). (pp. 303–314). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Groarke, L. (2009). Five Theses on Toulmin and Visual Argument. In *Pondering on problems of argumentation: Twenty essays on theoretical issues*. (Ed. F. H. Eemeren & B. Garssen.). (pp. 229–239). Amsterdam: Springer.
- Groarke, L., & Tindale, C. (2012). *Good Reasoning Matters! A Constructive Approach to Critical Thinking*. Toronto: Oxford University Press Canada.
- Kjeldsen, J. (2007). Visual Argumentation in Scandinavian Political Advertising: A Cognitive, Contextual, and Reception-oriented Approach. *Argumentation and Advocacy* 43/3-4: 124–132.
- Kjeldsen, J. (2010). Visual Tropes and Figures As Visual Argumentations. In *ISSA Proceeding 2010*. Amsterdam: Amsterdam University.
- Kjeldsen, J. (2018). Visual rhetorical argumentation. *Semiotica* 2018 220: 69–94. DOI: 10.1515/sem-2015-0136
- Koetsenruijter, W. (2014). Visual Rhetoric or the Rhetoric of Power in Images of World Leaders (A Model for measuring Social Distance in news portraits of world leaders). *Rhetoric and Communications*, 12: 1–17. April, 2014, <https://rhetoric.bg/willem-koetsenruijter-visual-rhetoric-or-the-rhetoric-of-power-in-images-of-world-leaders>.
- Mavrodieva, I. (2014). Virtual Political Communication in Bulgaria., *Communication and Journalism Journal*, 12: 756–765.
- Mavrodieva, I. (2020). Metaphors in Bulgarian Political Discourse Since 1989, January 2020, *Advances in Journalism and Communication*, 8(02): 17–27. DOI: 10.4236/ajc.2020.82002.
- Lewinski, M. (2010). *Internet Political Discussion Forums as an Argumentative Activity Type. A Pragma-Dialectical Analysis of Online Forums of Strategic Manoeuvring in Reacting Critically*. Lugano-Amsterdam: Sic Sat.
- Nagy, R. (2013). *A Visual Rhetoric of Adversiment*. Doctoral Thesis - Summary. Babes-Bolyai University, faculty of History and Philosophy, Department of Philosophy, Cluj-Napoca, Romania.
- Roque, G. (2009). Political Rhetoric in Visual Images. In *Dialogue and Rhetoric*. (Ed. E. Weigand.). (pp. 185–193). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Roque, G. (2010). Visual Argumentation. A Reappraising. In *ISSA Proceeding 2010, Chapter 154*: 1720–1734. <https://rozenbergquarterly.com/issa-proceedings-2010-visual-argumentation-a-reappraisal/>. Retrieved on 10.03.2023.
- Zagar, I. (2020). On inference, understanding and interpretation in visual argumentation: Challenges and problems. *Rhetoric and Communications*, 12: 24–54. <https://rhetoric.bg/on-inference-understanding-and-interpretation-in-visual-argumentation-challenges-and-problems>. Retrieved on 10.03.2023.

Ръкописът е изпратен на 27.03.2023 г.

Рецензиране от двама независими рецензенти: от 28.03.2023 до 03.04.2023 г.

Приемане за публикуване: 04.04.2023 г.

Manuscript was submitted: 27.03.2023.

Double Blind Peer Reviews: from 28.03.2023 till 03.04.2023.

Accepted: 04.04.2023.

Брой 55 на сп. „Реторика и комуникации“, април 2023 г. се издава с финансовата помощ на Фонд научни изследвания, договор № КП-06-НП4/72 от 16 декември 2022 г.

Issue 55 of the Rhetoric and Communications Journal (April 2023) is published with the financial support of the Scientific Research Fund, Contract No. KP-06-NP4/72 of December 16, 2022.