



АСПЕКТИ ОТ ПРЕДИЗБОРНА КОМУНИКАЦИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКА ПАРТИЯ ВЪЗРАЖДАНЕ

ASPECTS OF THE VAZRAZHDANE PARTY'S PRE-ELECTION COMMUNICATION

Светлана Лакова
Svetlana Lakova

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo

Abstract: The purpose of the article is to outline some aspects of the pre-election communication of the Vazrazhdane (Revival) party in recent years. The parliamentary elections in Bulgaria, held in 2021, 2022 and 2023, showed a significant increase in the party's recognition. The paper presents the verbal and visual messages on Facebook pages during the election campaign. The analysis is based on three methods: ideological, critical, and rhetorical. Campaign statements, posts, videos and other formats of Vazrazhdane are also presented.

Keywords: political marketing; communication; language.

JEL: M30 – General; M31 – Marketing; M37 – Advertising

*Никой не е роден добър гражданин и никоя нация не е родена демократична.
По-скоро и двете са процеси, които продължават да се развиват във времето.
Младите хора трябва да бъдат ангажирани още от раждането си.
Кофи Анан*

ВЪВЕДЕНИЕ

От избори в избори, нестабилност и несигурност в обществото. Няколко години българските граждани не могат да изберат такова политическо представителство, което да може да формира стабилна изпълнителна власт. Апатията и разочарованието на гражданите води до намалена избирателна активност и липса на доверие. Времето от април 2021 г. до април 2023 г. е изпълнено с последователни избори. Липсата на политическа отговорност и далновидност оставят властта в ръцете на президента на България – Румен Радев да управлява страната със служебни кабинети.

Обществеността изисква появата на нови лица, нови политически проекти и нови структури, на които да бъде дадено доверието за управление на държавата, така че да се запази държавността и суверенитета на страната.

Появиха се коалиции от партии едновременно – ИТН (Има такъв народ), БВ (Български възход). Наблюдавах се изборни резултати от различни крайности: от победила политическа коалиция, до отпадането ѝ на следващите избори. Представените нови лица на промяната не успяха да оправдаят предоставеното им доверие от държавният глава и избирателите. Допуснати бяха много политически гафове. Разбирането, че държавата се управлява като корпорация се оказа погрешно. Ситуацията идва да докаже безусловната необходимост от базисни знания в управлението на държавата, протоколът на взаимоотношенията на институциите и спазването на стандартите за запазване на сигурността на страната.

Политическата криза бе използвана от възраждане на патриотични организации различни от съществуващите до момента. Обединяващи се в отстояване на българските традиционни ценности, подкрепени с програма за развитие на националната икономика и местният бизнес, като приоритет пред съществуващите възможности предлагани от членството на страната ни в Европейският съюз. Унищожаването на цели производства, отрасли от селското стопанство и животновъдството остави много хора без поминък и възможност за оцеляване. Организиран бяха протести от различните представители на отраслите, като единствено получиха внимание и обещание за справяне с проблемите от политическа партия Възраждане. Лидерът ѝ Костадин Костадинов, школуван в съществуващите до момента ВМРО, Атака и др. патриотични организации влезе в ролята на говорител на народа.

Целта на статията е да покаже някои страни от предизборната комуникация на ПП „Възраждане“ последните години. Проведените парламентарни избори през 2021 г., 2022 г. и 2023 г. показват значителен ръст на разпознаваемостта на партията. В разработката се представят политически послания в страниците на фейсбук по време на предизборната кампания. Методиката на анализ се основава на идеологически, критичен и реторичен анализ.

По своята същност предизборната комуникация е един от четирите елемента на маркетинговият микс изразяваща се в дистрибуция на продукта. Комуникацията на политическите партии е форма на постоянно търсене и взаимовръзка с обектите на представителство. Най-висока активност се наблюдава във периоди на избори и агресивно въздействие един месец преди изборите. Формите на комуникация се изразяват в митинги, срещи с избиратели, дискусии, интервюта, политически диспути, публикации в социалните мрежи и други.

Предизборната кампания като процес подробно описан в Избирателният кодекс. Предизборна или избирателна кампания се наричат организирани опити на отделни кандидати или кандидатстващи организации да информират онази част от гражданите, които имат право на глас на избори за Народно събрание, Общински съветници и кметове. Това се случва в определен етап преди датата на изборите, по време на която се наблюдава концентрирано ангажиране на медиите. Предизборните кампании се характеризират с конкуренция, която е законово определена в Избирателният кодекс.

„По време на предизборната кампания кандидатите, партиите, коалициите и инициативните комитети могат да изготвят и разпространяват плакати, реклами, обръщения и други агитационни материали. На всеки агитационен материал задължително се отбелязва от чие име се издава. Всеки материал съдържа информация, че купуването и продаването на гласове е престъпление.“¹ (кодекс, 2023)

Историческото развитие на обществото е преминало през няколко етапа на управление на страните, като се сменят през определен период от време. Демокрацията и тоталитаризмът са постоянно сменящи се периоди в общественото управление. Всяка от тях бива налагана поради необходимост от стабилизиране на икономиката, удовлетворяване на интересите на определен кръг в обществото и като инструмент за управление и стабилизиране на държавността.

“Още на древните гърци се приписва създаването на съвсем първата демокрация, въпреки че почти винаги със сигурност има по-ранни примери за примитивна демокрация в други части на света. Гръцкият модел е въведен през V в. пр. Хр. в град Атина. Сред море от автократии и

¹ Изборен кодекс, <https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2135715515>

олигархии, които са били обичайните форми на управление по това време, изпъква атинската демокрация.

Тоталитарното управление възниква от необходимостта за въвеждане на ред, законност, сигурност и правила в обществото.

След Първата световна война се дестабилизира основите на испанската икономика и разкриват социалните конфликти. От 1917–1923 г. Испания се управлява от поредица коалиционни правителства, като през този период политическият живот в страната зависи изцяло от постоянния натиск на армията. След като класическото парламентарно управление загубва част от своята легитимност сред широк кръг от населението, все повече властта на Парламента като център на политическата власт е оспорвана не само от улицата, но и от други институции, които преследват користни цели. Социалното напрежение, развитието на тероризма, необходимостта от гарантиране на ред и сигурност в страната убеждава обществото за необходимостта от диктатура. (Димитрова, 2015). През 1921 г. властта получават военните начело с генерал Мигел Примо де Ривера през 1923 г. завземат властта с преврат, чрез подкрепата на каталунската буржоазия. Военното управление продължава 8 години – до 1931 г.

Огнян Минчев прави рестроспективен анализ на партията ръководена от Хитлер. В събития случили се в историята се повтарят отново. Патриотични по своята същност организации, защитаващи обикновеното население в един момент създават асоциации в обществото със случили се такива организации в нашето минало. „През 1928 г. Националсоциалистическата партия на Хитлер получава 2,6 на сто от гласовете на парламентарни избори. През 1930 – 18,3 на сто. До 1933 г. в Германия се провеждат пет поредни национални избора, докато Адолф Хитлер става канцлер. Това слага край на дългата криза на Ваймарската република, през която партиите не могат да се споразумеят за съставяне на правителство - разбира се, поради „изключително важни“ различия и разногласия.

Тази аналогия с България днес не е случайна. Винаги, когато една обществена и политическа система не е в състояние да осигури нормално функциониране на обществото, възможните изходи от кризата се свеждат до два типа.

Първо, обединение около най-малък общ знаменател, извеждане на страната от кризата и създаване на нова социална и политическа конфигурация, в която вариантите за бъдещо развитие са открити.

Второ, узурпация на контрола и властта от една от фракциите и налагане на насилствен, форсиран изход от кризата чрез радикална промяна на системата в посока диктатура.

България все още не се намира на самата граница на пропадането, но много бързо я приближава. Осуетяването на възможността за намиране на изход от пълното противопоставяне между двете най-големи парламентарни сили оставя на наше разположение няколко не особено благоприятни варианта за действие.“² (clubz.bg, 136350).

Ръстът на изборните резултати на ПП „Възраждане“ и водената от тях агресивна предизборната комуникация, националистическата им политическа програма, идеи и обещания, както и от интензивността на комуникацията им с избирателното тяло са сигнал за опасност пред възникването на диктатура в бъдеще. За повече информация относно политическите позиции и програма на ПП Възраждане, можете да посетите техния уебсайт или да следите медийното покритие на предизборната кампания. (btv, 2023)

ПП „Възраждане“ се регистрира като патриотична политическа партия през август 2014 г. в град Плиска. Основните приоритети по които партията има изградени позиции и политики са изложени в цитатите по-долу. Всяка политическа партия определя в програмните си документи своята мисия, програма за развитие и обществена група, която ще защитава.

Програмните цели на партията свързани с финансовата политика са запазване на борд. Националната валута на България да бъде българският лев.

² www.clubz.bg/136350

Приоритет в икономиката на националните производства и предприятия

Социалната политика е насочена към справяне с основният проблем на обществото, а именно – демографският.

Друг техен приоритет е съдебната реформа, за която се предлагат да се разделят функциите в съдебната система. Обособяване на специализирана структура за борба с корупцията по високите етажи.

ИЗВОД

Обществото е свидетел на политически послания, разкриващи политическата реалност. По време на предизборните кампании се използват спекулации, понятия като „политическа отговорност“. Като основен аргумент за което е „надеждата възможният читател да се откаже от прочитането на съответния текст“. Оригиналноста на комуникираното послание е най-важна предпоставка за формирането на доверие и дори за избор, чрез осъзнато решение. Задаваме си въпроса: съществува ли етика и професионализъм в политическия маркетинг? Политически коректно ли е да има формулирани правила за взаимоотношенията между политическите субекти?

REFERENCES

- btv. (2023). btvnovinite.bg. Взято от <https://btvnovinite.bg/bulgaria/predizborni-programi-kakvo-obeshtava-vazrazhdane-sled-vota-na-2-oktomvri>.
- seminar-bg.eu. (2023). Взято от <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy26/857-zhivotat-v-muzikalen-saprovod>
- Димитрова, Т., (2015).** Диктатурата на генерал Примо де Ривера, крачка назад по пътя към демокрацията. Изд. „Фабер“, ISBN: 978-619-00-0260-4.
- Кодекс, И., (2023 г., 05 15).** lex.bg. Взято от [lex.bg](https://lex.bg/laws/ldoc/2136112596): <https://lex.bg/laws/ldoc/2136112596>
- Маринова, М. (2017).** Ролята на телевизионното интервю в предизборната комуникация. Медии и комуникации на 21. век, 105-111.
- Минчев, О., (н.д.).** <https://clubz.bg/136350>. Взято от <https://clubz.bg/136350>
- Младежи, Н. з. (н.д.).** <https://www.coe.int/bg/web/compass/democracy>.
- Взято от <https://www.coe.int/bg/web/compass/democracy> телевизията, 3. з. (2023, 05 15).
- lex.bg. Взято от [lex.bg](https://lex.bg/laws/ldoc/2134447616): <https://lex.bg/laws/ldoc/2134447616>

За контакти:

Светлана Лакова, главен асистент, доктор
Служебен адрес: В. Търново, ул. „Арх. Георги Козарев“ 1, корпус 4
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет
Катедра Икономическа теория и МИО
Ел. поща: sw.nencheva@ts.uni-vt.bg
