

РЕЦЕНЗИЯ

от доц. д-р Цветан Кулевски

за дисертационен труд на тема

МЕДИЙНАТА РЕТОРИКА НА ЛУИС ИНАСИО ЛУЛА ДА СИЛВА

за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление 2.3 Философия (Реторика в публичната комуникация), съгласно Заповед № РД 38 – 121 / 10.02.2017 год.

от Георги Николов Налбантов

Научен ръководител: проф. д.н. Иванка Мавродиева

Актуалността на избраната от докторанта тема е продиктувана от желанието му да направи достойние на българската научна общественост състоянието на бразилската социална, политическа и медийна действителност, което не е правено от други изследователи. По лични наблюдения на автора, след 2010 година интересът към Бразилия у нас е получил нов импулс, след избора на Дилма Русеф, първата жена президент в историята на латиноамериканската държава, чийто баща, както е известно, е български емигрант.

Докторантът има бакалавърска степен по „португалска филология“, факт, който благоприятства избора на темата. Филологическата основа в образованието му е обективна предпоставка за анализ на вербално равнище на португалски езикови текстове, за да бъдат открити особеностите в реторическия стил на изказ на президента Лула. Мотивацията на докторанта е подсилвана и от дългогодишния последователен стремеж на Луис Лула към високия президентски пост, в непрекъснато търсене на ефикасен контакт с избирателите му.

Целта, която Георги Налбантов си е поставил, е да очертае, изследва и анализира изходните особености, личностните качества на Луис Лула и неговата склонност за постоянно усъвършенстване. Лула е бедно момче от

бразилския североизток, вдъхновен синдикален лидер и недотам образован „вечен кандидат-президент“. Когато напуска поста като президент, той бележи най-голямото одобрение за политик в страната си.

Обектът на научното изследване на Георги Налбантов е *„ораторът Лула“*, който е бил кандидат-президент, президент и деен политик в Бразилия. Докторантът е проследил неговите медийни изяви за около 30-годишен период от време. В наблюдавания корпус от ораторски изяви на Лула са включени парламентарните дебати, телевизионните му изяви, речите му на партийни, национални и международни форуми, както и говоренето му директно пред публика. Анализирани са над 170 часа видеоматериали и над 35 000 страници писмени документи.

Предметът на представеното научно изследване е медийната реторика на Луис Лула на равнища *„жанр“* и ораторски изяви в ситуации на президентски избори в Бразилия. Медийната реторика на Лула е проучена на вербално, невербално и визуално равнище. Главно са наблюдавани факторите, които формират политическия оратор Лула; медийното му поведение като кандидат-президент, президент и политик след поста бразилски президент.

В процеса на своето научно дирене Георги Налбантов е осъществил критически *„прочит“* на публикации в областта на реториката, медиознанието и връзките с обществеността. Направил е успешен опит да изгради методика, съдържаща реторичен анализ, дискурсивен анализ и историко-политически анализ. Задачата му е била да очертае особеностите на медийната реторика на Луис Лула, а също и спецификата в поведението му на невербално равнище.

Докторантът е конструирал своята *„теза“*, че Луис Лула не се *„вписва“* в общоприетите и традиционни модели за политически оратор, както и че той е *„феномен“*, съчетаващ природен талант и патос в едно цяло. Георги Налбантов иска да очертае хоризонтът на уникалността на медийната реторика на Луис Лула, която не се вписва в христоматийните реторически канони за *„образован политик“*. За него Луис Лула е *„самосъздал се“* политически оратор.

В първата основна част от дисертационното изследване е направен теоретичен обзор, като е акцентирано върху базови термини и категории от реториката, теорията на медиите и връзките с обществеността. Реториката е дефинирана, в духа на Аристотеловата традиция, като *„способност да откриваме при всеки случай онова, което може да убеди“* или *„да открива убедителния довод относно всяка даденост“*.

Като се позовава на Й. Ведър и Д. Александрова, с термина *„оратор“* Георги Налбантов означава социалната роля на човек, който въздейства чрез слово и невербална комуникация върху дадена аудитория. В този контекст, докторантът дефинира въздействието върху аудиторията, осъществявано както в устна, така и в писмена форма, с помощта на аргументи, доказателства и демонстрации на вероятностите, с цел пораждање на определени емоции, способни на свой ред да доведат до модификации на изначалните стереотипи на възприятие и поведение.

Докторантът, позовавайки се на редица изследвания на научния си ръководител *проф. д.н. Иванка Мавродиева*, посочва, че у нас има обособени няколко направления на реторическата наука: първо – изследвания за нейната история; второ – различни сфери на проявление на красноречието; трето – създаване на хрестоматии с теоретични постановки и ораторски изяви; четвърто – изучаване на различни реторически практики; пето – обогатяване на понятийно-категориалния апарат на реториката като наука; шесто – създаване на учебна литература в помощ на студентите с оглед придобиване на реторически и комуникативни презентационни умения.

Родовете и видовете красноречие са според докторанта теоретичния фундамент на реториката като наука за ораторското изкуство. Политическите предизборни кампании създават условия за функциониране на реториката в монологични и диалогични видове, както пред директна аудитория от привърженици, така и в медийни студиа. Сферите на приложение на реториката на съвременния етап се разширяват, наред с прилагането на традиционни реторически практики.

Съвременният обществено-политически живот създава условия за поява на нови форми и видове ораторско изкуство. Днешното ораторско

изкуство съчетава в себе си както устойчивост на същностните си характеристики, така и гъвкавост към обновяващи се негови проявления. Много актуални и популярни според докторанта днес са: парламентарното красноречие, президентската реторика, политическата реторика, дипломатическото красноречие, както и утвърждаването на журналистическата (*медийна*) реторика.

Реториката на съвременния етап, твърди Георги Налбантов, е много полезно знание при организиране на дискусии и конференции. Тя продължава да се развива и да актуализира понятийно-категориалния си апарат, отчитайки достиженията на: теорията на комуникацията, журналистиката, социалната психология, семиотиката и др. Древната реторика не просто преживява метаморфози, а намира приложение в нови области като интернет. Новото виртуално пространство задава и нови параметри за изучаване на тези специфични комуникативни практики.

Докторантът прави извод, че политическото красноречие вече е неразделна част от редица медийни изяви. Политическото говорене вече не се практикува пред директни публики, а се представя и индиректно, чрез електронните медии, социалните мрежи и различните видеоканали. Политическата комуникация, твърди авторът, става самостоятелен обект за научно познание от средата на 20. век, успоредно с ренесанста на древната реторика и развитието на теорията на аргументацията. Реториката и днес негласно поддържа своя периметър на метатеория и система от практически инструменти за политическо действие.

С утвърждаването на президентската институция в световен мащаб се създават и условия за появата и разцвета на президентската реторика. Ключовата функция на президентската реторика, според докторанта, е да дефинира социалната реалност. С нея се назовават ораторски изяви при изпълнение на правомощията и задълженията на държавния глава. Президентските дебати оказват голямо влияние по време на избори и остават една от значимите форми за информиране на избирателите.

Авторът прави извод, че синонимно понятие за журналистическа реторика е „*публичната реч*“. Медийната реторика изследва спецификата на реторическите практики при различните канали за комуникация:

телевизионен ефир, печатни издания и интернет платформи. Георги Налбантов съвсем уместно добавя, че към определението на Квинтилиан за реториката като изкуство да говориш добре, се добавя и изкуството да пишеш добре и да презентираш мислите и идеите си по начин, който да задържи по-дълго участника в комуникативния акт.

Георги Налбантов е анализирал „*телевизионната реторика*“ като проявление и разновидност на медийната реторика. Тя включва вербалните и невербални изяви на журналисти и политици. Обект на съвременната медийна реторика са всички явления и факти, които са свързани с целенасочен публичен обмен на информация и отстояване на възгледи по обществено значими теми и проблеми.

Съвременното общество е подложено на непрекъснат процес на развитие. Основна „разменна единица“ е информацията, а медиите, отчита Георги Налбантов, имат ключова роля за функционирането на демократичните процеси в държавата. Тяхната роля при формиране на персонален „имидж“ е значима и несравнима. Понятието за „имидж“ се свързва с образите на ръководни политици. Имиджът е силно опростено описание, символична „стенограма“ на сложни и противоречиви процеси на въздействие, възприятие и интернализиране.

Докторантът е възприел становището, че имиджът се създава резултат от динамичното психическо взаимодействие на една личност със заобикалящия я свят. Имиджът ни показва под какъв „зрителен ъгъл“ се гледа на някакъв обект или човек, с каква „острота“, с какви емоционални нюанси и с какви оценъчни критерии. Той е динамична цялост, в която се сливат външни дразнения и персонални фактори, образувайки „образ“. Имиджът е своеобразна „импресия“ (впечатление, изява, наподобяване).

Още в древността *Платон* е съзнавал, твърди докторантът, че създаваните от художествената измислица „*стереотипи*“, могат да оказват влияние в живота на човека. От днешна гледна точка, чрез стереотипизацията могат да се направляват ценностните нагласи и социалната ориентация на аудиторията, в посока, необходима за целите. От такава позиция авторът е анализирал и имиджът на президента Лула.

В следващата основна глава на дисертационното си изследване Георги Налбантов е изследвал особеностите на бразилската медийна среда. Тъкмо в тази среда се развива и публичния образ на Луис Лула. Хората участват в социалния живот като говорят и пишат. Дискурсът е неразделна част от социалните явления. Граматиката на езика се определя много от особеностите на изразяването. Докторантът е приложил т.нар. „критически дискурсивен анализ“ на *Норман Феъркло*, който дава отговор на въпросите: как се осъществява социалната дейност чрез различни езикови форми.

За нуждите на своето научно търсене, Георги Налбантов е дефинирал и понятието „манипулация“, цитирайки *Ван Дайк*, че „манипулацията е комуникативна практика, при която се упражнява контрол над други хора, често против тяхната воля и срещу техните интереси“. Ефектите на манипулиране най-често се постигат чрез употребата на т.нар. „популистка реторика“, чийто стремеж е опростяване на обществено-политическите проблеми. Обикновено се предлагат „прости“ решения на сложни политически проблеми. Популизмът обикновено се асоциира с власт, основана на демагогия.

Докторантът подробно и добросъвестно е описал същностните характеристики и особености на бразилската избирателна система. Данните и фактите са прилежно обособени и онагледени в таблична форма. Цитирани са трудовете на Марсел Баокеро, които идентифицират в Бразилия един тип на „персонифициращ“ и „прагматичен“ избирател. Характерна негова черта е лошото мнение за политиците и недоверието към политиката като цяло. Този факт е формирал, според Георги Налбантов, една „раздробена“ и пълна със „съмнения“ политическа култура. Ядро на тази политическа култура е усещането за неефикасност на цялата политическа система в страната.

Политическите сили търсят „публичност“, за да спечелят доверието на гражданите, а медиите трябва да информират хората за състоянието на политиката и да контролират действията на политиците. Положението става критично, когато политиците се опитват да градят „медийна фасада“ и дори да манипулират фактите от действителността. Журналистическата индустрия, отбелязва авторът, възниква сравнително късно в Бразилия.

Ефективната индустриална, търговска и графична модернизация на печата в Бразилия се случва едва през 60-70-те години на 20. век. През 80-те години бразилската медийна система добива вече завършена форма на информационна индустрия, в която телевизията заема централно място.

С изключителна вещина и компетентност докторантът е проследил живота и дейността на бъдещия президент. Спрял се е на реториката по време на синдикалния му период. Лула успява да придаде нов смисъл на синдикалното движение в Бразилия. Тогава за пръв път се проявява и харизматичността му. Той държи запомнящи се речи по време на митинги на стадиона в градчето Еуclidес. Неговата реторика от този период е предмет на изследване от ораторските му изяви пред множеството. Много подробно са анализирани кинесиката и проксемиката му от гледна точка на невербалната комуникативна практика на Лула. Анализът на докторанта е „уплътнен“ и от множество подходящ и качествен фото-материал.

Интензитетът на гласа на Лула от този му период е „завишен“ и това, според Георги Налбантов е следствие от личното изживяване на патос. Тук е налице и стриктно придържане към трите основни цели на античното красноречие, описани от Квинтилиан: да осведоми; да убеди; и да достави удоволствие. Наблюдава се постоянно наличие на връзката: „замисъл – произнасяне“. Нарушаването на тази връзка, според Квинтилиан, прави невъзможна и връзката: „оратор – аудитория“ и в такъв случай не би имало „ораторска реч“ в истинския смисъл на думата.

Следва множество от снимков материал, както и подходящи извадки от ораторски прояви на Лула по време на кандидат-президентските му кампании. Принос в докторската разработка на Георги Налбантов е направения от него детайлен и задълбочен анализ, както на вербално, така и на невербално равнище на реторическия профил на двете кандидат-президентски кампании, в които успешно участва бразилският президент Лула. По безспорен начин и изключително професионално (*бих казал дори, със „страст“*) авторът представя научно-изследователските си търсения на „корените“ на медийната реторика на президента Лула.

Докторантът е построил своето научно изследване чрез съчетанието на „реторически ситуативен анализ“ и „диахронен анализ“. Много

сполучливо той е „преплел“ критическият анализ и идеологическия дискурсивен анализ – с „реторическия анализ“, който е представен на равнища: жанрове, фигури, аргументи и неезикови („паралингвистични“ – бел. на рец.) средства. Съвсем уместно докторантът е описал и анализирал процесите на формиране на „имидж“ и „репутация“ при Лула. Георги Налбантов дори, по мое мнение, е успял да „разшири“ обема и съдържанието на понятието „политическа епидейктика“, въведено неотдавна от проф. д.ф.н. Величко Руменчев. Навсякъде анализите и изводите на докторанта са „подплътени“ с извадки от ораторските изяви на Лула, както и с богат илюстративен фото-архив.

Като логичен „завършек“ на дисертационния труд, петата основна глава е посветена на медийната реторика на Лула след поста президент на Бразилия. Тук той е аргументирал главно „преноса на етос“ между Лула и Дилма Русеф. Фокусът на анализа е поставен върху механизмите и техниките за изграждане на „имидж“, както и в защита на хипотезата, че преносът на популярност играе съществена роля в този процес. Чисто реторически е приносът на Георги Налбантов относно „етосът“ в медийната и политическа реторика на президента Лула. Тук „етосът“ е обследван като важен фактор и е свързан с „аргумента на авторитета“, или нравствеността и доверието, уменията му да достига до публиката. Докторантът стига до главния си извод, че в своето политическо развитие Луис Лула представлява „нов модел“ на реторическо поведение в 20. век.

В ъ п р о с: *Коя е най-съществената отличителна черта между „имидж“ и „репутация“, както в теоретичен, така и в практико-приложен аспект, до която сте достигнал в процеса на изследването?*

О б щ и з в о д: Представената за рецензиране научна разработка на *Георги Николов Налбантов* представлява стройно, прецизно и логически завършено съчинение, което отговаря на всички изисквания за присъждане на образователната и научна степен „доктор“. По време на публичната защита *ще гласувам с „ДА“*.

24.04.2017 год.

Рецензент: доц. д-р Цветан Кулевски

