

ВОЙНАТА В УКРАЙНА В РАКУРСА НА ПРЕДИЗБОРНАТА КАМПАНИЯ ЗА 49-ОТО ОБИКНОВЕНО НАРОДНО СЪБРАНИЕ

Боряна Райчева-Данаилова

Университет за национално и световно стопанство

Резюме. Кризата в политическото говорене у нас (2022 – 2023 година) беше силно повлияна от започналия официално на 24 февруари 2022 година военен конфликт в Украйна. Войната, която разтърси политиката на международно ниво, разкри дебелиите червени линии между политическите субекти в България, задълбочавайки парламентарната криза, достигнала състояние на колапс през последната година и половина. А медиите – умишлено или не, се превърнаха в свидетел и съучастник на случващото се.

Актуалността на избраната тема е продиктувана от необходимостта от анализ на политическото говорене по отношение на военния конфликт в Украйна по време на предизборната кампания за петите поред предсрочни парламентарни избори в България (02.04.2023). В анализа авторът се позовава на посланията от страна на политическите формации и позицията, която те заемат по отношение на войната, както и медийното им отразяване. Представени са позициите на медийни експерти. Разгледани са и социологически проучвания, които показват отношението на избирателите по поставения въпрос.

Целите на разработката са да се направи опит да се анализира поведението на основните политически субекти у нас по отношение на войната в Украйна, позицията, която заемат, както и посланията, които отправят към гласоподавателите; да се разгледат резултатите от стратегията на всяка от партиите и доколко тя е успяла да повлияе на изборния резултат; да предложи прогноза относно бъдещото развитие на партиите (възможни и невъзможни партньори) в ракурса на политическото им говорене, свързано с военния конфликт.

Предизборната кампания за 49-ото обикновено народно събрание беше белязана от темата за войната в Украйна и постави необходимостта политическите субекти ясно да дефинират позицията си относно конфликта и пред избирателите, и пред своите конкуренти, но и бъдещи потенциални партньори в опита за съставяне на кабинет. В настоящата несигурна вътрешнополитическа и международна обстановка българският избирател демонстрира нужда от ясно заявени и категорични позиции, в които да припознае своите убеждения.

Ключови думи: предизборна кампания; парламентарна криза; предсрочни избори; хибридна война; конфликт; пропаганда; фалшиви новини; дезинформация

1. Въведение

Темата за войната в Украйна и произтеклите от нея кризи в обществото оказаха сериозно влияние върху политическия живот у нас и политическите трусове, на които ставаме свидетели през последните две години.

Бяха необходими няколко месеца, преди властта в България да заяви ясна позиция по отношение на конфликта, което предизвика напрежение между управляващите, а и сред българското общество.

След като депутатите в 48-ото народно събрание решиха България да предостави военна помощ на Киев, политическите субекти бяха „прегрупирани“ и от „коалиция на промяната“ и „коалиция на статуквото“ влязоха в категориите „коалиция на войната“ и „коалиция на мира“. Решението за предоставяне на военнотехническа помощ беше подкрепено от ГЕРБ – СДС, „Продължаваме промяната“, ДПС, „Демократична България“ и „Български възход“. „Против“ се обявиха представителите на „БСП за България“ и „Възраждане“. В същото време, президентската институция и управляващото през този период служебно правителство отправиха противоречиви сигнали относно позицията на страната ни по този въпрос.

„Докато служебното правителство стои начело на управлението на страната, България няма да изпраща изстребители, танкове, зенитно-ракетни комплекси и бронетранспортьори за Украйна“, заяви държавният глава Румен Радев в края на март 2023 година¹ (в края на предизборната кампания). Изявлението му предизвика остри критики от страна на партиите, заявили принципна подкрепа на Киев, според които позицията на служебния кабинет е в разрез с мнозинството в последния действащ парламент. Последва поредно изостряне на политическия дискурс по отношение на позицията на България относно руската инвазия. Бяха организирани протести на застъпници на двете тези – за предоставяне на военна помощ на Украйна и за „мир и неутралитет“.

Радев е против изпращането на военна помощ на Украйна от самото начало на войната. Той мотивира позицията си с твърдението, че ако даде оръжие на Киев, България ще бъде „въвлечена“ във войната. На 15 февруари 2023 година обаче служебният кабинет, назначен именно от Румен Радев, подписа заповед за предоставяне на военнотехническа помощ, за което бива критикуван от последователите на тезата за военен неутралитет на България по отношение на конфликта. Такова послание отправят към обществото партиите „БСП за България“, „Възраждане“ и „Български възход“. Впоследствие партията на Стефан Янев (бивш министър на отбраната в кабинета „Петков“) промени мнението си по този въпрос, което до голяма степен отблъсна част от избира-

телите и вероятно допринесе за загубата на доверие и оставането „под чертата от 4%“ за влизане в 49-ия парламент.

В края на февруари „Евробарометър“² измери, че България е страната в ЕС, в която най-малко хора подкрепят финансирането и военната помощ за Украйна – 33%. Само в три страни членки мнозинството от анкетираните не подкрепят тази помощ – Гърция с 59% против (36% за, 5% не могат да вземат решение), България с 57 на сто (10%, които не знаят) и 56% в Словакия (38% за, 6% не знаят). 65 на сто от гражданите на ЕС одобряват тези мерки.

2. Методология

Методологията на изследването е комплексен подход, включващ системен, сравнителен и съдържателен анализ. В настоящата разработка са разгледани понятията за предизборна кампания, агитация, пропаганда, хибридна война, дезинформация и други. Авторът се позовава на нормативни документи, свързани с изборния процес в България, на официални данни от социологически проучвания в периода на предизборна кампания и разглежда позиции и медийни изяви на водещи политически фигури в контекста на парламентарния вот за 49-ото народно събрание. Представени са експертни мнения на медийните специалисти доц. Георги Лозанов – преподавател по журналистика в СУ „Св. Климент Охридски“, и Снежана Тодорова – председател на Съюза на българските журналисти, участвали в предаването „Часът на избора“ (08.05.2023г.)³, на което авторът на доклада е водещ. Разгледани и анализирани са резултатите от предсрочните парламентарни избори и е направен опит да бъде представена перспектива за бъдещото управление на страната в контекста на политическото говорене по отношение на войната в Украйна.

3. Резултати

След изборите

Петите поред предсрочни парламентарни избори на 2 април 2023 г. бяха белязани от ниска избирателна активност (40,69%) и рекорден брой избиратели, дали гласа си за варианта „Не подкрепям никого“ (109 хиляди души). Този „червен картон“ беше вдигнат от имащите право на глас след вълната, скучна кампания, без политически заряд, преминала без лидерски дебати, ясно изразени позиции и ходове, които биха могли да окажат промяна в нагласите на обществото.

Вотът „Не подкрепям никого“ не е признак на обществена апатия, а наказателен вот и демонстрация за колизията между политическите послания и очакванията на българския гласоподавател.

По данни на ЦИК за гласувалите с „Не подкрепям никого“ на парламентарните избори през последните две години са съответно: 4 април 2021 – 47 749 души; 11 юли 2021 – 35 201 души; 14 ноември 2021 – 35 745 души; 2 октомври 2022 – 87 635 души; 2 април 2023 – 108 970 души.

Гласувалите с „Не подкрепям никого“ са преобладаващо в активната възраст между 18 и 59 г., като по данни на „Тренд“ най-много са между 40 – 49 г. – 24%. Почти поравно между гласувалите с „Не подкрепям никого“ са тези с висше/полувисше образование (около 46%) и средно образование (близо 50%).

Протестният вот е даден преобладаващо от представители на българския етнос (94%), както и работещи – 79.5%. Безработните са 9.3%, пенсионери – 6.2%, и учащи – 5%.⁴

„Не подкрепям никого“ е действителен глас, но той няма значение за изборния резултат, нито за разпределението на мандатите. Не се включва в сбора от гласове, определящи 4-процентната бариера, но се взема предвид по отношение на избирателната активност.

Шест политически формации влязоха в 49-ия парламент след гласуването на 2 април 2023 г. за избор на народни представители. Коалиция ГЕРБ – СДС е първа политическа сила (26,5% от гласовете). Втора е коалиция „Продължаваме промяната“ – „Демократична България“ с 24,6% от гласовете. Партия „Възраждане“ отново покачи резултата си, който достигна 14,16%, партия ДПС – 13,72%, коалиция „БСП за България“ – 8,93%, и партия „Има такъв народ“ – 4,11%.

От официалните данни може да се изведе заключението, че печеливши-те от вота на 2 април са партията на Костадин Костадинов, която отбеляза впечатляващ скок в броя гласоподаватели – с над 100 хиляди души повече, сравнено с вота на 02.10.2022 г.⁵ Другият „победител“ в изборите на 2 април е партията на шоумена Слави Трифонов, ИТН, която въпреки ниския резултат успява да „прескочи“ 4-процентната бариера и да получи място в 49-ото народно събрание. ГЕРБ – СДС отчита спад в доверието със 168,346 гласа по-малко в сравнение с предишния вот през октомври миналата година. Новата коалиция „Продължаваме промяната – Демократична България“ също търпи загуба от над 70 хиляди души, сравнено с 2 октомври, когато двете партии се явиха поотделно. ДПС също получи по-малко гласове, а коалицията, председателствана от Корнелия Нинова – „БСП за България“, претърпя истински провал, печелейки едва 8.9% от гласовете.

От резултатите на предсрочните избори на 2 април би могла да се изведе тезата, че политическите субекти, спечелили повече избиратели („Възраждане“ и ИТН), са тези с ясно дефинирана позиция и послание, различни от тези, представяни от т.нар. системни партии: партията на Костадин Костадинов – за мир и неутралитет по отношение на войната в Украйна; партията на Слави Трифонов – с подписка за референдум за президентска република.

В 49-ото обикновено народно събрание влязоха шест политически групи. По отношение на войната в Украйна четири от тях са с изявена позиция в подкрепа и солидарност с украинския народ и сходни възгледи по свързаните

с конфликта въпроси – помощта за украинските бежанци, енергийна диверсификация, предоставянето на военна и военнотехническа помощ на Киев. Това са ГЕРБ – СДС, ПП – ДБ, ДПС и ИТН. В този контекст диалогът между изброените политически субекти, който през последните над година и половина беше напълно блокиран, днес изглежда възможен.

Номинацията за премиер, излъчена от ГЕРБ – СДС – Мария Габриел, вече бивш еврокомисар по иновациите, изследванията, културата, образованието и младежта, е категорична заявка за евроатлантическата ориентация на първата политическа сила в парламента и декларирана готовност за диалог. Темата за войната в Украйна и подкрепата, която страната ни е готова да окаже на Киев, би могла да бъде обединяващ фактор, предвид политиката на втората по големина сила в Народното събрание, а именно „Продължаваме промяната – Демократична България“. След близо 12 години на власт лидерът на ГЕРБ и бивш министър-председател Бойко Борисов, който често е обект на критика не само у нас, но и в международни доклади и статии, свързани с върховенството на закона и корупцията в България, понастоящем има възможност да реабилитира отчасти името и партията си пред европейските институции чрез категоричната позиция, която заема по отношение на войната в Украйна и лоялността към ЕС и НАТО, от които е част страната ни. И на фона на продължаващия конфликт за западните партньори управлението в България е от ключово значение за международната сигурност и стабилността в региона.

От другата страна остават „БСП за България“ и „Възраждане“, които настояват, че България трябва да запази пълен неутралитет по отношение на войната. Лидерът на „Възраждане“ Костадин Костадинов получи забрана за влизане в Украйна още през март миналата година, а служителите на реда на страната са му обяснили, че е председател на „проруска партия“. След изборите на 2 април името му беше замесено в дипломатически скандал, след като посланичката на Руската федерация Н.Пр. Елеонора Митрофанова заяви в интервю пред журналиста Мартин Карбовски, че ако е имала възможност, е щяла да гласува именно за него.⁶

Изказването на посланик Митрофанова предизвика остра реакция от страна на Министерството на външните работи на България и беше определено като „неуместно“ и като опит за намеса във вътрешните работи на страната и в този смисъл противоречи на Виенската конвенция за дипломатическите отношения.⁷

Партията на Костадин Костадинов до голяма степен изглежда изолирана от останалите парламентарно представени партии. „Възраждане“ обаче печели все повече доверие сред избирателите на фона на кризата в българския парламентаризъм. И този феномен не бива да се подценява, защото той е симптом за друг, много по-сериозен дефицит – дефицита на доверие спрямо системните политически играчи.

4. Дискусия

Предизборни послания

По време на предизборната кампания всяка от партиите, които впоследствие прескочиха 4-процентната бариера за влизане в 49-ия парламент, представиха свой слоган на избирателите си, с който да дефинират политическите си намерения. Слоганът на ГЕРБ – СДС – „За стабилна България отново“, е насочен към твърдия електорат на коалицията, но разчита и на умората от изборния цикъл, в който попадна страната ни, през последната половина и година (период, който съвпадна с началото на войната, която също дестабилизира международната, но и вътрешнополитическата среда у нас). Коалиция „Продължаваме промяната – Демократична България“ заявява продължаващата си концепция за промяна в политическата ситуация със слогана намерение „Има как“. Партията на Костадин Костадинов „Възраждане“ е тази, която представя фраза с революционно звучене („Избери свободата!“) – мото, което корелира с отношението на политическата група към войната в Украйна – за „мир и неутралитет“.

ДПС продължи да призовава за диалог („Разум, отговорност и диалог“) на фона на все по-сериозното отдръпване на останалите политически субекти от Движението заради обвинения в корупционни практики, политическа намеса в съдебната власт, злоупотреби на изборите и други. Въпреки това партията на Мустафа Карадайъ се оказва възможен партньор по отношение на евроатлантическата си ориентация.

Коалиция „БСП за България“ претърпява спад в доверието на избирателите. Посланието на политическата група, ръководена от Корнелия Нинова, цели предизвикване на подбуда с два удивителни знака (Да! Можем!) към избирателите и уверение, че партията столетница може отново да се възроди.

„Има такъв народ“ разчита на заявката, с която успя да възвърне подкрепата на избирателите, а именно идеята за референдума и за участието на гражданите в управлението на страната. Слоганът „Държавата! Това сте Вие!“ е демонстрация на тази заявка и е пряко обвързана с иниципираната от партията на Слави Трифонов подписка за организиране на референдум за президентска република, която се превърна в лийтмотив на кампанията на политическата група. Прави впечатление липсата на слоган при партията на бившия министър на отбраната Стефан Янев – „Български възход“, която претърпя загуба на изборите заради непостоянната си позиция, основно по отношение на войната в Украйна.

Предизборният дискурс в контекста на войната в Украйна

След първата година от войната политическите партии у нас дефинираха ориентацията си, като тези с евроатлантическа позиция разчитаха на укрепването на имиджа си и чрез подкрепата на своите европейски и западни партньори (ГЕРБ – СДС, част от европейската най-голяма партия ЕНП, новата коалиция ПП – ДБ, ДПС – част от европейската партия „Обнови Европа“).

Лидерът на ГЕРБ Бойко Борисов заяви, че „България няма друг избор освен да застане от правилната страна на историята“.⁸

Още по време на управлението си „Продължаваме промяната“ обяви, че партията застава зад Киев и е готова да предостави военна помощ.

България е изнесла индиректно за Украйна оръжия за около 5 млрд. лева, като това е станало само за 164 дни. Износът е станал с подкрепата на американското и английското правителство. Това каза на 23 януари пред Би Ти Ви съпредседателят на „Продължаваме промяната“ Кирил Петков. Изказването му идва след разкритие на немския вестник *Die Welt*⁹, в което се твърди, че страната ни е изпращала военна помощ въпреки уверенията на управляващите през тези месеци, че това не се случва.

„Директен износ за Украйна е нямало. Нашите партньори от Полша и Румъния, от Щатите и Англия са купували оръжието на българската индустрия, след което част от това оръжие е отивало в украинската армия“, уточни Кирил Петков, но новината предизвика бурни дебати и критика от страна на доскорощния коалиционен партньор в кабинета „Петков“ – „БСП за България“. Лидерът на партията Корнелия Нинова в това правителство е министър на икономиката, през чието ведомство минава износът на оръжия. Докато е на поста, Нинова е категорична, че износ на оръжие за Украйна не се осъществява. Позицията на партията е категорична:

– България не е изнесла нито един патрон за Украйна; който твърди обратното, да покаже поне един документ;

– само БСП от коалиционните партньори в правителството отказа да пътува в делегацията до Украйна;

– само ние от коалиционните партньори заявихме категорично на външния министър на Украйна, когато беше на посещение в българския парламент, че няма да предоставяме оръжие и че сме суверенна държава и никой не може да ни нарежда.

Нинова твърди още, че това е опит да бъде дискредитирана коалиция „БСП за България“ преди предстоящите предсрочни избори.¹⁰

„Възраждане“ – партията в българския парламент с категорична позиция „срещу предоставяне на военна помощ за Украйна и запазване на неутралитет“, продължи линията, която заяви още в началото, а председателят ѝ Костадин Костадинов коментира, че „страната ни има своя немалък принос за жертвите в Украйна“. Политическата група е критикувана от мнозина, че застава на страната на Руската федерация по отношение на конфликта в Украйна – нещо, което лидерът ѝ никога не е заявявал в прав текст. Но тази позиция печели подкрепата на русофилите в България, а с това осигурява и прогресивно нарастващия брой избиратели за последните пет поред предсрочни избори.

Предизборната реторика на ДПС обикновено е насочена към тесния и константен електорат на партията, която разчита до голяма степен на етнически

вот. В настоящата ситуация на международни сътресения обаче политическата група, председателствана от Мустафа Карадайъ, солидарна с европейската партия „Обнови Европа“, от която е част, обяви пълна подкрепа за Украйна и за предоставянето на военна помощ. Лидерът на партията посочи, че „войната е най-голямото зло за човечеството и България трябва да има единна позиция и редовно правителство, което да я отстоява“.

Най-малката партия, станала част от 49-ия парламент – „Има такъв народ“, още в началото на руската инвазия в Украйна също обяви категорична позиция. Лидерът на ИТН Слави Трифонов заяви, че подкрепя военна помощ за Украйна.¹¹

Проучване на „Сова Харис“ в периода 18 – 24 март 2023 г. сред хиляда български граждани по метода face-to-face в дома на респондента, максимална грешка за 50% относителен дял при 95% гаранционна вероятност – 3,1%, анализира нагласата на избирателите по отношение на важните теми на деня.¹² В изследването се посочва, че темата, която вълнува най-много обществото, е инфлацията. На второ място са високите цени и спекулата. На трето – политическата криза в страната, последвана от проблема с корупцията. Войната в Украйна се превръща във фон в предизборната реторика, посочват авторите на доклада.

По отношение на износа на оръжие за Киев анкетираните изказват категорична позиция: едва 17,8% са „за“, 65,8% са „против“. Авторите на изследването посочват, че политиката на държавния глава Румен Радев се доближава най-много до нагласите на анкетираните. Превес от 43% получава умерената позиция, че България трябва да спазва санкциите срещу Русия като надежден партньор, но и да се стреми да запази отношенията си като с близък съсед в региона.

Темата за войната в Украйна беше естествено имплицирана в предизборния дискурс за 49-ото обикновено събрание. Политическата употреба от страна на част от партиите беше свързана с твърдения, предизвикваща тревога в обществото. Част от тях бяха свързани с предоставянето на военна помощ за Киев и пряката намеса на България в конфликта, изпращането на български военнослужещи на фронта, националната сигурност, бедността, дори с опасността от ядрен взрив. В своята реторика част от тези страхове използваха представителите на „БСП за България“, „Възраждане“ и до голяма степен членовете на служебния кабинет. Историческата обвързаност на българския народ с Русия, а след това със СССР, предполагава склонността на голяма част от обществото да приема изразените тези и се превръща в мотив за подкрепа на изборите.

Още преди официалния старт на кампанията за петите поред парламентарни избори в България (2022 – 2023 година) въпросът за изпращане на български военнослужещи на фронта в Украйна беше поставен от партия „Възраж-

дане“ и коалиция „БСП за България“. След като на 15 февруари служебният кабинет официално подписа документ за предоставяне на военнотехническа помощ за Украйна, на 16 февруари от политическата група, председателствана от Корнелия Нинова, представиха своя позиция, в която се посочва, че с това решение „се разрешава участието на военнослужещи от въоръжените сили на Република България в Мисията на ЕС за военно подпомагане на Украйна“.¹³

Заместник-председателят на партия „Възраждане“ Цончо Ганев също публикува коментар в социалната мрежа Facebook, в която предупреди за подобна опасност.

„Днес правителството на Радев е взело решение за изпращане на наши военни, опирайки се именно на това решение“, написа Ганев¹⁴, като прилага линк към решението за оказване на военна и военнотехническа подкрепа на Украйна, прието в края на 2022 година от народните представители в 48-ото народно събрание.¹⁵

При внимателен прочит на решението е видно обаче, че никъде в текста не става дума за изпращане на български войници в Украйна (приложение 1).

Свободата на словото в България в контекста на войната в Украйна

България е на 71-во място сред 180 страни в 21-вата годишна класация за свободата на медиите, съставена от организацията „Репортери без граници“, сочи докладът за 2023 година¹⁶. В публикувания през 2022 г. индекс страната ни е била на 91-во място. Въпреки скока с 20 пункта обаче оценката на организацията за медийната среда у нас все още не е никак позитивна.

В политически аспект „заплахите от страна на политици, както и административният и съдебният натиск срещу издатели и журналисти са обичайна практика. След близо 12 години непрекъснато управление на премиера Бойко Борисов, през които свободата на медиите бе в упадък, а някои медии бяха използвани за упражняване на политическо влияние, през 2021 г. България преживя серия от предсрочни избори“, отбелязват от „Репортери без граници“.

Петите поред предсрочни парламентарни избори у нас в рамките на две години бяха белязани от очертаване на разделителни, но и обединяващи линии, които обясняват продължаващата парламентарна криза, но и предпоставят възможен изход от патовата ситуация.

За съжаление, войната в Украйна, започнала с обявяването на т.нар. специализирана военна операция от страна на президента на Руската федерация Владимир Путин, не приключи в кратките срокове, които бяха предречени в първите месеци на инвазията. Понастоящем очакванията са по-скоро за продължаващ конфликт, който няма да бъде прекратен в близките месеци. На фона на задълбочаващата се парламентарна криза у нас и нестабилното икономическо състояние на страната, приоритетите пред управляващите претърпяха промени.

В първите месеци на руската инвазия в Украйна въпросът, който вълнуваше България и българските политици, беше коя страна от конфликта ще заемат. Впоследствие темите, които влязоха в дневния ред на обществото като последици от конфликта, бяха помощта за украинските бежанци, предоставянето на военна помощ за Украйна, енергийната диверсификация, инфлацията, зърнената криза. Тези въпроси до голяма степен белязаха предизборната надпревара за 49-ия парламент и предопределиха крайния резултат.

Изкачването с 20 пункта в класацията на „Репортери без граници“ не е успокояващо, защото проблемите в медийната среда в България са изключително големи. Продължава да се осъществява натиск върху медиите, но той не е само политически, а икономически, корпоративен. За съжаление, говорим за журналисти, преследвани по съдебен път. Такава позиция изрази в предаването „Часът на избора“ по телевизия „Евроком“ с водещ автора на доклада председателят на Съюза на българските журналисти Снежана Тодорова. По тази причина СБЖ се включва в кампанията на Международната федерация на журналистите срещу т.нар. дела-шамари, насочени срещу журналистите и възможността свободно да изразяват своята позиция. Свидетели сме на срамни ситуации в журналистиката и това отблъсква аудиторията от българските телевизии и я насочва към други информационни канали, счита Тодорова.

Според доц. Георги Лозанов – преподавател по журналистика и бивш председател на СЕМ, класацията е реалистична, доколкото 71-вото място е незавидно. Изкачването с 20 пункта в класацията за медийна свобода според доц. Лозанов е ситуационно и се определя от липсата на редовно правителство през последните две години. Той отбелязва, че властта в момента не е ясна и ако медиите искат да тръгнат след победителите, те не могат да разберат кои са. По тази причина дори на медии, които биха имали конюнктурно поведение и с нагласа да създават комфорт на управляващите, се налага да бъдат плуралистични. Най-добрият критерий за свобода на словото е дали медиите осигуряват въпросния комфорт на властта, твърди бившият председател на СЕМ, който е категоричен, че „дълбоко задължение на медиите е да поставят властта в тежка ситуация на дискомфорт. Разговорът не може да бъде за нещо друго освен разискване на проблемите. Но стана обратното – вместо медиите да изпълняват критическа функция спрямо политиците, политиците изпълняват критическа функция срещу медиите, което е далеч от демократичното“.

Големият проблем по отношение на манипулацията минава през социалните мрежи. Ако медиите са създали проблем, то той се изразява в това, че отстъпиха пред социалните мрежи. Но те не са медия, защото в тях няма редакционна отговорност. Те са „информационни битаци“, в което можеш да намериш всичко – вярно и невярно. Там работят фабрики от тролове, които започват да убеждават обществото много активно да се откаже от евроатлантическата си ориентация. Основният проблем е обработката на общественото

съзнание. Това доведе и до резултата партии от типа на „Възраждане“, евроскептични партии, да вървят нагоре. Има много важна битка – между реалната журналистика и тези платформи за постистина, които социалните мрежи предлагат.

Във връзка със спада на доверие към традиционните медии, Снежана Тодорова изказа своето съгласие, че социалните мрежи не са проява на журналистика. Законът на журналистиката е „Истината, истината и само истината“. Но много сайтове на наши медии по нищо не се различават по начина, по който се отразяват фактите, което е много неправилно. Журналистиката е отговорна професия. Журналистът съзнава, че влияе на обществото. Това доведе до големия отлив от т.нар. медии, счита председателят на СБЖ.

Доц. Георги Лозанов обяснява кризата в българската журналистика с разпада на бизнес модела на традиционните медии, познати през последния век, който стъпва върху това да се създава съдържание, което да се търси от аудиторията, тя да го плаща и това да дава възможност за изпълнение на професионалните задължения.

„Голяма част от това съдържание в момента се предоставя безплатно. Традиционните медии и качествената журналистика се оказаха много скъп продукт, а на пазара през това време вървят „ментета“, които са безплатни. Не се е появил все още бизнес моделът, който ще съхрани качествената журналистика. И за да може тя да съществува, в медиите започнаха да се наливат капитали от другаде. А тези капитали винаги имат идеология. Понеже не може да става дума за финансова печалба, започва да се прокарва през пазара на влиянието и оттам капиталите започват да влияят през медиите на обществените нагласи. И тук се появяват корупционните практики, които са източник на влияние, посочва медийният експерт. Това е омагьосан кръг, в който изходът е професионализъмът и моралът на всеки отделен журналист, твърди доц. Лозанов.

Председателят на СБЖ Снежана Тодорова посочва, че моралът и професионализъмът са нещо задължително за всеки, който се е отдал на професията „журналист“. Но етичните норми се спазват от етични хора. „Не може да се твърди, че всички, които работят в медиите, са такива“, коментира Тодорова. СБЖ още от 2016 година е изработил законодателни предложения за защита на журналистите и свободата на медиите. Предлагани са на всички правителства досега, но до този момент не им е обърнато внимание. Независима журналистика може и трябва да съществува, но за това трябва да има законодателна рамка. Трябва да се знае кой финансира медиите. Не корпорация, а поименно – кои са хората, които финансират медиите. Много е важно европейските структури да чуят мнението на журналистите от различните страни, включително от България, когато се създава общ европейски закон, счита председателят на Съюза на българските журналисти.

По отношение на въведените в началото на войната в Украйна (24 февруари 2022 година) санкции, свързани с ограничаването на руски медийни канали на територията на ЕС, двамата медийни експерти са категорични, че те не допринасят за решаване на конфликта.

Доц. Георги Лозанов счита, че тези ограничения се използват още повече, за да се прави още по-мощна пропаганда в полза на режима в Кремъл.

„Едно е да правят пропаганда жертвите, за да се мотивират и защитят от агресора, друго е агресорът да оправдава собствената си агресия чрез пропаганда. Симетрията между Русия и Украйна е невъзможна. Тя е неморална. Вместо това, продължават да се чуват гласове на руска пропаганда и в българската среда. А вина носят медиите“, категоричен е доц. Лозанов. Като друга тревожна тенденция той отбелязва факта, че медиите са престанали да отразяват войната. Бившият председател на СЕМ счита, че ако военният конфликт бъде поставян като първа новина в новинарските емисии, това би оказало влияние върху изхода от войната.

На различно мнение е Снежана Тодорова, която посочва, че трябва да има достъп до всички медии, а ограничаването им не би довело до повече свобода и професионализъм.

Спирането на руските телевизии доведе до това, че хора, които преди това не са ги гледали, сега всички чрез интернет ги гледат и слушат. Това не е изходът. Това е неуважение към българския зрител и читател, твърди председателят на СБЖ.

Тя посочва още, че истинската журналистика няма общо с пропагандата. Фактите трябва да са точни, верни и проверени, а това е трудно да се осъществи, когато информацията е едностранчива, което по думите ѝ се случва в момента. Във военни конфликти и от двете страни информацията, която излъчват, не е изцяло достоверна, затова трябва да се проверява, категорична е Снежана Тодорова.

Предизборна кампания между агитацията и пропагандата

Предизборна агитация

Правилата за провеждане на предизборна кампания избори в България са дефинирани в нарочен нормативен документ, наречен Изборен кодекс. Той определя организацията и реда за произвеждане на избори за народни представители, президент и вицепрезидент на републиката, членове на Европейския парламент от Република България, общински съветници, кметове на общини и кметства, както и условията за избиране на членове на Европейския парламент от Република България, общински съветници, кметове на общини и кметства.¹⁷

Основните принципи, заложили в документа, са, че изборите се произвеждат въз основа на всеобщо, равно и пряко избирателно право с тайно гласуване. Всеки избирател има право на един глас.

Право да избират народни представители, президент и вицепрезидент на републиката, имат българските граждани, които са навършили 18 години към изборния ден включително, не са поставени под запрещение и не изтърпяват наказание лишаване от свобода. В разпределението на мандатите на национално ниво участват партиите и коалициите от партии, получили не по-малко от 4 на сто от действителните гласове в страната и извън страната, както и независимите кандидати, получили действителни гласове не по-малко от районната избирателна квота.

Предизборната кампания официално се провежда 30 дни преди датата на вота. През този период кандидатите за народни представители имат възможност да отправят своите послания, лозунги, заявки за управление посредством политическа агитация, формулирана в Изборния кодекс.

Според определението гражданите, партиите, коалициите от партии, инициативните комитети, кандидатите и застъпниците имат свобода на изразяване и агитация в устна и писмена форма на предизборни събрания, както и чрез доставчиците на медийни услуги. Агитацията е позволена само на български език, предизборните събрания са публични и се организират съгласно Закона за събранията, митингите и манифестациите. По време на предизборната кампания кандидатите, партиите, коалициите от партии 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. Не е разрешена предизборна агитация 24 часа преди изборния ден и в изборния ден. Денят преди вота се счита за ден за размисъл.

Според българското законодателство контролът, свързан със законното провеждане на предизборна агитация в медиите, се осъществява от СЕМ. Той включва мониторинг на традиционните и електронните медии (телевизия, радио, печат, сайтове). Контрол върху социалните мрежи не се осъществява, което носи допълнително заплахата за зловредно влияние.

Хибридна война

Конфликтът в Украйна се води на много фронтове, а медийната среда е един от тях. Хибридната война носи разрушителни поражения, които водят до опасна ерозия на медийната свобода, гражданското общество и демокрацията, включително в България. Обикновено този тип заплахата е съобразена със спецификата на конкретната държава и нейната уязвимост, а факторите за това са различни – геополитически, исторически, икономически и други. Целта ѝ е да поляризира обществото, да дезинформира и да пропагандира чужди интереси, които обаче пряко влияят върху вътрешнополитическия живот на страната. Според авторите на статията, публикувана на официалната страница на НАТО, озаглавена „Хибридна война – нови заплахы, комплексност и „доверие“ като противоотрова“¹⁸, един от основните негативни резултати е подко-

паването на доверието, както и на способността на политическите лидери да вземат решения.

Хибридната война е пропаганда плюс корупция, твърди бившият председател на СЕМ доц. Георги Лозанов.

Понятията за международна сигурност и конфликти не са нови за човечеството. С навлизането на новите технологии и социалните мрежи обаче се променя начинът на действие. Войните се водят по нови, иновативни и коренно различни методи. С навлизането на съвременната хибридна война те все по-малко се отнасят до смъртоносна или кинетична сила и все повече до форми на влияние върху обществените нагласи, а пропагандата се превръща в основно оръжие.

Концепцията за хибридна война придоби значителна популярност и значимост през последните години, тъй като държавите използват неинституционални участници и информационни технологии, за да подчиняват своите противници по време или при липса на пряк въоръжен конфликт.

Хибридната война остава оспорвана концепция и няма общоприето определение за нея. Основната критика е, че е универсална фраза или модерна дума и не внася нищо ясно ново в политическите дебати. Независимо от това концепцията предоставя опит за определяне на съвременните и бъдещите предизвикателства пред сигурността и отбраната.

В официалната интернет страница на Международната организация на Северноатлантическия договор (НАТО) е посочено, че „хибридната война включва взаимодействие или сливане на конвенционални, както и неконвенционални инструменти за власт и инструменти за подривна дейност. Тези инструменти се смесват по синхронизиран начин, за да се използват уязвимостите на антагониста и да се постигнат синергични ефекти“.

Хибридната война носи дивиденди и е много по-лесно приложима, по-евтина е и по-малко рискова от физическия конфликт. Финансирането и разпространението на фалшиви новини и дезинформация, употребявайки неинституционални механизми, е много по-лесно осъществимо в сравнение посредством военна техника и нанасяне на удари на територията на друга страна. Въпреки че разходите са значително по-малки, щетите, които се нанасят, са реални и оставят трайни следи.

Противодействието на хибридната атака се осъществява трудно поради неясните методи, с които борави тази война. Липсата на прозрачност е създадена умишлено с множество анонимни хибридни участници, за да усложни откриването на първоизточника на информацията. По този начин е трудно да бъде открит и поръчителят (в лицето на държава или организация), който я е спонсориал и осъществил. Този механизъм на действие затруднява разработването на целева политика и изготвянето на стратегия за борба с хибридните атаки.

Ключът за справяне с този вид война е медийно-информационната грамотност, критичното осмисляне на информацията, проверката на фактите, а медиите носят основна отговорност за противодействие на този вид зловердно влияние.

Пропаганда

По време на военен конфликт пропагандата е най-силното оръжие в ръцете на властта. Тя е свързана с разпространение на дезинформация и фалшиви новини, а целта ѝ е да насърчава поляризирането в обществото, екстремизъм, език на омразата, като в крайна сметка, подкопава демокрацията. Според информация, публикувана на официалната интернет страница на Съвета на Европа¹⁹:

- две трети от гражданите на ЕС съобщават, че попадат на фалшиви новини поне веднъж седмично;
- над 80% от гражданите на ЕС казват, че виждат фалшивите новини като проблем както за тяхната страна, така и за демокрацията, като цяло;
- половината от гражданите на ЕС на възраст 15 – 30 години казват, че се нуждаят от критично мислене и информационни умения, които да им помогнат в борбата с фалшивите новини и екстремизма в обществото.

В речника на „Кеймбридж“ тя е дефинирана като „информация, идеи, мнения или изображения, често даващи само една част от аргумента, които се излъчват, публикуват или по някакъв друг начин се разпространяват с намерението да повлияят на мнението на хората“.²⁰

Оригиналната дефиниция за пропаганда (от латински *propagare* – разпространявам) е разпространението и внушаването на възгледи, идеи, мнения с цел положително или отрицателно настройване на обществото. Терминът „пропаганда“ се появява през XVIII век и се тълкува като пропаганда на вярата, за което Ватикана създава специална пропагандна конгрегация, чиито задачи включват разпространение и контрол на чуждестранни мисии. Определението на Харолд Ласуел за пропаганда представлява синтез на пропагандни техники от военно време. Въз основа на анализа на пропагандните материали и символите, използвани в тях по време на Първата световна война, той определя пропагандата като „масово убеждение“, което не може да бъде квалифицирано с терминологията на етиката и в този смисъл не може да бъде „лоша или хубава“ (Peycheva 2013, p. 57).

Американският писател, журналист и един от основните теоретици на пропагандата Уолтър Липман предлага метод за използване на стереотипи. В книгата си „Обществено мнение“ Липман задава въпроса: „Но какво е пропагандата, ако не усилието да се промени картината, на която хората реагират, да се замени един социален модел с друг?“. И коментира: „(пропагандата) ... Това са група хора, които могат да попречат до независимия достъп до събитията, подреждайки новините за него според целта си. Те използват силата си,

за да накарат съюзническата публика да вижда делата им така, както желаят да бъдат видени“ (Lippmann 1922, p. 28).

В своя труд „Пропаганда“ считаният за баща на пиара американски социолог Едуард Бернайс (1891 – 1195) се ръководи от данните, получени от теоретичите на пропагандата, но цитира като пример онези практики на нейното използване, които пряко доказват нейната ефективност. Всъщност той подкрепя метода за стереотипизиране на общественото мнение, предложен от Уолтър Липман, с изключение на факта, че той не само го описва, но и казва какво точно трябва да се направи с това обществено мнение. Терминът „нова пропаганда“ (Bernays 1928, p. 8) е въведен от Бернайс, за да се направи разлика между негативна военна пропаганда и пропаганда по мирно време. Такава мирната пропаганда се фокусира върху повсеместността, последователността на действията и достатъчната продължителност на излагане, за да се разбере идеята и да се свикне с нея, което, от своя страна, се различава от краткосрочните действия на рекламата.

Според дефиницията на „Британика“²¹, пропагандата е разпространение на информация – факти, аргументи, слухове, полуистини или лъжи – за влияние върху общественото мнение.

Пропагандата е, повече или по-малко, систематично усилие за манипулиране на вярванията, нагласите или действията на други хора чрез символи (думи, жестове, знамена, паметници, музика, облекло, отличителни знаци, прически, рисунки върху монети и пощенски марки и т.н.) . Преднамереността и сравнително силният акцент върху манипулацията отличават пропагандата от случайния разговор или свободния и лесен обмен на идеи. Пропагандистите имат определена цел или набор от цели. За да постигнат това, те умишлено подбират факти, аргументи и показване на символи и ги представят по начини, които смятат, че ще имат най-голям ефект. За да увеличат максимално ефекта, те могат да пропуснат или изопачат уместни факти или просто да излъжат и могат да се опитат да отклонят вниманието на хората, които се опитват да убедят, от всичко, но не и от собствената си пропаганда.

Съвременните пропагандисти, използващи поведенческа теория, са склонни да анализират проблема си по отношение на 10 въпроса:

1. Какви са целите на пропагандата? (Какви промени трябва да бъдат направени? У кого? И кога?)
2. Какви са настоящите и очакваните условия в световната социална система?
3. Какви са настоящите и очакваните условия във всяка от подсистемите на световната социална система (като международни региони, нации, по-малки територии, групи по интереси)?
4. Кой трябва да разпространява пропагандата – пропагандистите или техните агенти?

5. Какви символи трябва да се използват?
6. Каква медия трябва да се използва?
7. Към кои хора трябва да е насочена пропагандата?
8. Как могат да бъдат измерени ефектите от пропагандата?
9. С какви контрамерки опонентите могат да неутрализират или потиснат пропагандата?
10. Как могат да се измерват и да се третират такива контрамерки?

5. Заключение

Политическата криза в България в периода 2022 – 2023 г. беше сериозно задълбочена след началото на войната в Украйна на 26 февруари миналата година. Геополитическото положение на страната ни, както и икономическите и историческите фактори поставиха политическата класа у нас пред сериозно изпитание – да заяви своята позиция по отношение на конфликта, да очертае политиката за вземане на решения, които невинаги са достатъчно популярни сред избирателите. След кризата, предизвикана от пандемията от коронавирус, войната отново нанесе сътресения във вътрешнополитически аспект и очерта сериозни „дебели, червени линии“ между потенциалните политически партньори, необходими за съставяне на стабилно управление.

Ако преди конфликта основната линия на разделение беше поставена между т.нар. „партии на статуквото“ и „партии на промяната“ (след почти 12-годишното управление на ГЕРБ в лицето на лидера на партията Бойко Борисов), още първите месеци от войната в Украйна показаха стратегическото място на България на международната сцена и необходимостта от ясно, декларативно решение – коя част от света припознаваме : евроатлантическия свят или сме по-обвързани с постсъветското пространство и отношенията ни с Руската федерация. Този въпрос привидно изглежда решен предвид политическата ориентация на България през последните десетилетия и членството ѝ в ЕС и НАТО. Конфликтът в Украйна обаче се превърна в лакмус, разкриващ дълбокото недоверие на голяма част от обществото в европейските институции и политиката на Запада.

В тази политическа среда бяха естествено оформени две линии на поведение, които, от своя страна, създадоха възможност за нов диалог: от една страна – евроатлантическите партии и коалиции ГЕРБ – СДС, ПП – ДБ, ДПС и ИТН, а от друга – „Възраждане“ и „БСП за България“. От вторите по-ясно, шумно и категорично позицията си изразяват представителите на партията, председателствана от Костадин Костадинов. Тази отчетливо антиевропейска реторика носи на „Възраждане“ все повече политически дивиденди, които се наблюдават през последните няколко парламентарни избора. Не може обаче да се изведе заключението, че те кореспондират на толкова голям процент от българското общество. Всъщност те са белег и резултат от липсата на стабилност. Популизмът сработва там, където липсва сигурност, има разочарование

от политическата класа, където липсват ясни послания и където има нужда от повече открит диалог, търсене на общи пресечни линии, които да заявят ясно позицията на България и да очертаят пътя ѝ напред.

Благодарности. Благодаря на научния си ръководител проф. д.н. Ивайло Христов, на участниците в дискусията в предаването „Часът на избора“ Снежана Тодорова – председател на СБЖ, и доц. Георги Лозанов – преподавател по журналистика в СУ „Св. Климент Охридски“ и бивш председател на СЕМ, както и на журналистите в редакция „Новини“ в телевизия „Евроком“.

Приложение 1

Решение за оказване на военна и военнотехническа подкрепа на Украйна

1. Република България предоставя на Украйна военно имущество съгласно приложение № 1 (поверително) въз основа на споразумение, което да бъде ратифицирано от Народното събрание.

2. Република България предоставя военно имущество в рамките на Мисията на Европейския съюз за подпомагане на Украйна (European Union Military Assistance Mission in Ukraine – EUMAM UA) съгласно приложение № 2 (поверително).

3. Разрешава участие на военнослужещи от въоръжените сили на Република България в Мисията на Европейския съюз за подпомагане на Украйна (European Union Military Assistance Mission in Ukraine – EUMAM UA) с оръжие и техника за срока на мисията, както следва:

а) един щабен офицер за усилване на Звеното за планиране и провеждане на военни мисии и операции на Европейския съюз в Кралство Белгия;

б) до 5 военнослужещи (офицери/сержанти) в Многонационалното командване на Европейския съюз за общовойсково обучение в Полша и/или в Многонационалното командване за специализирана подготовка във Федерална република Германия;

в) до 50 военнослужещи за обучение за използването на предоставено в рамките на Мисията на Европейския съюз за подпомагане на Украйна (European Union Military Assistance Mission in Ukraine – EUMAM UA) въоръжение и техника, на територията на държави членки на Европейския съюз/или в Република България.

4. Разрешава пребиваването на до 60 лица от въоръжените сили на Украйна, за всяка календарна година, за участие в модули за подготовка на бойни санитари на територията на Република България във връзка с провеждане на Мисията на Европейския съюз за подпомагане на Украйна (European Union Military Assistance Mission in Ukraine – EUMAM UA).

БЕЛЕЖКИ

1. Румен Радев: Войнолюбците в НС взеха решение за военна помощ за Украйна
https://www.youtube.com/watch?v=9D6hgZZ8HRs&ab_channel=%D0%92%D0%9E%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%92%D0%98%D0%97%D0%98%D0%9E%D0%9D%D0%95%D0%9D%D0%9A%D0%90%D0%9D%D0%90%D0%9B
2. Eurobarometer: 57% of Bulgarians oppose EU financing purchase and supply of military equipment to Ukraine, <https://sofiaglobe.com/2023/02/23/eurobarometer-57-of-bulgarians-oppose-eu-financing-purchase-and-supply-of-military-equipment-to-ukraine/>
3. Часът на Избора – За Свободата на Словото, https://www.youtube.com/watch?v=r10Gfr9VxNk&t=2137s&ab_channel=%D0%A7%D0%B0%D1%81%D1%8A%D1%82%D0%BD%D0%B0%D0%B8%D0%B7%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B0
4. „Работещи, образовани, предимно жени: кой гласува рекордно с „Не подкрепям никого“, в. „Дневник“, 4 април 2023 година, https://www.dnevnik.bg/izbori-2023/2023/04/04/4468671_raboteshti_obrazovani_predimno_jeni_koi_glasuva/
5. Обобщени данни от избор на народни представители, ЦИК, <https://results.cik.bg/ns2023/rezultati/index.html>
6. Н.Пр. Елеонора Митрофанова при @Martin_Karbowski : Ние няма да загинем, 20.04.2023г., https://www.youtube.com/watch?v=4zjelSJ0XOE&ab_channel=%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8
7. Изявление на говорителя на МВНР, 24.04.2023г., <https://mfa.bg/bg/news/37176>
8. България няма друг избор, освен да застане на правилната страна на историята, написа Бойко Борисов по повод една година война в Украйна; <https://www.bta.bg/bg/news/bulgaria/413073>
9. Das Land, das heimlich die Ukraine rettete, <https://www.welt.de/politik/ausland/plus243262783/Bulgarien-Das-Land-das-heimlich-die-Ukraine-rettete.html>
10. Корнелия Нинова: Подкрепили износа на оръжие се обединиха да обвиняват БСП, <https://duma.bg/korneliya-ninova-podkrepile-iznosa-na-orazhie-se-obediniha-da-obvinyavat-bsp-n269746>
11. <https://www.facebook.com/STTrifonov/posts/521007709390795>
12. Електорални нагласи в България, Март 2023, <https://sovaharris.com/category/%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b5%d0%ba%d1%82%d0%b8/%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b5%d0%ba%d1%82%d0%b8-2023/>

13. Позиция на Изпълнителното бюро на БСП, https://bsp.bg/news/view/23883-bsp__prezidentyt__da_izchaka_reshenieto_na_konstitutsionniya_syd_predi_da_izprashta_voenni_v_misiyata_na_es_za_ukrayna.html
14. <https://www.facebook.com/tsoncho.ganev/posts/657899646335954>
15. Решение за оказване на военна и военнотехническа подкрепа на Украйна, <https://www.parliament.bg/bg/desision/ID/164522?fbclid=IwAR3QcESu7Q5BCp6zY9sXMfEvmZ7pqTmE-8GmfNRX8kBWrlZtBKwUU9ssrI4>
16. 2023 World Press Freedom Index – journalism threatened by fake content industry, <https://rsf.org/en/2023-world-press-freedom-index-journalism-threatened-fake-content-industry>
17. Изборен кодекс, <https://lex.bg/en/laws/ldoc/2135715515>
18. Hybrid Warfare – New Threats, Complexity, and ‘Trust’ as the Antidote, <https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/11/30/hybrid-warfare-new-threats-complexity-and-trust-as-the-antidote/index.html>
19. Dealing with propaganda, misinformation and fake news, <https://www.coe.int/en/web/campaign-free-to-speak-safe-to-learn/dealing-with-propaganda-misinformation-and-fake-news>
20. Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>
21. The components of propaganda, <https://www.britannica.com/topic/propaganda/The-components-of-propaganda>

ЛИТЕРАТУРА

- BERNAYS, E., 1928. *Propaganda*. New York: Boni & Liveright. Available on: <http://www.bahaistudies.net/asma/propaganda.pdf>
- LIPPMANN, W., 1922. *Public Opinion*. San Diego: Harcourt, Brace & Co. Available on: <https://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/2429/2487430/pdfs/lippmann.pdf>
- ПЕЙЧЕВА, Д., 2013. *Масмедийно въздействие*. Благоевград: ЮЗУ „Неофит Рилски“.

REFERENCES

- BERNAYS, E., 1928. *Propaganda*. New York: Boni & Liveright. Available on: <http://www.bahaistudies.net/asma/propaganda.pdf>
- LIPPMANN, W., 1922. *Public Opinion*. San Diego: Harcourt, Brace & Co. Available on: <https://wps.pearsoncustom.com/wps/media/objects/2429/2487430/pdfs/lippmann.pdf>
- PEYCHEVA, D., 2013. *Masmediyno vazdeystvie*. Blagoevgrad: SWU „Neofit Rilski“. [in Bulgarian].

THE WAR IN UKRAINE IN THE PERSPECTIVE OF THE ELECTION CAMPAIGN FOR THE 49TH ORDINARY NATIONAL ASSEMBLY

Abstract. The crisis in political speech in our country (2022 – 2023) was strongly influenced by the military conflict in Ukraine that officially began on February 26, 2022. The war, which has shaken politics at the international level, has exposed the thick red lines between political entities in Bulgaria, deepening the parliamentary crisis that has reached a state of collapse in the past year and a half. And the media – intentionally or not, became a witness and accomplice to what was happening.

The relevance of the chosen topic is dictated by the need to analyze the political speech regarding the military conflict in Ukraine during the election campaign for the fifth consecutive early parliamentary elections in Bulgaria (April 2, 2023). In the analysis, the author refers to the messages from the political formations and the position they take on the war, as well as their media coverage. The positions of media experts are presented. Sociological surveys were also examined, which show the attitude of the voters on the question.

The goals of the development are to make an attempt to analyze the behavior of the main political subjects in our country regarding the war in Ukraine, the position they take, as well as the messages they send to the voters; to examine the results of each party's strategy and how far it was able to influence the election result; to offer a prediction about the future development of the parties (possible and impossible partners) in the perspective of their political speech related to the military conflict.

The pre-election campaign for the 49th Ordinary National Assembly was marked by the theme of the war in Ukraine and made it necessary for political subjects to clearly define their position on the conflict both to the voters and to their competitors, but also to future potential partners in the attempt to form a cabinet. In the current uncertain domestic political and international situation, the Bulgarian voter demonstrates the need for clearly stated and categorical positions in which to recognize his convictions.

Keywords: election campaign; parliamentary crisis; early elections; hybrid war; conflict; propaganda; fake news; disinformation

✉ **Boryana Raycheva-Danailova**
University of National and World Economy
Sofia, Bulgaria
E-mail: boriana.raycheva@unwe.bg