

2017, No 1–2, 9–21

ГАЛЯ СИМЕОНОВА-КОНАХ

Университет „Адам Мицкевич“ – Познан

✉ galia_s@poczta.onet.pl

МАРКАТА/БРАНДЪТ НА СТРАНАТА И БЪЛГАРИСТИКАТА В ЧУЖБИНА

Анотация:

*Статията има концептуален характер. Избрани проблеми и тенденции от последните десетилетия от XX и началото на XXI век в развитието на българистиката и славистиката са анализирани във философски, културологичен и социологичен дискурс. Изводите са направени въз основа на развитието на българистиката в чужбина (главно полска) и работата на институциите (държавната политика) за моделирането и популяризирането на културния бранд и позиция на собствената им страна чрез националните филологии. В съвременността промоцията на културите и езиците на малките народи, в голяма степен остават извън руслото на процесите и моделите на глобалната и масовата култура. Тези модели в крайна сметка са също идеологизирани и манипулирани от „силните“ държави, що се отнася до определен вид обществени и културни представи, познание за света, както и от старите идеологии на логоцентризма. Контрапункт в този процес са възможностите, които дава идеята за европейското културно многообразие – националните култури да запазят своята специфика т. е. да съумеят да бъдат едновременно световни и локални. Специално внимание в статията е отделено на политическите конструкти *Mitteleuropa* и *Екзотичния Друг*, които функционират по отношение на Централна Европа и Балканския полуостров и значението им за съответните национални филологии. В статията е направен опит да се изследват и дефинират някои от факторите, които влияят върху изборите на младите хора при определянето на специалност от славянските филологии. Фокусът е поставен върху проблемите на българистиката в чужбина, а в по-широк контекст – въобще на славистиката, от гледна точка на културната и историческата памет, и теориите за изграждане на бранда на страната.*

Ключови думи:

културен бранд, българистика, славистика, памет, държавна политика

Чуждестранната българистика извън университетската филологическа дисциплина и научните изследвания може да бъде съотнесена към два големи корпуса от въпроси – единият е разположен в моделите на съвременния брандинг, другият е свързан с културната и историческата памет на Европа и мястото на България в нея. Брандът на страната предполага водене на културна политика, насочена към подкрепа на българистичната дейност зад граница – една от най-силните форми за популяризиране на езика, литературата и културата на България, които

в крайна сметка способстват за изграждането на нейно лоби в чужбина. В културологичен дискурс в дъното на бранда стоят между другото и образите на културната и историческата памет, възможностите да се конструират няколко разпознаваеми и положителни символа на страната, определящи мястото ѝ в европейското състезание за добрата марка на държавата. В това изследване избрани проблемни полета са анализирани в културологичен, социологичен, както и в научен българистичен и славистичен аспект, въз основа на мои наблюдения върху чуждестранната българистика (главно полска) и работата на някои чужди институции за моделирането и популяризирането на културния бранд и позиция на собствената им страна чрез националните филологии.

След политическите трансформации в Източна Европа през четридесетте години на XX в. две немски славистки, Херта Шмид и Катрин Бервангер, обърнаха внимание на гротесковия паралел и зависимост между разширяването на ЕС и редуцията на славистиката в Германия в своя „Меморандум за актуалното състояние на славистиката в Германия“ (Хелбиг-Мишевски 2006: 6). Полската българистика съществува институционално от почти седем десетилетия и в по-широк аспект може да бъде разбрана като едно направление на интерес към България, българската култура и литература, датиращ в съвременната епоха поне от 120 години. Сферата на взаимните връзки, личностното и общественото сътрудничество, особено през двата периода – „софийския“ (малко преди и след установяване на българо-полските дипломатически отношения през 1920 г.) и „краковския“ – са сравнително добре изследвани и описани¹.

Редица проблеми са общи за славянските филологии. Анализирайки известната книга на Джей Уинтер „Места на паметта, места на траур: Световната война в европейската културна история“ (Уинтер 1998), канадската филоложка от полски произход Ева Томпсън отбелязва внимание, че в тази книга Полша и Централна Европа са изключени от общоевропейската история: „Подминаването на полския народ в това изследване трябва да се умножи и по хиляди други подобни публикации“ (Томпсън 2008: 3). Същото твърдение може да се отнесе и към историята и културата на българите или на другите по-малки народи, които са игнорирани по един напълно логоцентричен принцип

¹ Славянският институт (Studium Słowiańskie) в Ягелонския университет (Краков) е създаден през 1925 г. От по-новите публикации за българо-полското научно сътрудничество и за дейността на видните български учени (филолози българисти), свързани с Ягелонския университет в междувоенния период, вж. Българи 2002. Присъствието на българите в Ягелонския университет датира още от Средновековието, в университетските хроники са запазени сведения за двама българи с германизирани имена, Леонард и Волфганг от Бургас, които са се записали за летния семестър в Краковската академия през 1515/1516 г. (вж. Русек 2002: 7; на български език вж. Константинова 2003: 61–67).

в съвременния научен живот на големите държави. Техните научни среди фактически упражняват контрол върху това, какво се помни или трябва да се помни, т.е. върху историческата и културната памет, върху подбора на фактите и интерпретациите, влизаци в енциклопедиите и учебниците.

В България се смята, че „все още в Полша има българистика“ в сравнение с много други страни, където тази дисциплина е загубила позициите си. Може би това е така на фона на общата картина, но Полша също не е изключена от наблюдаваните тенденции и се чувства напорът на редица фактори – между другото новите атрактивни дисциплини, предлагащи по-големи възможности за реализация и заплащане, и последствията от „пост-пост-постмодерната епоха“ по класическия вече израз на Ихаб Хасан. Действително българистиката в различни форми на обучение и като преподавана дисциплина е застъпена в седем полски университети (Краков, Варшава, Познан, Лодз, Люблин, Сосновец, Торун), в класическия си вид българската филология съществува в три университетски центъра – в Краков, Познан и Лодз. Във Варшавския университет славянските филологии са преобразувани в културологични блокове, в които се преподават определени теми от българската литература, култура и история, има и отделен курс по езика; в Люблинския университет „Мария Кюри-Склодовска“ българистиката съществува в рамките на дисциплината балканистика. Отделно в някои университети и висши училища се изучава български език (Гданск и Биелско-Бяла).

В последните две десетилетия според мен развитието на чуждестранната българистика е свързано и с проблема за атрактивността на страната, заложен в изграждането на нейната национална марка. В съвременния брандинг, както при търговските марки, част от блясъка на мястото/страната се пренася върху човека, който прави своя избор. Марковата репутация на страната има голямо значение, както за нейната обществена, културна, икономическа и политическа перспектива, така и за предпочитанията на чужденеца каква дисциплина да изучава или къде да отиде на екскурзия. Теоретиците на маркетинга наричат това „ефект на страната на произхода“². В действителност рекламираните ценности и качества имат само символично значение и реално се вменят по-скоро в категорията на вярата, отколкото на логиката, ефектът на „страната на произхода“ е само един от аспектите на много

² Някои държави (например Италия) с изключителна леснина придават на експортните си продукти, както и на своя стил на живот допълнителна атрактивност, сякаш за това не се изисква никакво усилие. Немската техника и инженерство, френският шик, италианският стил, шведският дизайн, британската класа, швейцарската прецизност, японската миниатюризация – тези маркови ценности се пренасят върху всички „продукти“, включително и в интелектуалната сфера, идващи от тези страни, и имат за тях голямо значение (вж. Анхолт, Хилдрет 2005: 10).

по-сложното явление, каквото е брандингът. Повечето страни непрекъснато изпращат комуникати за себе си в света чрез т. нар. шестоъгълник на каналите за комуникиране и техният образ се създава в повечето случаи като смес от това, което е запланувано, и случайното в държавната политика. Подобна акумулация на сигналите и действията трае десетилетия и повечето правителства добре разбират тези проблеми и се стараят да имат контрол върху „марката на страната“³ (Анхолт, Хилдрет 2005: 6–9). Добрата марка винаги е класа сама по себе си, която влияе на много избори на отделния човек. Тя се създава чрез културната политика и медиите, тъй като е известно, че експертите гледат своите анализи главно върху публикациите в пресата и електронните медии или на базата на техни вътрешни изследвания. При всички случаи трябва да бъде определен предметът на една премислена пропагандна стратегия, да се символизират добри и атрактивни образи, както и положителни примери от историята, културата и всекидневието на страната, нямачи много общо с негативизма и неолибералния глобален модел. Проблемът за „марката на страната“ може частично да послужи за отговор на въпроса, защо повече студенти в Познанския университет избират например хърватистиката от южнославянските филологии. На този въпрос те отговарят, че тази страна им харесва като туристическа дестинация, тя е организирана, подредена, има добра реклама, самите студенти могат да пътуват по различни университетски програми и стажове, които Хърватия предлага извън общодостъпния европейски „Еразъм“ за студентска и преподавателска мобилност.

За съвременния брандинг е важен и феноменът памет, символизацията на историята на дадена страна в няколко културни „продукта“,

³ Тя включва: туристическата промоция на страната, експортните продукти, политическите решения на правителството заедно с медиите, които създават положителните образи за държавата, комуникациите – начина, по който се привличат чуждите инвеститори, таланти и специалисти, културната политика и дейност на страната, културното наследство, самите нейни жители – публичните лица, спортните звезди и целия народ като такъв, гостоприемството и др. под. (срв. Анхолт, Хилдрет 2005: 6–9). През годините няколко страни дълго са работили върху своята марка и са се справили добре: Ирландия, Испания, Нова Зеландия, Шотландия – те са подобрили своя имидж за сравнително кратко време. И други страни работят над този проблем – Австралия, Русия, Индия, Чехия, Полша, Хърватия, Словения, Великобритания и др. Полша например се опитва да подобри своята марка, да покаже, че има младо образовано поколение и добра икономика, да излезе от черния пиар за полския антисемитизъм. Една от основните черти на политиката на тези страни е инвестирането в културата. Много се прави и за поддържането на добрата репутация на държавите чрез медиите, рядко се тиражира това, което би навредило на техния образ. Съществуват т. нар. мегамарки – Германия, Италия, Швейцария, Франция, Япония, чийто имидж е силен и положителен. В последно време Турция също искаше да промени своя бранд, особено сред балканските държави – със средствата на културата (кино) и историята, като се осъществява една офанзива на неосманизма за подмяна на историческия модел на балканската история.

които играят голяма роля за това, как ще ни запомнят и дали изобщо другите имат някаква представа за нас. Днес има огромен интерес към паметта като историческа категория и инструмент за управление, към мястото ѝ в човешката цивилизация. Във вече класическите изследвания по тези проблеми Пиер Нора отбелязва, че *lieux de memoire* (местата на паметта) са един от основните елементи на обществения и политическия живот (Нора 2009). Според Джей Уинтер „проблемът за паметта“ е станал най-важният дискурс в американските университети, той е популярен, защото светът е възприеман като разчленен, децентрализиран, невъзможен за определяне, случаен. Категорията „памет“ е основно понятие в историята на културата и мястото на всяка държава и народ зависи и от степента на историческото съзнание и активността на самите тях. Обществената памет изобщо е свързана с културната политика, с обособяването на символите на една страна и опосредствено влияе чрез културните образи върху съответните филологии в чужбина, в случая българската.

През първата половина на ХХ в. е създадена „марката“ на Третото българско царство, предвоенна България, заключена в няколко образа – изобилна и красива страна на „розата и тютюна“, развитие, трудолюбие, порядъчност, образовани поколения, силна армия, хубавия здравословен български начин на живот – южен средиземноморски, но по-органичен, по-близък до човека. В социалистическа България също се популяризираха няколко положителни концепта за страната като туристическа дестинация, „земя на древни цивилизации“, бяха положени усилия за развитието и популяризирането на старобългаристиката. Някои от тези образи са трайни и допринасят за добрия имидж на страната до днес.

Постмодерните френски и немски модели на паметта съзнателно излизат от всякакви форми на логоцентризма и представят една радикална промяна на епистемологическите виждания, като наблюдаваме и огромен натиск върху феномена памет, какво да се помни от и за една страна. На практика „борбата“ с логоцентризма и с националните мега исторически наративи се води според съвсем избирателни принципи, и в крайна сметка „деконструкциите“ на паметта се извършват релативно, служат на неясни интереси, защото някои култури не се „релативизират“, а други „трябва“ да променят или да изоставят някои свои исторически становища, културни образи и символи – подобни действия фактически водят към десинхронизация на процеса. Проблемът за множеството гледни точки върху историята също поражда методологически съмнения, доколкото те, така или иначе национални, общностни, понякога лобистки, презентират равенство на различните виждания, а не се опитват пак да прокарат своята собствена метаперспектива. Факт, който в началото на статията отбелязах чрез цитираното изследване на Ева Томпсън. Всички тези размисли се вписват в тео-

риите за националните държави и паметта, разработени от изследователите от немската школа, между които Ото Брунер, Ернст-Волфганг Бьокенфьорд, Фолкер Бергхан и др. Съмнително е обаче дали може да се водят дискусии за паметта, без да се вземе под внимание онтологичното измерение на битието (Хайдегер) – изворът за неговото морално възприемане. Символите и текстовете на културата играят ключова роля в обществата, винаги се сблъскваме с реконструкцията на историята, приспособена към целите на настоящето, а не с миналото въобще, смятано за един цялостен феномен, органична метафора на правдивия разказ за това, което действително е станало. „Правилният“ образ на националната памет винаги е привилегия, заложена в историята и културата на големите държави („силното съзнание“), които имат ясна културна и историческа политика и другите трябва да се подчиняват на подобни конструктори (Саид 2003: 48–56).

В контекста на някои теми, разисквани в изложението за „по-малките“ култури, като че ли остават преди всичко „екзотичните полета“ в историята, науката и културата. Ако погледнем културологично на българистичните изследвания в чужбина (и на полските в частност), особено през последните десетилетия, може да се стигне до заключението, че през цялото време в дъното им стои именно „Екзотичният Друг“ (Симеонова-Конах 2004: 247–259). Последиците от това са едно завоалирано „колониално“ отношение във възприемането на българската култура (от Новото време) и въобще към южнославянските филологии, като без съмнение то повтаря западния модел на рецепция. Въобще това е една осезателна съвременна тенденция, която обаче не е характерна за старата славянска филология. По други причини и с други цели днес в Полша се наблюдава подобна „екзотизация на еврейското наследство“ като форма на подминаване, издаваща компенсаторни функции или изместване на проблема за антисемитизма.

Видимият израз на „Екзотичния Друг“ за Запада от миналото – това са музеите със славянски божества и идеите на етнографизма. Трансгресиите на този стар код почти винаги са поставени и в определен политически дискурс. За есенциализираните представи и виждания за другите и себе си е писал още Едуард Саид: да виждаме себе си като постоянно и положително променящи се, подобряващи представите си за света и собственото си минало в един постоянен процес на себеконструиране спрямо другите, към които се виждаме като толерантни. Затова пък възприемаме тези „други“ като неподвижни, застинали в неправилните и стари грешни представи, те са критикувани, деконструирани, поправяни. От това отношение произтича задачата на „силното съзнание“ или на съответните народи да теоретизират Другите, които за тях по дефиниция са неспособни да се самотеоретизират. Югоизточната част на Европа, Балканите, след завладяването от османските турци е обект на подобно отношение на „подобрения“,

поучения и дефиниране. Но всъщност един по-задълбочен анализ може би ще покаже и липсата на умения да се възприеме по-различна цивилизация, но притежаваща същите ценности, която е развила собствен културен модел. Реално погледнато, въпреки лозунгите за културно разнообразие, пак откриваме монументалната същност на стария, вече старателно укрит и отдавна установен логоцентричен метанаратив за света. За пример, особено след 1989 г., може да послужи преместващата се граница на „Източна Европа“ (в редица случаи определението носи пейоративен заряд). Оказва се, че тя е подвижна, зависи от кой европейски регион наблюдаваме „Изока“. Западът възприема поляците като „Изток“, славяни, въпреки че те самите се дефинират като „западни хора“ със западна култура, съвсем различни от другите славянски народи. За немците обаче поляците продължават да бъдат извор на най-различни страхове и фантазми за дивото, азиатското. Резултатите от едно изследване на немското обществено мнение показват, че повечето берлинчани не свързват Полша с високата култура (Рогулски 2005: 38). От своя страна, „западните“ по свое мнение поляци виждат българите именно чрез екзотичния код на южнославянското, незападното, стихийното, емоционалното. Има и положителни примери в представения контекст: през 60-те години на XX в. редица големи полски поети есенциализираха българската различност и я стилизираха именно чрез санкцията на високата култура, запленили от красотата на страната и нейната древна история. Имам предвид творчеството на Анна Каменска, Тадеуш Ружевиц, Ян Шпевак и други поети (Симеонова-Конах 2014: 142–152).

В най-обща перспектива наблюдаваме и някои добри тенденции – посредством културологията поне се прави опит да се погледне на отделните култури и литератури, в това число и балканските, като на „културни индивидуалности“, а не да се смятат за монолитни генетически блокове.

Повдигнатите в статията въпроси присъстват в избора на научната дисциплина при славистичното следване. За полските студенти, естествено, чешката филология е разположена традиционно в централноевропейската парадигма, по-близка им е исторически. Тя е в много по-благоприятно положение от южнославянските, тъй като е вписана в митологизиращата идея, пропагандирана в миналото от Милан Кундера, а сега вече и „бренд“, обособяващ Централна Европа. Както е известно, той използва старата немска идея за *Mitteleuropa*, към която малко по-късно, през 80-те години на XX в., се присъединиха и полски антикомунисти, с политическата цел – да се разбие монолитният образ на тогавашния соцблок, обособявайки по този начин неговата „по-добра“ и „европейска“ част, разбира се, с практическата насоченост – привличане вниманието и помощта на Запада. Създаването на този политически бренд преди повече от четвърт век показва как той

функционира до днес в сферата не само на политиката (Вишеградската група държави), но и културно, осъществявайки трансмисия на положителни сигнали и представи в обществото, които в крайна сметка влияят и върху изборите на младите хора и върху образователната ниша, каквато е славистиката.

За българистиката в чужбина допълнителна трудност представлява дисциплината, която в Полша се нарича „македонистика“, съществуваща понякога като малка отделна специалност или под някаква друга форма на преподаване на „езика, историята и културата“ на БЮРМ. В дидактическият процес се създава голям културологичен проблем, произтичащ от завладяването на традиционно българската литературна и културна територия, както и фрагменти от националната историческа памет⁴. За чужденците е трудно да се ориентират в сложните и преплетени исторически събития, личности и взаимоотношения, това изисква допълнителни усилия, те обикновено нямат задълбочени познания върху българската култура или история и често студентите са недоволни от допълнителното „усложняване“ на преподавания материал. Към всичко това трябва да се добави и пропаганда на БЮРМ за промяна на културната и историческата памет, за налагане на своята гледна точка, изградена лесно и запомнящо се върху елементарния конструкт, че Гърция им е „откраднала Античността“, а България – „Средновековието“. Пък и „старата“ гледна точка всъщност вече не интересува редица чуждестранни българисти от по-младото поколение, появил се е нов Екзотичен Друг, който чака да бъде „опитомен“, и като „нова дисциплина“ дава възможност да се направи по-бърза и лека научна кариера. Така или иначе при привличането на студенти това е сериозна конкуренция за българистиката и българистите и в тази ситуация е много важна държавната подкрепа, както и личностите на преподавателите и лектора.

Липсата на силен бранд, на добра рекламна политика, а в научната област слабата реална поддръжка за чуждестранната българистика, фрагментаризирането на научните изследвания, лишаването им от исторически контекст, както и редица други фактори, усложняват ситуацията на българистичната наука зад граница. Към това трябва да се добави, както споменах, въпросът с подкрепата от страна на българската държава и институции, свързана с финансиране, внимание, инвестиране в конкретни учени, които изповядват българската гледна точка, в такива проекти, в преводи на книги, подпомагащи българския бранд.

⁴ В България съществува и малко ироничен дискурс към „македонските прочити“ на общата история и култура, но проблемът в чужбина при българистиката е сериозен, тъй като се препокриват някои научни полета в следването. Проблем е и общата „дефанзива“ по отношение на българската кауза. От своя страна БЮРМ финансира проекти, стажове за студенти и млади научни работници, книгообменът е добър, има специална програма за „визуализирането на историята“.

Подобни действия са силно необходими поради изключителния релативизъм на съвременната епоха, не можем да очакваме, че някой идеалистично ще подпомага чуждестранната българистика или ще иска да покаже и изследва „истината“ – тя днес също е относителна, тъй като в голяма степен самата наука е институционализирана чрез програми и грантове, признавани единствено по определени теми, факт, който контролира „отгоре“ и възможностите за научна кариера при „малките специалности“.

Идеите на брандинга са осезаеми в цялостната програма на полската културна политика. Нейният дори бегъл анализ показва как Министерството на външните работи на тази страна, културните ѝ институти поддържат само определени проекти, важни за страната, инвестира се в определени творци, учени, преводачи на издания, които отговарят на полския национален интерес и културна визия. Не се подкрепят проекти, водещи към деконструкция на полската история и култура, както и неолибералния модел и научни изследвания, цялостната културна политика е насочена към запазване на националната идентичност. Целите и приоритетите на полската културна дипломация и поддръжката за тяхната национална филология – полонистиката – са изложени в документа „Външната културна политика и нейните приоритети“. Те са обобщени в две основни категории: външни и вътрешни, за чието реализиране се използват идеите, както споменах, на съвременния брандинг. Подобни цели има и създаденият преди 20 години Институт „Адам Мицкевич“, който изгражда интегрирана система за държавна информация в чужбина и координира сътрудничеството между полските институции в областта на културната дипломация и изграждането на положителен образ на страната в чужбина. В България през 2008 г. е създаден Дипломатическият културен институт при Министерството на външните работи, в чиито статут също са заложени принципите на културната дипломация и промоция на страната и нейната култура. Както е известно, с въпросите на чуждестранната българистика се занимава Съветът по българистика при БАН. Важно място в държавната културна и научна политика на България трябва да заема поддръжката и развитието на българистиката в чужбина.

Българистичното следване, а главно научната дейност зад граница, могат да бъдат структурирани в пет основни области: конкретни и по-специфични изследвания върху литературата и културата; рецепцията на българската литература в чужбина, преди всичко в критически и историческо-литературен план; сравнителни изследвания и взаимоотношения в културен, езиков и литературен контекст; въпросите на транслаториката и превода на конкретни произведения. След 1989 г. се засилва интересът към културологичните проблеми, свързани с идентичността, джендер литературата, женското писане, мултикултурността (главно ромския етнос в България), деконструкцията

на „премълчавани“ аспекти в литературата и културата, проблемите на трансгресиите, съгласно развитието на литературната наука, характерно за развитието ѝ в Западна Европа. Наблюдаваме отказ от чисто литературната проблематика, а преди всичко се работи по посока на обособяване и съсредоточаване върху даден специфичен въпрос или литературен артефакт. В новите епистемологически прочити филологията е силно разчленена по изследователски области и търсене на неизследвани ниши, характерно е обособяването на малки научни полета за работа, синтетичните изследвания и монографии в областта на българистиката в Полша за последните трийсет години са много малко (вж. Шват-Гълъбова 1991; 2005, Симеонова-Конах 1999, 2001, 2007, 2011, Юда 2002, 2003, Минчев 2003; 2011).

При обсъждането на конкретните проблеми на славистиката, в това число и на българистиката, трябва да се подчертаят различните мнения за нейното развитие. Някои виждат шанс в изработването на модел, отдалечаващ се от интегративната славистика, по-близък до една межкултурна ориентация⁵. Не може, разбира се, това да означава отказ от чисто литературните или езикови изследвания, от компаративистичните елементи в тях, без да се отива към старата непродуктивна „влияниелогия“. Във всички опити за промяна би трябвало да се прилага много знание, вкус и внимание, за да не са загуби уникалността на българската литература и култура, да бъдат запазени двата филологически стълба – езиковедски и литературоведски, а около тях могат да се развиват различни направления на културологично или транскултурно обучение. В момента проблем със студентите българисти в Полша почти няма единствено в тези университети (Краков, Лодз), където е запазена българистиката в класическите си форми. При всички случаи, малко или повече, дидактиката и изследователската дейност ще се разминават и в бъдеще, но би трябвало да се вземат предвид цивилизационните промени, ориентирани към контакти, конфронтации, диалог, смесване на културите, това, което Гадамер нарече сливане на хоризонтите.

Чуждата филология може, благодарение на своята външна перспектива, да изпълнява, разбира се, със съответната доза чувствителност и при условие, че няма чувство на културно превъзходство, функциите на естествен коректив на съответната национална филология. Бягството от славистиката, от националните филологии поради намаления интерес, трудности с реализацията на младите хора, третирането на славистичното следване като туристическа специалност или езиков курс,

⁵ Това, че досегашната концепция за развитието на славистиката, респ. българистика, има нужда от реформи, показва големият брой напускащи и прекъсващи студенти и изобщо слабият интерес. За да остане атрактивна, славистиката ще трябва да се самоопредели отново и да премине към по-енергични популяризаторски действия. Необходима е и държавна подкрепа, поне в славянските страни, към тази хуманитарна специалност.

се изразява в откриване на нови специалности „около“ южнославянските филологии. Такъв е случаят със специалността „балканистика“, към която се преориентират слависти и българисти и която в Полша включва елементи от културологията, културната антропология, етнологията и изучаването на славянски езици. Проблемът с нея произтича както от липсата на кадри, така и от спецификата на региона и преподаваните предмети, доколкото те дават реално познание за него или всъщност мултиплицират някакви чужди културни представи и дискурси за Балканите (в случая полски)⁶.

Научните изследвания и преподаването трябва да покажат на студентите контекстуалността, включително и историческа, на литературните явления, да се търсят заедно взаимните интерференции или разнородности, прочитите в нови, променящи се контексти могат да бъдат изключително разнообразни времево и пространствено. Има много примери от българската културна и литературна история, когато българската литература, култура и наука са водили диалог с другите – балкански, средиземноморски, европейски – и в този диалог са запазили своята тъждественост, а същевременно са се отваряли към различни теми, стилове и концепции. И това е един ценен урок за научно и културно взаимодействие.

Разпространението на знания и познания за страната – като език, литература, история, култура – е една от най-благогатните и ефективни форми за промоция, която е абсолютно необходима, като се имат предвид интеграционните процеси в Европа и света. Другата полза за България е създаването на естествено лоби на страната зад граница от млади хора, които в бъдеще ще заменят в динамично темпо стария елит. Това лоби ще работи години наред на различни държавни равнища и структури за културното и икономическо сближение със съответната страна. Днес културите и езиците на малките народи, промоцията им, изпитват последиците от процесите и формите на глобалната и масовата култура, чиито модели в крайна сметка са също толкова идеологизирани и манипулирани, що се отнася до определен вид обществени, културни представи, познание за света, колкото и старите идеологеми на логоцентризма. Европейският контрапункт в този процес, много важен за нас, е очакването националните култури да запазят своята специфика, т.е. да съумеят да бъдат едновременно световни и локални. Подобна тенденция е залегнала във философската канава на следмодерността и се заключава в нейния особен културализъм, който върви ръка за ръка с проповядваното ново идеалистическо отношение към локалните култури.

⁶ Поне първоначалният анализ показва, че от разширяването на южнославянските филологии към специалността „балканистика“, каквото и да означава това понятие в Полша, губят българската и сръбската филология (като допълнителни езици започват да се преподават по-неизвестните досега: македонски, румънски, турски).

Връщайки се към изходната теза за двете тенденции, чиито влияния стигат до различни сфери на нашия живот и дейност, ще обобщя, че ние като култура от малка държава изпитваме силата на глобализацията и интеграционните процеси, свързани без съмнение с опасността от загубване на някакъв дял от формите на националната култура и традициите, на историческата памет, но едновременно действа и импулсът за развитие чрез европейското културно разнообразие. В сблъсъка, зацепването на тези две цивилизационни насоки на съвременния свят ще трябва да конституираме и уточним представите си за бъдещото на българистиката.

Литература

- Анхолт, Хилдрет 2005: Anholt, S., Hildreth, J. *Brand Amerika. Tajemnica megamarki*. Warszawa, „Irida Sp. z o.o.”, 2005, 236 s.
- Константинова 2003: Константинова, Е. Полската българистика днес. // *Българистика/Bulgarica*, 2003, № 7, София, с. 61–67.
- Минчев 2002: Minczew, G. (Ed.). *Ziemscy aniołowie, niebiańscy ludzie. Anachoreci w bułgarskiej literaturze i kulturze*. Białystok, „Orthodox”, 2002.
- Минчев 2003: Minczew, G. *Święta księga – ikona – obrzęd. Teksty kanoniczne a ich funkcjonowanie w sztuce sakralnej i folklorze Słowian na Balkanach*. Łódź, UE, 2003.
- Минчев 2011: Минчев, Г. *Слово и обред. Тълкуванията на литургията в контекста на други културно близки текстове на славянското Средновековие*. София, ПАМ Пъблишинг, 2011.
- Нора 2009: Norra, P. Między pamięcią i historią. Lieux de memoire, M. Mościcki (Transl.) // *Tytuł roboczy: archiwum*, 2009, No 2, s. 4–14.
- Русек 2002: Rusek, J. Polsko-bułgarskie stosunki naukowe w okresie międzywojennym. W: Rusek, J., Stępnia-Minczewska, W. (Red.). *Bułgarzy na Uniwersytecie Jagiellońskim w okresie międzywojennym*. Kraków, „Prace IFS Uniwersytetu Jagiellońskiego”, No 21, 2002, 181 s.
- Русек, Стенпняк-Минчева 2002: Rusek, J., Stępnia-Minczewska, W. (Red.). *Bułgarzy na Uniwersytecie Jagiellońskim w okresie międzywojennym*. Kraków, Prace IFS Uniwersytetu Jagiellońskiego, No 21, 2002.
- Рогулски 2005: Rogulski, P. Über die „Polonistik” in Deutschland. In: Rytel-Kuc, D., Schwarz, D., Trepte, H.-Ch. (Eds.). *Polonistik im deutschsprachigen Bereich. Aufgaben und Perspektiven ihrer Entwicklung*. Hildesheim, Georg Olms Verlag, 2005, 384 s.
- Саид 1999: Саид, Е. *Ориентализмът*. София, „Кралица Маб“, 1999, 441 с.
- Симеонова-Конах 1991: Симеонова-Конах, Г. *Поетът и лилията. Християнски идеи в творчеството на Николай Лилиев*. София, „Аб“, 1999 (полско издание 2001 г.).
- Симеонова-Конах 2004: Simeonova-Konach, G. Idea słowiańska a Egzotyczny Inny. W: Mikołajczak, A.W., Szulc, W., Zieliński, B. (Red.). *Idee wspólnotowe Słowiańszczyzny*. Poznań, Wydawnictwo Naukowe UAM, 2004, s. 247–259.
- Симеонова-Конах 2007: Simeonova-Konach, G. (Red.). *Człowiek o wielu imionach. Antologia prozy bułgarskiej przełomu XX i XXI wieku*. Warszawa, Varsovia-Serdica, 2007.

- Симеонова-Конах 2011: Симеонова-Конах, Г. *Постмодернизмът. Българският случай. Наблюдения върху българската художествената проза (XX–XXI век)*. София, „Изток–Запад“, 2011.
- Симеонова-Конах 2014: Симеонова-Конах, Г. Български и Великотърновски следи в историческата, литературна и културна памет на поляците. В: Бонджолов, Хр., Буров, Ст., Григорова, М. и др. (Ред.). *Юбилейна международна конференция „50 години Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“ 1963–2013, Секция Филологически факултет*. Велико Търново, УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 2014, с. 142–152.
- Томпсън 2008: Thompson, E. *Postmodernizm, pamięć, logocentryzm. (Nie)obecność. Rominienia i przemilczenia w narracjach XX wieku*. Warszawa, „Elipsa“, 2008, 532 s.
- Уинтер 1998: Winter, J. *Sites of Memory, Sites of Mourning: The Great War in European Cultural History*. Cambridge Mass, Cambridge University Press, 1998, 320 pp.
- Хелбиг-Мишевски 2006: Helbig-Mischewski, B. *Bierut z Berlina albo sny o metamorfozach. Historia, kryzys i perspektywy polonistyki niemieckiej*. W: *Postmosty. Polacy i Niemcy w nowej Europie. Tom poświęcony pamięci Henryka Bereski*. Kraków, „Universitas“, 2006, 435 s.
- Шват-Гълъбова 1991: Szwat-Gylybowa, G. *W kręgu bułgarskiej groteski. O twórczości Jordana Radiczkowa*. Warszawa, SOW, 1991.
- Юда 2003: Юда, Ц. *Под знака на Народна република България. Българската култура в капана на идеологията*. София, „Колибри“, 2003.