

## РЕЦЕНЗИЯ

за дисертацията на Петър Кънев на тема:

**„Ценности и митове в пресата (януари – март 2011 година)  
(Съпоставително изследване на десет качествени ежедневника от  
пет страни: "Дневник", "Стандарт", "Индипендънт", "Дейли  
телеграф", "Известия", "Независимая газета", "Ню Йорк таймс",  
"Уолстрийт джърнъл", "Заман", Хюриет")”**

за присъждане на образователна и научна степен „доктор”, професионално  
направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки  
(Журналистика – Журналистическа етика)

Научен ръководител: доц. д-р Весела Табакова
--

Автор на рецензията: доц. д-р Мария Стефанова Нейкова, СУ, ФЖМК,  
съгласно заповед РД 38-104 / 17.02.2016 г.

Всяко изследване, което навлиза в дълбочина във функционирането на медиите, което добавя нови фундаментални общи характеристики в процеса на конструирането на медиатирания свят, внася своя ценна добавена стойност в общите изследователски усилия.

**АКТУАЛНОСТ НА ТЕМАТА.** Актуалността на темата може да бъде открита в зададените от автора параметри, но също така може да бъде аргументирано предхождащото и продължаващото ѝ значение, което се интензифицира, а не заглъхва. Емпиричното изследване например обхваща първите три месеца на 2011 г., но това времево ограничение не бележи границите на темата, която като че ли от този момент, от тази година нататък дори става още по-актуална.

Заглавието на дисертацията рамкира същностните за работата категории: ценности; митове; качествен вестник.

СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ. Дисертацията – в обем от 234 страници – се състои от увод, четири глави, заключение и библиография. Към нея има и две приложения, които са от съществено значение за разбирането на работата.

В увода се прави фино разграничение между ценности и митове, като митовите са определени като „референтно пособие, енциклопедия на ценностите на дадено общество“. Обръща се специално внимание на социално психологическия подход и неговите възможности за определяне на патологичните, респективно на здравите тенденции в ценностните комплекси на медиите, за по-информираното им изследване през призмата на медийната и общата етика. (с.4)

Целта на дисертацията е очертаването на ценностните комплекси и действаща митология във всекидневници, смятани за част от качествения печат в пет различни страни, като една от петте е България. Обектът са ценностните съждения в материалите, публикувани на страниците за мнения – редакционни статии, материали от вътрешни и гостуващи автори (с.5).

Освен че целта е много добре формулирана (с.6-9), ясно е определен обектът на изследването, изчерпателно е аргументиран и избраният период. Задачите и методологията също са ясно разписани. Целта на изследването е то „да очертае в широки граници главните митологични конструкции, доминиращи дискурса в качествената преса на ключови световни страни и България“.

Основната хипотеза на труда е, „че съществуват различни ценностни призми, през които отразяването на едни и същи събития се пречупва до разкази (митове), съществено различни един от друг, в зависимост от ценностната ориентация на разглежданото издание“ (8).

В увода са направени необходимите разяснения за събитийния контекст на избрания период на изследване, тъй като този контекст има

съществено значение за изясняването на процеси и развития, които подължават да са актуални и днес, а също така повлиява върху формирането на медийните ценности и митове. Открити са две събития, които стават обект на допълнителен анализ след това: началото на т.нар. Арабска пролет и катастрофата в японската АЕЦ „Фукушима“.

Задачите на изследването са да разработи оперативни дефиниции на понятията ценности и мит, да уточни преобладаващите ценности в разглежданите издания в определения период, да класифицира съжденията по категории и да опише изгражданите чрез акценти или табути характерни митологични разкази.

На тази основа се разгръща първа глава, в която ценностите и митовите са изяснени въз основа на проучването на значителен обем теоретични разработки в сферата на международната журналистика, културологията, социологията, социалната психология; предложена е и ценностна класификация.

В тази глава могат да бъдат открити редица важни наблюдения и споменавания. В изчерпателния преглед на изследванията и изследователските възгледи върху ценностите, на с.22 през разсъжденията на Патрик Фаро, е въведена невъзможността за споразумяване върху едно общо схващане за дълга и доброто. На с.33 намираме важния за конкретното изследване маркер за ценностите и изгражданите от тях митове с препратка към Макс Вебер и протестантската трудова етика. Ограничавам се с тези два примера.

Също така достатъчно изчерпателно са представени изследванията върху митовите.

Втора глава свързва митовите и ценностите с тяхното медийно битие; задълбочава се във възможностите за идентифициране на ценностите в медийните текстове.

Трета глава е посветена на методологията на изследването. Методологията включва картографиране на ценностите в десетте избрани медии; дискурсивен анализ; и класифициране на идентифицираните ценностни съждения в различни категории. Като резултат се оформят седем основни категории – рационални (базови), граждански, проактивни, консервативни, трансцендентни, хуманни и диалогични ценности.

В тази глава също така е изпълнена важна част от задачите на дисертацията – формулирани са работните дефиниции на ценности и мит. За целите на изследването понятието ценност се определя като явно или синтетично съждение с положителна или отрицателна насоченост, по отношение на феномените и процесите, обсъждани в статии с мнения. Така формулираното определение предполага същността на ценностите като цели или резултати, желателни и препоръчителни (респективно нежелани) в рамките на социалните действия и взаимодействия в разглежданите статии. Под мит се приема да се разбира разказ за желаната сложна реалност, композирана от ценностите, схващани като цели или желани резултати, манифестирани или внушавани в разглежданите журналистически материали.

В четвърта глава са представени резултатите от изследването на ценностите и митовете в десетте издания. Изследването е задълбочено, адекватно и изчерпателно. Представянето на самите издания е много добро, пълноценно и дава възможност резултатите да бъдат разбрани в естествения им медиен контекст.

Особено интересни са идентифицираните родства между медиите, групиранията им през географски граници и континенти, както и констатираните разминавания между очаквания и действителните резултати от изследването.

Дисертацията съдържа множество таблици – повече от 50, които дават възможност за бързо проследяване на хода на изследователската

работа, както и за лесно нагледно съпоставяне на установените в отделните медии ценностни съждения.

Заключението на дисертацията е изчерпателно, като обединява елементи от дискусията и конкретните изводи от изследването. В него е намерило място разкритото от изследването положение, че „светът има нужда от разум, прагматизъм, рационалност, може би законност и едва след това от всичко друго“ (с.206). Гражданските ценности в наблюдаваните медии се оформят около дихотомията демокрация – корупция.

## НАУЧНИ ТЕЗИ И ПРИНОСИ

В изследването са обхванати важни нови трудове. Работата е цялостна, последователна, логична и ясна. Емпиричното изследване обхваща много голям масив от текстове – 4625, в които са идентифицирани 27 767 положителни и отрицателни ценностни съждения.

Научните приноси са адекватни спрямо разработката, като самият автор ги представя доста умерено. Като приемам посочените приноси, бих искала да се спра по-специално на първия и петия. Разработената методология действително дава възможност за фино разшифроване на печатните авторски текстове. Тя надгражда много полезното картографиране на различни медийни аспекти с възможност за дълбоко проникване в посланията на текстовете. Освен това тя дава възможност за опровергаването на стереотипни възприемания на медиите. Само един пример: Когато пише за мита за глобализацията и нейната революционна положителност и победоносност, авторът посочва, че това до голяма степен е в основата на „консистентното изключение“ „Уолстрийт джърнъл“. „Стереотипното възприятие (и стигматизиране) на изданието като консервативно не съвпада с демонстрираната ценностна ориентация. [...] Забележителна е привързаността на изданието към действени,

динамични ценности, най-общо за промяна и успех, против стабилността и колебанието.“ (с.162).

Именно разработената методология на идентифициране и категоризиране на ценностите в медийните текстове дава възможност да се прави съдържателна и ценностна снимка на международния медиен дебат във всеки момент – не само в исторически.

Основната научна хипотеза на дисертацията – за съществени отлики в ценностните комплекси на различните представители на световния печат – е потвърдена.

## БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

С възможността да се прави съдържателна и ценностна снимка на международния медиен дебат във всеки момент – не само в исторически, е свързана бележката ми, че вероятно си струва усилието същата снимка да бъде направена и в т.нар. „спокоен период“, когато няма доминиращо събитие, което да „изкривява“ медийната картината. По-скоро това е предложение за развитие, което би дало възможност да се оцени колко голямо е влиянието на „историческите моменти“ и има ли такова влияние върху ценностните избори на медиите.

В същата посока – към последващо доразвиване на работата – насочва това, което самият Петър Кънев установява. Той пише в заключението по повод ниските нива на присъствие на категориите на трансцендентните, хуманните и диалогичните ценности, които обединява в понятието микросоциални ценности, че те сериозно избледняват в коментарите около драматичните събития в Близкия изток, и това е тревожен сигнал, налагащ по-сериозно изследване (с.209). То би могло да се съсредоточи върху възможната връзка между ценностите и психологическите особености на този, който ги изповядва.

Библиографията се състои от 141 заглавия, но щеше да спечели от яснотата, ако беше вътрешно структурирана.

## ОЦЕНКА

Въз основа на изложеното в рецензията препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ на Петър Димитров Кънев, докторант в катедра „История и теория на журналистиката“ на Факултета по журналистика и масова информация на Софийския университет „Св.Климент Охридски“, професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Журналистическа етика).

София, 18 април 2016 г.

РЕЦЕНЗЕНТ: доц. д-р Мария Нейкова  
ФЖМК, СУ „Св. Климент Охридски“