

## РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационния труд на **ЗИНА СТОЯНОВА СОКОЛОВА** на тема „Стереотипи на отрицание в съвременната българска преса” за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научна специалност 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Вътрешна политика и медии)

**Научен ръководител: доц. д-р Луливера Кръстева**

**Член на научното жури: доц. д-р Мария Попова**

**Основание** за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд, съгласно Заповед № РД38-6 от 05.01.2018г. на Ректора на Софийски университет „Св.Климент Охридски“ проф. дфн Анастас Герджиков.

### 1. Актуалност на темата

Сред основните предимства на медиите винаги е определяна възможността за точно, коректно и актуално информиране на обществото. Масовизирането на информацията, драстичното умножаване на медийните канали (особено в интернет) постепенно изместват акцента от качествената по своя характер информация към количествената като обем информация, от обективното информиране към средствата за привличане и задържане вниманието на аудиторията на всяка цена. В крайна сметка се стига до възприемане на медиите не само като среда за информация и комуникация, но и като поле за забавление и изграждане на престиж. В рамките на това състояние доминирането на негативните новини, на комерсиалната информация, допускането на подходи за манипулиране на общественото мнение са превръщат във все по-честа и за съжаление все по-масова практика. А това променя същността на медийното въздействие като позволява формирането на нереалистична представа за поведението на отделните личности, за състоянието на обществото и действителността като цяло.

Затова насочването на научното изследване на Зина Соколова към междинната точка на социалната психология, социолингвистиката и медийната теория, с цел опознаване на преобладаващите стереотипи и автостереотипни представи, е важно, актуално и съдържателно научно постижение.

## 2. Съдържание на дисертацията

Дисертацията е разделена на увод, три глави, заключение, библиография и приложение и е в общ обем от 222 страници.

В **увода** ясно и подробно са очертани основата тема и цели на научното изследване – изясняване какви са причините съвременният български печат да изобилства от негативни стереотипи, клишета, митове и неверни, неточни твърдения, които се отнасят предимно за българската общност, за исторически събития от миналото, за хора от други етноси и бежанците. Наблюдавани са първите страници и рубриките за коментари и анализи на пет водещи български вестника – „24 часа“, „Труд“, „Стандарт“, „Монитор“ и „Сега“ в рамките на двегодишен времеви период между 2014 и 2016 г. Анализът обхваща единствено негативния аспект на стереотипите, както и негативните автостереотипи, които са породени от засилващото се икономическо неравенство и които водят до дезинтеграция на обществото и разрушаване на чувството за общност. Според наложените хипотези призивите на медиите младите да напуснат страната, формирането на нетърпимост по етнически признак, особено спрямо ромите, за които често се пише с езика на омразата или спрямо бежанците, са резултат от нарастващата комерсиализация, утвърждаването на монополно положение и зависимости в българските медии, което води до срив на доверието в тях, намаляване на сериозните и критични публикации.

В **първа глава** се изясняват основните понятия, като стереотип, което е изведено през социалната психология и позициите на различни автори (Липман, Олпорт, Ташфел, Ашмор и Дел Бока) или подходи (познавателен, социокултурен). Изследвана е връзката с предрасъдъците и характерните им особености (натовареност с емоционална оценка, неподатливост спрямо нова информация), развитието им спрямо оформянето на споделени групови вярвания, негативното им въздействие чрез проявяването на стереотипни заплахи и групови автостереотипи, оформянето на негативен етноцентризъм, който е свързан с подценяването по национален признак. В това отношение интересно е мнението на изследователите Тео ван Дайк и Абад, според които стереотипните представи и предрасъдъци не са вродени, а усвоени в процеса на социализация и за които все по-нарастващо значение имат медиите.

Теоретичният анализ е допълнен с дефиниране на понятия като етническа нетърпимост и ксенофобия и тяхното значение при извеждане на стереотипното и негативно отношение към бежанците, които често и грешно са определяни като икономически емигранти. Описват се механизмите за формиране на стереотипи чрез

медиите, свързани с активното и целенасочено предлагане на определени стереотипни представи. А също формирането на хипер/втора реалност чрез медиите и ограничаването на свързващите морални връзки между хората. Отражено е налагането на погрешни представи за социалните роли в рамките на обществото, както и на професионалната реализация. Сходна линия на развитие има представата за цялостната медиатизация на обществото – от една страна медиите са самостоятелни социални институции, а от друга са средство за влияние върху други институции. Това поражда своеобразно информационно замърсяване – трудност на аудиторията да се ориентира в информационното многообразие, особено при получаването на качествена и обективна информация.

Освен социологически и медийнотеоретичен е потърсен и психологически подход като е наблюдавано психологическото въздействие на медиите. Отражено е, че рамкирането в медиите често е основно средство за стереотипизация – съобразно позициите на различни изследователи като Липман, Шоу и Маккомбс, Гофман. Изградена е връзката между стереотипите и психолингвистиката, свързана с употребата на определени думи и изрази, които оказват влияние върху възприятието на аудиторията. Това може да се наблюдава в различни концепции – като хипотезата на Сапир-Уорф, според която езикът, на който говорим, определя модела на мисленето, на Хъдсън, който твърди, че идеите формулират езика, на Дюркем, който формулира идеята за императивния характер на обществените явления, на Фаулър и разбирането, че езикът е структуриращ медиум и др.

В рамките на доста обширната като теоретичен обхват първа глава е набелязано и влиянието, което политическите промени оказват върху езика на медиите, навлизането на разговорната реч и употребата на жаргони, цинични думи, обърнат словоред и пр. Те се приемат като форма на демократизиране на езика, въпреки че повечето автори, които пишат по темата, са скептични, особено спрямо таблоидните медии, които разчитат преди всичко на емоционалното въздействие. Това още повече се подчертава при доминацията на развлекателната функция на медиите и развитието на инфотейнмънта. Приема се, че част от този процес е засилването на количеството негативни новини, които медиите представят, а опит за критика е оформянето на конструктивната журналистика.

**Втора глава** е силно изследователски ориентирана. Тя съдържа резултати от собствено емпирично изследване на българската преса относно често срещани негативни автостереотипи. Те са групирани в три основни теми – икономическо и

историческо развитие на България, възможностите на младите хора да се развиват в страната и отношението към роми и бежанци.

Заключенията на докторанта могат да бъдат обобщени в няколко посоки:

1. Най-многобройни се оказват негативните автостереотипи за самите нас, които са групирани в две групи – такива за българската общност и класически стереотипи за другите (роми и бежанци).

2. Стереотипизиране чрез самооценка е подходът, който най-често се изразява чрез своеобразно самобичуване и самоотричане и цели окарикатуряване образа на българина като самостоятелна социалнопсихологическа представа или при сравняване с чужденци, с митологични или литературни образи, които носят негативна оценка.

3. Стереотипизиране чрез сравнения позволява открояването на най-силно негативните ситуации и състояния – бедност, нещастие, по-ниска култура, догонване на Европа, Америка, нормалните страни.

4. Стереотипизиране чрез класации, в които се показва незавидното положение на страната, най-често на дъното, чрез което се внушава усещането за безизходица и безперспективност.

5. Обвинения към държавата е традиционна черта от народопсихологията на българите, които не се отъждествяват с държавата и управлението. Това също е често срещана възможност медиите да формират чувство за отчаяние и безпомощност в аудиторията.

6. Цитирането на негативната оценка на различни европейски институции или техни представители, лепене на „лоши“ етикети също поражда усещането на безперспективност, неразбиране и неприемане.

7. Формиране на стратегия на самоосакатяването чрез твърдения, че българите са мързеливи, нецивилизовани, малка нация, водят до дезинтеграция, загуба на ценности, формират чувство на несигурност, разпадане на националната идентичност. „Една от най-лошите последици от употребата на негативни автостереотипи е подкопаването на доверието на хората в собствените им сили.”(с.122), пише Зина Соколова.

Подобни цели си поставят формираните трайни стереотипи по отношение на младите, чието описание варира между двата диаметрално противоположни образа – на успешните млади хора, които трябва да намерят реализация в чужбина и на неграмотните, безотговорни и мързеливи младежи. Така се оформят три основни стереотипа: спасението в чужбина („най-добрите заминаха“), проблемите с

грамотността (особено чрез целенасоченото разрушаване авторитета на училището, дискредитиране фигурата на учителя, посочване на недостатъците на образователната система) и демографската криза (ниска раждаемост, голяма емиграция, трудово и социално противопоставяне между млади-стари, неадекватна оценка спрямо историята („миналото е провал“).

Стереотипен е начинът за представяне образа на политиците. Той се разпростира между представата за тях като за престъпници, които искат само лично забогатяване и просперитет, виновни за провала на политическото минало, неуспешния преход и образа на храбрия лидер, носталгията по миналото и цялостното прекрояване на историята.

Вероятно най-познати, но и най-широко застъпени са стереотипите по отношение на другите – най-вече спрямо ромите и бежанците. В изследването си Зина Соколова доказва, че образът на ромите в българските медии е негативен, обвързан с опасенията от криминални дейности, с идеята за тяхната „привилегированост” и възприемането им като социални паразити. Темата е отразявана спорадично, има непоследователност, основно чрез конкретни поводи, инциденти или гранични проблеми – например купуването на гласове, високата раждаемост, неслучващата се ромска интеграция, изгражда се образът на ромите като за „лошите” герои. Негативизмът спрямо тях е съотнесен спрямо социалната им принадлежност (бедни), не толкова спрямо етническия им произход (роми), което, обаче, не пречи да се стигне до стигматизиране. Често негативните публикации се приемат и като своеобразен отдушник на натрупаното социално напрежение.

Сходно, макар и не толкова пространно, е отношението към бежанците. Изграждането на негативната конотация става чрез по-активната употреба на понятието бежанци пред по-общото мигранти, посочване на силно негативни думи (пришълци, преселници, нашественици) или на тяхната националност. Интерпретират се основните страхове на аудиторията чрез раздухване на въображаеми или прогнозни опасности, позоваване на социологически проучвания, обвързване с темата за тероризма. Според Зина Соколова: „С употребата на негативни стереотипи спрямо бежанците медиите способстват за засилване на напрежението у хората и не съдействат за успокояване на страстите, което ще позволи и един по-трезв поглед върху събитията.”(с.146)

**В трета глава** се описват разнообразни езикови похвати за медийно стереотипизиране. В рамките на направеното проучване са изследвани най-често повтарящите се глаголи, прилагателни и съществителни с негативно звучене,

разговорен стил, употреба на диалектни думи, вулгаризми, език на омразата и пр. Констатирано е, че все пак в някои публикации се правят опити за балансирано и по-позитивно говорене, за преодоляване на негативните автостереотипи, за критично осмисляне на миналото.

В **заключението** Зина Соколова твърди, че „веднъж създадени, медийните стереотипи показват изключителна устойчивост и трудно се поддават на каквито и да било корекции. (с.197). А също, че „акцентирането върху негативната информация, като основен журналистически прием, в сравнение с употребата и създаването на негативни автостереотипи допълнително усложнява медийния пейзаж у нас и може да се каже, че води до появата на негативен медиен резонанс. Размерите на това явление са огромни и медиите би трябвало да си дадат сметка за ефекта, който произвеждат. Привличането на вниманието “на всяка цена” е подход, който може да даде само краткосрочни резултати. В дългосрочен план нараства и обезверяването на аудиторията, и недоверието ѝ към медиите.”(с.197-8)

### **3. Основни приноси**

Сред големите приноси на дисертацията на Зина Соколова е изборът на самата тема, която е малко или почти неизследвана. За първи път се доказва тезата, че негативните автостереотипи за собствената група (българите като колективна социална и психологическа представа) са преобладаващият вид в медиите, както и се отделя внимание на стереотипите за младите хора.

Принос на изследването е направеният опит за собствена дефиниция на понятието медиен стереотип, въвеждането на понятието негативен медиен резонанс.

В дисертацията се използват много и разнообразни източници на информация, борави се както с доказали своята значимост теории, така и с частни, но интересни концепции, представят се много нови твърдения. Работи се подчертано интердисциплинарно, търси се наслагване на твърденията, чрез което да се оформи научна представа. Твърденията са логически и концептуално свързани, има градация, но и разноаспектност на научните факти. Тезите са подкрепени от множество конкретни цитати от анализирани публикации, резултатите са визуализирани таблично.

#### **4. Автореферат и научни публикации**

Представеният автореферат отговоря на поставените научни изисквания. Докторантът има реализирани четири научни публикации по темата на дисертацията си, една от които от участие на авторитетен международен форум.

#### **5. Научни препоръки**

При възможност бих препоръчала, текстът да бъде публикуван, за да намери своя по-широк кръг читатели, които да се възползват от неговите теоретични и практически качества.

#### **6. Заключение**

В заключение дисертацията на Зина Соколова е актуален, задълбочен и интересен пример за възможностите на медиите да формират трайни представи за социалната действителност у своята аудитория. Те позволяват както развитието на обществото и баланс между интересите на различните социални групи, така и поставянето на стереотипни представи и предразсъдъци като бариера пред утвърждаването на социалния просперитет.

Поради това **убедено препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди на ЗИНА СТОЯНОВА СОКОЛОВА образователната и научна степен „доктор” по научна специалност 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Вътрешна политика и медии).**

04 март 2018 г.

Доц. д-р Мария Попова