



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

**ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ
КАТЕДРА „РАДИО И ТЕЛЕВИЗИЯ“**

Елена Георгиева Фучеджиева

**ЕКСПЕРТНОТО ГОВОРЕНЕ ПО ВРЕМЕ НА КРИЗИ И
КРИТИЧНАТА ФУНКЦИЯ НА ЖУРНАЛИСТИКАТА**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация за присъждане
на образователната и научна степен „доктор“
по направление **3.5. Обществени комуникации и информационни науки**
Докторска програма: Медии и комуникации

Научен ръководител:
доц. д-р Жана Попова

София, 2024

Дисертацията съдържа 272 страници и се състои от уводна част (стр. 4 – 11), изложение (стр. 11 – 130), заключение (стр. 130 – 155), библиография (стр. 155 – 164), декларация за достоверност на данните (стр. 164) и приложения (стр. 165 - 272).

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА

Съдържание на дисертационния труд.....	4
УВОД.....	7
1. Актуалност на темата	7
2. Предмет и обект на изследването.....	8
3. Цели и задачи на изследването.....	9
4. Изследователски хипотези и въпроси.....	10
5. Методи на изследването и изследователски подходи.....	11
ПЪРВА ГЛАВА: ИЗХОДНИ ТЕОРЕТИЧНИ ПОСТАНОВКИ.....	11
1. Теоретични постановки.....	11
2. Критичната функция на журналистиката.....	13
ВТОРА ГЛАВА: ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ.....	15
1. Обявяването на първите случаи на заразени с Ковид-19 в България.....	15
2. Обявяването на военните действия в Украйна.....	17
ТРЕТА ГЛАВА: АНАЛИЗ НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИТЕ ПОДХОДИ В ИЗБОРА НА ЕКСПЕРТИ.....	19
ЧЕТВЪРТА ГЛАВА: АНАЛИЗ НА ОТНОШЕНИЕТО НА ЕКСПЕРТИТЕ КЪМ ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИЯ ПОДБОР НА ЕКСПЕРТНОСТ.....	22
ОСНОВНИ ИЗВОДИ И НАСОКИ ЗА БЪДЕЩИ ИЗСЛЕДВАНИЯ.....	25
ПРИНОСНИ МОМЕНТИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД... ..	29
ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО.....	30
БИБЛИОГРАФИЯ.....	31

Съдържание на дисертационния труд

УВОД.....	4
1. Актуалност на темата.....	4
2. Предмет и обект на изследването.....	7
3. Цели и задачи изследването.....	7
4. Изследователски хипотези.....	8
5. Изследователски въпроси.....	9
6. Методи на изследването и изследователски подходи.....	9
ПЪРВА ГЛАВА: ИЗХОДНИ ТЕОРЕТИЧНИ ПОСТАНОВКИ	11
1. Какво е знание? Какво е експертно знание?.....	11
2. Кого наричаме експерт?.....	16
3. Кого наричаме интелектуалец?.....	31
4. Специфики на кризите и извънредното положение.....	38
5. Критичната функция на журналистиката.....	44
6. Социалната критика.....	48
ВТОРА ГЛАВА: ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ.....	51
1. Рамка на изследването.....	51
2. КОВИД-19 - начало на кризата с вируса Ковид-19. Анализ в телевизиите БНТ, bTV и NOVA.....	54
3. Същност и обхват на анализа.....	56
4. Експерти в медиите в началото на кризата.....	57
5. Анализ на събраните данни.....	64
6. Обявяването на военни действия в Украйна - анализ на отразяването на кризата в БНТ, bTV и NOVA.....	65
7. Същност и обхват на анализа.....	66
8. Експерти в медиите в началото на кризата.....	66
9. Анализ на събраните данни.....	81
ТРЕТА ГЛАВА: АНАЛИЗ НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИТЕ ПОДХОДИ В ИЗБОРА НА ЕКСПЕРТИ.....	86

1. Как журналистите подбират експертите, които канят за събеседници и има ли значение дали го правят по време на криза?.....	89
2. Предварителни очаквания на журналистите за позицията на експерта в рамките на интервюто.....	93
3. Журналистически разбирания за ролята на експерта.....	94
4. Институционална и политическа принадлежност на експертите - как се отразява върху избора на журналистите?..	96
5. Редакционна и медийна политика и ограничения	98
6. Анализ на събраните данни.....	101
ЧЕТВЪРТА ГЛАВА: АНАЛИЗ НА ОТНОШЕНИЕТО НА ЕКСПЕРТИТЕ КЪМ ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИЯ ПОДБОР НА ЕКСПЕРТНОСТ.....	110
1. Експертите и тяхната легитимност.....	112
2. Разбирането на журналистите за експертност - гледната точка на експертите.....	114
3. Експертното знание в медиите по време на криза - гледната точка на експертите.....	115
4. Значението на репутацията на журналиста при уговаряне на интервю.....	119
5. Сензационност или експертни данни.....	120
6. Експертите за другите експерти в медиите.....	122
7. Анализ на събраните данни.....	125
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	130
1. Образите на експертите в началото на изследваните кризи...	132
2. Образът на експерта с минало в институция.....	135
3. Политици.....	136
4. Институционални и други експерти.....	138
5. Журналисти.....	140
6. Добре информираният гражданин.....	141
7. Изводи за критичната функция на журналистиката.....	144
Библиография.....	155
Декларация за оригиналност.....	164
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	165
Приложение 1 - медийни единици	

Приложение 2 - интервью с журналисти

Приложение 3 - интервью с експерти

УВОД

1. Актуалност на темата

В уводната част на дисертационния труд се изтъква актуалността на темата, тъй като съвременното ни общество е изправено пред множество по вид и интензитет кризи – национални, международни, здравни, климатични, военни и т.н. Медийният интерес към тях е неизбежен – кризите се превръщат в част от дневния ред на обществото и имат потенциала да повлияят на всеки един аспект от обществения живо. Подборът и разпространението на точна и добре проверена информация има потенциала да намали рисковете от паника и хаотичност в развоя на кризите и ролята на медиите в този процес е ключова – неслучайно етимологията на глагола *информирам* е свързана с лат. *informare*¹, чието първоначално значение е „оформям, придавам форма, очертавам“ – факт, който сам по себе си е показателен за отговорността, която носи всеки един източник на информация, особено в съвременния свят на глобален информационен обмен. Разпространявайки различни гледни точки, медиите не само информират, но формират обществено мнение и отношение към даден проблем, което може да провокира предприемането на различни действия и правенето на определени избори.

По време на кризи медиите осъществяват публичен диалог между основните действащи лица и анализатори на събитията, от една страна, и обществото – от друга. В този комуникационен процес главни действащи лица са експертите и тяхното експертно знание, което може да бъде приложено както за решаването на кризисни казуси, така и за по-всеобхватното разбиране на случващото се от страна на обществеността.

Актуалността на темата на дисертационния труд се определя от необходимостта да бъдат открити и приложени в работата на журналистите параметрите на понятието експертност. Акцентът на изследването е поставен върху механизмите за отразяване на зараждащи се кризи и върху

¹ Латинският глагол е образуван от представка *in-* “в” + *formare* “формирам, оформям”. Вторичното му преносно значение е “обучавам, инструктирам, образовам”, а значението “съобщавам факти или новини, предавам информация” е регистрирано едва през XIV в. (Harper: *inform*).

журналистическия подход към тях, особено в първите часове на настъпването им.

Има редица теоретични постановки за експертност и знание, но трудно се откриват актуални изследвания на това как българските медии разбират и употребяват тази експертност. Затова в това изследване търся механизмите за реактивно антикризисно поведение в медиите, както и отговор на въпроса дали (до каква степен) в моментите на настъпващи кризи ставаме свидетели на журналистически импровизации в подбора на експерти за събеседници или на предварително установени правила за действие по отношение на експертното знание. Този проблем е поставен във фокуса на настоящия труд, който цели да отговори и на въпроса дали обективният аспект на знанието е доминиран от субективния – тоест, важно ли е какво включва експертното знание, или кой го притежава и предоставя, насочвайки вниманието на обществеността към определено съдържание.

2. Предмет и обект на изследването

Изследването е фокусирано върху зараждането на две кризи – Ковид-19 и войната в Украйна. Кризите са разгледани през призмата на журналистическото съдържание. Дисертацията няма амбицията да обхване всички възможни медийни и експертни казуси, породени от въпросните кризи, а само първите 24 часа от настъпването им.

Предмет на изследването са медийните подходи и подборът на събеседници от страна на журналистите в Българската национална телевизия (БНТ), Нова телевизия (NOVA) и bTV по време на пандемия и военни действия. Фокусът е поставен върху експертното знание, което медиите предоставят на аудиторията си при зараждането на кризи. Изследвани са стратегиите за журналистическо поведение по време на кризи.

Обект на изследването е експертното говорене и измеренията на експертното знание в трите национални телевизии, както и образът на експертите, които задават рамките на експертността в комуникационната среда. Анализирани са участията на експерти, поканени в студиата или интервюирани от журналисти в трите национални телевизии в разглеждания период.

Периодът на изследването на телевизионно съдържание обхваща първите 24 часа от настъпването на разглежданите кризи: обявяването на първите случаи на Ковид-19 в България (8 март 2020 г.) и обявяването на началото на военните действия в Украйна (24 февруари 2022 г.).

3. Цели и задачи изследването

Основната цел на дисертационния труд е да анализира **как журналистите избират кои експерти да говорят по време на извънредни събития** и кризи при възникването им. Какво легитимира тези експерти и как журналистите избират кой е експерт по теми като здравна пандемия и военен конфликт? Търсят се отговори на следните въпроси: каква е спецификата на медийното поведение в тези кризисни моменти; каква е степента на отговорност, която журналистите имат към предоставянето на възможност на различни експерти и псевдоексперти да разпространяват знанията и разбиранията си; как и чрез кого медиите говорят по време на извънредни събития при възникването им.

За постигането на поставените цели се изпълняват следните задачи:

- Проследява се дали журналистите разполагат с критерии за подбор на експерти в кризисни и некризисни моменти;
- Установява се как журналистите удостоверяват експертността на събеседниците си;
- Търсят се различните образи на експертност, чрез които аудиториите получават необходимата информация по време на кризи.
- Анализира се експертното отношение към журналистическото разбиране на параметрите на експертното знание и носителите му.

Основната теза е, че в кризисни ситуации журналистите се стремят да се придържат към професионалните изисквания за съобщаване на проверена информация, на факти, но поради липсата на достатъчно фактология в началото на кризи, експертните обяснения на процесите са търсени като източник на сигурност при интерпретацията на случващото се. Заради това плурализъмът на мнения е сериозно застрашен в началото на кризи. Тъй като съществува опасност от създаване на паника, всяване на страх или разпространение на пропаганда в медиите, е под въпрос критичната функция на журналистиката.

4. Изследователски хипотези и въпроси

Изследването изхожда от няколко работни хипотези.

Първата хипотеза е, че по време на кризисни събития журналистите и медиите подхождат към експертното знание като към ресурс, чрез който да стъпят върху „познатите лица“ от медиите, върху „познатото“ като сигурност.

Втората хипотеза е, че интензитетът на медийните участия на експерт легитимира и определя обществената стойност на знанието, което представя. Честотата на появата в медийните студиа на един експерт е залог за неговата харизматичност като говорител. Авторитетът на учения се определя от образа на експерта като комуникатор.

И още една хипотеза – желанието за опростяване на информацията от страна на журналистите, превода на език без терминология и научност; трансформирането ѝ в медийни жанрове и форми определя отношението на журналистите към експертите и на експертите към медиите.

Ще проверим също дали експертите сами извършват този процес на преформулиране на знанието си на разбираем език, за да бъдат търсени от журналистите.

Изследователските въпроси, свързани с хипотезите на дисертацията, касаят методите на подбор на експертно знание от страна на журналистите – как журналистите боравят с експертното знание по време на кризи, особено в първите 24 часа от настъпването им? Какви са механизмите, по които журналистите оценяват експертността на събеседниците си като достоверна, за да я предоставят на обществото? Дали нарастващият социален интерес към авторитети поставя в центъра вече не самото знание, а личността – преминава ли се от обективни, емпирични и научно доказани критерии за експертност към субективни, психосоциални критерии, към които спадат и реторичните и комуникативни способности на личността, която разпространява даденото знание. Как експертите от своя страна оценяват поведението на медиите по време на кризи? Изследователските въпроси целят да установят рамки и параметри на взаимоотношенията между журналисти и експерти по време на криза.

5. Методи на изследването и изследователски подходи

В дисертацията са използвани количествени и качествени методи на изследване, чиято цел е да открие кои са основните действащи лица в медиите при зараждането на криза и чие експертно знание журналистите подбират да съобщят на аудиторията си. Експертното говорене, заложено в заглавието, е разгледано чрез дискурс анализ и анализ на видеокадрите на изследвания материал.

За оформянето на цялостната картина на медийното отразяване в началото на кризите беше създадена база данни с медийни единици – всички експерти, интервюирани в зададения период при обявяването на първия случай на заразен с Ковид-19 у нас и началото на военните действия в Украйна. При анализа на данните се откриха типове и образите на експертите, които са интервюирани – политически обвързани, институционални, научни и т.н.

В следващия етап от изследването направих интервюта с 24 журналисти, за да сравня получените данни с хипотезите на изследването.

В третата част от изследването се анализират резултатите от проведени интервюта със 7 експерти, за да се открие тяхното отношение към изследваните въпроси и процеса на разпространение на експертно знание в медиите.

ПЪРВА ГЛАВА: ИЗХОДНИ ТЕОРЕТИЧНИ ПОСТАНОВКИ

1. Теоретични постановки

Изследването изхожда от някои основни теоретични постановки в търсене на отговор на въпросите „Какво е знание?“, „Кого наричаме експерт?“, „Кого наричаме интелектуалец?“, „Какво е криза?“. Цитират се заключения за аспектите на знанието и експертността според Алфред Шютц, Макс Вебер, Фуко, Лиотар, Бек, Фред Николс, Гадамер, Бурдийо и други учени.

Надграждайки основни понятия за знание, експертното знание може да се отнесе до високо ниво на специализирани знания и умения, които се придобиват чрез образование, обучение и опит в определена област или предмет. Носителите на експертно знание са лица, които са посветили кариерата си на конкретна област и са натрупали значително количество знание и опит в тази област. Като специализирано знание, експертното знание придава на носителя си специфични способности да разрешава практически проблеми и да взема

аргументирани решения, както и да бъде основа за такива решения за други участници в процеса. За да бъдат считани за експерти в определена област, от специалистите се очаква да притежават задълбочено разбиране на основните принципи и концепции на сферата им на специализация. То се основава предимно на емпирични доказателства, които му придават валидност, надеждност и истинност. Експертът е човек, притежаващ и боравещ с голяма база специализирани познания, който е наясно с най-актуалните научни постижения в дадена област. Експертите, освен че се опират на най-добрите постижения в областта на своята експертност, са специализирали достатъчно в различни подобласти на своята основна сфера на познание, така че да се чувстват достатъчно уверени не само да обосновават стандартни решения, но и да правят иновативни заключения и хипотези.

Обособих с помощта на учените, които вече са работили по темата, няколко образа на носителите на експертно знание – експерти, учени, интелектуалци, добре информираните граждани. Най-съществената разлика между определенията за учен, интелектуалец и експерт е фактът, че поради специфичното си и задълбочено знание експертът се ползва за разрешаването на специализирани казуси, на него му е вменено изискването за практическо приложение на знанието, докато ученият и интелектуалецът могат да са само носители на определено знание, без на всяка цена да е необходимо да боравят с него практически, да го прилагат.

Интересите на интелектуалците не са непременно ограничени до определена област на обучение или професия. Те могат да работят в академичните среди, в изследователски институции, в правителство, в организации с нестопанска цел или други области.

Другият образ, в който често влизат коментатори с различна професионална подготовка, е този на „добре информирания гражданин“, боравещ с лично придобито или „социално одобрено знание“ (според Алфред Шютц). „Добре информираният гражданин (...) принадлежи на неопределен брой координатни системи“ (Шютц 1999: 47). В тях не съществуват цели, хипотези, емпиричност, в които той да открие своето убедително знание или „убежище“, както го нарича Шютц. Този гражданин трябва да трупа колкото може повече знание и зони на релевантност, да обединява фрагменти от колкото е възможно повече координатни системи на знание. Освен знанието,

произхождащо от нашия личен опит, Шютц обособява и друг вид знание, което нарича „социално одобрено знание“: „Всяко знание, независимо дали е наше или придобито от различните видове социално производно знание, има допълнителна тежест, ако е възприето от други членове на нашата затворена група, особено от хора, които считаме за авторитети“ (Шютц 1999: 50). Тяхното одобрение на даденото знание потвърждава това, което индивидът е преживял или припознал за истинно и има характер на „наложена релевантност“. Властта на социално одобреното знание е разширила границите си дотолкова, че приема дадено твърдение за истинно „на доверие“, въпреки че произходът на това знание може да бъде изцяло анонимен. С властта на социално одобреното знание си служат повечето типове експерти, особено добре информирани граждани и интелектуалците. Друг важен аспект на експертността, независимо кой е носителът ѝ, е формулиран от Джоана Хартелиус, според която „експертността не се състои просто в умението да се представиш по-добре от друг в дадена област, а и да успееш да се легитимираш сред обществеността, да се пребориш да бъдеш припознат като по-добър от другите“ (Hartelius 2008: 18).

В първа глава са представени и различните формулировки за криза, повечето от които съдържат няколко основни елемента: заплаха, спешност и несигурност. Използвайки тези елементи, кризата може да се определи като „сериозна заплаха за основните структури или фундаментални ценности и норми на едно общество, които под натиска на времето и силно несигурни обстоятелствата налагат вземането на жизненоважни решения“ (Rosenthal, Voin, Comfort 1989: 10).

В своето изследване „Знанието под въпрос“ проф. Снежана Попова стига до извода, че размиването на представата за знание е проблем на съвременните електронни медии, защото „всяка информация в медията, представена като факт, т.е. като „знание“, функционира като такава, безотносително източника и възможността за проверка. В медиите всеки социален актьор може да се вживява в инстанция на знанието – да го „притежава“ (Попова 2010: 17).

2. Критичната функция на журналистиката

Въпреки че нито едно определение за журналистиката не успява да обхване изцяло основните ѝ функции, безспорно основополагаща е ролята ѝ да информира обществеността за новини, факти и събития, които биха имали

отношение към функционирането на обществото и на всеки един негов член. От журналистиката не спира да се очаква да бъде кучето-пазач, което да предоставя на обществото проверена информация и да осветлява нередности, които без нея биха останали скрити. С развитието и дигитализирането на медиите целите и функциите на журналистите се допълват от нови очаквания – да установяват фалшиви новини, да проверяват още по-голямо количество факти и информация, да разпознават манипулативна, търговска, а дори и конспиративна информация. Критичната функция на журналистиката е особено значима в моменти на несигурност, извънредни ситуации и кризи, когато правителствата се опитват да монополизират потока на информация.

Френският социолог Пиер Бурдийо вижда експертността като една от най-ефективните форми на власт, която може да се използва за легитимиране на социалните йерархии. „Различните власти и особено правителствените инстанции действат не само чрез икономическите принуди, които са в състояние да упражняват, но и чрез всички натиски, разрешени от монопола над легитимната информация – по-точно официални източници; този монопол дава, първо, на правителствените власти (...) оръжия в борбата, която ги противопоставя на журналистите и в която те се опитват да манипулират информациите или дейците, натоварени да ги предават, докато, от своя страна, пресата се опитва да манипулира притежателите на информация, за да се опитва да я придобие и да си осигури нейната изключителност“ (Бурдийо 2012: 601). Това е и една от най-важните задачи на критичната функция на журналистите – да успеят да разпознаят и реагират на опитите на правителствата да установят контрол над информацията и говорителите, да успеят да разпознаят истинната информация и отговорно да я предоставят на обществото чрез добре подбрани за тази цел говорители.

Разсъждавайки за полето на телевизията, Бурдийо също заключава, че „политическите опасности, които са присъщи на обичайната употреба на телевизията, се дължат на факта, че изображението има тази особеност, че може да произвежда това, което литературните критици наричат ефект на действителното, то може да покаже и да накара хората да повярват в това, което показва. Тази мощ на изображението произвежда ефекти на мобилизиране. Тя може да накара да съществуват идеи или представи, но също така и групи“ (Бурдийо 2018: 619). Точно тази мощ, за която говори Бурдийо, ще разгледаме в

това изследване, за да разберем осъзнават ли играчите на телевизионното поле отговорността, която носят към отразяването и коментирането на събития и кризи.

ВТОРА ГЛАВА: ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ

Втората глава установява рамка на изследването чрез събирането на база данни от медийни единици. Фокусът е поставен върху споменатите вече обществено значими кризи – навлизането на Ковид-19 в България и обявяването на началото на военните действия в Украйна, както и върху отразяването им в един от най-предпочитаните от българската аудитория медийни източници – телевизията. Анализирани са участията на експерти, поканени в студиата или интервюирани от журналисти на Българската национална телевизия (БНТ), Нова телевизия (NOVA), bTV, както и официално разпространените становища на Националния оперативен щаб, на правителството – чрез извънредни брифинги.

В първата част на изследването са взети под внимание информационни единици, в които експерти, учени, интелектуалци и общественици коментират разглежданите теми. Данните интерпретират колко са експертите, колко пъти присъстват в разглежданите медии. Части от тези изказвания се повтарят многократно в различни репортажи след това, но за целите на изследването се взима предвид първичното им участие.

1. Обявяването на първите случаи на заразени с Ковид-19 в България

В резултат от анализа на съдържанието на разглежданите медии (БНТ, bTV, NOVA) в първите 24 часа от настъпването на кризата с Ковид-19 в България се наблюдава, че медиите разпространяват предимно официалната информация, предоставяна от Националния оперативен щаб, и колебливо дават думата на други медицински експерти по темата.

В разглеждания период трите национални телевизии са дали думата на 25 политици и експерти, представители на Националния оперативен щаб, както и на 33 други експерти, които в по-голямата си част са медицински лица. Някои от тях присъстват многократно в първите 24 часа в ефира на телевизиите:

Венцислав Мутафчийски по пет пъти в трите телевизии, Годор Кантарджиев – по 3 пъти в bTV и NOVA и веднъж в БНТ, Ангел Кунчев – по 4 пъти в БНТ и bTV и 3 пъти в NOVA. Другите лица, които коментират многократно началото на кризата по трите телевизии, са политици – министър-председателят към разглеждания момент Бойко Борисов, министърът на здравеопазването към този момент Кирил Ананиев, други министри и депутати, кметове, областни управители. Извън институционалните експерти в трите национални телевизии са участвали и други такива (7 в БНТ, 15 в bTV и 8 в NOVA) – повечето от тях директори на болници, лекари, представители на различни организации и асоциации, имунолози, бивши министри на здравеопазването, политолози, антрополози, специалисти по публични комуникации, производители на защитни облекла и т.н.

Въпреки че коронавируса в този момент не е съвсем позната тема, медиите не позволяват „информационна празнота“ (Попова 2021: 153) и в първите 24 часа от обявяването на първите заразени с коронавирус в България телевизионният ефир изобилства от коментатори, извънредни студия и преки включвания. Резултатите от анализа на събраните данни потвърди една от хипотезите на това изследване – че по време на кризисни събития журналистите и медиите подхождат към експертното знание като към ресурс, чрез който да стъпят върху „познатите лица“ от медиите, върху „познатото“ като сигурност, както и хипотезата, че журналистите разчитат на предварително легитимирани в публичното пространство експерти, а честотата на появата в медийните студия на един експерт е залог за неговата харизматичност като говорител, за неговия авторитет като учен.

Резултатите от анализа на събраните медийни единици показва, че в първите 24 часа от обявяването на положително тестван за коронавирус у нас в трите национални телевизии преобладават институционално признатите експерти и хора на държавни или общински позиции, за които се предполага, че носят по-голяма отговорност към обществото. По този начин отговорността на журналистите да правят подбор на експертното знание, което ще представят, е отново сведена до минимум и до голяма степен прехвърлена на институциите – като правителството, което формира Националния оперативен щаб, например. Експертите, които участват в него, са официално обявени за носителите на

експертно знание от правителството, а медиите ги превърнаха в основни говорители на експертността.

2. Обявяването на военните действия в Украйна

Преобладаващата институционална принадлежност се потвърди и при подбора на експерти, които коментират началото на военните действия в Украйна – политици, посланици, консули, министри. При обявяването на началото на военната операция трите национални телевизии са предоставили ефирно време за коментар на 57 експерти, 38 политици, 23 граждани, 19 журналисти и 1 обвиняем в шпионаж.

Политиците, присъствали в БНТ в първите 24 часа, са 15, в bTV – 17, а в NOVA – 28. При експертите съотношението е 21 в БНТ, 23 в bTV и 30 в NOVA. Журналистите, поканени за коментар на настъпващата криза, са 7 в БНТ, 3 в bTV и 12 в NOVA. Последната категория коментиращи са гражданите очевидци – на тях е дадена думата 13 пъти в bTV, 9 пъти в NOVA, а в БНТ – нито веднъж за разглеждания период.

Образът на експертите в разглежданите телевизии се формира предимно от политици, дипломати, политолози, експерти по сигурност, финансисти, представители на НПО организации и фондации, на браншови организации, от университетски преподаватели и експерти с минал опит в институции. Образът на „бившия“ принадлежащ на дадена институция експерт – бивши министри на отбраната, бивши зам.-министри на финансите, бивши външни министри, бивши посланици и т.н. – е преобладаващ в резултатите от това изследване. Тези събеседници са представени като експерти и за журналистите тяхната експертност се поражда от принадлежността им към дадена институция или пост за определен момент в миналото. Журналистите нямат никакви притеснения относно миналата принадлежност на експертите към институциите заради презумпцията, че експертността им произлиза от институционалния им опит и знанията, които постът им някога е легитимирал. Понякога журналистите представят тези експерти и с настоящия им пост или нова принадлежност към институция, паралелно със статута си на „бивш“ спрямо дадена организация. Но в повечето случаи, когато са поканени в ролята си на „бивши“ (посланици, министри и т.н.), актуалните им статутни не са водещи. Въпреки еднаквото

представяне в медиите (например поканени са няколко бивши министри на отбраната), всеки един от тези бивши експерти притежава различно ниво на експертност. Например в еднакъв образ на „бивши“ експерти присъстват различни като характеристика и опит специалисти като Тодор Тагарев и Красимир Каракачанов – и двамата са били бивши министри на отбраната, но биографиите им и опитът им в сферата е различен, въпреки това в медиите експертността им е изравнена. Дори в ролята на експерти с минало към дадена институция, тези експерти говорят от свое дори когато споделят опит от този, който ги превръща в „бивши“ спрямо дадена институция експерти. Те правят лични съждения и коментари на зададените от журналистите въпроси, защото тяхното битие на бивши министри на външните работи, например, не им дава правомощията да коментират ситуацията нито от призмата на миналото, в което са били на този пост, нито от призмата на настоящето, в което не са на този пост.

Всички останали експерти, които присъстват в медиите в разглеждания период, са предимно вече разпознаваеми в публичното пространство специалисти по сигурност, финанси и др. При обявяването на военните действия – за разлика от настъпването на Ковид-кризата у нас – медиите канят за събеседници и журналисти и тяхното присъствие е осезаемо. Това потвърждава предходно изследване на Фондация „Медийна демокрация“ от 2015 година, когато анализирайки публикации в медиите, касаещи украинския конфликт, студенти на Снежана Попова откриват, че „в българските медии журналистът е предпочитаният анализатор“, тъй като в 50 от 106 аналитични текста журналистите са били интервюирани събеседници (Фондация „Медийна демокрация“ 2015). Бурдийо определя позицията на журналистите, влизащи в ролята на коментатори и интелектуалци, като двойствена: „двойната им принадлежност им служи да се измъкват ловко от специфичните изисквания на двете вселени (с които се асоциират – бел. авт.) и да внасят във всяка една от тях власти, които са повече или по-малко добре придобити в другото (поле)“ (Бурдийо 2018: 606). Трябва да се има предвид и възможността журналистът също да бъде комуникационен играч в „полето за манипулация“, което кризите, според Бойн, Харт и Куиперс, създават (Boin, Hart, Kuipers 2017). Въпроси в тази посока поражда количественото присъствие на някои журналисти в БНТ за сметка на другите телевизии. bTV и NOVA избират друг подход в употребата на журналисти за коментатори в разглеждания случай – bTV залага на коментарите

на свой кореспондент там, който е бил очевидец на случващото се, а NOVA – на единични интервюта с множество различни по ресор журналисти.

ТРЕТА ГЛАВА: АНАЛИЗ НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИТЕ ПОДХОДИ В ИЗБОРА НА ЕКСПЕРТИ

В Трета глава на дисертацията правя анализ на журналистическите подходи в избора на експерти. За целите на изследването е използван още един метод – стандартизирано интервю с 24 журналисти от национални и регионални медии – от радио, телевизия, интернет издания. Повечето от интервюираните журналисти работят в редакциите на медиите, но има и 6 кореспонденти на медии в страната.

Изборът на журналистите цели да обхване достатъчно широк кръг от позиции, медии и начин на работа и да провери има ли разлика между употребата на знанието във различни видове формати – забавни, информационни и др. Потърсени са представители както национални, така и регионални медии, предавания и информационни агенции, кореспонденти, журналисти на свободна практика, журналисти от различни медии. Някои от тях споделят опита си и от други медии и професионални роли, в които са били.

Въпросите към журналистите целят да проверят хипотезите на това изследване и да разяснят как журналистите подбират експертите, които канят за събеседници; има ли значение дали го правят по време на криза; имат ли предварителни очаквания за позицията на експерта в рамките на интервюто и как разбират каква е тя; как журналистите определят кой е експерт, кое го легитимира при избора им; влияе ли принадлежността на експерта към политическа или друга организация при избора им; с кого консултират изборите на експерт и има ли ограничения за брой участие на даден експерт в медията им.

В отговорите на журналистите, участвали в това изследване, се среща субективизъм при избора на експерти, което потвърждава хипотезите, че предварителната разпознаваемост на личността, публичният му образ, авторитетът на личността, реторичните и комуникативни способности, поведението и темпото на говорене могат да вземат превес при избора на експерт за сметка на експертното знание, което ще бъде споделено, разпространено и легитимирано чрез медията. Журналистите предпочитат да канят за интервюта

експерти с вече изграден медиен образ – според журналистите медийните изяви на съответния експерт до момента са основателен аргумент той да бъде възприет за такъв, защото участието му в интервюта и предавания вече го е представило на обществеността като такъв. Очаква се, че за да му бъде дадена думата, той вече е минал поне една журналистическа проверка на експертността. Като се има предвид масовата практика журналистите да търсят експерти чрез съвети от „познати и колеги“, интересен въпрос за по-нататъшно изследване е колко от познатите на обществото експерти са станали такива благодарение не на експертното знание, което притежават, за сметка на препоръките от „познати“ или образът му на добър комуникатор, предварително заявен чрез редица предходни интервюта в медиите.

Академичната и професионална квалификация е важна за малцина, но дори и те не дават ясни параметри на това как я удостоверяват. Много от журналистите отчитат „възможността за опростено обясняване за публиката“ като ключови при избора на експерти. Дали експертът говори разбираемо, темпото и лекотата на речта и това до каква степен образът им ще бъде интересен за аудиторията, е решаващ фактор при избора на експерти. Дори повече – журналисти директно заявяват, че „някои хора просто са неприятни за камера“ или „отхвърляне на експерт се е случвало тогава, когато редакторът или продуцентът на съответното предаване прецени, че той не би бил интересен за аудиторията“. Този подбор има своите основания – откриваме ги предимно в търсеното „опростяване на информацията“ – метод, използван в журналистиката с цел достигане до по-широка аудитория (Попова 2001: 57), но поражда нови въпроси, свързани със смисъла и целта на експертното знание. Желанието за опростяване на информацията от страна на журналистите бе друга хипотеза, поставена в началото на това изследване. Резултатите потвърдиха стремежа на журналистите да преведат експертния език на такъв, който ще бъде разбран от аудиторията - без терминология и научност. Това трансформиране на експертното знание определя отношението на журналистите към експертите и на експертите към медиите. В този процес много от експертите сами преформулират експертното си знание на разбираем език, за да бъдат търсени от журналистите, което потвърждава и последната хипотеза на това изследване.

Въпреки че подборът на експерти следва да е по-прецизен по време на кризи, според някои от интервюираните журналисти критериите за експертност

почти не се променят в тези моменти. Други казват, че подхождат по-внимателно към експертите в извънредни ситуации, но не обясняват в какво се изразява това изострено внимание към експертното знание.

Резултатите от изследването показваха, че журналистите се отнасят сравнително безкритично към институционалните експерти – според тях институцията, в която експертът работи, е достатъчно доказателство за неговата експертност (предполага се, че е минал конкурс, избран е най-добрият и т.н.). Именно институционалната принадлежност на експерта спестява по-задълбочено проучване на опита и експертността му. В свое изследване, наречено „Cumbrian sheep“, Брайън Уин работи върху тезата, че всеки би могъл да бъде експерт (Wynne 1996) – той предоставя икономически аргументи в полза на тезата си, че не можем да приемаме институционалната експертност безкритично, тъй като е съобразена с други, ненаучни обстоятелства (политика, икономика, стратегии, обезщетения, пазари и т.н.).

Не може да не отбележим като притеснителна практиката медии да предлагат абонаментни пакети – под формата на т.нар. „информационно обслужване“ или вид реклама, които институции, партии или организации закупуват и получават срещу това правото сами да излъчват експерти, които да бъдат представени в медията. Така закупилите медийни пакети получават известни права над медийното съдържание и официализирането на дадено експертно знание. Според един от запитаните журналисти един от факторите, влияещи на решението дали даден експерт ще участва в предавания и публикации на медията, е именно „дали е част от списъка за медийно отразяване, съставен на базата на платени абонаменти за медийно отразяване и/или реклама на институцията, партията, организацията“. Тоест, присъствието в абонаментния списък за събеседници е достатъчно и неоспоримо основание за разпространение на експертното му знание. Но при представянето на това експертно знание на аудиторията никъде не се упоменава, че това е част от търговски договорни отношения между организацията и медиите.

На тази тенденция обръща внимание и Хетмански, според когото това са експерти от съвсем нов тип, „носителите на добре пригодени и широко рекламирани кратки становища, които лесно могат да бъдат използвани след това като „експертно знание“ (предимно от политически лидери и съветници) в широки дискурси. Това крие опасност недоказани и съмнително верни, но

легитимирани чрез официални политически или корпоративни лобита експертни знания, да направят неофициалната, необоснована и непроверена експертност по-популярна от официалната, обоснована и проверена“ (Hetmański 2020).

Редакциите и йерархията в редакционните екипи имат функцията на вътрешни регулатори, които се очаква да снижават описаните рискове при избор на събеседници, затова изследването потърси отговор и на въпроса до каква степен медийната политика в редакциите влияе на журналистите при подбора им на експерти. В отговорите си по-голяма част от запитаните журналисти твърдят, че решението кой експерт да бъде събеседник е екипен процес, консултиран с редактор, водещ, продуцент, и се е случвало след подобно обсъждане да отпадне идеята за събеседник заради „недостатъчна компетентност в съответната област“, „липса на актуални и достоверни източници“, „компрометиращи позиции“, „недобра, спорна или съмнителна репутация“, „политически обвързаности, лош бекграунд, неясна експертиза“, „едностранчивост в становищата“. Това за пореден път затвърждава необходимостта от редакционни политики в тази посока и поражда още допълнителни въпроси за бъдещи изследвания – как редакторите и продуцентите правят своите проучвания и преценки за нечия експертност? Очаква ли се редактор или продуцент да има повече и по различен начин получени доказателства за дадена експертност?

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА: АНАЛИЗ НА ОТНОШЕНИЕТО НА ЕКСПЕРТИТЕ КЪМ ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИЯ ПОДБОР НА ЕКСПЕРТНОСТ

В Четвърта глава се анализират резултатите от интервютата със 7 експерти, присъствали като събеседници в медийни формати. Търси се гледната точка на експертите към разбирането за експертност от страна на журналистите. Интервюирани са криминалният психолог Тодор Тодоров, пулмологът д-р Александър Симидчиев, д-р Калин Калинов – директор на Общинския кризисен щаб в Пловдив по време на Ковид кризата, Гергана Микова – областен управител на Стара Загора по време на пандемията, лекар от регионална болница – д-р Иван

Колев, комуникационният експерт Любомир Аламанов и високопоставен генерал от Българската армия, пожелал да остане анонимен.

Интервютата с експертите в това изследване открояват няколко тенденции. Първата потвърждава извода от интервютата с журналистите, че журналистите не търсят доказателства за експертността на даден специалист от него, от институцията или от организацията, в която работи, а вече са открили своите аргументи и са затвърдили образа му на експерт от предходни негови медийни участия и от публичния му образ. „Журналистите не търсят експерти, а някой, с когото да си запълнят времето“, категоричен е криминалният психолог Тодор Тодоров, който смята, че журналистите използват „нелепо“ експертното знание по време на кризи. Той и всички останали интервюирани експерти са се съмнявали неведнъж в експертността на хора, представени като експерти в медиите. „Ако съответният експерт има някаква теза, която е интересна, необичайна, атрактивна за експониране, медиите използват това повече, отколкото чистата експертност“, категоричен е пулмологът д-р Александър Симидчиев. Всички интервюирани експерти заявяват, че експертното знание – особено по време на Ковид кризата – е използвано селективно с цел да предизвика сензационност – независимо в подкрепа на кое от опозиционните становища в конкретната криза. Някои от експертите са категорични, че по време на Ковид кризата са били свидетели на манипулативно и отклоняващо се от истината говорене на експерти, в чиято репутация преди кризата не са имали повод да се съмняват. Точно затова подготовката на журналистите да боравят с експертни данни и научна материя, както и да задават въпроси, целящи разкриването на манипулацията, са от изключително значение за точното и ясно информиране на обществеността. Споделяйки своя личен опит, експертите казват, че рядко са попадали в ситуация, в която журналистите да се интересували с разбиране и задълбочен интерес от разискваната тема и подчертават необходимостта журналистите да се подготвят достатъчно добре по непознатите за тях теми, за да могат по-аргументирано да подберат експертното знание, което ще обнародват чрез медията, а и да могат да разпознаят манипулативните твърдения, когато ги получат по време на интервю. „В повечето случаи разговорите с експертите целят да стигнат до нещо сензационно, което може да се тиражира, изведе в заглавие, цитира и сподели в социалните мрежи“, твърдят експертите. А криминалният психолог Тодор

Годоров добавя, че в търсенето на сензационност му се е случвало уговорка за интервю да отпадне, щом журналистът разбере, че няма да има нищо „сензационно“ в становището му.

Всички експерти, участвали в изследването, оценяват като важна работата на журналистите по време на кризи. От тях се очаква да предоставят на обществото точна, ясна и достоверна информация, за да предотвратяват паника, както и да избягват разнопосочни и сензационни, но далеч неподлежащи на експертни данни становища и интерпретации. Според експертите обаче журналистическата практика експертното знание да се представя в кратки формати изключва разгръщането му в пълнота. Кратки интервюта, от които впоследствие се цитират още по-съкратени части в отделни репортажи за експертите крие риск становищата им да бъдат изваждани от контекста и интерпретирани неправилно.

Интервюираните експерти обръщат внимание и на необходимостта журналистите да се отнасят критично към политическата намеса в експертното говорене – особено по време на кризи. „Борбата с тази пандемия изискваше определени условия и те се определят от експертите, а не от политиците. В такива ситуации трябва да говорят експертите, а не политиците, но в България често става обратното“, категоричен е д-р Калин Калинов, който даде пример за това как политическите решения за сметка на експертните по време на кризи могат да бъдат дори животозастрашаващи. Д-р Александър Симидчиев също обръща внимание на ролята на журналистите в разбирането на експертното знание, защото според него експертността от различните страни отстоява различни цели, много често – политически. Пулмологът също е наблюдавал политически интереси в многопосочните експертни становища, разпространявани по медиите в началото на Ковид кризата: „Имаше два лагера – единият, чийто основен фокус беше съхранението на общественото здраве и ограничаване на щетите от пандемията и другият, който беше насочен повече към социално разбутване с цел наместване на политически интереси. Защото, когато обществото е дезориентирано с различни мнения, които се налагат от „авторитети“ от различни страни, то обществото ни не става по-информирано, то става по-объркано и в по-обърканото общество е по-лесно да се инжектират различни политически послания“.

Ролята на журналиста в предаването на експертно знание е ключова, защото той влиза в образа на преводач между знанието, науката, фактите и това, което обществеността има нужда да получи. Експертното знание е специализирано знание, което борави с данни, статистика, емпирични материали, множество научни механизми за проверка и терминология, която не е разбираема от масовата аудитория. В стремежа си да преведат тази информация на разбираем език журналистите много често лишават информацията от терминология и научна обосновка, трансформират я в медийни жанрове и форми. Заради спецификата на медийното говорене някои от интервюираните експерти се стремят сами да преведат, да опростят езика си по време на интервюта с цел да бъдат подходящи медийни събеседници.

Тези очаквания за разбираемост налагат тенденция експертното знание да бъде преведено веднъж от експерта и втори път от журналиста, преди да стигне до аудиторията, и поражда необходимост от допълнителни изследвания, насочени към анализ на устойчивостта на смисъла на съдържанието при този превод - до каква степен изначалното експертно знание се запазва при вторичния му превод в медиите, до каква степен целта да стане разбираемо е постигната след този превод; променя ли се смисълът на експертното знание при превода от научния език към медийния език?

ОСНОВНИ ИЗВОДИ И НАСОКИ ЗА БЪДЕЩИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

В заключението се обобщават най-важните наблюдения, направени в рамките на изследването. Обособяват се образи на експерти, които присъстват в трите национални телевизии в началото на разглежданите кризи - институционални и неинституционални експерти, политици, експерти, принадлежащи в миналото към институции, журналисти, добре информирани граждани.

В изследването бяха потвърдени предварително изградените хипотези. По време на кризисни събития журналистите и медиите подхождат към експертното знание като към ресурс, чрез който да минимализират риска от разпространението на неточна информация. Журналистите предпочитат „познатите лица“ и залагат на „познатото“ като сигурност. Другата хипотеза, която бе потвърдена, е, че интензитетът на медийните участия на експерт

легитимира и определя обществената стойност на знанието, което представя. Честотата на появата в медийните студиа на един експерт е залог за неговата харизматичност като говорител и неговия авторитет се определя от образа на експерта като комуникатор. Откроява се като важна и социалната роля на експертите за сметка на самата им експертност, както и тенденцията традиционните характеристики на експертното знание – надеждност и истинност – да отстъпват за сметка на характеристики като обществено признание, популярност и лични качества на експерта. Това заключение се потвърждава от проведените интервюта с журналисти, които отбелязват външни за експерта качества като авторитет и реторични способности като водещи при избора им на експерти за събеседници.

Потвърждава се стремежът към опростяване на информацията от страна на журналистите, превода на експертния език на такъв без терминология и научност. Наблюдава се очакване журналистите да влизат в ролята на преводачи между знанието, науката и фактите и аудиторията си. Заради спецификата на медийното говорене някои от интервюираните експерти се стремят сами да преведат, да опростят езика си по време на интервюта, за да бъдат търсени за събеседници от журналистите. Трансформирането на информацията в медийни жанрове и форми определя отношението на журналистите към експертите и на експертите към медиите.

Интервюираните експерти имат критичното отношение към липсата на разбиране на експертното знание от страна на журналистите, заради което много често в телевизионния ефир се прокрадват съмнителни експертни становища, неподкрепени с научни аргументи и неразпознати като манипулативни от журналистите. Това се отнася и до посланията на вземащите решение, на институционалните експерти и на официалните говорители, които журналистите поставят в привилегировано положение при предаването на посланията им.

Експертите обръщат внимание и на факта, че журналистите биха предпочели да тиражират сензационни изказвания за сметка на експертно знание. Това обезценява критичната функция на журналистиката. „Специално подбрани „експерти“ винаги са на разположение, за да отговорят на всички въпроси, да формулират прости заключения с ясни и цветущи термини, избягвайки да се заплитат в сложни знания. Тази медийна политика на

демагогско опростяване дава предимство на двубоя (между личности) пред дебата (на аргументи)“ (Цакова 2014: 402).

Анализът на проведените изследвания показва, че журналистите припознават професионалното си задължение да не разпространяват непроверена информация, но нямат ясни критерии как да я разпознаят, ако тя се оказва в телевизионния ефир под етикета „експертно мнение“ по време на кризи. Журналистите не боравят с ясни критерии за разпознаване на експертността, което крие риск да бъде разпространявана псевдоекспертна, дори конспиративна или манипулативна информация. Това създава предпоставка за развитие на опасни тенденции журналистите да загубят критичната си функция – особено по време на кризи – когато се очаква медиите да играят ключова роля в комуникацията и предаването на достоверна информация между институции, експерти и общество.

Важно е да се отбележи, че освен предходните медийни участия, легитимиращи дадена експертност, за журналистите от значение са препоръките, които биха получили от колеги, познати и приятели при подбора на събеседници. Необходимо е журналистите да осъзнаят отговорността, която носят, легитимирайки чрез интервю даден експерт като такъв. Тази отговорност е насочена не само към аудиторията, която няма представа за механизмите на подбор на експерти, които журналистите правят, но и към гилдията. Всичко това поражда необходимост експертността и журналистиката да уеднаквят разбиранията си за експертно знание и да бъдат установени критерии за експертност, за да може журналистиката да изпълнява критичната си функция и да разпознава истинното от манипулативното знание, представено като експертно, както и експертното знание да не променя смисъла и целите си, попадайки в медийното поле.

Заклученията в дисертацията дават насоки за бъдещи изследвания, свързани с проучването на това доколко в момента легитимираните в медиите експерти са се превърнали в такива за журналистите благодарение на практиката да бъдат препоръчвани от „познати“ и „колеги“; променя ли се смисълът и целта на експертното знание заради субективните фактори, по които журналистите подбират експертите за събеседници – ритъм на говорене, разбираем език, „да бъдат интересни на аудиторията“; до каква степен експертното знание запазва

смисъла си при превода от научен на медиен език – нещо, което се очаква да правят както експертите, така и журналистите.

Успяват ли журналистите да изпълняват критичната функция на журналистиката в процеса на този превод на експертното знание или с вече преведеното такова си служат при задаването на въпроси? Крие ли риск този двоен превод на експертното знание да лиши комуникацията от научна аргументация и да превърне специализираното знание в разговорно?

ПРИНОСНИ МОМЕНТИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Като приносен елемент на дисертационния труд отчитам поставянето на експертното говорене в условия на криза в оптиката на комбинация от методи. Това води до теоретичното дефиниране на понятията „експертно знание“, „експерти“, видени през изучаването на комуникацията в медиите. Представени са отношенията между журналисти и експерти по време на криза. Представянето на знанието в определена област чрез повторението на новини и предавания, съкращаването на изказвания в записаните интервюта и изграждането на журналистически материали поражда отношения между журналисти и експерти, които имат значение.
2. Приносно е очертаването на промените в значението на „критична функция“ на журналистиката в условия на пандемия и война. Изследването допринася за разбирането, че експертните обяснения са възможност за изразяване на критики в обществото. При кризи опасността от разпространение на пропаганда и дезинформация нараства, затова употребите на експертното знание в медиите са особена важна част от журналистическата работа.
3. Научно-приложен принос: изработване на критерии за отразяване на кризи чрез употребата на експертните обяснения. Експертното знание има особена стойност, тъй като въвежда научните открития като обяснения на света, коментарите, мненията като много важна част от журналистиката, отвъд съобщаването на информация и факти. С този принос се дообогатява знанието за журналистиката като комуникационен процес представата за нея като проверка на фактите.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Елена Фучеджиева. *Българското национално радио и Дарик радио като сцени на знанието: учените в медиите по време на Ковид-19*, Медialog/ Medialog, бр. 8/2020 ISSN 2535-0846, с. 205-226

Елена Фучеджиева, *Употребите на експертното знание в телевизионната журналистика по време на кризи - погледът на експертите*, Медialog/ Medialog, брой14/2023, ISSN 2535-0846, с. 91-121

Елена Фучеджиева, *Военните експерти в телевизиите - избори, подходи, образи*, Семинар_БГ, 2024 (под печат)

БИБЛИОГРАФИЯ

1. **Бурдийо 2012:** Бурдийо, П. *Поleta на духа, Т. 1*. София, изд. „Изток-Запад“ 2012.
2. **Бурдийо 2018:** Бурдийо, П. *Поleta на духа, Т. 2*. София, изд. „Изток-Запад“ 2018.
3. **Попова 2010:** Попова, С., „Знанието под въпрос“, Какво научаваме от игрите, София, Vulged, 2010.
4. **Попова 2021:** Попова, С., *Пандемията: три студентски фокуса*, сп. Медиалог, бр. 9, 2021 [<https://www.medialog-bg.com/?p=4055>] <11.04.2022>.
5. **Фондация „Медийна демокрация“ 2015:** Фондация „Медийна демокрация“, „Украинският конфликт в българските медии“, студентски екип от специалност „Европеистика“ на СУ „Св. Климент Охридски“, преподавател проф. д-сн Снежана Попова, 2015, [<https://www.fmd.bg/wp-content/uploads/2015/07/ukraine-in-the-bg-media-research1.pdf>]
6. **Цакова 2014:** Цакова, И. „Марксизмът, олигархията и съвременната либерална демокрация“, Сп. Понеделник, бр. 5/6 – год. XVII
7. **Шютц 1999:** Шютц, А. *Чужденецът*. – София, изд. „Лик“ 1999.
8. **Boin, Hart, Kuipers 2017:** Boin, A., P. Hart, S. Kuipers. *The Crisis Approach*. – In: Handbook of Disaster Research. Handbooks of Sociology and Social Research. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-63254-4_2.
9. **Foucault 1990:** Foucault, M., *Politics, Philosophy, Culture. Interviews and Other Writings, 1977-1984*, ed. Lawrence D. Kritzman. Routledge. London and New York, 1990.
10. **Hartelius 2008:** Hartelius, E.. *The Rhetoric of Expertise*. [<https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/3857/harteliuse22571.pdf?sequence=2&isAllowed=y>] <17.08.2020>.
11. **Rosenthal, Boin, Comfort 1989:** Rosenthal, U., R. Boin, L. Comfort. *Managing Crises: Threats, Dilemmas, Opportunities*. Springfield, IL: Charles C. Thomas Publisher Ltd. 1989.