

РЕЦЕНЗИЯ

От: доц. д-р Мария Александрова Попова

Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, катедра „История и теория на журналистиката“

Научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Теория на журналистиката и медиите)“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Вътрешна политика и медии)“ в Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация

Автор на дисертационния труд: **Лора Пенева Метанова**

Тема на дисертационния труд: **„Динамика и тенденции в медийния образ на българския политик в началото на 21 век“**

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №РД-38-225/18.06.2020 г. на Ректора на Софийския университет „Св. Климент Охридски“

1. Обща характеристика на представения дисертационен труд.

1.1. Структура и обем.

Дисертационният труд на Лора Метанова е с общ обем от 423 страници и е разделен на увод, четири глави, заключение, библиография и приложения. Има представени 122 фигури, които илюстрират данните от направеното от докторантката емпирично проучване.

1.2. Актуалност на темата.

Дисертацията е посветена на действително актуалната тема за ролята на медиите в процеса на формиране на желан политически имидж и методите за неговата трансформация в медиен образ. Силното медиатизиране през последните години превръща публичното пространство все повече в медийно пространство, в което съвременните политици трябва да търсят както потвърждение на своите политически цели и послания, така и електорат, който, обаче, че се чувства все по-удобно в ролята си на аудитория.

1.3. Цели, задачи, обект, предмет и съдържание.

В **увода** докторантката много ясно поставя основните си цели, задачи, предмет и обект на своето изследване. Основният **предмет** е свързан с наблюдение на публичните изказвания на ключови за българската политическа история политици като Иван Костов, Симеон Сакскобургготски и Сергей Станишев и тяхната медийна репрезентация. **Обект** на научното

проучване, от една страна, са стенограмите от Народното събрание с изказванията на тримата политици от началото на 2000 г. до края на мандата на 40-ия парламент (25 юни 2009 г.), а от друга - начините, по които тези изказвания са представени на страниците на водещия български хибриден всекидневник „Труд” и в популярния новинарски сайт Vesti.bg. Като **обем** научното изследване обхваща 1304 стенограми, в които са регистрирани 243 изказвания на изследваните политици, 1095 броя медийни публикации в хартиеното издание на вестник „Труд“ и информационното съдържание на „Vesti.bg”, които са селектирани по ключови думи. Основните **цели** на дисертацията са анализ на политическите изказвания като средство за формиране на позитивен политически имидж и по-общо - възможностите на медиите да представят релевантно политическите послания и политическите субекти с оглед на тяхното взаимодействие с аудиторията, постигането на политическите функции на медиите и на активно медийно въздействие. Използваната **методология** е контент-анализ и сравнителен анализ.

В **първа глава** на дисертацията се изясняват основните концептуални виждания и дефинативни понятия. С такава цел са представени значенията на теми като новините на деня, медийния елит като пиар посредник, формите и целите на медиатизирането, промените, които се наблюдават в публичното пространство в резултат на влиянието на социалните медии, наличието на значимо количество непроверена информация в интернет, но и възможностите потребителите да се включат в създаването и разпространението на информацията. А също - медийната реалност, но и властта на медиите, убеждаване чрез медиите. Отделни подчасти са посветени на особеностите на политическия имидж - историческо развитие, определение, особености, характеристики, етапи в утвърждаването и трансформирането му в медиен образ, подходи при изграждането на образи, също варианти на имиджа (благоприятен, огледален, текущ, желан, корпоративен и пр). Както и на стереотипите - същност и особености, приликите и разликите между имидж и стереотипи. Цитирани са твърдения на автори като Уолтър Липман, Бодрияр, Нийл Постман, Умберто Еко, на български изследователи като Мануела Манлихерова, Тотка Монова, Мария Попова, Георги Манолов, Любомир Стойков, Милко Петров, Здравко Райков и др.

Лора Метанова представя много точна констатация още в началото на своя текст: *„смята се, че новините по презумпция са нова, неочаквана информация, но всъщност са направени по образец, подобни са една на друга през различните информационни канали. Така съдържанието на новините е сходно от ден на ден, не само по отношение на представянето на познати личности, но и по отношение на видовете истории и ценностите, за които тези истории разказват. В същото време медиите играят голяма роля за подреждането на обществения дневен ред, чрез филтрирането на новините и*

събитията, като по този начин предопределят върху какво се фокусира вниманието на публиката. Те имат и голямо значение за достъпа до общественото внимание на политическите фигури, чрез подбора на изказванията и на отразяването им.” (с.13)

Във **втора глава** на дисертацията се изследва медийният образ - неговите особености и връзката му с медийната реалност, основните комуникационни модели и тяхната типологизация (линейни - подобно на моделите на Шанън и Уийвър и на Харолд Ласуел, интерактивни - подобно на модела на Щрам и транзакционни - подобно на модела на Барнлунд). Отделна подчаст наблюдава факторите и начините за създаване на медийния образ, които включват: спецификите на медията и на журналистическата дейност, характеристиките на аудиторията и на желанието от публичната фигура имидж. Извежда се влиянието, което оказва формата на медията и бързината на обработка на информацията, особеностите на редакцията и редакционната политика (използване на средства като редукция на информацията, таблоидизация и фрагментаризация на съдържанието), обемът на аудиторията и начинът за използване на съдържанието (появата на т.нар. медиен мултитаскинг, сегментиране на медиите, автономност на аудиторията). Представят се и някои актуални проблеми като разпространението на фалшиви новини (дезинформация), чиято поява се свързва с предпоставки като неограниченост на медийната информация и драстично увеличаване на аудиторията, промяната в нейните навици за медийно потребление и използването на много и разнообразни медийни канали, варианти в моделите на обработка на информацията от страна на медиите и спада на доверието към тях. Засегната е и темата за плурализма на медиите, свободата на словото, политико-икономическата обвързаност на медиите, които водят до недобросъвестност или цензура при представянето на различните медийни образи.

В друга подчаст на дисертацията се очертават различни дефиниции за медиен образ, чиято авторска интерпретация го определя като *„медийната проекция на желанието или реалния образ на публична личност или организация, създадена при журналистическата интерпретация и отразяването на действията и посланията на съответната личност или организация. Медийният образ се създава при трансформацията, която претърпява желанието от личността или организацията имидж при медийното отразяване, под влиянието на спецификите на медията и журналистическата работа, на компетентност и влияния, на нагласите и очакванията на аудиторията, както и на информационния контекст, създаден от други текущи събития.” (с.71)*

Заклученията са, че медийният образ невинаги е резултат от целенасочени, планирани усилия, за разлика от имиджа, затова се характеризира с по-голяма непредсказуемост. Докато имиджът съвпада в по-голяма степен с „първообраза” на публичната личност и съдържа

желани черти, медийният образ е възможно да бъде изграден даже около нереални черти и няма за цел да създаде позитивна представа в аудиторията за дадената личност. Стереотипът, подобно на имиджа, е по-устойчив като конструкция, не се влияе от външни фактори, не е формиран на базата на личен опит на аудиторията, а съобразно условията в дадена социална група. Подобно на него медийният образ също е една по-опростена форма, наложен е външно на аудиторията, но позволява взаимодействие с аудиторията, променя се съобразно нейните реакции и възприятия, а стереотипът остава цялостен и непроменен.

В трета глава се търси съпоставката между медиен език, имидж и стереотип. Основен акцент в текста е собственото емпирично проучване съобразно различни критерии на политическата реторика в периода 2001-2009 г. въз основа на изказванията на министър-председателите Иван Костов (последните две години от мандата му), Симеон Сакскобургготски и Сергей Станишев в Народното събрание и на техните речи след като заемат ролята на депутати.

Ключовите изводи на Лора Метанова относно изказванията на Иван Костов са, че при него *„темите са разнообразни, има много фактология, изявленията са дълги, описателни, макар и често с типичните за управляващите клишета, придържа се към деловия стил, не прави емоционални отклонения”*, благодарение на което създава образ на *„отговорен и сериозен политик, който знае какво трябва да се направи.”* (с.95) За Симеон Сакскобургготски са характерни *„умерен тон, избягване на остри реплики”*, което допълва образа му на *„обединител, който се интересува само от националния интерес, дори когато дискусиите предполагат политическо противопоставяне”*. (с. 98, с. 104). За сметка на това Сергей Станишев *„внося известно разнообразие в стилистиката на говорене”*, стилът му варира от умерен, *„официален и делови, без ефектни и ударни фрази, критичен, без да бъде краен и рязък в посока на по-голяма образност, метафоричност на езика, експресивност, емоционалност, по-ярко изразена критичност, като някои елементи в реториката му напомнят публицистика”* (с.180, с.186)

Интересна подчаст е посветена на появата на т.нар. политически рефрени, които според Лора Метанова, могат да се разделят на „опозиционни“ (такива, които се отнасят до обвинения със злоупотреби и корупция, правителство, което не изпълнява обещанията си) и „управленски“ (отчитане на идентични успехи на правителствата, приоритети и цели).

Четвърта глава е посветена на медийните образи на изследваните политици. Основен акцент в собственото наблюдение представлява използваният от Лора Метанова генератор на думи, чрез който се изграждат оригиналните изказвания на политиците в Народното събрание и начините, по които са отразени в двете анализирани медии.

Общите заключения на Лора Метанова са, че въпреки стремежа на медиите да отразяват коректно изказваните послания на политиците, техните образи са представени непълно и фрагментарно, подчинени на целите на медията, нейната редакционна политика и ограничения обхват на съдържанието ѝ. Според докторантката медийният образ на Иван Костов е представен като „политик, който е принуден да се „самозащитава“, оцелява при вот на недоверие, докато обикновените хора живеят под заплаха, интересува се само от изборите и изборното законодателство му е приоритет.” (с. 252). Симеон Сакскобургготски „се опитва да изгради образ на мъдър, уравновесен, търсец съгласие държавник, загрижен единствено за общото благо. Той демонстрира, че не гони партийния интерес, че е над партийното говорене, а, напротив, стреми се към единение, склонен е на компромиси”. (с.244) Образът, чрез който е представен Сергей Станишев, е на критичен политик, „бунтар, който няма да се примирява с безобразията, които се вършат, няма да мери приказките си и е остър, но справедлив, безкомпромисен по отношение на интересите на държавата и знае какви са проблемите” (с.263). Медиите наблягат на популярни теми, които засягат вътрешно-политическото и международно положение на държавата, за сметка на по-специализирани теми. Същевременно е видно сходството в модела на отразяване на наблюдаваните в изследването медии. Констатира се, че реториката на политиците се променя, акцентира се на кратки, експресивни, публицистични изказвания, по-слаби парламентарни послания и по-активна дейност като част от опозицията. Включват се политически рефрени, които са устойчиви в изказванията на политиците, независимо от техния политически спектър. Политиката като цяло се „медиатизира”.

1.4. Използвана научна литература.

Библиографията съдържа 344 заглавия, както на български език, така и на чужди езици.

2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати.

Заключенията на Лора Метанова могат да бъдат сегментирани в две посоки. От една страна тя констатира промяна в публичния модел на говорене на изследваните политици в зависимост от целите на техните изказвания и ролята, която изпълняват. Според нея това е причината реториката на политиците трайно да се променя от първоначално по-дълги, делови изказвания към по-кратки, експресивно наточени изказвания в подчертано публицистичен стил. Появяват се постоянни политически „рефрени“, които са наблюдавани при всички политиците, независимо от политическата им принадлежност. Достига се до извода, че политиците са по-активни в публичните си изказвания в ролята си на опозиционни представители, а не на премиери. От друга страна в дисертацията ясно е отразено разминаването, което се наблюдава между търсения политически имидж и този, който се

формира при медийното отразяване. Оказва се, че медиите имат способността да схематизират, често типологизират представата за дадения политик, чийто изказвания се съобразяват с политическата линия или редакционната политика на даденото издание, със субективния авторски акцент върху определени твърдения, с контекстуализирането на фактите, което, в определени случаи, води до подмяна на заложените политически цели. Подобни констатации са важни и интересни, защото показват тенденцията на развитие на съвременната политическа журналистика, на значението, които медиите имат в настоящия глобален и информационно претоварен медиен поток, на очакванията и разбиранята, които обществото има за характера на предоставяната му медийна информация.

3. Оценка на научните и научно-приложни приноси.

Дисертацията е обемна, амбициозна, интересна и актуална с оглед на общите заключения, до които се достига. Сред приносите, които се оформят, са както въвеждането на няколко основни понятия като „медиен образ” и „политически рефрен”, така и задълбоченото и продължително изследване на официалните стенограми на Народното събрание, сравнението на получените резултати с медийната реакция на две водещи медии от различен медиен формат. Полезен и адекватен похват е въвеждането на изводи след всяка от главите на дисертацията, представянето на информацията таблично, визуализирането на резултатите от използвания генератор на думи, пространното цитиране на отделни изказвания.

4. Оценка на публикациите по дисертацията.

Докторантката има три публикации по темата на дисертационния труд (една от тях на английски език), които отговарят на заложените стандарти за качество.

5. Оценка на автореферата.

Представеният автореферат е с обем от 36 стр. Той пълно и коректно отразява структурата и съдържанието на дисертационния труд.

6. Критични бележки, препоръки и въпроси.

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.

7. Заключение

Дисертационният труд е посветен на интересните и актуални теми за формите на политическо говорене, резултатността на политическите послания, изместването на политиката от медийната рефлексия, съучастието на медиите в създаването на политическия имидж, очакванията на българските политици и реалните реакции на българската аудитория. Текстът е обемен, има собствени емпирични проучвания, използвана е разнообразна научна литература, представени са множество конкретни примери, научните резултати са визуализирани. Затова **убедено препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди на Лора Метанова образователната и научна степен „доктор” по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Вътрешна политика и медии)“.**

10 август 2020 г.

Доц. д-р Мария Попова