Рецензия на проф. д.п.н. Георги Манолов
на авторската монография на доц. Катя Михайлова „Меди@ Избори”

РЕЦЕНЗИЯ

НА МОНОГРАФИЯТА НА ТЕМА „МЕДИАИЗБОРИ”

НА ДОЦ. Д-Р КАТЯ МИХАЙЛОВА

Представеният монографичен труд още със самото заглавие предизвиква интерес сред широк кръг читателска аудитория поради простия факт, че тази проблематика досега не е била предмет на изследване в специализираната литература. И това не е случайно, тъй като не всеки учен в България би имал дързостта да посегне върху корелацията медии – избори с помощта на модерния научен инструментариум. Тези обективни трудности обаче сякаш допълнително са мотивирали доц. Катя Михайлова да се „гмурне” възможно най-дълбоко в недрата на медиаизборния океан, от които тя успешно е изплувала на повърхността със значими научни постижения.

Няма никакво съмнение, че едно от най-големите достойнства на монографията е приложението на интердисциплинарния подход към темата. Защото дори и само бегло да се вгледаме в тематиката, веднага ще открием две обемни теоретични направления – медийното и изборното. Но това е едната страна, която обаче не само е допълнена с гранични на темата проблеми, но и обстоятелствено е разгледана от позициите на различни обществени науки – политическата, социологическата, правната, обществените комуникации и др. В това се изразява и един от най-сериозните приноси на автора, тъй като той не се е ограничил в тесните рамки на поставената тема, а разгръща анализа си в широк междудисциплинарен аспект.

В този контекст ще отбележим, че в труда се съдържат множество емпирични факти, данни и информация, без които подобен род изследвания са просто невъзможни. Ценното обаче е това, че тази информация не е използвана в „насипно състояние” или „на парче”, а твърде рационално е „втъкана” в хода на изложението и неговото тематично съдържание. Това е сериозно достойнство на изследването, доколкото огромният емпиричен материал е добре прецизиран и умерено дозиран. Нещо повече, навсякъде авторът е проявил тънък, дори педантичен усет към детайла, към цифрата, към факта, което говори само за едно: сериозно теоретично умение да се борави с безбрежна цифрова информация, без това изобщо да натоварва анализа и начина на изложение на материала. В четирите глави на труда това се вижда с просто око и не е необходимо да се обяснява, защото в изследователския обхват на работата са попаднали десетки български електронни и печатни медии – от най-големите и популярни до най-малките и по-неизвестни.

Заслужава да се отбележи фактът, че в труда е налице много добър баланс между цялостната теоретична рамка на разглежданата проблематика и богатия илюстративно-емпиричен материал, изложен в подкрепа на извършения анализ. И всичко това се разгръща в границите на взаимоотношенията държава – медии – общество като фундаментален изследователски обект на посочената тематика. Тук например са регулацията, саморегулацията и корегулацията на медиите, което в крайна сметка дава по-цялостна картина на медийното покритие и влияние в зависимост от правилата на играта.

Едно от най-големите достойнства на работата е цялостният подбор и систематично-критичното изложение на огромната медийна регламентация на различните видове избори както в национален, така и в международен план. Според нас това е първият успешен опит в страната за задълбочено, подредено и критично изложение на цялата гама нормативни документи (кодекси, закони, наредби, инструкции и др.), с които панорамно се осветляват медийно-юридическите аспекти на избирателния процес. Всъщност по този начин се поставя и големият въпрос за правата и отговорностите, за правата и задълженията и за правата и псевдоправата, които медиите са длъжни да съблюдават в предизборната кампания. Към това следва да се добави и критичният преглед на предложените оптимизации на регулаторната рамка на доставчиците на медийни услуги в сферата на изборното законодателство (2014-2016 г.) от български парламентарни партии (един законопроект през 2014 г. и пет редакционни промени през 2016 г.), което окончателно повдига завесата на непълноценната медийна регулация при провеждането на предизборните кампании.

Друго сериозно постижение на автора е прецизният анализ на предизборното медийно финансиране по време на четири вида избори (европейски – 2014 г., парламентарни – 2014 г., местни – 2015 г., и парламентарни – 2017 г.). Тук изключително подробно е разкрита „сделката между медиите и политиците", като са разгледани различните финансови измерения през призмата на сключените договори за политическа реклама. А от приложената таблица е видно, че на посочените избори общо са похарчени почти 14 млн. лв. само за медийна политическа реклама. При това тези разходи не са изложени като голи безизразни цифри, а са съпроводени с адекватен теоретичен анализ и респективно със съответни препоръки за преодоляване на слабостите.

Не можем да не изтъкнем и още един безспорен факт, с който трудът се отличава, а именно 27-те нови законодателни предложения за работата на медиите в Изборния кодекс, които са достоен завършек на това фундаментално теоретично изследване с отличителен практикоприложен характер за българската социална действителност. Между другото това е характерно за всички глави в монографията, доколкото критичният тон доминира, без да се спестяват неприятни факти, пропуски или слабости. Тоест налице е яркоизразена авторова позиция като самостоятелно мнение по голяма част от разглежданите проблеми.

И най-накрая изрично ще отбележим и още нещо, което прави много приятно впечатление: това е премереният, елегантен и разбираем език на монографията, както и достъпният, но и дълбокосъдържателен стил на изложението. Изтъквам този факт, защото не са много работите в подобна научна материя, които се четат с лекота, поради изискания език и стил на разглежданата проблематика.

Разбира се, към работата могат да се отправят и някои препоръки, каквито са например: първо, би могло да се обмисли разширяване на въпроса за връзката власт – медии – избори в контекста на това доколко властовите институции „стават" законни посредници в „търговията с гласове", на корпоративния и контролирания вот, на изборните партийни манипулации и т.н.; второ, разглеждане на проблема за така нар. „пазар на политическа корупция" в днешните български реалности като начин за опорочаване на

избирателния процес и фактор за предрешаване на изборите; трето, още по-задълбочено анализиране на финансирането на медиите и партиите (правно и политически) с цел изясняване на причините за нелегитимното финансиране, при което различните медии, вместо да са коректив на властта, се превръщат в нейни пропагандно-манипулативни стожери; и последно, струва ми се, че е необходимо да се разгърне още по-мащабно тезата за политическата манипулация (и фалшивите новини) като основно оръжие на партиите в политико-избирателния процес.

Може да се обобщи като заключение, че настоящият труд представлява мащабно проучване на медиите и изборите в България през последните 30 години и към момента единствено по рода си интердисциплинарно монографично изследване на тези въпроси (и процеси) в страната, за което авторът заслужава да бъде поздравен. Дълбоко съм убеден, че то ще предизвика нескрит интерес у редица специалисти, учени, експерти, политици, студенти и др., и въобще у всички, които са изкушени от задълбочения анализ на цяла редица важни научни полета (медийни, комуникационни, политологически, социологически и т.н.) в българската социална мисъл днес.

6.11.2019 г. проф. д.п.н. Георги Манолов