

**ЦЕНТЪР И ПЕРИФЕРИЯ НА ЕВРОПЕИЗИРАНИТЕ ПУБЛИЧНИ СФЕРИ**

**РАЛИЦА КОВАЧЕВА**

**CENTRE AND PERIPHERY OF THE EUROPEANISED PUBLIC SPHERES**

**RALITSA KOVACHEVA**

**Резюме:** Текстът се занимава със съвременните трансформации на европеизираните публични сфери. Според автора, в зависимост от нивото на присъствие на европейските дебати в националните публични сфери, между тях се формират център и периферия, а успоредно с процеса на европеизация протича и обратен процес – на периферизация. Освен теоретичните аргументи, книгата представя и емпирично проучване – сравнителен анализ на медийното отразяване на кампанията за изборите за Европейски парламент през 2014 г. в най-четените уебсайтове на вестници в България и Великобритания (февруари-юни 2014). Регистрирани и анализирани са 3356 публикации от 8 медии (The Daily Telegraph, The Guardian, The Independent, Daily Mail, 24chasa.bg, Dnevnik.bg, Trud.bg и Segabg.com).

**Ключови думи:** ЕС, България, медии, европеизация, европейска публична сфера.

**Summary:** The text presented is dealing with the current transformations of the Europeanised public spheres. The author argues that depending on the level of presence of the current European debates in the national public

sphere, we can highlight centre and periphery and in parallel with the process of Europeanisation, the opposite process is also taking place – a process of peripheralization. Besides the theoretical arguments, the book presents the results of a comparative analysis of 2014 European elections` media coverage in the most popular newspaper websites in Bulgaria and the UK (February-June 2014). 3356 publications from 8 media outlets (The Daily Telegraph, The Guardian, The Independent, Daily Mail, 24chasa.bg, Dnevnik.bg, Trud.bg and Segabg.com) have been coded and analyzed.

**Key words:** EU, Bulgaria, media, Europeanisation, European Public Sphere.

Текстът представя част от дисертационното изследване „Център и периферия на европеизираните публични сфери“ (Ковачева, 2017), защитено в края на 2016 г. във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“, катедра „История и теория на журналистиката“. Изследването е резултат от искреното (и засилващо се с годините) желание на автора да потвърди и обясни с научния инструментариум натрупаните чрез журналистическа практика впечатления за мястото на европейските теми в български медии и оттам – за мястото на България в Европейския съюз. От тази гледна точка изглежда естествен изборът да интерпретираме проблема от гледна точка на концепцията за европейската публична сфера, разглеждайки медиите като част от социополитическия контекст и то не на национално, а на наднационално равнище и в перспективата на функциите, с които това ново предизвикателство ги натоварва.

Актуалността на изследването произтича, от една страна, от поставянето изобщо на темата в български контекст и опита да се направи, ако не пълно измерване, то поне моментна снимка на процеса на европеизация на българската публична сфера. В същото време, изследването беше проведено

в решаващ за Европейския съюз момент, когато въпросът „повече или по-малко Европа“ беше поставен ребром, в условията на посткризисна икономическа рецесия, институционален ступор, гражданско разочарование и нарастващи евроскептични и откровено антиевропейски настроения. Въпросът е особено актуален и сега, когато гражданите на ЕС са призовани да обсъждат и избират измежду сценариите за бъдещето на Съюза, представени в Бялата книга на Европейската комисия през март 2017 г. В този смисъл, книгата дава добра представа за условията, в които биха се състояли подобни дебати в българската публична сфера.

Авторът на текста се присъединява към изследователите (като К. Кантнер, Х. Й. Тренц, М. Ван де Стеег, Фосум и Шлезинджър, Р. Копманс, Т. Рисе и др.), които вместо да спорят възможна или не е европейската публична сфера по Хабермасовия идеал, търсят нейните реални проявления, които дефинират като процес на европеизация на националните публични сфери. В книгата са представени някои мащабни изследвания, които илюстрират този подход и показват състоянието на процеса на европеизация към настоящия момент. Трябва да се подчертае, че повечето от цитираните изследвания са правени преди кризата от 2008 г. и обхващат предимно старите държави-членки на ЕС, като само едно е проведено в последните години, точно в разгара на кризата и в него участва и една нова държава-членка (Полша). В този смисъл, настоящият труд прави опит да допринесе към изследванията, като представя актуални емпирични данни при това от нова държава-членка (България).

Обект на изследване е процесът на европеизация на националните публични сфери. В светлината на Хабермасовия нормативен идеал за европейска публична сфера и в духа на съвременните изследвания, настоящият труд интерпретира европейската публична сфера не като ефимерен „похлупак“ на националните публични сфери, а като мрежа от комуникиращи помежду си европеизирани публични сфери. Предмет на изследване е процесът на европеизация от българска перспектива като симптом за потенциалното

оформяне на център и периферия в европеизираните национални публични сфери. С теоретични аргументи са въведени работни дефиниции за „център“ и „периферия“, от гледна точка на разбирането за европеизираните публични сфери: центърът е активен и дискурсивно влиятелен, а периферията – пасивна, реактивна и дистанцирана. На тази база и с помощта на данните от емпиричното изследване (сравнителен анализ на медийното отразяване на европейските теми в България и Великобритания в периода февруари – юни 2014 г.) е предложена дефиниция на процеса на периферизация като обратен на европеизацията.

Очертавайки теоретичната рамка, в която се вписва това изследване, навлизаме на територията на няколко научни полета – на европейските изследвания, политическите науки, социологията, медиите и комуникацията. Това предполага използването на интердисциплинен подход, макар и с висока степен на избирателност и съсредоточаване върху тези теории, школи и подходи, които най-пряко съдействат за създаването на едновременно достатъчно широка и все пак, пределно фокусирана рамка, в която се разполага изследването. Сред основните теории на европейската интеграция, представени в Първата глава, открихме федерализма, неофункционализма и либералния интерговерментализъм. Съществено внимание отделяме на социалния конструктивизъм, в чиято парадигма се вписва настоящото изследване. В конструктивистката перспектива, европейската интеграция в сърцевината си е процес на изграждане на общност, на базата на споделени идеи, колективна идентичност, общи убеждения и смислови структури. Именно през призмата на конструирането на реалността разглеждаме ролята на медиите – едновременно среда и агенти на социалното конструиране. Избрахме да представим основните теории паралелно с историческото развитие на интеграционния процес. Този подход е повлиян от идеята за взаимно влияние на теорията и практиката в европейската

интеграция, по Антие Винер и Томас Диез (Wiener and Diez, 2009), което ясно се демонстрира в хода на изложението.

Както показва и самото заглавие, понятията „център“ и „периферия“ играят важна роля в анализа, затова са изчерпателно дефинирани и представени от историческа и теоретична перспектива. Изхождайки от определенията на Имануел Уолърстийн за център и периферия в световната икономическа система, въвеждаме понятието за диференцирана интеграция, така, както е разбрана и прилагана в процеса на европейската интеграция. Изчерпателно се спираме на политическите аргументи в подкрепа на диференцираната интеграция, както и на капаните, които този метод крие – политически, правни, институционални. От интерес за настоящото изследване е гледната точка на новите държави-членки, за които диференцираната интеграция е по-скоро капан, отколкото възможност. В резултат на представените исторически развития, теоретични подходи и ключови понятия, е формулирана основната работна хипотеза на изследването – че по аналогия с понятията за център и периферия в ЕС, можем да говорим и за център и периферия на европейските публични сфери и съответно – за процес на периферизация, обратен на процеса на европеизация. Предложена е работна дефиниция на процеса на периферизация, която онагледяваме с данните от емпиричното изследване в Четвърта глава.

Тъй като настоящото изследване беше направено в сложен за ЕС период (Съюзът преживя най-тежката финансова криза в историята си, която се превърна в дългова, икономическа, институционална и в крайна сметка, в криза на легитимността), то представя накратко някои от дълбоките реформи, предприети в отговор на кризата, в контекста на политическите дебати за „повече Европа“ или „по-малко Европа“, визиите за федерация от национални държави и политически съюз, нарастващия евроскептицизъм и разочарованието на гражданите от Съюза. На отношенията между ЕС и неговите граждани е отделено специално място, като са представени

социологически данни и тезата за демократичен и/или легитимационен дефицит на ЕС.

Втората глава е посветена на концепцията за европейската публична сфера и съвременния подход в научните изследвания по темата – процеса на европеизация на националните публични сфери. Изхождайки от класическия исторически модел на буржоазната публична сфера на Юрген Хабермас и разширявайки предизвикателствата от гледна точка на транснационализацията на публичните сфери в съвременния свят, представяме концепцията за европейската публична сфера в светлината на различните изследователски подходи към нея, като се съсредоточаваме върху процеса на европеизация на публичните сфери. За да онагледим тази приложимост и за да покажем инструментариума на този подход в действие, представяме три мащабни изследвания на процеса на европеизация, чиито изводи използваме за сравнение с изводите, до които достигахме чрез емпиричното изследване, осъществено за целите на настоящия труд.

За да бъде картината по-пълна, за кратко се спираме и на институционалните опити на ЕС да насърчи създаването на европейска публична сфера – в исторически план до съвременността. Това е необходимо, за да покажем, от една страна, взаимното влияние на теорията и практиката по този въпрос, а от друга, за да установим по още един начин, че процесът на европеизация не означава и не би могъл да означава непременно подкрепа и безусловно одобрение на процеса на европейска интеграция в цялост или в конкретните му проявления.

Третата глава е посветена на медиите и ролята им в европеизираните публични сфери. Разгледани са политическите и социализиращите функции на медиите в условията на транснационализация на публичните сфери и конкретно – по отношение на процеса на европеизация на публичните сфери. Открити са основните критики към работата на медиите по европейски теми и предизвикателствата, пред които медиите са изправени. Представени са

някои медийни теории, които имат отношение към настоящото изследване, тъй като изясняват начина, по който медиите изпълняват или не функциите си в европеизираните публични сфери. Чрез теорията на информационните ценности изясняваме процеса на селекция, чрез който медиите подбират кои събития стават новини. Теорията за определянето на дневния ред ни обяснява как медиите формират своя дневен ред на събитията и как влияят върху политическия и обществения дневен ред. Фреймингът, на свой ред, ни показва как медиите представят събитията като селектират едни качества за сметка на други и по този начин изразяват оценки и внушават отношение.

Накратко се спираме и върху въпроса как членството в ЕС се отразява върху медиите, от гледна точка на съществуващата европейска регулация в медийния сектор и опитите за насърчаване на саморегулацията, плурализма, общите стандарти и добри практики. Представяме и изследвания, посветени на въпроса дали можем да говорим за „европейска журналистика“ на базата на споделена журналистическа култура. В този контекст разглеждаме и някои налични данни за България, които допринасят за изграждането на по-пълна картина и обясняват в частност получените чрез емпиричното изследване резултати.

Четвъртата глава представя емпиричното изследване, проведено от автора за целите на дисертацията, на тема „Сравнителен анализ на медийното отразяване на европейските теми в България и Великобритания (февруари – юни 2014 г.). Изследването обхваща осем медии – четири български и четири британски (24chasa.bg, Trud.bg, Segabg.com, Dnevnik.bg, The Telegraph, The Guardian, The Independent, Mail Online). В резултат на ежедневно наблюдение на осемте издания в продължение на пет месеца са регистрирани 3356 информационни единици.

Изборът именно на Великобритания като обект на сравнението аргументираме с факта, че независимо от статута си на „особен случай“ по отношение на европеизацията на публичните сфери, страната е част от

дискурсивно влиятелното ядро от държави в ЕС (както показва изследването на Р. Копманс и П. Стейтъм) (Koormans and Statham, 2009). В този смисъл, ако ще мерим къде спрямо „центъра“ се намира България, няма нищо по-логично от това да поставим именно Великобритания като център, спрямо който да търсим собствената си степен на отдалеченост. Изследването цели на базата на теоретични заключения и анализ на медийната картина да направи заключение за процесите на европеизация (или периферизация) на българската публична сфера.

В сърцевината на това изследване стои допускането, че по аналогия с диференцирана европейска интеграция, която се очертава като основен модус на функционирането на ЕС, по отношение на европеизацията на публичните сфери можем да говорим за сходен процес на диференцирана европеизация – европеизация на две (или повече) скорости и оформяне на център и периферия в европеизираните публични сфери. От представените теоретични аргументи става ясно, че е налице различна степен на европеизация на и във националните публични сфери. Нещо повече – в това отношение, подобно на икономиката и политиката, също се открояват „силни“ и „слаби“ държави.

Като използваме израза на Р. Копманс и П. Стейтъм за дискурсивно влиятелното ядро от държави и европейски сили от „втори ред“ (Koormans and Statham, 2009), може да очертаем следния хипотетичен модел на европеизация на няколко скорости:

Дискурсивно ядро: (про)активно, определящо дневния ред, налагащо послания (образи, модели, рамки), със силен глас и влияние върху процеса на взимане на решения. На база на цитираните изследвания - това са Германия, Франция, Великобритания.

Дискурсивна полупериферия (европейски сили от „втори ред“ по Р. Копманс и П. Стейтъм) (Koormans and Statham, 2009): На база на цитираните изследвания това са като цяло старите държавни-членки, както и Полша.



Дискурсивна периферия: пасивна (реактивна), възприемаща дневния ред, „копираща“ послания (образи, модели, рамки), тиха и без възможност за влияние върху процеса на взимане на решения. Трудно е да определим кои държави влизат в тази група на базата само на цитираните изследвания, а както отбелязва Томас Рисе, все още има малко данни за новите страничленки от Централна и Източна Европа (Risse, 2009). Именно в тази посока настоящото изследване има амбицията да допринесе, макар и твърде скромно, като се ограничи с някои наблюдения за българската публична сфера.

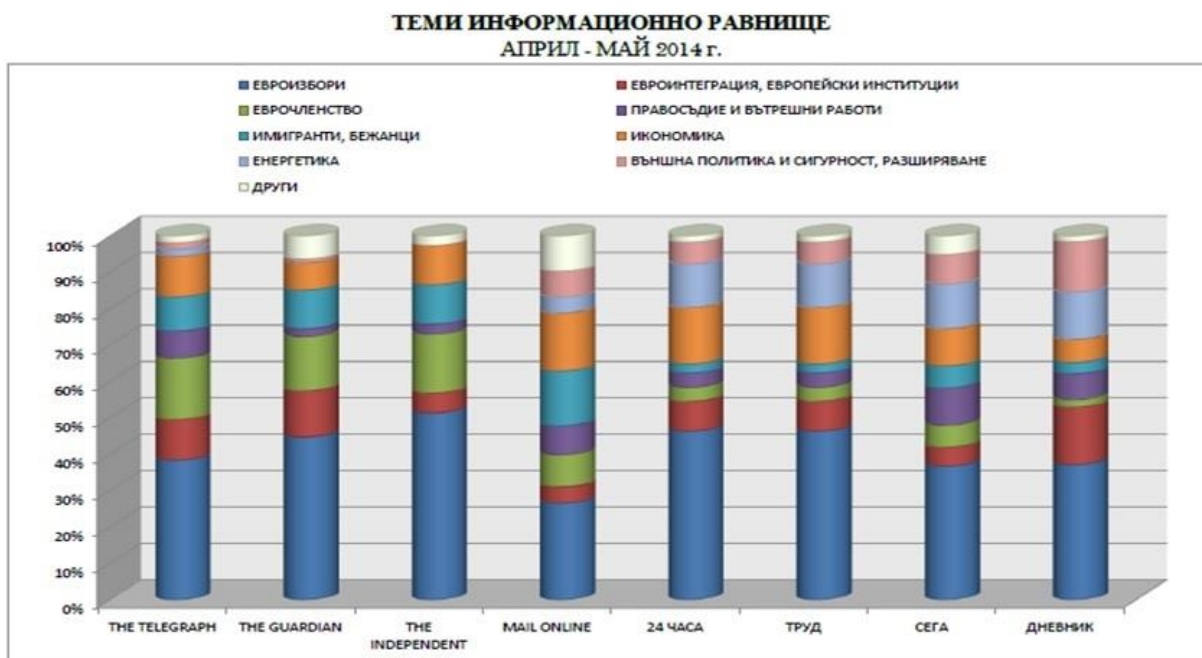
Ако приемем, че процесът на европеизация на публичните сфери води ако не до включване в ядрото от дискурсивно влиятелни страни, поне до приближаване към него, можем да определим обратния процес – на отдалечаването от ядрото в резултат на намаляващо или липсващо дискурсивно влияние като процес на периферизация. Конкретните му проявления ще онагледим чрез резултатите от проведеното емпирично изследване.

Причините да се направи сравнително изследване на медии именно от Великобритания и България се коренят в представената хипотеза за съществуване на дискурсивно влиятелно ядро и периферия в европеизираните публични сфери. Настоящото изследване не е първият опит за подобно сравнение – в статията си „Съпоставителен прочит на международните новини в британските и българските вестници“ М. Нейкова показва не само, че подобно сравнение е възможно, но е и необходимо (Нейкова, 2006).

Изследването обхваща осем медии – четири български и четири британски онлайн издания (24chasa.bg, Trud.bg, Segabg.com, Dnevnik.bg, The Telegraph, The Guardian, The Independent, Mail Online). В резултат на ежедневно наблюдение на осемте издания в продължение на пет месеца (февруари – юни 2014 г.) са регистрирани 3356 информационни единици. Обект на внимание са публикации както на информационно, така и на и аналитично равнище, свързани с Европейския съюз тематично и съдържателно (т.е. където ЕС не

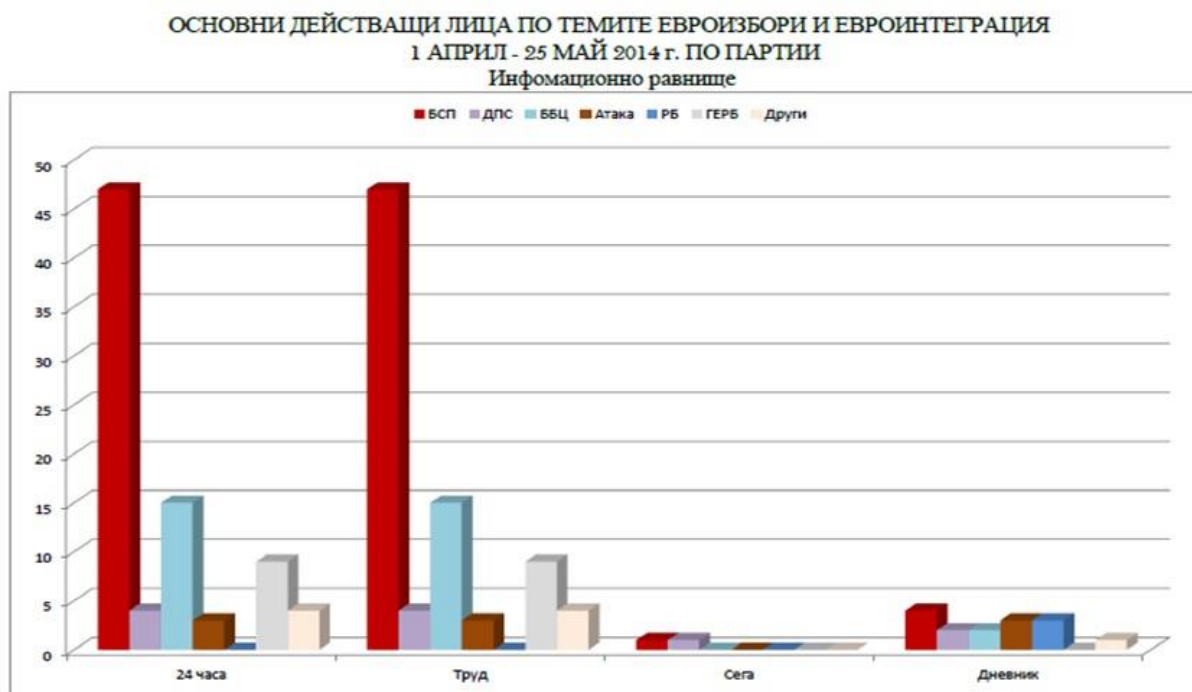
просто е споменат, а е обект на внимание или субект на действие). В този смисъл, под „европейски теми“ разбираме както теми, директно отнасящи се до ЕС и българското членство в него, така и по-широк кръг теми от различни области, в които обаче ЕС играе роля или България има отношение в качеството си на член на ЕС.

На информационно равнище, в чисто количествено отношение (като брой и размер на публикациите), отразяването на европейски теми в българските и британските медии за целия период на изследването е привидно е сравнимо. По-задълбоченият поглед обаче показва, че в британски медии темата *Еврочленство* присъства устойчиво сред водещите теми през целия наблюдаван период, наред с *Евроинституции* и *евроинтеграция*. В българските медии темата *Еврочленство* почти отсъства, за сметка на пълната доминация на темата *Евроизбори* (Фиг. 1).



Фиг. 1

Както в британските, така и в българските медии доминират националните политици и институции. В Segabg.com и Dnevnik.bg имаме доста равномерно представяне на национални, европейски и чуждестранни актьори и говорители, но в изданията на 24chasa.bg и Trud.bg се забелязва непропорционално голямо присъствие – 70,2% на националните актьори (Фиг. 2).



Фиг. 2

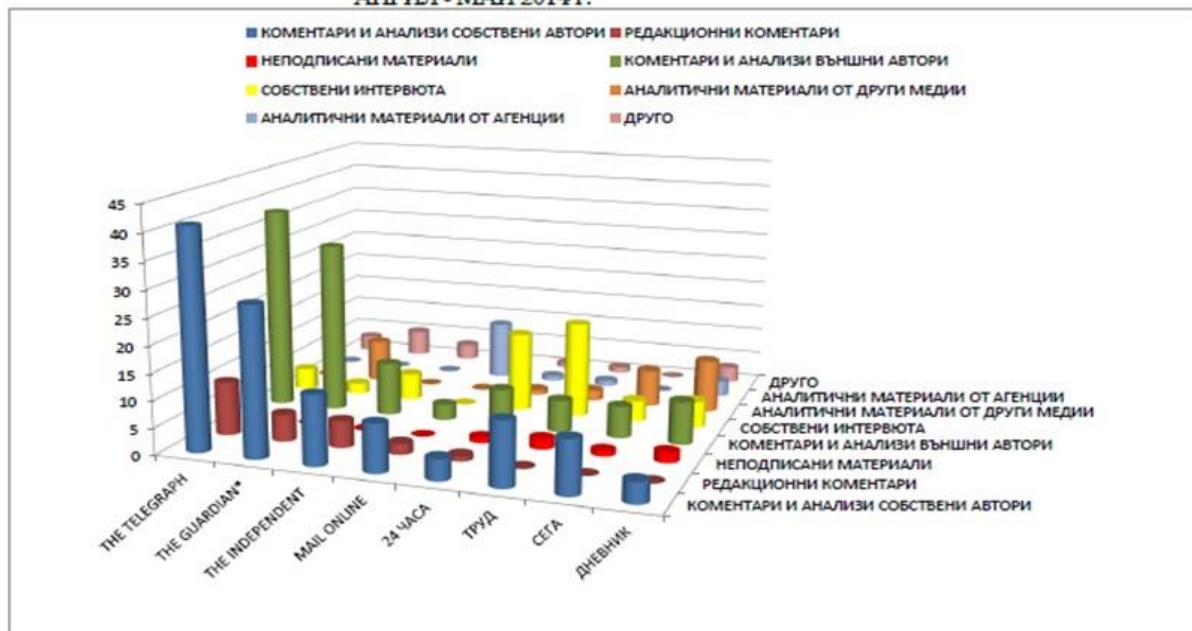
Данните показват, че в двете издания този процент се дължи на почти пълната доминация на една определена политическа партия – Българската социалистическа партия, БСП. Огромният брой регистрирани публикации в Trud.bg и 24chasa.bg по време на кампанията са отразяване на предизборни мероприятия основно на БСП. Това са материали с ниска информационна стойност, които често не са обозначени като платени съобщения, нито е упоменат източникът на информация. Внимателното проследяване на

източниците показва голям процент прессъобщения и нещо повече – информации без посочен източник, които всъщност са прессъобщения от партийните пресцентрове, но това не е изрично указано. Тези резултати се потвърждават и от мониторинга, извършен от две неправителствени организации – Института за развитие на публичната среда (ИРПС) и Гражданската инициатива за свободни и демократични избори (ГИСДИ).

По този начин доказахме, че читателят е получил съдържание, което не е изрично разграничено от общия информационен поток, не винаги е указано като платено и в много случаи е без посочен източник (т.е. представено е като редакционно). В резултат, аудиторията на двете медии е получила силно изкривена картина на кампанията, включително на европейските теми (като подбор) и на мненията по тях – това са темите, които представителите на Българската социалистическа партия са избрали да открият и техните послания към избирателите.

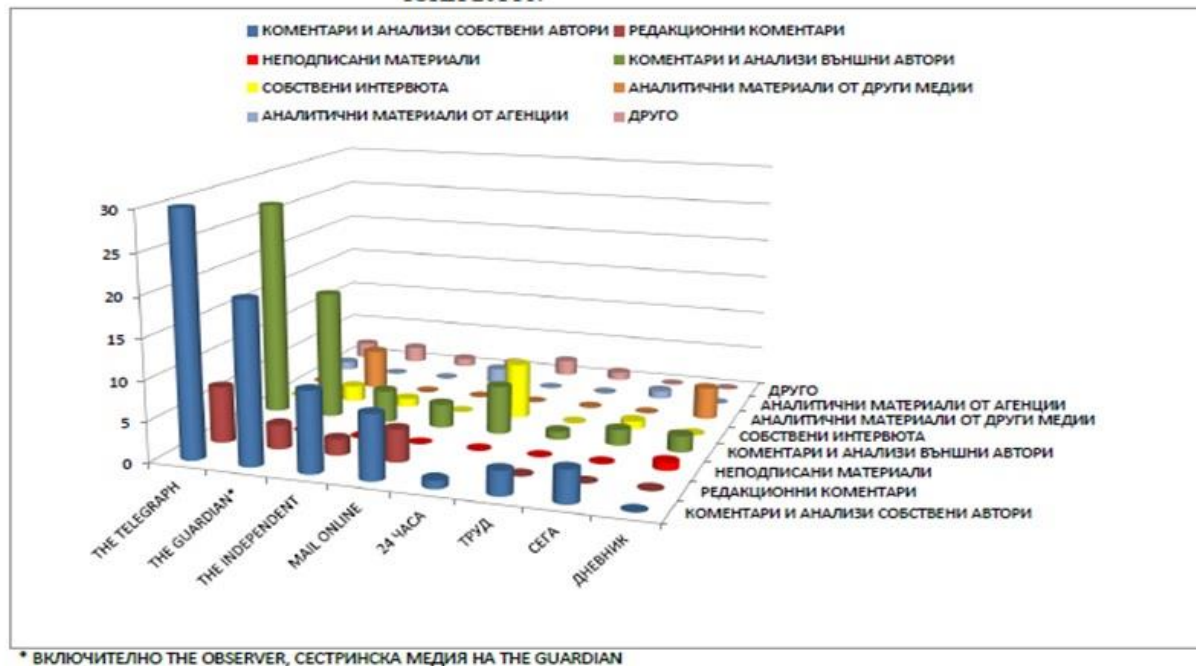
Що се отнася до [Segabg.com](http://Segabg.com) и [Dnevnik.bg](http://Dnevnik.bg), там имаме различно обяснение за доброто присъствие на европейските политици и политици от други държави-членки. И двете издания разчитат предимно на чуждестранни медии и агенции и отразяват новините за ЕС по-скоро като класически международни новини.

Това, което най-напред прави впечатление по отношение на коментарно-аналитичното равнище, е драматично малкото аналитични материали в българските медии за целия период на изследването, в сравнение с тези в качествения британски печат (Фиг. 3).

ЖАНРОВЕ АНАЛИТИЧНИ МАТЕРИАЛИ  
АПРИЛ - МАЙ 2014 г.

\* - ВКЛЮЧИТЕЛНО СЕРИЯТА "ЕВРОПА" И THE OBSERVER - СЕСТРИНСКА МЕДИЯ НА THE GUARDIAN

В това отношение, българските медии по-скоро приличат на таблоида Mail Online, отколкото на представителите на качествената преса. При това, ако сравним месеците февруари и юни с месеците април и май, когато тече самата предизборна кампания, ще установим, че аналитични материали почти липсват в периода извън кампанията (Фиг. 4).

ЖАНРОВЕ АНАЛИТИЧНИ МАТЕРИАЛИ  
ЮНИ 2014 г.

Фиг. 4

При Trud.bg и 24chasa.bg формалното нарастване на броя аналитични материали се дължи отново, както и на информационно равнище, на платеното отразяване на кампанията – в случая става дума за интервюта с политически лидери и кандидати за евродепутати. Затова тези материали са изключени от анализа.

В наблюдаваните британски медии темата *Еврочленство* категорично доминира в периода преди началото на кампанията: The Telegraph 44,2%, The Guardian 32,4%, The Independent 36,1%, Mail Online 60%. Другите теми, по които изданията са посветили най-много аналитични материали, са: The Telegraph – *Евроинтеграция, европейски институции* 23,1%, The Guardian – *Имиграция, бежанци* 18,9%, The Independent *Евроизбори* 36,1%, Mail Online – *Имиграция, бежанци и Евроизбори* – по 20%.

Британските медии не просто отразяват политическите дебати, свързани с европейското членство на страната и бъдещето на ЕС, но и участват в тези дебати, като заявяват ясни, различни позиции (чрез редакционните

коментари), дават думата на различни (собствени и външни) автори да изразяват противоречиви мнения и в крайна сметка, съвместно, формулират и отстояват националния интерес.

В българските медии, освен малкото количество аналитични материали, прави впечатление, че малка част от тях са дело на журналисти от самите медии. Голяма част от коментарите и анализите са критични към ниското равнище на кампанията, но критицизмът им е насочен основно към политическите сили. Доколкото разполагаме с данни за анализ, може да обобщим рамките, в които се позиционира представянето на ЕС в различните медии, по следния начин:

24chasa.bg: еврофондове, доходи/стандарт на живот, икономика;

Trud.bg: ЕС като остътващ – както в кампанията, така и в различни сфери от живота, когато анализът за България се прави в сравнителна перспектива с ЕС като цяло или с другите държави-членки.

Segabg.com: ЕС като коректив на българските национални власти; либерално/пазарно vs. социално;

Dnevnik.bg: ЕС като (единствена) алтернатива на Русия.

Въпреки оскъдния материал, все пак направихме опит да определим отношението към ЕС на базата на публикациите на аналитично равнище в изследваните български медии. Преобладаващото отношение към ЕС е неутрално – между 53 и 60% от публикациите в различните медии, като една от причините за това е, че ЕС просто не е основен обект на анализ, а често само контекст или фон, на който се развива действието.

Що се отнася до разпределението на публикациите, според наличието на отношение към тезата „повече/по-малко Европа”, в българските медии почти отсъства каквото и да било отношение. За сравнение, в британските медии, очаквано, тезата „повече Европа” почти не присъства, с изключение до известна степен на The Guardian (в 9,2% от публикациите). За сметка на това, тезата „по-малко Европа/реформа на ЕС“ е силно застъпена, особено в The

Telegraph (36,7% от публикациите) и Mail Online 28%, но присъства и в като цяло положително настроените към ЕС The Guardian и The Independent – съответно 16% и 15,1% от публикациите. Макар и по-рядко, в The Telegraph и Mail Online се среща и тезата за излизане от ЕС (14,4% и 10,5%).

В резултат на изследването, можем да направим следните изводи за работата на българските медии по европейски теми:

Присъствието на европейски теми в българските медии е по-скоро привидност, отколкото реалност. На информационно равнище през целия период доминира темата *Евроизбори*, която съдържа най-вече съобщения за предизборни партийни събития, изказвания на партийни представители, новини около подреждането на листите и други, по-скоро организационни, отколкото съдържателни подробности около изборите. Темите за българското членство в ЕС, дебатите около бъдещето на европейската интеграция, институционалните реформи, избора на председател на ЕК и пр. почти отсъстват или са просто бегло споменати. За българските медии евроизборите са терен за битка между българските политически сили и отговор на българските вътрешнополитически въпросителни.

Налице е очевиден дисбаланс в представянето на различните политически партии в различните медии. Най-сериозни отклонения наблюдаваме в онлайн изданията на вестниците „24 часа“ и „Труд“, където имаме свръхпредставяне на Българската социалистическа партия (БСП), в сравнение с останалите партии. Изследването доказва по категоричен начин, че голяма част от тези материали са с източник прессъобщения от партийните пресцентрове, но това не е изрично указано. Практиката да се указва платеното съдържание не е последователна. В този смисъл, читателят е получил чуждо съдържание, което е представено редакционно. Нещо повече – читателите на тези издания са получили една силно ограничена представа за Европа (ЕС), рамкирана според политическия дискурс на социалистите – ЕС („Брюксел“) диктува и България трябва да му се противопостави; ЕС (център) третира България като



периферия; Европа е „дясна“ (несправедлива, пазарна) и трябва да стане „лява“ (справедлива, социална); „Европа на чиновниците“ трябва да стане „Европа на хората“. Това ясно показва, че в българската публична сфера европейските теми присъстват само доколкото са част от политическия дискурс, при това – в зависимост от това коя политическа сила е на власт и какви са отношенията на тази политическа сила с конкретни медии.

На аналитично равнище наблюдаваме очевидна липса на материали в българските медии, в сравнение с качествения британски печат. При това, ако сравним месеците февруари и юни с месеците април и май, когато тече самата предизборна кампания, ще установим, че аналитични материали почти липсват в периода извън кампанията. Британските медии поставят темите за бъдещето на ЕС и британското членство в него във фокуса на вниманието – те коментират, полемизират, заемат позиции. Независимо от разнообразието от мнения, които откриваме в различните издания, всяко от тях има ясно различима позиция, която отстоява и аргументира.

Подобен анализ изобщо няма как да бъде направен въз основа на данните, получени от изследването, за аналитичните публикации в българските медии. Доколкото ги има, незначителна част от тях поставя директно въпросите за бъдещето на ЕС и българското членство в него. В общия случай ЕС е просто фон, контекст, в който се разиграват български политически драми, случват се български проблеми, поставят се български дилеми. Ако може да се говори за някакви рамки, в които се разполагат медийните публикации, те са в диапазона от „ЕС дава пари“ до „ЕС не ни зачита“, а образът на Съюза е на външна сила, която дава или отнема, налага или изисква нещо от България; отсъства елементът на съ-участието на България в процеса на взимане на решения в ЕС.

Тези изводи обясняват и преобладаващото неутрално отношение към ЕС в между 53 и 60% от публикациите в отделните медии и липсата на отношение

към някоя от тезите „повече Европа”, „по-малко Европа /реформа на ЕС“ или „Без/извън ЕС“.

Освен на съдържателно равнище, трябва да оценим и европеизацията (или не) на изследваните медии като прилагане (или неприлагане) на европейските медийни правила и практики: конкретно влиянието на платеното отразяване на партийните кампании върху редакционното съдържание, не винаги и не отчетливото обозначаване на платеното съдържание и по-общо, проблемите със собствеността на медиите, редакционната независимост, саморегулацията. На тази база имаме основания да предполагаме процес на периферизация в българската публична сфера.

Ако се позовем на дефиницията за периферизация, въведена от нас, това е процес на отдалечаването от „ядрото“ в резултат на намаляващо или липсващо дискурсивно влияние. Можем да го опишем като обратен на процеса на европеизация по следните показатели:

- Слаба видимост на европейските теми (като количество, но най-вече като качество на информацията);
- Ниска степен на представеност на европейския дневен ред (обсъждани теми и проблеми);
- Висока степен на представеност на националните институционални говорители, в чийто политически изказвания европейските теми отсъстват или присъстват плакатно. Европейските представители са представени неравнопоставено спрямо националните. Граждански актьори почти липсват;
- Ниско ниво на вътрешен плурализъм (представеност на множество различни перспективи, мнения, позиции, в т.ч. редакционни в отделните медии);
- Отсъствие на европейска перспектива – в смисъла на Т. Рисе това означава, че въпросите се поставят като засягащи „нас като общност от европейци“, а не отделни държави-членки или други обособени групи;
- Неприлагане на европейските медийни правила и добри практики: влиянието на платеното отразяване на партийните кампании върху редакционното

съдържание, невинаги и неотчетливото обозначаване на платеното съдържание и по-общо, проблемите със собствеността на медиите, редакционната независимост, саморегулацията.

Въз основа на тези изводи можем да отговорим на въпроса защо въпреки високото си доверие в ЕС, българските граждани са сред нациите, които най-малко се чувстват европейци и най-малко имат усещането, че гласът им е чул в ЕС. Без медии, които да осигуряват обективна информация и честни мнения по европейските теми, да предлагат възможност за публично обсъждане на българското участие в процесите на взимане на решения в ЕС и да правят връзки между българския и европейския дневен ред, няма откъде гражданите да чуят „българския глас“ в ЕС. В същото време, по образа на ЕС в медиите съдим за важността, която му се придава и от самата държава.

Завършването на дисертационния труд съвпадна с провеждането на референдума за членството на Великобритания в ЕС, на който мнозинството от гражданите гласуваха страната да напусне Съюза. А в момента на публикуването на книгата текат мудни и трудни преговори между ЕС и Великобритания, които да договорят основните правила на излизането на Лондон от Съюза. Този развой на събитията прави, от една страна, темата на книгата актуална и навременна, а от друга – дава нов контекст за прочит на резултатите от изследването. Някои от направените наблюдения, включително представените емпирични данни, могат да послужат за обяснение (и дори за предвиждане) на резултата от референдума. В същото време, заради референдума и последиците от него Великобритания продължи, както доказва и настоящото изследване, да бъде сред дискурсивно влиятелните държави в Съюза, да определя дневния му ред и тона на публичните дебати.

**ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА**

**КОВАЧЕВА**, Ралица (2017). *Център и периферия на европеизираните публични сфери*. София: Сиела. [Kovacheva, Ralitsa (2017). *Tsentar i periferiya na evropeiziranite publichni sferi*.]

**НЕЙКОВА**, Мария (2006). Съпоставителен прочит на международните новини в британските и българските вестници. *Годишник на СУ „Св. Климент Охридски“*, ФЖМК. Т. 13, 2006, с. 69-82. [Neykova, Maria (2006). Sapostavitelen prochit na mezhdunarodnite novini v britanskite i balgarskite vestnitsi. *Godishnik na SU, FJMK*. Т. 13.]

**КООРМАНС**, Ruud, Paul **СТАТНАМ** (2010). *The Making of a European Public Sphere. Media Discourse and Political Contention*. Cambridge University Press.

**RISSE**, Thomas (2010). *A Community of Europeans? Transnational identities and Public Spheres*. Ithaca and London: Cornell University Press.

**WIENER**, Antje, Thomas **DIEZ** (eds.) (2009). *European Integration Theory*. 2nd edition. Oxford: Oxford University Press.

**ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**Отворен парламент** (2014). Медии, партии и избори – как се изпълнява Изборният кодекс – междинни резултати от мониторинг на Избори 2014. <https://openparliament.net/2014/09/19/медии-партии-и-избори-изпълнява-ли-с-2/> (посетен на 03.09.2017 г.) [Otvoren parliament (2014). Medii, partii i izbori – kak se izpalnyava Iborniyat kodeks – mezhdinni rezultati ot monitoring na Izbori 2014.]

**Гражданска инициатива за свободни и демократични избори** (2014). Указване на ПЛАТЕНИ МАТЕРИАЛИ, публикувани в медиите. Валидно към 17 май 2014. ГИСДИ. [http://gisdi.eu/bg/PLATENI\\_materiali-c191](http://gisdi.eu/bg/PLATENI_materiali-c191) (посетен на 03.09.2017 г.) [Grazhdanska initsiativa za svobodni i demokratichni izbori (2014).]