



**ТЕМАТА „ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ“ НА СТРАНИЦИТЕ НА ПЕЧАТНИТЕ
МЕДИИ ПРЕЗ ПЪРВИТЕ ДВЕ ГОДИНИ ОТ ЧЛЕНСТВОТО
НА БЪЛГАРИЯ В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ
(2007-2008)**

доц. д-р Мария Алексиева
Бургаски свободен университет

**TOPIC "EUROPEAN UNION" ON THE PRINT MEDIA DURING THE FIRST
TWO YEARS OF MEMBERSHIP OF BULGARIA IN THE EUROPEAN
UNION (2007-2008)**

Assoc. Prof. Mariya Aleksieva PhD
Burgas Free University

РЕЗИЮМЕ: Статията е част от работата по проект „Етнопсихо-лингвистични и социолингвистични аспекти на медийния език на пресата в България”, финансиран от Фонда за научни изследвания при МОМН. Целта на анализа е да изведе основните тенденции и аспекти в темите за Европейския съюз, намерили място в 10 наблюдавани от екипа на проекта ежедневника: „24 часа”, „Експрес”, „Монитор”, „Телеграф”, „Новинар”, „Сега”, „Стандарт”, „Дневник”, „Дума”, „Труд” и националните седмични вестника „Капитал” и „168 часа” през 2007 и 2008 година. Въз основа на публикуваните журналистически материали е възможно да се правят изводи за рефлексивната картина на печатните медии.

Ключови думи: *Европейски съюз, Европейска комисия, еврофондове, европроекти, еврокомисар, евродепутат.*

ABSTRACT: This article is part of the project “Etnopsiholinguistic and Sociolinguistic aspects of media language press in Bulgaria”, financed by the Fund for Research in Ministry of Education.

The purpose of the analysis is to derive the key trends and aspects of topics for the European Union, found a place in the 10 monitored by the project team daily: 24 hours Express Monitor, Telegraph, Novinar, Now Standard Diary, Word, Work and the national weekly Capital newspaper and 168 hours in 2007 and 2008.

Based on the published journalistic material it is possible to draw conclusions about reflexive picture of the print media.

Keywords: *European Union, European Commission, EU funds, EU projects, Commissioner, MEP.*

Минути след 0.00 часа на 01.01.2007 г. в София и в други големи градове в страната започва светлинно шоу и заря, която отбелязва началото на 2007 г. и приемането на България в Европейския съюз.



Часовникът на пл. „Батенберг”, който отброява дните до присъединяването на страната, показва българското знаме в кръга на 12-те звезди на ЕС.

България вече е член на Европейския съюз.

Предприсъединителният процес започва през 1998 г. и завърши през септември 2006 г., когато Европейската комисия препоръчва присъединяването към организацията при строг мониторинг. България и Румъния завършват петото, най-голямо разширяване на Европейския съюз.

Общи проекции на темата и аргументи за избора на методика за анализ

Анализът е свързан с тиражирането на журналистически материали за първите две години от членството на страната в ЕС.

За оценка и анализ на публикациите е избран методът „анализ на съдържанието”.

Смисълът на този тип медиен мониторинг с последващ анализ на журналистически материали е да се проследят честотата, обхватът, характерът и тенденциите в отразяване на темата за Европейския съюз през първите две години от членството на България. На тази основа се извеждат основни тематични фокуси в отразяване на събитията, очертават се тенденции и предпочитания към определен тип журналистически похвати като средство за отразяване и интерпретиране на тематиката, идентифицират се ключови послания, излъчвани от наблюдаваните медии към читателските аудитории.

Известно е, че медиите и журналистите играят съществена роля както за навременното информиране на читателите, така и за формиране на нагласи към проблемите, засягащи членството на България в ЕС. В този смисъл мястото и ролята на медиите могат да се определят като критични, доколкото медия пазарът е сравнително малък, а медиите са зависими от рекламодателите.

„Писането” или „отразяването” на събития, изследвания, добри европейски или национални практики е само едната посока, в която медиите могат да влияят върху читателските публики. Другата посока е възприемане на социално-отговорно поведение от самите медийни групи и от журналистите, работещи за тях. Очакванията са те да спазват основния журналистически принцип – истинно и цялостно отразяване на проблематиката, свързана с темата.

Анализът на съдържанието се концентрира върху новините от България и разглежда в частност тези с главна тема Европейския съюз и неговите институции.

Изборът на изследваните публикации е направен чрез специализиран програмен продукт на базата на предварително определени ключови думи по темата „Европейски съюз”.

Цел, задачи и обхват на анализа

Анализът на съдържанието е замислен като инструмент за набиране на многоаспектна съдържателна информация за подходите на определени печатни медии към отразяване на темите за Европейския съюз и ключовите послания към българския читател.



Печатните медии притежават силата пряко да влияят върху читателските аудитории. Тиражираните в печатните медии материали предизвикват генериране на нагласи, мнения и позиции.

Изборът на медии за анализ по темата е направен въз основа на предварителен анализ на данни, сочещи нивата на влияние на медиите върху читателските нагласи. Отчетена е и популярността на медиите сред читателските аудитории.

Друг съществен критерий при избора на медии е начинът на отразяване на събитията по темата и моделите за интерпретацията им. Например в-к „Труд“ и в-к „24 часа“ са медии, известни с общата си нагласа към кратко, схематично представяне на събитията, с подчертан афинитет към акцентирание върху скандалното и пикантното. Предпочитаните модели са „хвърляне на огън“ и „разпалване на страстите“, дори при наличие на слаба фактологична подкрепа. Недостигащите аргументи най-често се „компенсират“ с интервюта, представящи позиции на политици, социолози, политолози, общественици. Този тип представяне на събитийната фактология е пряко свързан с цялостната медийна политика за изграждане на кратки и запомнящи се медийни клишета, които помагат за оформяне на точно определени послания към аудиторията на тези печатни медии.

На този фон коренно различна е политиката на медии като „Капитал“ и „Дневник“, чиито материали се отличават с по-голяма задълбоченост и търсене на причинно-следствени връзки за случващото се. На читателите се предлагат разнообразни гледни точки и аналитични материали. Самата аудитория на тези медии явно има специфични очаквания и интереси, които дават отражение и влияят върху формиране на друг стил медийни модели за интерпретиране на фактите.

Поради големия обем публикации, анализирани аспекти са изведени от заглавието и първия абзац на материала. Избраният метод може да се обоснове с факта, че според журналистическия принцип „обърната пирамида“ най-важното от новината се казва в началото на статията.

Друг критерий при анализа на съдържанието е свързан с преобладаващия брой публикации за двете години от членството на България в ЕС.

За първата година (2007) преобладаващият брой публикации е през първите три месеца на годината, а за втората година (2008) силно увеличен брой публикации се наблюдава през м. декември.

Основни категории на анализа

В съответствие с изискването за провеждане на анализ на съдържанието са дефинирани основните категории на анализа (ключови думи). Респективно търсенето на журналистически материали в избраните медии е подчинено на тези основни категории. Те са изведени след предложени по 15 ключови думи от всеки член на експертната група на проекта по темата „Европейски съюз“.

Те са следните:

- Европейски съюз, Европейска комисия, Еврофондове,
- Европроекти, Еврокомисар, Евродепутат.



Количествени данни

Анализът потвърждава предварителната хипотеза за наличие на динамика в интереса на наблюдаваните медии към темата за Европейския съюз.

Данните говорят за отчетлива тенденция към повишаване честотата и броя на журналистическите материали интерпретиращи членството на България в Европейския съюз. Така например през първите четири месеца на 2007 година броят на публикуваните материали по темата скача двойно в сравнение със същия период на 2006 година.

Най-голям брой материали за Европейския съюз са публикувани в периода 01.01.-15.04. Обяснението за това е лесно и логично. Приемането на България за страна член на Европейския съюз е чакано събитие, подготовката за това продължава в относително дълъг период и първите месеци са особено интересни за медиите.

Общият брой на публикациите по темата в наблюдаваните печатни медии, отговарящи на критериите за търсене и оценка съгласно методиката на изследване е 1162 единици (Таблица 1).

Анализираните вестници са с различен брой страници. В зависимост от броя на страниците варира и броят на рубриките, в които вестниците диференцират публикациите си.

Средният относителен дял на рубриките в представените печатни медии е 16,53%. Най-малко рубрики има във вестник „Телеграф” – 5. Най-много са рубриките във вестник „24 часа” – до 30.

Печатни медии	Брой публикации
24 часа	163
Труд	93
Стандарт	107
Сега	30
Новинар	42
Монитор	76
Дума	178
Дневник	181
Капитал	57
Експрес	52
Телеграф	142
168 часа	41
Общо	1162

Таблица 1. Брой публикувани материали на страниците на печатните медии за м. януари-април 2007



Горепосочените данни са повече от красноречиви. Те позволяват да се направи категоричният извод, че темата за Европейския съюз присъства масирано в най-големите печатни издания на българския медиен пазар.

Реферираните медии имат доказано силно информационно влияние върху българската аудитория, респективно темите и дневният ред на тези медии до голяма степен следват пулса на реалното, „живото“ ежедневие на хората. Фактът, че постъпателно през последните години все повече аспекти от темата за Европейския съюз са обект на журналистически материали, подсказва, че тя заема сериозно място в живота на хората.

Други изводи, които се налагат въз основа на представените количествени данни за публикуваните журналистически материали през първите четири месеца на 2007 година са:

Първо, темата за Европейския съюз е сред постоянните приоритети на няколко от наблюдаваните медии. Видимо се открояват два ежедневника – „Дневник“ и „Дума“, имащи специфични читателски аудитории и подчертан вкус към аналитични материали, разностранни интерпретации и по-дълбоки послания. „Стандарт“ и „Капитал“ формират ядрото на втората специфична категория медии, на чиито страници темата за ЕС намира сериозно покритие. Заслужава да се отбележи също така различният интензитет, с който се отразява темата за ЕС в два от най-високо тиражните български ежедневника – „Труд“ и „24 часа“.

Количествените данни навеждат на мисълта, че „24 часа“ отделя повече място на отразяването на темите, свързани с членството на страната ни в ЕС. Но ако се вникне зад цифрите става ясно, че „Труд“ предлага по-малко на брой материали, но техният характер е подчертано по-задълбочен, докато политиката на „24 часа“ е да се поместват повече на брой, но по-леки, необременяващи читателя материали.

Второ, 2007 г. представлява повратна точка в отразяването на журналистически материали по темата ЕС. С присъединяването на България към ЕС проблематиката става все по-актуална. Европейските партньори поставят по-високи изисквания към България, българската бизнес среда и българските политици. При това положение, съвсем логично е общественият дебат да придобие нови доминанти, една от които е интерпретирането на членството на България в неговите многобройни и разнолики проявления. Пикът в интереса към отразяването на темата „Европейски съюз“ се регистрира най-силно при медиите „Дневник“, „Дума“, „24 часа“, „Стандарт“ и „Капитал“. През 2007 г. в количествено отношение техните материали, посветени на членството на България в ЕС нарастват двойно, което е ясен сигнал за повишения публичен интерес към темата.

Трето, последващият брой журналистически материали показва известен спад на интереса по темата за членството на страната в Европейския съюз. Това не е изненадващ факт, защото еуфорията отстъпва място на ежедневните взаимно-



отношения и синхронизиране на действията на българските институции с тези на ЕС.

Една година по-късно данните сочат съвсем други цифри и интерес към евро-членството на страната. За 2008 година най-голям брой публикации има през месец декември – 297 (Графика 1).



Рязкото увеличение на броя на публикациите се дължи на началото на делото в Софийския градски съд срещу злоупотребилния със средства от САПАРД Марио Николов. Голямо внимание е отделено на изказвания на подсъдимия пред медиите, както и на коментара на другия участник в престъпната група Людмил Стойков. Тези данни ясно показват коя новина предизвиква най-голям интерес в обществото и медиите. Негативната тема за злоупотреби с национални средства, силното персонифициране в лицето на двамата обвиняеми, както и връзката на единия с президента на България обуславят значимостта на новината. Това е също така тема, която би могла да има отражение върху изборите. Тя изважда на преден план от една страна грешки на правителството по отношение на контрола върху европейските средства, а от друга съмнителното финансиране на президентската кампания на Георги Първанов, който въпреки, че е безпартиен по конституция, продължава да олицетворява политиката на БСП за голяма част от обществото.

Посещението на генералния директор на дирекция „Разширяване“ Майкъл Лий също предизвиква множество публикации, главно на 8. декември.

Изборът на темата се обуславя от значението ѝ за България и свързаните с нея негативни нотки по отношение на управлението на европейските фондове.

Визитата на Сергей Станишев в Брюксел на 18. декември, както и решението на Европейския парламент за 48-часовата работна седмица са другите две основни събития за ЕС през декември.

Най-голям брой теми за ЕС през декември са публикувани във в-к „Труд“, в-к „24 часа“ и в-к „Дневник“ (Таблица 2).



Печатни медии	Брой публикации
Труд	36
24 часа	39
Дневник	80
Телеграф	34
Стандарт	31
Монитор	27
Сега	26
Класа	11
Новинар	6
Капитал	5
Общо	297

Таблица 2. Брой публикувани материали на страниците на печатните медии за м. декември 2008

От данните, представени в Таблица 2, става ясно, че в-к „Дневник“ остава медията с най-голям брой журналистически материали по темата, свързана с членството на страната в ЕС.

Основни аспекти на темите за ЕС

Основните аспекти в темата за ЕС през 2007 година в първите четири месеца са преобладаващо еуфорични и са свързани с комуникацията на България с ЕС и участието на български представители в ЕИСК (Председателят на БСК Божидар Данев поднася приветствие от името на българската делегация в ЕИСК на първата пленарна сесия на Комитета за тази година – 18.01.2007); отваряне на трудовия пазар за българи (Девет държави в ЕС отвориха напълно трудовия си пазар за българи – 16.01.2007); ратифициране на нормативни актове от Народното събрание (Народното събрание прие Закона за ратифициране на Конвенцията за борба с корупцията – 16.02.2007); работата на български еврокомисар (ЕК прие представената от Меглена Кунева Зелена книга за защита правата на потребителите – 08.02.2007); очакване на средства от еврофондовете, които да подпомогнат „възродят“ българската икономика, борба с корупцията и др.



Представяме някои от по-интересните заглавия в печатните медии за периода **01.01.2007 – 30.04.2007** година:

В-к „24 часа”

- «Европолитици се изсипаха за половин ден у нас» – 3.01
- «Пазим с хеликоптери границата на ЕС» – 3.01
- «Трезво в Евросъюза» – 3.01 (без алкохол)
- «Заради европразниците кабинетът спря работа» – 4.01
- «Трети сме по боклук в Европа» – 4.01
- «Българите искат да колят прасета и в ЕС» – 5.01
- «11 години чакаме да поведем ЕС» – 8.01 (става дума за поемане на председателството в ЕС)
- «При конфликт със закони на ЕС нашите не важат» – 8.01
- «Рушат ледена стена пред НДК в чест на ЕС» – 13.01
- «Ентусиазмът покрай ЕС продължава – 13.01
- «Готови сме за Шенген през 2009 г.» – 13.01
- «Науката ни няма шанс в ЕС» – 16.01
- «Учат занаятчии как да правят бизнес в ЕС» – 25.01
- «ЕС ни реже пари за домати» – 7.01
- «Парите от ЕС чак през август 2008 г.» – 18-02
- «Българският език излиза скъп на ЕС» – 12.04

В-к „Труд”

- «Честито, Българийо! Честито, Евросъюзе! И душа да ни е яка!» – 1.01
- «Българинът – евроуникат» – 01.01
- «Общ дом но не на всички етажи» – 1.01
- «И ний сме дали нещо на света» – 1.01
- «Часове след влизането ни в Евросъюза бензинът поскъпна» – 3.01
- «Еврокупонът. Невиждано досега в София светлинно шоу освети пл. „Батенберг” в първите минути» – 3.01
- «Ще ни научат да работим, ще ги научим да живеят» – 4.01

В-к „168 часа”

- «Цялата държава се разтресе от мощни чалга ритми по случай влизането ни в съюза» – 5.01
- «Чалгата решава евроизборите» – 13.04

**В-к „Дневник”**

- «Ако не ЕС - какво?» – 11.01
- «ЕС празнува 50-годишнина с баница и молитви» – 23.03
- «Еврочалга – за избора за евродепутати, ще пеят чалга певци» – 20.04
- «Европа за теб, кебапче за мен, Азис – всеки ден» – 23.04

В-к „Телеграф”

- «Нашенци вдигнаха протести пред Европарламента» – 3.01
- «ЕС дойде със зверско техно» – 3.01
- «Ценови шок плаши всеки трети, 3,4% вярват, че доходите ще нарастнат 44% не виждат за себе си полза от ЕС» – 4.01
- «АЕЦ пред съвета за енергетика на ЕС» – 4.01
- «Журналисти чакаха напразно вълна от български и румънски емигранти» – 4.01
- «Италия спира наши цигани със специален закон» – 4.01
- «Македонци на опашки за български визи» – 4.01
- «2007 г. – чака ни работа, а не пиршество» – 4.01
- «Към Европа – 4.01 (българите се канят да ходят на работа в Европа) Европейски цени» – 4.01
- «Съкращават митничари заради ЕС» – 5.01
- «25-метрови знамена на ЕС прави новата Райна Княгиня» – 5.01
- «Прилики и разлики между нови и стари» – 5.01
- «Проверяват дали ни е евро месото» – 6.01
- «Камери и сателит за комфорта на прасетата» – 9.01
- «Само 10 страни казаха “да” за наши работници» – 12.01
- «Получаваме 650 млн. евро от ЕС за 2007 г.» – 12.01
- «Падат такси за наши студенти в ЕС. Българите ще плащат еднакво с чуждестранните си колеги» – 12.01
- «Тестове ще проследяват абитуриентите за ЕС» – 15.01
- «Пуснаха гражданите на ЕС от приюта в Бусманци» – 15.01
- «Къде са балканските одри? Няма емигрантска вълна, а отлив, отбелязва британският вестник» – 26.02
- «ЕП вдига брадвата върху чашката» – 29.03
- «Станахме бунището на ЕС» – 31.03

В-к „Монитор”

- «Българи протестират пред Европарламента заради осигуровки» – 3.01
- «България и Румъния промениха географията на ЕС» – 3.01
- «Лъскавата фасада на абсурда» – 3.01 (по повод влизането в ЕС)



- «Мястото на родния език в европейското семейство» – 3.01
- «Сините вещаят евроскептицизъм» – 04.01
- «Влизаме в ЕС с мафиотски структури» – 4.01
- «Драмата с ракията» – 10.01
- «На дъното сме в Европа по инвестиции за наука» – 16.01
- «Като какви сме в Европа?» – 25.01
- «В ДПС готови за усвояване на европарите» – 26.02
- «От ЕС пак целунаха българската мафия» – 31.03
- «БСП рекламира ЕС с паста за зъби» – 4.04
- «Валят сигнали от България към ЕС за опасни стоки» – 16.04
- «Всяка втора наша фирма се страхува от Европейския съюз» – 26.04

В-к „Новинар”

- «Първи наш протест в ЕС още този месец» – 3.01
- «Граничната бариера от ГКПП Кулата отива в Историческия музей» – 3.01
- «Страховете ни от ЕС – ценови шок и обедняване» – 4.01
- «Немско издание ни нарече “втора класа в ЕС” – 5.01
- «ЕС забрани да колим прасета по Нова година» – 5.01
- «Изравняваме заплатите си с европейските през 2230 г.» – 27.01
- «Приемаме ЕС като ограничение, не като шанс» – 16.02
- «Стоотици напирала за евролистата на БСП» – 23.02
- «Българите – най-нещастни в Европа» – 27.02
- «С чалга или духов оркестър в Европа?» – 19.04
- «Има опасност да не усвоим европарите за земеделие» – 25.04

В-к „Сега”

- «Еврочленството доведе до нови проблеми по границите» – 3.01
- «Брюксел обеща щедрост, България – много старание» – 3.01
- «Българи искат ЕС да отмени здравните им дългове» – 3.01
- «Въпреки ЕС – без обезщетение за закъснели полети» – 4.01
- «Страховете от ЕС – повече от надеждите» – 4.01
- «Кирилицата затрудни европейските институции» – 5.01
- «Социолози дават 3 г. за адаптация в ЕС» – 8.01
- «Защо ЕС все още не е в България?» – 9.01
- «МВР прави “Черна книга” за измамите с еврофондове» – 10.01
- «Членството в ЕС – повече грижи, по-малко радост за политиците» – 12.01
- «ЕС ни изненада. Факт!» – 13.01



- «Българи в люта битка за шефове в Брюксел» – 16.01
«Българският парадокс – вместо акциза на бензина, ракията предизвика бунтове» – 17.01
«ЕС изсмуква българските IT-кадри» – 27.01
«Кабинетът хвана последния влак за парите от Евросъюза» – 2.03
«България е третата страна в ЕС с най-висока инфлация» – 20.03.
«ЕС е най-големият донор на помощи» – 4.04
«Стигаме доходите на ЕС след 15 г.» – 25.4

В-к „Стандарт”

- «Караме в ЕС с една застраховка» – 3.01
«Зъболекари точат брадва за пломбите» – 3.01 (като цените в ЕС)
«Човек не се събужда европейец» – 3.01
«Абитуриенти се потят над евротест» – 12.01
«ЕС готви морков и тояга» – 21.01
«Свикнахме да шием за Европа» – 13.02
„Европа ни развали рушетчийския рай» – 15.02
«Чиновници обръщат европравилата» – 19.03
«Еврокомисар закусува с търновски мекици» – 23.03

В обобщен вид заглавията, представящи взаимодействията и сътрудничеството “Европейски съюз – България“ през първата половина на 2007 могат да бъдат обобщени в следните тематични направления:

- “Българска и ЕС икономика”
- “Миглена Кунева в битка за еврокомисар на годината”
- “Българският бизнес иска обща данъчна основа с ЕС”
- “Повишаване на цените в ЕС”
- “Стресът на работното място – в България и в ЕС”
- “Пристигат първите евро пари от ЕС фондове у нас”
- “Корупция по програма „САПАРД”
- “Чужди инвестиции в България”
- “Българско и европейско образование”
- “България N 1 по инфлация в ЕС”
- “Тютюнопушенето – в България и в ЕС”
- “Структурни фондове на ЕС”



Като цяло може да се каже, че европейската тема устойчиво присъства /”много високо ниво на присъствие” според социолозите/ редом с местните избори, борбата с престъпността и корупцията.

Общите изводи от анализа на данните за 2007 година могат да бъдат представени по следния начин:

1. Най-големият относителен дял от темите, свързани с Европейския съюз, е посветен на икономиката; следователно, икономическите проблеми са най-силният център за България по отношение на връзката ѝ с ЕС (46.1 %).
2. Независимо как живеят, българите остават доста политизирани (22.1 %).
3. Социалните проблеми присъстват в българската преса почти колкото и политиката – нов момент за България (20.3 %).
4. Разочароващ в някакъв смисъл е фактът, че тематиката за развитието на гражданското общество е много слабо застъпена (8.0 %).
5. Изключително нисък остава относителният дял на темите, свързващи българското и европейското образование (3.5 %).
7. Силно впечатлява резултатът, че един от най-четените от българите вестник – „Труд”, относително слабо отразява проблематика, свързана с Европейския съюз.

Основните аспекти в темите за ЕС през 2008 година и по-конкретно през месец декември са свързани с комуникацията между ЕС и България, главно по повод управлението на европейските фондове (*Таблица 3*).

Основни теми през декември	
Отношения ЕС-България	157
Решения ЕС	53
Проблемни теми	39
Връзки с други страни	20
Други	23

Таблица 3. Основни теми в печатните медии за м. декември 2008

Най-много внимание се обръща в частност на САПАРД, по повод удължаването на срока на програмата.

Силен акцент поставят критиките на ЕС към България, малка част от материалите са посветени на обратната връзка – атаки на български управляващи срещу съюза.

Прави впечатление, че теми за ЕС не се поставят в контекст на предстоящите избори. Въпреки това те оказват косвено влияние върху предизборната кампания заради отрицателния си заряд и правителствените грешки, които изваждат на показ.

Решения на ЕС присъстват силно в българското медийно пространство. Внимание е отделено на проблемите около климатичния пакет, открояват се и мате-



риали по повод пускането на телефон 112 в цяла Европа и таксите на мобилните оператори. По отношение на спешния телефон 112 е интересно да се отбележи, че в повечето случаи новината не е обявена в положителен аспект, а е обърнато внимание на това, че България е избегнала предпазна клауза заради забавянето с пускането на 112 („България се размина със съд за спешния телефон 112”, в-к „Дневник“, 15.12. 2008).

Проблемни теми като финансова криза, месото от Ирландия и Лисабонския договор също намират отзвук в отразяването на темите.

Топ 10 аспекта:

1. Отношения България-ЕС (34)
2. Решения на ЕС (32)
3. Управление на европейски средства (27)
4. Злоупотреби с европейски средства (24)
5. Критики на ЕС към България (20)
6. Световната икономическа криза (17)
7. САПАРД (11)
8. Климат, био-продукти и енергийни източници (11)
9. Международни отношения (11)
10. Субсидии за животновъди (7)

Интересен факт е по-различното представяне на вестникарски заглавия в някои от наблюдаваните печатни медии:

- „България се присъедини към дело срещу ЕК“ (в-к „Новинар“ 12.12.2008)
- „ЕК съди България заради проблем с нотариусите“ (в-к «Сега», 03.12.2008)
- „Раздор между Европарламента и правителствата в ЕС за работното време“ (в-к «Новинар», 17.12.2008)
- „Нова директива въвежда гъвкаво работно време в ЕС“ (в-к «Дневник», 19.12.2008)
- «Брюксел склони пред фермерския бунт» (в-к «Новинар», 16.12.2008)

Този резултат е пример за това как заглавието на един материал може да повлияе на цялостната представа на читателя за темата. Дори и в основния текст да са представени всички аспекти на темата, възприятието на заглавието е много по-силно и с по-голяма вероятност остава в паметта на публиката.

Основна тема, която присъства в печатните медии и през 2007, и през 2008 година (в по-висока степен) е темата за корупцията.

Като се съди по заглавията на регистрираните във вестниците текстове, около 3,5% от тях са обвързани с Европейския съюз – пряко или косвено.



Какво разкриват тези текстове:

ЕС е силата, която принуждава властите да действат, подтиква ги към създаване на правила: избраните за илюстрация заглавия са красноречиви: „ОЛАФ с нов ужасяващ доклад за България, Фирми, злоупотребяващи с европари, щедро спонсорирани партии» (в-к «168 часа», 24.10.2008), «За европейските пари и «лошата» България» (в-к «Труд», 23.08.2008), «София била столица на корупцията в ЕС» (в-к «24 часа», 10.01.2008, «Наричат ни блато на Черно море» (за корупцията у нас, в-к 24 часа, 10.05.2008).

- ЕС е арбитър: от една страна от ЕС се иска съдействие: „АБТО иска съдействие от ЕС ” (в-к „Дневник”, 05.02.2008), „Сезирахме и Оли Рен за тв лицензирането” (в-к „Сега”, 09.12.2008), от друга страна в Брюксел (столицата на ЕС) може да се подават оплаквания срещу България: „Чужди фирми се жалват в Брюксел от министър на ДПС” (в-к „Сега”, 11.09.2007);

- ЕС е силата, която има право да наказва, да налага санкции «ЕС заплашва България с изолация» (в-к «Капитал», 10.05.2008).

Така се очертават контурите на фигурата на ЕС:

- подбудител към действия за преборване на корупцията, за създаване на правила,
- арбитър на действията и правилата
- санкциониращ орган, ако установи нарушения.

От представеното образът на ЕС може да бъде оприличен на фигурата на триъгълник със страни: правила, арбитраж, санкции.

Към триъгълника има и прилежащи шрихиран полета, също европейски.

На първо място, това са европарите (главно по САПАРД) – тях ги крадат или се налага „Чинувнически десятък за проектите по САПАРД” (в-к „Новинар”, 22.12.2008) В евро се изчисляват подкупи, рушвети; с евро се правят далавери, евроизмами; „свиват се” милиони евро.

Друго прилежащо поле са държавите от ЕС – там могат да се влагат откраднатите пари (Мирчо Циганина „Вложил част от откраднатите пари в Испания” (в-к „Сега”).

Ако се върнем обаче към централната фигура на ЕС като триъгълник със страни: правила, арбитраж и санкции, проекциите могат да се разширят по посока как членството на България в ЕС служи като лост за натиск за предприемане на действия и мерки за преодоляване на корупцията.

Жанр и вид на материалите и основни количествени характеристики

Един от основните индикатори при анализа на съдържанието на реферираниите медийни материали е жанровото разнообразие.

Анализът показва, че печатните медии предпочитат да публикуват информационни жанрове (съобщение, разширена информация, хроники) и коментари на



отделни събития или изказани мнения. Този тип материали представляват 71,4 % от всички реферирани материали.

Други 13,7% от материалите принадлежат към групата на интерпретативните текстове, което е задължителна част от на политиката на медиите за дълбинно, аналитично представяне на случващото се и предоставянето на кратки коментари.

Значим дял от материалите (14,9%) са посветени на отразяване гледните точки и позициите на водещи политически, синдикални и браншови представители. В този случай, медиите са избрали най-прекият и достоверен начин за отразяване на този тип мнения – интервютата.

Таблица 4 показва какво е жанровото съотношение на реферирани материали.

Жанр	Абсолютен брой на реферирани единици	Относителен дял на реферирани единици в %
Уводна статия	20	1,7
Проблемна, аналитична статия	66	5,7
Репортаж	73	6,3
Коментар	407	35,2
Съобщение	421	36,2
Интервю или разговор	160	13,6
Позиция	2	0,2
Писма от читатели	8	0,7
Реклами	5	0,4
Общо:	1162	100%

Таблица 4. Разпределение на реферирани единици според жанра (в абсолютен брой и относителни дялове) – 2007 година

Прави впечатление, че медиите отделят видимо повече място и внимание на кратките коментари и съобщения, докато аналитичните статии са едва 5,7%, а позадълбочените репортажи са 6,3%. Но това съотношение едва ли учудва някого. Жанровата палитра и стилистика са подбрани така, че да съответстват на очакванията на аудиторията и потенциалните читатели. Освен това, трябва да се има



предвид *първо*, кои са наблюдаваните медии и *второ*, общата политика за списване на медиите у нас. Печеленето на повече читатели и популярност минава през отразяването на скандални, пикантни новини, задължително в стил *“горещи”* новини. Затова е напълно логично на страниците на медиите да присъстват предимно кратки анонси на случващото се с препратки и представяне на мненията на различните участници в събитията.

В случая, темата за присъединяването на страната към ЕС е отразявана основно с похватите на най-популярната журналистика – информационни бележки, разширена информация и горещи коментари (71,4 %), свързани с различни събития, случили се през наблюдавания период, придружени с пикантни детайли, особено когато са замесени публични личности. Направени са опити за разкриване на някои по-фрапантни случаи на нарушаване на законодателството, в част от случаите се правят препратки към нарушените данъчни и осигурителни разпоредби, търсят се виновниците и се предлагат решения/мерки за недопускане на подобни случаи. Но като цяло, предпочитаният похват на медиите е да представят кратки коментари за случващото се, като предлагат различни по характер интерпретации и излъчват различни по сила и насоченост послания.

Най-голямо разнообразие в жанровата палитра се наблюдава при вестниците *„Сега”*, *„Стандарт”*, *„Дневник”*, *„Новинар”* и *„Труд”*. Докато медиите като *„Монитор”*, *„Капитал”* и *„Дума”* предпочитат да общуват със своите аудитории чрез коментарни статии, с различна степен на аналитично ниво и дълбочина на интерпретирането на материала.

По отношение на жанровото разнообразие за другия наблюдаван период (м. декември 2008 година), също не се наблюдава особено различие. Преобладаващите журналистически материали са на информационния дискурс – информационни бележки и разширена информация). Жанровете на интерпретативния дискурс преобладават в ежеседмичника *„Капитал”* и във в-к *„Дневник”*.

При анализа на реферирания материал и за двата наблюдавани периода (2007 и 2008 година) други съществени характеристики, които бяха отчетени, са *дължината на материала и наличието на придружаващ снимков и/или графичен материал*. Тези характеристики са важни, тъй като, от една страна индикират отношението на медиите към отразяването на събитие, а от друга – подсказват каква е възприетата от тях медийна политика спрямо отразяването на такъв тип теми.

Материалите над 100 реда са по-скоро в рамките на изключението, а най-предпочитаният формат е до 30 реда. Последната констатация е валидна за *«Новинар»*, *«Монитор»* и *«Дума»*. За *«Капитал»*, *«Дневник»*, *«Сега»* и *«24 часа»* е характерно поместването на материали от 30 до 100 реда, което е пряк индикатор за отделянето на повече внимание към темата. Най-обемистите материали (над 100 реда) са в *«Дневник»*, *«Труд»* и *«24 часа»*.

«Монитор», *«Сега»*, *«Новинар»* и *«Труд»* са медиите, които най-често илюстрират материалите си с релевантен снимков материал. Най-рядко това се прави при реферирания материал на *«Дневник»*, *«Дума»* и *«Капитал»*.



Графичен съпътстващ материал се предлага най-често в „*Капитал*”, „*Труд*” и „*24 часа*”.

Наличието на снимков и/или графичен материал е елемент от възприетия от отделните медии стил на представяне на информацията. Както е известно, това се прави с цел постигането на по-висока разпознаваемост на информационните послания от страна на читателската аудитория. Освен това чрез умелото използване на придружаващ снимков или графичен материал медиите упражняват много по-силно директно влияние върху общественото мнение, формирайки го в желаната посока.

В обобщение може да се каже, че най-често материалите, посветени на темата „Европейски съюз”, са кратки, имат коментарен характер, в 40,1 % от случаите са придружени със снимка и само в 4,1% – с графичен материал.

Анализът на рефериранияте медии може да се задълбочи по линия на индикаторите за съдържателните и същностните характеристики на материалите. Такива са:

- Предпочитанието на медиите към използването на определен термин *Европейски съюз, европейска комисия, еврофондове, европроекти, еврокомисар, евродепутат*.
- Характерът на заглавието – очевидно сугестивен, насочващ към определени изводи или неутрален и даващ възможност за самостоятелни изводи.
- Друг важен индикатор е дали ключовата фраза „Европейски съюз” се явява самостоятелен обект на съответния журналистически материал или тя е била спомагателно спомената при интерпретирането на други явления и събития.

Главни действащи лица

Главните действащи лица в материалите за Европейския съюз през наблюдаваните периоди очаквано са Съюзът и неговите институции Европейската комисия и Европейският парламент.

Те са основни субекти в теми, засягащи взимането на решения на територията на ЕС, както и в повечето материали за отношенията България-ЕС.

От отделните представители на ЕС най-често се споменават Майкъл Лий (по повод посещението му в София през 2008 г.) и Жозе Мануел Барозу (по повод визитата на Станишев в Брюксел). Двамата са и често пряко цитирани в самите заглавия на материалите.

Друга голяма група „актьори” са управляващите в България. Най-често се споменава страната като цяло, като например в заглавието на в. „*Сега*” от 03.12.2008 „*ЕК съди България заради проблем с нотариусите*”.

Отделни министри и правителството също са често срещани действащи лица. От кабинета прави впечатление по-честото споменаване на вицепремиера Меглена Плугчиева, което се обяснява с ролята ѝ по отношение на управлението на европейските фондове.

Министърът по европейските въпроси Гертана Грънчарова е най-често цитирана в заглавията от всички министри на кабинета. Цитирането в заглавия е ва-



жен аспект от анализа, тъй като директните думи могат да оказват силно влияние върху читателите. Освен това така изпъкват и лицата, които медиите избират да поставят на преден план. Интересът на медиите към изявленията на министър Грънчарова е любопитен факт, защото нейните изявления пред журналистите не винаги са положителни и оптимистични, както изявленията на останалите членове на кабинета. Пример за това е заглавието на в-к „Дневник“ от 4.12.2008 „Грънчарова: Опасността от предпазна клауза за България е реална“. Този резултат би могъл да сочи тенденция за избор на негативни и/или „сензационни“ изказвания и предстои да се провери през следващите месеци.

Интересен факт е, че отделните партии от коалицията много рядко изпълняват роля в теми с европейски въпроси. През декември 2008 е публикувана само по една статия за ЕС с главни лица БСП и НДСВ. ДПС не се споменава в контекста на теми за ЕС.

Прави впечатление също, че опозицията в България е по-скоро второстепенен актьор в тези теми, като се среща най-често в критики срещу кабинета. Бойко Борисов присъства в една статия като главно действащо лице. За разлика от това, голямо внимание се отделя на злоупотребилите със средства от САПАРД Марио Николов и Любомир Стойков, които често са пряко цитирани, дори в заглавия. Марио Николов е заместен с „президентски спонсор“ само в едно заглавие – на в. „Сега“.

Второстепенната роля на партиите в теми за ЕС е важен извод в контекста на предстоящите избори.

В материали за отношенията между ЕС и други страни най-често споменавани са Ирландия (по повод скандала със заразеното ирландско месо) и Румъния (по повод увеличението на таксите за стари автомобили и съкращаването на румънски комисар). По-големият брой статии за Румъния би могъл да се дължи на общото приемане на България и Румъния в ЕС, с цел сравнение между двете страни.

Топ 10 на главните действащи лица		
Главни действащи лица	Януари-април 2007	Декември 2008
ЕК	135	56
ЕС	248	41
ЕП	157	24
България	489	20
Министри от българския кабинет	121	19 (от тях най-често Пругчиева)
Българското правителство	197	18
Разследвани лица	68	18
Майкъл Лий		16
Жозе Мануел Барозу		11
Сергей Станишев		8

Таблица 5. Топ 10 на главните действащи лица за наблюдаваните периоди през 2007 и 2008 година



Тенденция на темите за ЕС

Близко половината от темите за ЕС за наблюдаваните периоди през 2007 и през 2008 година са с неутрален характер и са в повечето случаи информативни, без допълнителен анализ. Неутралният характер на материалите се обяснява с факта, че повечето български печатни медии са с информативен характер, без стремеж към аналитични и коментарни текстове. Тяхната информация се базира главно на тази от информационните агенции и има за цел да отговори основно на въпроса какво се е случило.

Близко една трета са представени в негативна светлина, като в по-голямата си част това са теми за спрени европейски средства (в-к „Сега” и в-к „Дневник”). По-големият брой негативни материали в сравнение с положителните се дължи на факта, че новините за инциденти, злоупотреби и критики са по-атрактивни за медиите.

Положителен характер имат част от материалите за присъединяване на страната към Евросъюза и големите надежди за промяна на стандарта на живот, възможността за работа в чужбина, свободното пътуване и темите за удължаването на срока на САПАРД и субсидиите за животновъдите, както и някои решения на ЕС.

Прави впечатление, че материалите, в които действащи лица са представители на ЕС или на българското правителство, в по-голямата си част са по-скоро негативни, отколкото положителни. Пускането на тел. 112 също е отбелязано като успех на съюза (но не и на България).

По отношение на разликите между отделните медии прави впечатление, че вестниците „Дневник” и „Сега” са публикували значително повече негативни, отколкото положителни материали. Този резултат за „Дневник” и „Сега” се обяснява с факта, че съдържат и аналитични текстове.

Основни изводи от анализа

Първо, темата за Европейския съюз е постоянна за българските печатни медии. Независимо от интензитета на журналистическите материали, тя присъства трайно в печатната медийна среда.

Второ, забелязва се различна динамика в интереса на наблюдаваните медии към темата „Европейски съюз”. Няколко медии се оказват особено активни при отразяване на темата – *«Дневник»*, *«Дума»*, *«Труд»*, *«Стандарт»* и *«Капитал»*. Те тръгват с голям брой публикации по темата през 2007 година, показват умерен интерес през следващата година и към настоящия момент се наблюдава спад в броя на публикациите по темата (изключение правят периодите, когато има събития, значими за страната). Други медии, като *«Телеграф»* и *«24 часа»* например, поддържат сравнително траен интерес, като пикът е през 2007 г., след което се забелязва известен спад. За останалите печатни медии не се забелязват големи разлики при тиражиране на журналистически материали по темата.



Трето, основните аспекти в темите за ЕС са свързани с комуникацията между ЕС и България, главно по повод управлението на европейските фондове.

Четвърто, теми за ЕС не се поставят в контекста на избори`2009. Въпреки това те оказват косвено влияние върху предизборната кампания заради отрицателния си заряд и правителствените грешки, които изваждат на показ.

Пето, близо половината от темите за ЕС са с неутрален характер и са в повечето случаи информативни, без допълнителен анализ. В негативна светлина са представени близо една трета, като в по-голямата си част това са теми за спрени европейски средства.

Шесто, анализираните печатни медии и анализа на съдържанието очертават контурите на фигурата на ЕС: подбудител към действия за преборване на корупцията, за създаване на правила; арбитър на действията и правилата; санкциониращ орган, ако установи нарушения.

Литература:

1. 24 chasa, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
2. Ekspres, 01.01.2007-30.04.2007
3. Monitor, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
4. Telegraf, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
5. Novinar, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
6. Sega, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
7. Standart, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
8. Dnevnik, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
9. Duma, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
10. Trud, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008
11. Kapital, 01.01.2007-30.04.2007, 01.12.-30.12.2008