

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И
СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

КАТЕДРА
„МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“



Район „Студентски“, ул. „8-ми декември“ № 19, 1700 София
unwemedia.com • media@unwe.bg • +35928195370

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

Факултет „Икономика на инфраструктурата“

Катедра „Медии и обществени комуникации“

Рослава Николаева Куманова

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Автореферат

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научната специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ („Журналистика“) в направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Зачислена със заповед :

N 769/20.03.2018 г.

Научен ръководител:

Доц. д-р Стела Ангова

София, 2025

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА АВТОРСТВО

Декларирам, че настоящата дисертация е разработена само от мен, не е написана от друго лице, не съм използвала неправомерно литературни източници, без да са цитирани, или дипломни и курсови работи, реферати или други подобни източници от платени или безплатни сайтове. Запозната съм със Закона за висшето образование и Правилника за учебната дейност на УНСС, според които всеки докторант носи отговорност за плагиатство.

06.02.2025 г., София

(Рослава Куманова)

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Съдържание

Обща характеристика на дисертационния труд	4
Резюме на дисертационния труд.....	9
Първа глава. Ценности и ценностна система. Теоретична рамка	9
Втора глава. Социално-антропологически типове в българската история от времето на Османското владичество до 10-и ноември 1989 г. и тяхната ценностна система	18
Трета глава. Нови ценностни модели в посттоталитарния период. Емпирично изследване	29
Четвърта глава. Таблоидната преса като огледало на ценностната система на българите (анализ на в. „Уикенд“).....	40
Заключение	54
Справка за основните приноси	57
Публикации по темата на дисертационния труд.....	58
Библиография	59

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Обща характеристика на дисертационния труд

Резюме на дисертационния труд

Дисертационният труд се състои от увод, четири глави, заключение, справка за основните приноси, библиография, публикации по темата на дисертационния труд и приложения.

Увод

Въпросът за ценностната система на хората е винаги актуален, тъй като тя е определяща за поведението на ниво семейство и работна общност, както и на ниво обществени отношения. **През последните 34 години у българите се формира нов модел на нагласи, убеждения и вярвания.** Традиционните за българския народ ценности претърпяха изменения. Появиха се и нов тип възгледи за света и модели на действие, нови интереси и желания, нови образци на поведение и нови основни вярвания сред голяма част от българите.

Въпросът за ценностите е фундаментален и за България, и за Европа. Съществува както сблъсък, така и диалог и алианс между различните видове ценности.

Темата е значима, тъй като проблемът за ценностната система на българите след 1989 г. е малко изследвана. В по-ново време проучвания са правени от Георги Фотев, Михаил Минков, Марин Паунов, Магдалена Гарванова, Мая Стоилова, Валентина Попова, Боряна Тодорова, Ивайло Христов, Петя Пачкова, Красимира Байчинска, Юлиан Генов. Един от световно признатите изследователи на ценностната система е холандският антрополог Хеерт Хофстеде, който в своите анализи включва и България.

През последните 34 години са правени и фрагментарни социологически изследвания на ценностите, но най-всеобхватни и актуални са проучванията на агенция **Alpha Research** от 2003 г. и на Изследователски център **“Тренд”** от 2017 г.

От 1990 г. България е включена в т.нар. Европейско изследване на ценностите – **European Values Survey (EVS)**, което се провежда на всеки 9 години в над 30 страни. Социологическото проучване се прави по единна методология за всички държави. Предмет на това изследване са **междупersonното доверие, доверието към социалните институции, към църквата, към политиците, към съдебната система, наличието на гражданско общество, нагласите спрямо расовото, религиозното и етническото различие и др.** Последните две вълни на EVS са проведени през 2008/2009 г. и през 2017/2018 г.

Темата на дисертационния труд е интердисциплинарна. С нея се занимават различни науки като народопсихологията, философията, социологията, културната и

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

социалната антропология, психологията, културологията, аксиологията, медиязнанието и др.

Медийната репрезентация на ценностите в посттоталитарния период в България насочва към развитието на демокрацията у нас и показва ролята на медиите за укрепването или подкопаването на демократичните принципи. Посттоталитарният период е време на значителни промени в ценностната система на българското общество. След падането на тоталитарния режим в България през 1989 г., медиите се превръщат в ключов фактор за формирането и разпространението на **нови културни и социални модели**. Тази трансформация се случва в контекста на преход от централизирана система за контрол на информацията към плуралистична медийна среда.

Ако в условията на тоталитарно общество медиите са основно пропаганден инструмент, който налага единна ценностна система и идеология, то преходът към демокрация и отварянето към света показва многообразие от ценности – **демократични, пазарно ориентирани, културни и глобални**.

Процесите на формиране на ценностна система в България и създаването на нови медийни марки с различно, нецензурирано съдържание вървят паралелно. Именно медиите **са най-големият документатор на развитието на обществото и могат да разкажат детайлно за трансформацията на вярванията и нагласите**.

С отварянето на България към света след 1989 г. , **глобализацията води до достъп до чуждестранни медии и културни модели**. Това оказва двоен ефект. От една страна, се насърчава приемането на универсални ценности като свобода, права на човека и толерантност. От друга страна, се засилват конфликтите между традиционните български ценности и чуждестранните културни влияния, което медиите често репрезентират чрез теми като „културна идентичност“ и „глобален конформизъм“.

Посттоталитарният период в България бележи дълбоки социални и културни промени, породени от прехода от централизирана система на управление към демокрация и пазарна икономика. Тези трансформации са неразривно свързани с преформулирането на ценностната система на обществото, което е ярко изразено в медийните репрезентации.

Цел на изследването е да бъде идентифициран и анализиран начина, по който медиите в посттоталитарния период обрисуват ценностната система на българите в периода 2006-2024 г. Успешното изпълнение на тази цел ще помогне да бъде допълнено знанието за трансформираната ценностна система на едно общество в преход и начина, по който медиите документират този процес. Целта на дисертацията е да проследи в исторически план какви са ценностните нагласи, обуславящи поведението на българите в четири периода – по време на Османското владичество, след Освобождението, при комунистическия режим и след 10-и ноември 1989 г. А най-главната задача е да се

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

изследва ценностната система на българите според медийни публикации в периода 2006-2024 година.

Обект на научното изследване е идентифицирането на основните ценностни сходства и различия между българите в четири исторически периода. Обект на научното изследване са нагласите, убежденията и вярванията, т.е. ценностната система на българите през 34-те години посттоталитаризъм. Обектът на проучването са възгледите, духовните ориентации, мотивацията, която ръководи поведението на сънародниците ни, образците им на поведение, представите им за добро и зло, основните им вярвания, софтуерът на ума им като модел на мислене, усещане и потенциално действие.

Предмет на изследването са медийните съдържания и дискурси, чрез които се отразяват, формират и променят ценностите на българското общество след 1989 г. Предметът обхваща както конкретните медийни послания, така и механизмите на тяхното създаване, разпространение и въздействие върху аудиторията. Предмет на изследването е още медийната репрезентация на ценностната система – начина, по който медиите в посттоталитарния период отразяват цялата палитра на новата ценностна система, запазила свои предишни характеристики и придобила нови.

Ограничения в обхвата на изследването

На първо място, поставям ограничение **от гледна точка на медиите**. Най-подробно ще изследвам вестник „Уикенд“. Ще анализирам и медийни публикации в вестниците „Труд“, „24 часа“, „168 часа“, „Сега“, „Стандарт“, „Капитал“, „Преса“, „L’Europeo“, както и техните онлайн версии в периода 2006-2024 г. По това време посочените издания имат сравнително високи тиражи или голяма посещаемост на сайтовете им. Рекордът за печатно издание е на в. „Уикенд“, който (по непотвърдени данни) стига до 400 000 бройки седмично през 2008 г. Освен посочените медии, в проучването си ще използвам и публикации в сайтовете btvnovinite.bg, offnews.bg, dariknews.bg, investor.bg, mediapool.bg, cross.bg, vesti.bg, blitz.bg, svobodnaevropa.bg, bulevard.bg, tv.dir.bg, artofliving.org и др. , в периода 2006-2024 г. Все повече медии създават свои дигитални версии и по този начин техните послания достигат до по-голяма аудитория. Заедно с това се засилва ролята на социалните мрежи в оформянето на обществените нагласи.

Второто ограничение е от гледна точка на **изследвания период** – фокусът на изследването е времето от 2006-2024 г. Периодът е наситен с политически, социални, икономически и медийни трансформации, които влияят върху ценностната система на българите. Този 18-годишен период дава възможност да се анализират процеси в дълбочина, които оформят ценностната система на българите в посттоталитарния контекст. Изследването на този период ще даде възможност да бъдат описани начините за

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

трансформиране на нагласите към демокрацията, медиите и институциите и за промяна в разбиранията за идентичност, традиция, семейство и успех.

Работната хипотеза е, че медийната репрезентация на ценностната система на българите в посттоталитарния период (2006-2024 г.) отразява и в същото време влияе върху променящите се обществени нагласи, като съчетава елементи на традиционна идентичност с нови глобални ценности, формирани под въздействието на социално-политически, икономически и технологични фактори. Смяната на идеологията през 1989 г. предизвика отхвърлянето на някои ценностни черти, запази други и придоби нови. Днешното ни общество се намира в състояние на аномия (ценностна криза), която е неминуема при преминаването от насилствената ценностна хомогенизация по време на авторитарното управление на БКП към новия вид обществена организация. Ще установя, че политическите елити съзнателно не допуснаха нормалната претрансформация на наложената отгоре комунистическа ценностна система в характерната за демократичните общества. Преднамерено бе попречено на изграждането на нова система на самосъзнание у българите, с цел преразпределение на икономическия капитал и задържане на политическата власт. В България през последните 34 години властовият политически и икономически ресурс остана в ръцете на хора, свързани с предишния тоталитарен режим.

Научноизследователски задачи:

1. Да се определи мястото на проблема в научната литература и степента на разработеност: автори, теми и изводи;
2. Да се проследи в исторически план какви са ценностните нагласи, обуславящи поведението на българите в четири периода – по време на Османското владичество, след Освобождението, при комунистическия режим и след 10-и ноември 1989 г.
3. Да се проучи опитът на социологическите агенции в България с подобен тип изследвания;
4. Да се изучи медийно съдържание от периода на подбрани медии;
5. Провеждане на неструктурирани интервюта с експерти в сферата на изследваната тема;

Методика

Теоретичната основа на труда е построена чрез метода на анализа и синтеза. Проучената научна литература позволява да се създаде необходимата изследователска рамка и с нейна помощ да се изясни академичният интерес към темата. Методът на наблюдението е в основата на детайлния анализ на медийния дискурс в изследвания период.

Методът анализ на съдържанието (контент-анализ) е използван за изучаването на големи текстово-информационни масиви (над 10000 комуникационни единици).

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Метаанализът е използван за набирането и анализа на социологически проучвания, провеждани в България по темата за ценностните нагласи и по този начин да бъде направена обобщена оценка с цел определяне на тенденции.

Методът на интервюто е приложен с цел да бъде събрано експертно мнение. Проведени са преки неструктурирани интервюта с експерти, наблюдаващи промените в ценностния стереотип на българите, сред които водещи журналисти, социален антрополог и писател. На поканата за интервю отговориха социалният антрополог Харалан Александров, политическият журналист Елизабет Дафинова, писателят Георги Мишев, главният редактор на в. „168 часа“ – Слави Ангелов и отговорният редактор от в. „Капитал“ – Йово Николов.

Източници на теоретична и емпирична информация

Информационното осигуряване за целите на дисертацията се основава на научни публикации от български и чуждестранни автори по темата за ценностната система, идеалите, културата. Като информационен фонд са използвани и социологическите проучвания за ценностните нагласи на българите, правени от Центъра за социални практики (2001 г. и 2002 г.), Центъра за изследване на демокрацията от 2016 г., Европейското изследване на ценностите от 2008/2009 и от 2017/2018, института „Отворено общество“ (2007/2008 г.), Gallup International (2007 г. и 2017 г.), Taylor Nelson Sofres (2002 г.), Центъра за либерални стратегии (2000 г.), Изследователския център „Тренд“ (2016 г. и 2017 г.), „Алфа Рисърч“ (2003 г.), Hofstede Insights (преименуван на The Culture Factor Group), PISA, Galup International Bolkan (2024 г.), Репортери без граници (2009 г., 2016 г., 2024 г.), Евростат (2021 г.). Емпиричните данни са набирани от медийни публикации, като са анализирани над 10 000 комуникационни единици от печатни и онлайн медии.

Приложимост на очакваните резултати

Очакваните резултати от изследването имат широка приложимост както в научната сфера, така и в практиката на медийните, социалните и политическите анализи. Трудът предоставя ценна информация за изследователи в областта на медиите, социологията, антропологията и политологията, които изследват трансформациите на ценностната система в посттоталитарния период. В практически план резултатите могат да бъдат използвани от журналисти, медийни експерти и комуникационни специалисти, които се стремят да анализират и разбират механизмите на медийната репрезентация и нейното въздействие върху обществото. Освен това, трудът е насочен към образователни и академични среди, като може да бъде полезен за университетски програми, посветени на медиите, културологията и социалните науки.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Резюме на дисертационния труд

Първа глава. Ценности и ценностна система. Теоретична рамка

Мнозина автори, които се занимават с темата за ценностите, смятат, че те не са приоритет на една отделна научна дисциплина. Понятието „ценностна ориентация“ възниква при срещата на различни науки. Освен аксиологията (философията на ценностите) това са например философията на културата, културологията, антропологията, психологията и социологията.

Според Толкът Парсънз – един от създателите на съвременната теоретична социология и социална антропология, ценностите-норми (образците на поведение, основни вярвания) обуславят начина на организация и структурата на дадена система. Той твърди, че „социалната система се състои от множество индивидуални актьори, взаимодействащи си в границите на споделяните от тях културни символи“¹.

Функционалистите (б.а. представителите на школа в психологията, която се занимава с психологическата адаптация и приспособяване на хората) формулират системата от ценности в обществото като съвкупност от оценки и представи за добро и зло, за справедливост и несправедливост.

В България най-старите традиции в изучаването на ценностите са свързани с изследванията на народопсихолози и етнографи като Димитър и Антон Страшимирови, Петър Дървингов, Тодор Панов, Иван Хаджийски, Иван Шишманов, Михаил Арнаудов. В по-ново време проучвания са правени от Георги Фотев, Михаил Минков, Марко Семов, Марин Паунов, Магдалена Гарванова, Мая Стоилова, Валентина Попова, Боряна Тодорова, Ивайло Христов, Петя Пачкова, Красимира Байчинска, Юлиан Генов. В настоящия труд ще се спрем по-подробно на написаното от Тодор Панов, Иван Хаджийски, Георги Фотев, Михаил Минков, Мая Стоилова, Валентина Попова, Юлиан Генов.

Трудно е да бъде дадена една единствена дефиниция за ценности, защото науките, които се занимават с тях ги интерпретират по много различни начини. За някои те са нагласи, убеждения, вярвания, а за други – модели на поведение, културни образци, насоченост на интересите и желанията и т.н.²

Мнозина от съвременните антрополози, социолози и други хуманитарни учени вместо ценности използват названието култури. Най-всеобхватното определение за тях е

¹ PARSONS, T. Social system. Gillencoe: “S.I.”, 1951, с. 5-6

² СТОИЛОВА, Мая, Валентина Попова. Ценностната система на съвременния българин. София: Микрокосмос, 1994, с. 14

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

дело на социалната (културната) антропология. Културата е „комплекс от знания, убеждения, изкуства, морал, закони, обичаи и други способности и навици, придобити от човека като член на обществото“³.

Тази дефиниция за култура обаче е твърде широка. В настоящия труд освен понятието „ценности“, ще използвам и „култури“, но няма да имам предвид белезите на културна идентичност, каквито са религията, езикът, фолклорът, изкуствата, историческите паметници и митологията. Под култура ще разбирам възгледите за света, нагласите и ценностите, които ръководят човешкото поведение.

Може да се каже и че „ценностите са споделени абстрактни идеи за предпочитаните модели на поведение, за добро, правилно, желателно в обществото – успех, справедливост, свобода, ред и мн.др.“⁴.

По мнението на редица изследователи холандският антрополог и социален психолог Хеерт Хофстеде е създал най-достоверния модел на културни измервания (б.а. или измерения), проучвайки ценностите на хора в над 50 държави, работещи в местните клонове на корпорацията IBM, през 1967 и 1973 г. Днес институтът Hofstede Insights изследва видовете култури в 102 страни с цел фирмени консултации. Последните резултати са от 2023 г., а през 2021 г. Hofstede Insights бе преименуван на The Culture Factor Group.

Холандският учен смята, че всеки човек носи в себе си модели на мислене, усещане и потенциално действие, които е заучил през живота си. Именно тях той нарича умствени програми или софтуер на ума. Това е другото определение за ценности, което ще използвам в тази дисертация.

В рамките на настоящото изследване ще въведа следните операционални понятия:

- **Ценностите** като образци на поведение и основни вярвания; оценки и представи за добро и зло; нагласи, убеждения и вярвания; модели на поведение; културни образци; насоченост на интересите и желанията; култури като възгледи за света, нагласи и ценности, които ръководят човешкото поведение; софтуер на ума като модел на мислене, усещане и потенциално действие.

❖ По проф. Георги Фотев

- **Положителни и отрицателни политически ценности:** (демокрация – антидемокрация (тирания, диктатура, тоталитаризъм, авторитаризъм),

³ TYLOR, E.B. Primitive Culture. Gloucester: Smith (Original work published 1871), p.40

⁴ ГЕНОВ, Юлиан. Защо толкова малко успява
ме? София: Класика и стил, 2004, с. 42-43

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

политически плурализъм - тоталитаризъм, политическо равенство - дискриминация, разделение на властите - незаконна и нелегитимна намеса на една власт в полето на друга власт, свобода на публично изразяване на политически възгледи и организиране в съгласие с конституцията на страната – потъпкване на конституционните права и свободи на гражданите и т.н)

- **Консумативни ценности** (селекцията на смятаното за необходимо срещу смятаното за вредно за човешкия организъм и оттам за живота на човека е избор на консумативни ценности. Универсални консумативни ценности са хлябът и питейната вода.)
- **Икономически ценности - позитивни и негативни** (печалба-загуба, заетост-безработица, богатство-бедност, ефективното-неефективност, висока-ниска производителност (на труда), конкурентноспособно-неконкурентноспособно производство, финансова стабилност-финансова нестабилност(криза), икономически растеж-застой и упадък)
- **Материални ценности** (Ако хората изпитват всекидневно остри физически нужди, цялото им внимание е обсебено от материални ценности. Формира се манталитет, в който господстваща роля има страстта към материално богатство, манталитет на ненаситна и безгранична алчност)
- **Естетически ценности** (красиво-грозно, възвишено-ниско, грациозно-грубо, естетическо-антиестетическо, изискано-пошло, хармония-дисхармония, автентично-неавтентично и т.н.)
- **Социални ценности** (граждански мир, толерантност, правова държава, равенство на всички граждани пред закона, равни възможности за самореализация, плурализъм (политически, културен, идеологически и т.н.), доверие, солидарност, социална справедливост, политическа свобода, демокрация, доверието, готовността за взаимопомощ в случай на необходимост, колективна отговорност, солидарност)
- **Пирамида на човешките потребности на Маслоу** (описва основните желателности на хората в пет нива. На най-ниското стоят физиологичните нужди на хората като храна, вода, сън, здраве. Следващото ниво е това на сигурността (подслон, безопасност, обезпеченост). На трето място в пирамидата стои принадлежността (любов, семейство, общност). Следва увереността (слава, уважение, самоуважение). Най-отгоре на пирамидата е самоусъвършенстването (себеактуализацията), под което се разбират духовността, постиженията, учението).

❖ *По Бенфийлд*

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

- **Аморален фамилизъм** (семеенственост) - краткосрочната материална изгода на индивида и семейството му се поставя винаги над дългосрочния интерес на институцията или организацията, в която работи, както и над обществения интерес. Хората не схващат своя просперитет като обвързан с **просперитета и развитието на общността**, а по-скоро като парчето, което съумеят да заграбят за себе си от ограниченото общо благо. Така възникват **корупция и клиентелизъм**.

- **Аномия (криза на ценностите)**

❖ *По Тромпенаарс и Търнър*

- **Вътрешен срещу външен локус (локализация) на контрола** (хората, които търсят причините за резултатите от действията си в самите себе си са с вътрешна локализация на контрола, а тези, които отдават успехите или неуспехите си на външните фактори са индивиди с външна локализация на контрола (външна причинност).

- **Културни измервания на Хофстеде и Минков**

Ще се спра подробно на шестте базови културни измервания на Хофстеде, тъй като **неговият метод добре маркира обществата в преход**. (Шестото е дефинирано от българския учен Михаил Минков). Ще обясня по-подробно и още две културни измервания, въведени от Минков – **Себеизтъкване/Себезаличаване** и **Стабилност/Гъвкавост**.

Чрез тях ще стане ясно в кои периоди и доколко сънародниците ни принадлежат към:

- **културите с далечно или близко разстояние до властта**

Далечно властово разстояние - децата се подчиняват на родителите, а по-малките се подчиняват на по-големите. Майката и бащата не насърчават независимото и самостоятелно поведение у децата. Основна добродетел е почитането на родителите и другите възрастни. На властта се гледа като на чуждо тяло, което е по-добре да не идва при теб, защото ще ти вземе част от реколтата. На никого не му идва на ум да комуникира с представителите на властта или да иска нещо от тях. На работното място подчинените и началниците гледат един на друг като на като на екзистенциално неравни – те смятат, че йерархическата система се основава на това неравенство.

Малко (близко) властово разстояние – в семейството децата се третираат като равни. Целта е да им се даде рано възможността да контролират живота си. На тях им е позволено да казват „не“ на възрастните. Когато пораснат, децата се смятат за равни с родителите си и изобщо не може да става дума възрастен индивид да иска разрешение или

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

съвет от родителите си при взимането на важно решение. При тези култури властникът се възприема като част от хората – всички се познават с депутатите и общинските съветници и редовно ходят да изискват от тях различни действия. Никой не третира управниците като нещо специално, а напротив – изискват от властта да спазва обществените норми. Същевременно в тези култури самите властимащи се представят като част от хората, близо до тях. Подчинените и началниците гледат един на друг като на екзистенциално равни – йерархическата система е само неравенство на ролите, установено за по-голямо удобство. **Началниците са достъпни за подчинените.**

➤ **Индивидуалистична или колективистична култура**

Индивидуалистична - по-важни са **индивидуалните цели**, от всеки се очаква сам да издържа семейството си. Символът на обществото е **предприемачът**. Хората са убедени, че могат да постигнат повече от другите. Индивидуалната изява, стил и неповторимост се толерира – да си различен от другите е плюс, а не минус, различното се приема като част от нормалното, учениците имат по-голямо желание да вземат думата в час. Обучението подпомага индивидът да открие своите собствени истини, а не да му диктуват какво е истината. **Индивидите учат преди всичко за придобиване на знания и формиране на практически умения.** Обучението за тях е постоянен процес.

Колективистична - това са обществата, в които човек от раждането си е интегриран в силни, споени, вътрешни групи, които го защитават през целия му живот в замяна на безпрекословна вяност. Семейството е най-важната общност. Задълженията към него са и финансови, и ритуални. Всички трябва да присъстват на семейните празненства – сватби и кръщенета, а най-важни са погребенията.

За колективистичните култури на сто процента важи максимата **„Какво ще кажат хората“** – никой не смее да се прояви като различен и индивидуален, всеки гледа какво е модерно, общоприето, общоприемливо. На всяка индивидуална изява, която нарушава колективната униформеност се гледа с лошо око – всяка стърчаща глава трябва да се подреже, толерантността към различното е сведена до минимум. **При колективистичните общества ударението в училищата е върху наизустяването на информация и проповядване на абсолютни истини.** Хората смятат, че обучението е еднократен акт. Основната им цел е придобиването на диплома, включително и по незаконен начин. Учениците нямат желание да вземат думата в час, обикновено им диктуват какво е истината.

➤ **Мъжествени или женствени ценностни култури**

Мъжествени - социалните полови роли са ясно разграничени – мъжете трябва да се съсредоточават върху материалния успех, а жените да са скромни, нежни и загрижени за качеството на живота. Мъжествени са обществата на успеха и самочувствието, в които

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

основните мотиви на поведение са настойчивост, независимост, а служителите са склонни да жертват свободното си време заради кариерата. Дава се превес на личния успех на всяка цена, на доминацията над другите, на конкуренцията, борбата и победата на всяка цена, както и на кариерата. И момчетата, и момичетата се научават да бъдат амбициозни, със състезателен дух, въпреки че амбициите на вторите може да са насочени към кариерите на техните братя, съпрузи или синове. **При мъжествените държави „господстващите ценности са материалният успех и напредъка. Парите и предметите са важни“ .**

Женствени - и момчетата, и момичетата се учат да бъдат скромни и неамбициозни. В тези общества дори се подиграват на хората, които искат да се налагат и се стремят да бъдат най-добрите. Не е прието и да се демонстрира превъзходство над другите. Издигат се ценности като взаимопомощ, състрадание, социална държава. Те не допускат да се говори открито за социалния статус и заплатата. Женствените ценности дават превес на топлите взаимочовешки отношения, на приятелството и разбирателството, на мира и помирието. Девизът при тези култури е „работи, за да живееш“. (Пример за общества с подчертано женствени ценности са скандинавските и балканските общества, докато американската и японската култура са подчертано мъжествени.)

➤ **Култури със силен или слаб израз на тревожност за бъдещето**

Силен израз на тревожност - висок процент на самоубийствата, повече алкохолици и катастрофи по пътищата, хората са емоционални, дори агресивни, много по-тревожни. Тревожността за бъдещето е тази психическа характеристика, която ни стимулира да предприемаме превантивни действия, за да се предпазим от бъдещи опасности. Когато обаче тя е прекалена може да ни блокира и да ни направи невротичи, които бягат от реалността. Хората обикновено са шумни, много говорят и много викат, дават ярък израз на чувствата си, карат се, обиждат се, лесно възпламеними са, склонни са да се развикат. В тях често можеш да чуеш изрази от типа на „нищо няма да стане“, „нищо няма да излезе от тази работа“, „най-лошото още не е дошло“, „тепърва ще става още по-зле“ – **общоприето е негативното и песимистично говорене за бъдещето.** Този тип култура е характерен за по-южните народи – за всички средиземноморски и за балканските – италианци, испанци, гърци, българи например.

Слаб израз на тревожността за бъдещето – такива са по-северните култури – германци, британци, скандинавци. Там нормата е да си сдържан и самоуверен. При ниска степен на израз на тревожността хората рядко дават израз на чувствата си, говорят малко, тихо, спокойно и уверено. Дават вид, че са напълно убедени в успеха на всяко едно начинание – държат се спокойно и самоуверено. Резултатът от това е обаче, че тревожността им не намира изход, не изпускат парата и това ги яде отвътре. Затова, според

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Хофстеде, британците много по-често умират от мозъчни и сърдечни удари, отколкото италианците. Сдържаните народи са и по-склонни към депресии и психични болести.

➤ **Дългосрочно или краткосрочно ориентирана култура**

Дългосрочно ориентирана култура – типичен пример са конфуцианските – например японската и китайската, в които плановете за развитие се правят за столетия напред и не за сегашните, а за идващите поколения. Най-важните събития в живота ще се случат в бъдещето. Спестовността и постоянството са важни цели. При тези култури има големи проценти на спестовност и налични средства за инвестиции. Характерен е бърз икономически растеж на страните до високо ниво на просперитет. Да служиш на другите е важна цел.

Краткосрочно ориентирана култура - според това измерване типичен пример за краткосрочно ориентиран са култури като циганската – да живееш ден за ден, без да те е грижа за бъдещето. Но такава е също и съвременната култура на САЩ. Най-важните събития в живота са се случили в миналото или се случват в настоящето. Обширни социални разходи и потребление. Бавен или никакъв икономически растеж и съответно - бедни страни.

➤ **Себепотискаща или себеудовлетворяваща се култура (Сдържаност/Задоволяване)**

Себепотискаща се култура - сдържаните общества не обръщат особено внимание на свободното време и контролират задоволяването на своите желания. Хората с тази ориентация имат схващането, че техните действия са ограничени от социалните норми и чувстват, че стремежът към задоволяване на желанията им е нещо погрешно.

Себеудовлетворяваща се култура - хората с т.нар. висока степен на себеудовлетворяване си позволяват по-голямо задоволяване на естествените човешки пориви към забавления и се наслаждават на живота.

Ще бъдат взети предвид и допълнителните две културни измервания на Михаил Минков – себеизтъкване спрямо себезаличаване и стабилност спрямо гъвкавост на индивида.

➤ **Себеизтъкване/Себезаличаване**

Себеизтъкване – да се самоизтъкваш и да си горд се смята за нормално. Това е най-типично за арабския свят, Северна Латинска Америка, Западна Африка, Пакистан и Бангладеш, а също и за САЩ. Хората изпитват нужда да се самовъзприемат като успели в живота и проявяват разточителство при даване на бакшиши и при всякакъв разход на пари с цел показност.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Себезаличаване – то съществува при обществата в които се смята за нередно да показваш, че си нещо повече от другите. Чувства като гордост и лично превъзходство, както и стремежът към себеизтъкване, трябва да се потискат. Насърчава се скромността, която може да е толкова силна, че човек напълно да се заличи като индивид. Себезаличаването е характерно за Източна Азия, донякъде за Европа, особено Източна, както и за Холандия, скандинавските страни и Германия. **В Източна Азия и Северна Европа нуждата от показност е по-приглушена, отколкото в САЩ, Латинска Америка или някои арабски страни.** Затова и азиатците, и скандинавците могат да си позволят да се въздържат от ненужно раздуване на сметките, които им се представят за получени услуги.

➤ **Стабилност спрямо гъвкавост**

Стабилност - северноамериканците (САЩ и Канада) обикновено се самоописват като стабилни личности с непроменливи характеристики и ясно оформена същност, които не зависят от обстоятелствата. Променливите хора, които нямат твърди убеждения и постоянни черти на характера, се смятат за непълноценни. В културите, които се отличават с лична стабилност има една истина и тя е онова, в което вярваме. **Нещата се делят на добри и лоши, правилни и неправилни, верни и неверни.** Противоположностите се взаимноизключват и между тях не може да има помирение.

В арабските държави съществува стабилен „Аз“ и затова смяната на идентитета е изключително лошо нещо в традиционната арабска култура.

Гъвкавост - азиатците на изток от Пакистан (индийци, китайци, корейци, японци) се обрисуват предимно като променливи и гъвкави индивиди, които нямат абсолютно стабилни характеристики и твърди убеждения, а се нагаждат към случая. Индийският социолог Бхарати дава отличен пример, като нарича индийците „месоядни вегетарианци“. Не се търси абсолютна истина, а се насърчава холистичният принцип на мисленето: две привидни противоположности могат да се помирят, без едната да изключва другата.

➤ **Вътрешен срещу външен локус (локализация) на контрола(по Тромпенаарс и Търнър)**

Хората, които търсят причините за резултатите от действията си в самите себе си, се определят като индивиди с **вътрешна локализация** или с т.нар. **вътрешна причинност**. Тези, които отдават успехите си предимно на късмета и на външните фактори и търсят непрекъснато оправдание за неуспехите си в несправедливостта и неблагоприятните обстоятелства – индивиди с **външна локализация на контрола (външна причинност)**.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Теоретичният анализ на идеите за ценностите има ключово значение за разбирането на социалните трансформации в съвременното общество. Чрез него се разкриват механизмите, по които медиите не само **отразяват**, но и **формират, утвърждават или променят** ценностните нагласи на аудиторията. Анализирането на значими автори и техните изследвания подпомага следващите глави, в които да се изяснят дискурсивните стратегии, наративните структури и визуалните кодове, използвани в медиите и съответно позволява да се проследи **как се изграждат колективните представи** за морал, идентичност, успех и социална справедливост. Освен това, такъв анализ предоставя възможност за **разграничаване на устойчивите, динамичните и конфликтните ценности**, които характеризират различни периоди и социални групи.

Освен чисто академичното си значение, теоретичният анализ на медийната репрезентация на ценностите има и **конкретни практически приложения**. Той може да подпомогне медиазнанието, журналистиката и комуникационните науки, като предостави **концептуален инструментариум** за оценка на медийното съдържание и неговото влияние върху обществото. Резултатите от такъв анализ могат да бъдат полезни за **разработването на политики за медийна регулация и етични стандарти**, както и за повишаване на **медийната грамотност сред аудиторията**. В по-широк план, разбирането на връзката между медиите и ценностите дава възможност за **по-осъзнато и критично потребление на информация**, което е от съществено значение в епохата на дигиталните комуникации и масовата дезинформация.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Втора глава. Социално-антропологически типове в българската история от времето на Османското владичество до 10-и ноември 1989 г. и тяхната ценностна система

За да се установи доколко са се променили културните модели на българското общество през последните 34 години е направен и **сравнителен анализ на ценностите на българите в 3 предходни исторически периода.**

Първият е **по време на Османското владичество** и включва възгледите и нагласите на **селянина, еснафа, дребния собственик и революционера.**

Вторият е **от Освобождението до 09-и септември 1944 г.** и представя ценностите на политиките, интелигенцията, чиновника, селянина и предприемачите.

Третият обхваща времето **след 9-и септември 1944 г. до 10-и ноември 1989 г.** и включва моделите на мислене, усещане и потенциално действие на **властимащите, репресираните, работниците и служещите, творците и дисидентите.**

По време на Османското владичество българите са от типа култури с **голямо властово разстояние** – в семействата децата са се подчинявали на родителите, а те на най-възрастните членове на фамилията. Това, че сме били традиционно земеделска държава, подчинена на чужда империя и сме се гледали как да измамим властта, укривайки добитък и земеделски добив с цел плащане на по-малки данъци е също характерна черта на културите, които са отдалечени от властта.

Нацията е била типично **колективистично общество**, тъй като всеки индивид е бил интегриран в силни, споени вътрешни групи. Най-важната общност е било семейството. Никой не е смее да покаже индивидуалност. Важала е максимата „Какво ще кажат хората“. Семействеността, типичното преклонение пред по-възрастните, убеждението, че материалните блага са ограничени и получаването им зависи от външни сили, мистицизмът са характерни черти за т.нар. **традиционно общество**, към което можем да причислим българската култура по време на османското владичество, според разбиранията на Триандис.

Ценностите като взаимопомощ, състрадание, топлите човешки взаимоотношения във фамилията и между съседите, скромността, загрижеността причисляват българската нация преди Освобождението към т.нар. **женствени култури**. Съществувайки в рамките на Отоманската империя и живеейки в несигурност и опасности тогавашните ни сънародници логично са принадлежали към **културите със силен израз на тревожността за бъдещето.**

Може да се твърди също и че в периода, когато България е била в рамките на турската държава, българите спадат по-скоро към културите, които са **краткосрочно ориентирани**, тъй като всеки ден е бил въпрос за оцеляване и не е било възможно

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

индивидите да правят дългосрочни планове. В този исторически период краткосрочната материална изгода на индивида и семейството му се поставя над обществения интерес, но това още не е проява на аморален фамилизъм. Напротив, **семејствеността (фамилизмът)** е била единственият начин на оцеляване по време на чуждото иго.

Нашенските поговорки като: „Човек предполага, Господ разполага!“ , „Каквото е писано, това ще стане!“ , „Всяко зло - за добро!“ и „Откъдето дошло, там и отишло!“ без съмнение ни причисляват именно към т.нар. **култури с външна локализация на контрола** – тези, които търсят причините за неуспехите си в неблагоприятните обстоятелства и несправедливостта.

Може би най-споменаваната народна пословица в нашата история е „**Преклонена главица сабя не я сече!**“. Тя преминава през вековете като един основен лайтмотив в поведението на нацията ни и сякаш в нея се търси оправдание за вечния ни неуспех. Този типичен български конформизъм автоматично ни причислява към колективистичните култури, към тези с голямо властово разстояние, със силен израз на тревожността за бъдещето, с женствена ориентация, с краткосрочна ориентираност и с външна локализация на контрола.

Не можем да пренебрегнем факта, че у нас е имало националноосвободително движение. Именно дейността на **българските възрожденски дейци и национални водачи и революционери** е доказателство за наличието на прослойка – носител на **индивидуализъм, дългосрочна ориентираност и модерност**. Техните идеи за бъдещата демократична република с равноправни народности в нейните рамки показват дългосрочната им ориентираност, а отвореността им към идеите на Просвещението и съзнанието, че могат сами да променят обстоятелствата клонят към дефиницията за индивидуализъм.

Както пише Георги Фотев, нормалното всекидневие почива на устойчива ценностна система и устойчива йерархия на ценностите. Те се наследяват от предходните поколения и авторството им е подобно на фолклора и традициите. Такива са били ценностите, характерни за **българския селянин**. А именно: инстинктът за собственост върху земята, трудолюбието, любовта и взаимопомощта между роднините, състраданието, готовността за помощ, гостоприемството, страхът от общественото мнение. Всички тези ценности са белег за **колективистична култура**.

Такава ценностна система са имали и **еснафите и дребните собственици** по време на Османското владичество. Характерни за тях са били денонощният труд, пестеливостта, човешината, трудовата взаимопомощ, честността и гостолубието. Други ценности нагласи при дребния собственик са били неговият индивидуализъм, гладът за признание, самодоволството, нагаждачеството към политически по-силния и личния му егоизъм.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Разбира се законът за колебанието на дребния собственик, описан от Хаджийски отново насочва към конформизма на замогналия се българин. От една страна зараждането на еснафското производство, появата на по-едри земевладелци и развитието на търговията по време на Османското владичество са белези за наличието на **индивидуализъм**, за който е характерно предприемачеството. От друга страна обаче, описаното от Хаджийски приспособяване към по-силния при неуспеха на Априлското въстание автоматично връща прослойката на **дребните собственици** към културите с **колективистично мислене**, с **голямо властово разстояние**, със **женствена ориентация**, със **силен израз на тревожност за бъдещето**, с **краткосрочна ориентация** и **външна локализация на контрола**.

Ако приложим **пирамидата на Маслоу**, ще установим, че по време на властването на турската империя у нас най-задоволени са били първите три нива на човешките потребности – **физиологичните, сигурността и принадлежността към семейството и общността**. Но това е много относително, защото сигурността не е била никога гарантирана в рамките на чуждата държава – **нашественик**. Четвъртото ниво на **увереността (славата, уважението)** в известна степен е било постигнато от предприемачеството и по-едрите земевладелци, а петото - на **самоусъвършенстването (себеактуализацията)** е било приоритет на идеолозите и дейците на националноосвободителното движение. Някои от тях като **Любен Каравелов** и **Георги С. Раковски** произхождат от заможни семейства, което затвърждава теорията на Маслоу, че за да премине към по-горно ниво, човек трябва да е удовлетворил потребностите на по-долното. Биографията на най-големия ни национален герой – **Васил Левски** обаче, опровергава постановката на американския психолог. Дяконът е син на разорен занаятчия, но това не му преди да стане носител на едни от най-прогресивните общественно-политически идеи в нашата история. **Левски е може би най-значимият представител на т.нар. индивидуализъм в епохата преди Освобождението**. Неговата концепция, че българите трябва сами да въстанат и да се освободят от поробителя без намесата на чужди държави е типична за личност, която притежава **вътрешна локализация на контрола**. И по-точно на човек, който е убеден, че всичко зависи от самия него, а не от външните фактори.

В историята имат значение ярките примери на личности, лидери, на влиятелни групи, които придават значимост на едни или други ценности. По време на българското Възраждане и национално-освободителните борби у нас навлизат идеите на европейските мислители за естествените права на народите, равенството и братството между нациите, „святата и чиста република“. Това е групата на т.нар. **политически ценности** - демокрацията, политическото равенство, свободата на политическо изразяване и организиране, гражданският контрол върху функционирането на държавните органи и т.н.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Те са били изповядвани от възрожденците **Неофит Бозвели, Георги С. Раковски, Любен Каравелов, Христо Ботев, Васил Левски** и др. Нашите възрожденци са били носители и на т.нар. **естетически ценности** като алтруизъм, почтеност, справедливост, саможертва и т.н. Те са представители на прослойка, която мога да определя като напълно **индивидуалистична, дългосрочно ориентирана и с относително вътрешна локализация на контрола.**

Вторият период, който разглеждам е след Освобождението до 09-и септември 1944 г., когато социално-антропологическите типове са: **политикът, интелигенцията, чиновникът, селянинът и предприемачите.**

Голяма част от **българските политици** след Освобождението са носител на **отрицателни естетически ценности.** За тях е характерно взаимното омаскаряване, отмъстителността, непочтеността, користността, безотговорността, безпринципността, безнравствеността, безчовечността, подкупността, подлизурството, мързела, корумпираността, нагаждачеството. Тези отрицателни ценности са водещи и при **българските чиновници** в периода след 1878 г. до 1944 г.

Ако хората изпитват всекидневно остри физически нужди, цялото им внимание е обсебено от материални ценности, пише Г. Фотев. Затова се формира манталитет, в който господстваща роля има **страстта към материалното богатство, манталитет на ненаситна и безгранична алчност.** Именно такъв е манталитетът на българските политици след Освобождението. Тъй като през този период обществото е подложено на **негативни икономически ценности** като бедност, финансова нестабилност, застой, безработица, т.нар. **рискови групи (като българските политици) възприемат негативните етически ценности като ръководни.**

Ще се върна към културните измервания на Хофстеде. Очевидно е, че нацията ни по онова време все още принадлежи към **културите с голямо властово разстояние** – Като традиционно земеделска култура българите гледат да измамят властта, но когато някои от тях се доберат до нея – започват да се смятат за нещо повече от другите. В България през посочения период богатството, властта и статуса вървят заедно и властимащите имат привилегии и „грабят от държавната софра“, както казва Тодор Панов. Вътрешнополитическите конфликти стигат често до насилие, а в доходите на населението има големи разлики. Най-красноречива за това, че властовото разстояние у нас тогава е било голямо е пословицата: **„Бог – високо, цар – далеко!“** .

По отношение на измерването **колективизъм-индивидуализъм** след 1878 г. мога да кажа, че за първи път в историята ни се появяват значителни прояви на втория тип култура. В този исторически период в обществото ни за първи път има **значителна класа от предприемачи,** които са символът на **индивидуализма** (култура, благоприятстваща

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

развитието). Това е прослойка от индивиди, които са били сигурни, че могат да постигнат повече от другите и които (ако следваме теорията на Триандис) са били от т.нар. „модерни хора“ – отворени за нови познания, планиращи действията си, преследващи високи стандарти и пр. Редица български предприемачи са били заинтересовани от общественото благо и са развивали крупна благотворителна дейност, подпомагайки обществени проекти, раздавайки стипендии и пр. Такива са братята Евлоги и Христо Георгиеви. Мога да твърдя, че тези двама предприемачи, както и редица други, са **белег за наличие на обществен елит**. Те са носители на т.нар. **естетически ценности** като алтруизъм, щедрост, милосърдие, отговорност, човечност, благородство, висок морал, принципност и др.

През описания период съществува т.нар. **аморална семейственост**. Краткосрочната материална изгода на индивида и фамилията му се поставят над интересите на обществените институции или организации. Хората (българските политици и част от интелегентите) не схващат своя просперитет като обвързан с просперитета на общността и държавата, а като парчето, което съумеят да заграбят за себе си от общото благо. А това стои в основата на корупцията и клиентелизма.

В България по онова време макар и да има наченки на т.нар. мъжествена култура (мъжете се съсредоточават върху материалния успех, част от тях са амбициозни, със състезателен дух), все още като в типична балканска държава превес има **женствеността** в обществото ни (взаимопомощ, състрадание, топли човешки взаимоотношения).

Софтуерът на българския ум след Освобождението категорично принадлежи към **културите със силно избягване на несигурността**. Тревожността за бъдещето, негативното и песимистично говорене за него, даването на ярък израз на чувствата продължават да са характерни за нацията ни.

Все още българите сме в обръча на т.нар. **краткосрочна ориентираност** като култура, защото твърде малко хора след 1878 г. са ангажирани с планове за развитие за идващите поколения. Разбира се, **Стефан Стамболов** може категорично да бъде отличен като политикът, чиято дейност е неразривно свързана с визията за развитието на страната ни за много време напред (**дългосрочна ориентираност**). Но той е изключение от мнозинството управници, концентрирани само върху собствената си и на приближените си полза от властта.

През посочения период в българския софтуер на ума продължава да бъде заложена т.нар. **външна локализация на контрола** т.е. търсенето на причините за неуспеха в несправедливостта и неблагоприятните обстоятелства.

Ако приложим **пирамидата на Маслоу** за петте нива на човешките потребности, ще установим, че след Освобождението успоредно с удовлетворяването на **първите три нива** – на физиологичните нужди, на сигурността и принадлежността някои прослойки вече

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

стигат и до **четвъртото и дори петото ниво**. И по-точно стремят се към слава, уважение и самоуважение – например **предприемачите-спомоществуватели**. А също и към **себеактуализация** т.е. духовността, постиженията, учението. Известно е, че в описания исторически период мнозина средно заможни и естествено много успешни българи са изпращали децата си да учат в Западна Европа.

Според Маслоу преследването на по-висшите потребности води до по-голям, по-силен и по-истински **индивидуализъм**, което потвърждава написаното по-горе, че **белезите на индивидуалистична култура у нас след 1878 г. значително се увеличават**.

В Глава първа споменавам, че всеки човек има различни рангове на ценностите и той може да приписва най-голяма значимост на **моралните и естетическите ценности**, а най-малка на **консумативните**. Именно такива са възгледите за света и нагласите на представителите на **Бялото братство**, възникнало у нас през 1922 г. Учителя – Петър Дънов проповядва **най-висшите морални и естетически ценности**. В основата на учението му са милосърдието, смиреността, безкористността, обичта, алтруизмът, почтеността, съвестността, богоугодността, мъдростта, търпението, смелостта, искреността, както и скромният начин на съществуване, обвързан с вегетарианството.

Третият период, разглеждан от мен обхваща времето **след 9-и септември 1944 г. до 10-и ноември 1989 г.** и включва моделите на мислене и потенциално действие на **властимащите, репресираните, работниците и служещите, творците и дисидентите**.

Тоталитарно-комунистическата система е огромен провал на **насилствената ценностна хомогенизация**. В обществата, в които господства дадена идеология, обществените ресурси са впрегнати да ѝ служат. Самата идеология предписва строго **дефинирана йерархия на ценностите**. Тоталитарната система, при която БКП налага своята идеология на цялото българско общество е откровена форма на **политически цинизъм и демагогия**. Злоупотребата с политическата власт, употребата на насилие и жестокост, които се представят за легитимни, макар и незаконни, мотивирани в името на върховни интереси на народа и държавата са ценностите с отрицателен знак, характерни за управляващите след 9-и септември 1944 г.

За периода след преврата през 1944 г. до ноември 1989 г. водещи са **негативните политически ценности**. А именно - сливането на партията с държавата не може да бъде наречено по друг начин освен **диктатура, тоталитаризъм, авторитаризъм, дискриминация, незаконна и нелегитимна намеса на една власт в полето на друга**. Потъпкването на конституционните права и свободи на гражданите, задължителното подчинение на висшестоящите органи, липсата на разделение на изпълнителната, законодателната и съдебната власт, репресиите над „антикомунисти“, „фашисти“,

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

„носители на западно влияние“ и „врагове с партийен билет“ и контролът върху личността са характерните за тоталитаризма **отрицателни политически ценности**.

По време на тоталитарния комунистически режим в България има дефицит на **фундаменталните социални ценности** като толерантност, правова държава, равенство на всички граждани пред закона, равни възможности за самореализация, плурализъм (политически, културен, идеологически), доверие, солидарност, социална справедливост, политическа свобода, демокрация, свобода на публичното изразяване, ненакърними универсални права и свободи на човека и гражданина и др.

По време на авторитарното управление на БКП за хората извън висшия партийен ешелон и номенклатурата е характерен **конформизмът, предпазливостта, практичността, прикритостта и безропотното подчинение с цел оцеляване**. Това пък са водещите черти на **селяните и еснафите** по време на **Османското владичество**.

Афишираните ценности в България по времето на комунизма са празни от съдържание. Това е така, защото в обществото ни в този период се говори за **тържество на справедливостта**, която е реална и социалистическа, но твърде имажинерна. Издигат се лозунги за **солидарност**, която обаче е принудителна. Обръщенията „другарю“ и „другарко“ към всеки са **фалшива демонстрация на ценности като равенство и братство**.

Реализацията на утопия, какъвто е комунистическият режим, е свързана с насилие, които имат чудовищни размери, а резултатът е **ценностна пустота**.

Съвсем логично обществото ни по време на тоталитаризма принадлежи към т.нар. **култури с голямо властово разстояние**. Строгата йерархия, както в държавата, така и в семействата, култът към възрастните хора, липсата на комуникация с властта, привилегиите на партийната бюрокрация и номенклатура, липсата на каквато и да била алтернативна политическа партия, автократичното управление, насилието, което прилага БКП, за да се утвърди и огромните разлики между доходите на обикновените българи и тези, които са във властта категорично доказват принадлежността на социалистическата ни нация към обществата с голямо властово разстояние.

В периода 9-и септември 1944 г. - 10-и ноември 1989 г. у нас тотално **липсват белезите на индивидуалистичната култура**, тъй като не съществува каквото и да било предприемачество. Както е известно средствата за производство са държавни, но на практика те са в ръцете на партийната и държавна бюрокрация. Не се толерират индивидуалната изява и неповторимост. Всички са интегрирани в споени вътрешни групи като например пионерската организация, комсомола, БКП и никой не смее да се прояви като индивидуален и различен. С пълна сила важи максимата „Какво ще кажат хората. Всички изброени белези са характерни за **типичните колективистични култури**. Друг

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

факт, който доказва принадлежността на към този вид общества е че **пресата у нас изцяло се контролира от държавата**. За наличието на **колективизъм** свидетелства и това, че при обучението в училищата и университетите се набляга върху наизустяването на информация и проповядването на абсолютни истини като например, че комунизмът е най-напредничавия строй на планетата.

Голямата диференциация в доходите на **властимащите и обикновените хора** в полза на първите, ниската социална мобилност на населението (както е известно по време на тоталитаризма трудно се получаваше жителство в София) също са белег за **колективизъм**. За такъв вид общество говори и фактът, че няколко поколения българи са възпитавани в зависимост, послушание и безпомощност като умишлено им се налага разбирането, „че причините за явленията са някъде отвън, а обикновеният човек не контролира съдбата и успеха си“. Това е белег за наличието на **традиционно общество**, при което човек се усеща на произвола на непреодолими външни фактори и получава част от материалните блага поради волята на късмета. Това заключение пък ни причислява към обществата с т.нар. **външна локализация на контрола** (външна причинност). А това са и типични черти и за **патриархалния българин от времето на Османското владичество**.

Според другото културно измерване на Хофстеде – дали дадено общество е с **мъжествена** или **женствена ориентация**, по времето на комунистическия режим ние определено принадлежим към втория вид. Това е така, защото у нас по това време и момчетата, и момичетата се учат да бъдат скромни и относително неамбициозни. Издиганите ценности са взаимопомощ и социална държава.

По време на социализма ние определено все още сме **култура със силно изразено избягване на несигурността** – нацията ни изпитва тревожност за бъдещето и затова превантивните ни действия са свързани с това да се подчиняваме на тоталитарния режим.

Начинът на живот на обикновения българин в периода на соца – ден за ден определено може да ни причисли към **културите с краткосрочна ориентация**, според измерванията на Хофстеде.

Гоненето на краткосрочния интерес на семейството и фамилията за сметка на дългосрочния интерес на социалистическите институции и обществото, наличието на двойни морални стандарти – едни за „нашите“ хора и друг за всички останали са характерни белези за наличието на аморален фамилизъм в България. Семействеността в случая е два вида. Едната е при висшите държавни ръководители, номенклатурата и роднините им с техния достъп до материални блага недосегаеми за обикновените хора. В този случай можем да говорим за **комунистически аморален фамилизъм**, характерен за цели кланове. Втората се шири сред останалите българи почти всички от които гледат да

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

оцеляват чрез различни форми на шуробаджанащина, ходатайства, търсене на връзки, за да се уреди нещо на „нашия човек“.

Ако трябва да приложим пирамидата на Маслоу за човешките потребности, мога да твърдя, че по време на тоталитарния режим у нас масовият българин получава задоволяване на **най-елементарните потребности от храна (макар и еднообразна) и безплатно здравеопазване**. Същевременно за ново жилище, кола или софийско жителство той чака години наред, а за последното и цял живот без да го получи. По отношение на второто ниво от потребности – **това на сигурността** социалистическият човек е много по-осигурен, тъй като престъпността при тоталитарните режими по правило е ниска.

Желанието на човек да дава и получава любов като средство за преодоляване на самотата и отчуждението се свежда до границите на семейството, но рядко се простира извън него. Напротив, мога да твърдя, че сред българите по време на социализма витае **отчуждение**, тъй като насилственото обединяване от една партия и нейните прилежащи организации не може да сплоти хората. Напротив, то ги кара взаимно да се подозират, следят, да внимават какво говорят и пр. характерни за тоталитарния режим човешки отношения.

Четвъртото ниво на човешките нужди – това на увереността, славата и самоуважението е достъпно за твърде малко българи в разглеждания исторически период. Първите две вероятно са били приоритет на управляващите и номенклатурата, но не и на всеки от работниците и служещите. На свой ред пък те, освен ако не са вярвали твърдо в доктрината на БКП, по-скоро са уважавали твърде малко себе си, тъй като е трябвало да водят **конформистки начин на живот на подчинение със сметка**. Същевременно работниците и служещите са погазвали много от своите принципи и не са си позволявали да изразят мнение, различно от това на управляващите.

Както споменах, най-отгоре на пирамидата на Маслоу стои **самоусъвършенстването**, под което се разбират **духовността, постиженията, учението**. Образованието в България по време на комунизма бе безплатно и на добро ниво, ала в различни периоди достъпът до университетите бе забраняван на деца от т.нар. неблагонадеждни семейства (бивши представители на буржоазията, противници на комунистическия режим и др.).

Що се отнася до **духовността и творчеството** (които са най-отгоре на пирамидата на Маслоу) – те са строго регламентирани от т.нар. социалистически реализъм. Затова и голяма част от изкуството по време на социализма у нас е **тържество на стопанската романтика и кича**. Или, както пише Гасет: „Във времена на криза фалшивото, неестествено поведение е нещо твърде обичайно. Цели поколения се самофалшифицират,

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

т.е. обличат се в художествени стилове, в учения, в политически движения, но те не са искрени и просто запълват липсата на истински убеждения“.

Със слава по времето на социалистическа България се сдобиваха нашите **елитни спортисти и тренъори**, които носеха медали от световни първенства и олимпиади. Както е известно, развитието на спорта по времето на комунизма у нас бе целенасочена политика на властимащите, за да накарат населението да се гордее с постиженията на българските спортисти и да отклони вниманието му от недоброто му настояще.

У нас дисидентството да се появява твърде късно, едва година преди падането на берлинската стена. За разлика от дисидентите в другите Източноевропейски страни, българските са по-скоро странични наблюдатели. Все пак дейността на българските дисиденти може да бъде квалифицирана като форма на колективно поведение, което се ръководи от **политически, социални и морални ценности**, както и от общо споделяни интереси.

Големите, историческите, епохалните кризи са разпад на една картина на света, на един цялостен светоглед и система от убеждения. **Русофилството**, което уж било вкоренено в менталитета на българите се оказва един историографски мит, насаждан десетки години от пропагандната система у нас. Не са малко българите, които все още са убедени, че единствената цел на „братята-руси“ е била да ни освободят от турското робство, както и че съветските другари са ни „освободили“ от „фашисткия режим“. Въпреки това след с падането на комунистическата власт у нас, започна постепенна промяна към нов светоглед, нови убеждения, които разбира се не биха могли да се наложат без трудовете на новите историци, необвързани със съответен политически режим.

Въз основа на архиви и други исторически документи се изясни, че Санстефанският мирен договор е бил подчинен на **идеята за завладяването на България от Русия** като първи и неизбежен етап към анексията на Цариград, Босфора и Дарданелите. Руските войски на практика са окупирали България. Държавата била разделена на губернии. Имало е неконтролируема разпродажба на държавната собственост по разпореждане на губернаторите, отчуждаване без всякакво право и защита от закона на частното имущество. Ширела се е неумела (т.е. посредством побои) агитация за могъществено покровителство на Царя Освободител. Руснаците от администрацията са проявявали жестоко отношение към населението. Офицерите и чиновниците са водели безнравствен начин на живот. Граф Игнатиев – единият от подписалите се под Санстефанския мирен договор е искал да стане княз на България.

Изследвания на наши историци и журналисти показват и че **окупацията на България от Съветската армия през 1944 г.** е струвала на страната ни над **133 милиарда лева**, или около **300 млн. тогавашни долара**. Между 1944 г. и 1947 г. държавата ни е била

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

разграбвана безконтролно от СССР като се започне с изнасянето на целия трезор на БНБ и се стигне до десетки неизгодни за нас търговски сделки с „освободителите“. Представителите на съветското Главно командване са получили правото безконтролно и напълно неограничено да се разпореждат с всичко в България - стопанство, активи, финанси, резерви, имущество, ценности и ресурси. Военнослужещи от тиловите части на Червената армия – „освободител“ произволно изземвали от българското население работния добитък, каруците, продуктите, държавните и частните моторни превозни средства. Някои военни в пияно състояние нахлували през нощта в частни домове в градовете и селата, извършвали грабежи, и дори изнасилвали жени и убивали мъже. Описаните факти окончателно сричат мита за освободителната роля на Червената армия. Въпрос на дългогодишна манипулация е и броят на българските партизани на 9-и септември 1944 г.

Изследването на социално-антропологическите типове в българската история разкрива сложната динамика на ценностните системи, формирани в различни исторически контексти – **Османското владичество, Възраждането, следосвободенска България и социалистическия период до 10-и ноември 1989 г.** Всеки от тези периоди е оформил **различни социални категории личности**, които въплъщават преобладаващите ценности и културни нагласи на времето си. По време на османското владичество, например, основни ценности са били **оцеляването, религиозната принадлежност и колективизмът**, докато във Възраждането се засилва **националното самосъзнание, образованието и предприемчивостта**. След Освобождението, социалната структура претърпява съществени промени, като **елитът на интелигенцията и политическите лидери** става носител на нови, модерни ценности, свързани с държавността, личната отговорност и икономическия прогрес.

С навлизането на социализма след 1944 г. настъпва **промяна в социално-антропологическите типове**, като в обществото започват да доминират **идеологически конструирани модели на „новия социалистически човек“**, характеризиращ се с **колективизъм, партийна лоялност и класова солидарност**. В същото време в сянка остават традиционните елити и носителите на индивидуализъм и независима мисъл. През целия разглеждан период ясно се открояват **конфликтите между устойчивите ценности на българското общество и наложените от външни или вътрешни фактори идеологически модели**. Анализът на тези социално-антропологически типове дава възможност да се проследи **как историческите промени реформират обществената ценностна система, но и как определени културни нагласи запазват своята устойчивост**, независимо от политическите и икономическите трансформации.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Трета глава. Нови ценностни модели в посттоталитарния период. Емпирично изследване

Създаването на капиталистическата класа в България след 10-и ноември 1989 г. е главно сред представителите на висшата партийна номенклатура и службите за сигурност. Така **комунистическият номенклатурен елит** се трансформира в **бизнес-елит**. В страната след промените протича безконтролно, спекулативно забогатяване и процес на скрита приватизация, корупция и клиентелизъм. Докато едни „избрани“ хора правят пари, болшинството от българите станаха жертва на т.нар. негативни икономически ценности като **финансови загуби, безработица, бедност и криза**.

За 34 години социалните промени се задълбочават и радикализират, което внесе несигурност и безпокойство във всекидневния живот. В него се усилват еволюционните промени, които се изчерпват и настъпва криза на всекидневието, в чиято сърцевина е **кризата на ценностите**. Хората изпитват всекидневно остри физически нужди, цялото им внимание е обсебено от материални ценности. Така се формира менталитет, в който господстваща роля има страстта към материалното богатство, менталитет на ненаситна и безгранична алчност.

Появиха се т.нар. класически български бизнесмени, обикновено представители на партийната номенклатура, сдобили с т.нар. куфарчета с пари. Те започнаха да демонстрират богатство и разточителство т.е. в тяхната йерархия на ценностите на първо място бяха т.нар. **консумативни ценности**.

Оформиха се класата на новобогаташите-парвенюта като Румен Гайтански-Вълка, братя Диневи, семейство Баневи, Ветко и Маринела Арабаджиеви, които правят кичозно-фрапантни демонстрации на благосъстояние като ултра скъпи коли, яхти, пищни партита. В техните действия и изявления често прозира **показност, грандомания, граничеща с простотия, което е погрешен модел на поведение и опошлена идея за добро и правилно**. Това са **негативни естетически ценности**, които за съжаление станаха пример за добра позиция в обществото ни – от там и еталон за престиж.

Българската преуспяваща класа не може да бъде причислена към т.нар. **елит**, защото елитът е прослойка с високи доходи и властови ресурси, която **служи на обществото**. А българските новобогаташи се разминават с това определение. Те в повечето случаи не изповядват ценности като алтруизъм, щедрост, отговорност, човечност и други положителни естетически ценности. За съжаление поради исторически причини – османското владичество и комунистическия режим в България липсват наследените богатства и наследеното чувство за чест и дълг, които са свързани с т.нар. аристократична идентичност. **Богатите у нас имат показно поведение и обичат да го демонстрират по**

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

медиите, което е провален модел за подражание за младите хора. В т.нар. елит попадат съвършено случайни хора като често „елитът“ е криминален.

Все пак се намират единици, често доста по-богати от тези, които шестват по жълтите медии и които живеят доста обрано и се занимават с благотворителност без да я афишират.

Доминиращите негативни икономически ценности в обществото ни доведоха до **разпад на фундаментални социални ценности като доверието към институциите и по специално към българските политици**.

Социален деец, който не е оправдал доверието на обществото и ако е проявил недоброръководност, злоупотреба с дадено му доверие, си „спечелва“ **лоша обществена репутация** и му се приписва нисък социален престиж. Именно такъв е престижът на българските политици след 10-и ноември 1989 г. Практикуваното от тях партийно номадство, само и само да са във властта, близките им отношения с мафиотските структури, корумпираността им, превръщането на някои партии в бизнес-структури, обвързани с различни престъпни кръгове, ненаситният им глад за удоволствия и сетивни ценности им донесоха **нисък социален престиж и лоша обществена репутация (социална ценност)**. Задълбочи се иманентното недоверие на българите към властта (съществуващо както по времето на Османското владичество, така и по времето на комунистическия режим) и културният ни модел за нея – че тя съществува, за да се корумпира беше утвърден.

В България през **последните 34 години политици, магистрати и висши полицаи са в близки отношения с подземния свят**. Така политическият елит, част от държавния апарат заедно с престъпниците и „добре облечените бизнесмени“ образуваха олигархия. В страната и до днес господства **„мутренско-олигархичният“ модел** (б.а. по думите на адвокатата-политик Татяна Дончева).

По времето на правителството на Любен Беров се създават икономическите групировки – ВИС и СИК, легално занимаващи се със застрахователен бизнес, а нелегално с рекет, изнудвания, а по късно и с трафик на дрога, на други стоки, с проституция и редица други печеливши бизнеси, сред които например е туризмът. През 90-те години на 20-и век е разцветът на престъпността в България. Често срещано е явлението **обвързаност на шефове на служби като ГДБОП и МВР с престъпни групировки**. Корупцията в системата на МВР придобива огромни размери. Т.е. доверието като социална ценност към органите на реда стана много ниско.

Родиха се новите герои на прехода – **мутрите**. Ценностите им от ранния им период са характерни за тези на **колективистичните примитивни групи от племенен тип**. А именно – да принадлежат към някаква общност, да бъдат одобрявани от тартора. Техните

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

морални стандарти са двойни. От една страна в тяхната вътрешна група те изповядват социални ценности като солидарност, готовност за взаимопомощ, екипност, отборност, дори имат кодекс на честта, който им забранява да са доносници. От друга страна, по отношение на външния свят мутрите потъпкват фундаментални ценности като върховната ценност на човешкия живот, сигурността на хората, свободата им, справедливостта и пр.

Техният високостандартен начин на живот, както и този на т.нар. „добре облечени бизнесмени“ стана погрешен модел на поведение и изгради порочни идеи у младите хора за това какво е желателно в обществото и какво означава успех. Те видяха, че доброто образование и честният труд няма да им донесат мечтаните материални придобивки. Напротив – утвърди се разбирането, че правенето на пари в България очевидно става по престъпен начин.

Тъй като у нас болшинството от българите изпитват всекидневно остри физически нужди през последните 34 години (ние сме най-бедната държава в ЕС), цялото внимание на българите е обсебено от материални ценности. Така демонстрираният от представителите на подземния свят лайфстайл стана лелеяна мечта на младите хора. Фактически представителите на ъндърграунда формираха манталитет, в който господстваща роля има материалното богатство, постигано с престъпни деяния.

В условията на неспирна икономическа криза много от младите момичета бяха обсебени от желанието да притежават материални ценности и да имат висок стандарт на живот. Така те се превърнаха в т.нар. златотърсачки, използвайки като трамплин конкурсите за красота, разголените снимки в „Плейбой“ и влизането в каталозите на модните агенции – един негласен начин за легална проституция. Днес много от тях искат да са като плеймейтките – **Черната и Русата Златка** или като **Николета Лозанова(т.нар. квазери)**. Те се повлияха силно от образите на другите нови герои, по-скоро героини на прехода – **фолкпевците**.

Най-популярната у нас попфолк звезда **Васил Боянов-Азис** със своите мъжко-женски превъплъщения стана събирателен образ на грозното, пошлото, неестетичното, аморалното като негативни естетически ценности.

За младите момичета най-високо в йерархията на издигналите се в обществото и преуспели жени днес стоят не постигналите професионални успехи дами, а **вдовиците на различни мафиоти**. Мнозина от младите момичета смятат, че „да работиш вдовица“ на някой като Илия Павлов или Георги Илиев е най-престижното занимание.

Ако приложим **пирамидата за човешките потребности на Маслоу**, ще установим, че изброените дотук социално-антропологически типове след 10-и ноември като **новобогаташите-парвенюта, повечето от политиците, мутрите и „добре облечените**

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

бизнесмени“, новото поколение лидери в престъпния свят, голяма част от попфолк изпълнителите, младите момичета-златотърсачки и „веселите вдовици“ са застинали на третото ниво на желателностите в живота. И по-точно за тях от първостепенна важност са физиологическите нужди, сигурността и принадлежността към семейство и общност.

Следващото ниво – увереността (слава, уважение, самоуважение) може би в техните очи също е задоволено, доколкото известността чрез медиите и принадлежността към някакъв псевдо хайлайф може да се смята за постижение. На този фон петото ниво от пирамидата на Маслоу – това на самоусъвършенстването чрез духовност, постижения и учение липсва фрапиращо в техните потребности. А колкото по-нагоре отиваш в пирамидата на човешките желателности, толкова повече развиваш гражданско съзнание.

Бедността, безработицата, неграмотността, престъпността и битовата мизерия оформиха у нас една нова прослойка – т.нар. гето. Хората в гетата живеят безпросветно, безотговорно, разгулно, ден за ден (имат ниски времеви хоризонти), не планират нищо, защото са приели, че нищо не зависи от тях. Често злоупотребяват с алкохол и наркотици. Всекидневието им е грубо, пошло, често непочтено, безотговорно, недостойно, безпринципно, аморално и безнравствено – всичко това са това са негативни естетически ценности. Очевидно в т.нар. гета хората са достигнали максимум до третото ниво на пирамидата на човешките потребности, а в повечето случаи дори само и до второто. Често при тях добрите семейни отношения и любовта (третото ниво на пирамидата) липсват и дори е характерно домашното насилие.

В някои райони на България възникна и една нова класа – тази на безработните аристократи. Това са хора, които смятат, че е по-добре да не работят за малко пари и да бъдат издържани от техни роднини, работещи в чужбина. Това също е индикатор за култура на гетото.

Интересна особеност на българското общество е и това, че сме много толерантни към социалния провал на другите и приемаме това като нещо в реда на нещата (което е индикация за наличие на женствена култура).

Ако в дадено общество доминират негативни икономически ценности, това може да доведе до разпад на фундаментални социални ценности като солидарност, справедливост, доверие към институциите, респект към закона и равенство на всички пред него. От многобройните оправдателни присъди за политици, министри и престъпници става ясно, че правосъдието у нас не е еднакво за всички, а доверието към съд и прокуратура е нулево. В България корупционният натиск от страна на държавни

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

служители е нещо традиционно. Страната ни е на 4-о място по корупция в Източна Европа. Т.е. доверието към различните институции у нас също е ниско.

Аморалният фамилизъм, при който значимите социални връзки са свити до лоялност в семейството и който ни е помагал да оцелеем по време на Османското владичество, а също и при комунистическия режим в днешно време се е трансформирал в **корупция и клиентелизъм**.

На фона на всекидневието, изпъстрено с остри физически нужди трите най-важни стълба на ценностната система – **семейството, образованието и културата** се срутиха главоломно. Болшинството от семействата, заети да оцеляват, не успяха да осъществят възпитателните си функции, както трябва. Българските 15-годишни ученици са под средните нива на грамотност според международното изследване на PISA. Най-големият проблем в просветната ни система е наизустяването, както и неспособността на учениците да прилагат знанията си в реалния живот (**б.а. белег за колективистично общество**). Същевременно броят на младите, които отиват да учат в чужбина нараства всяка година. През 2015 г. над 7000 абитуриенти заминават да учат в страни от ЕС.

Културните институции също са в колапс. **Музеи, галерии и библиотеки** тънат в нищета, а работещите в тях получават мизерни заплати.

Здравеопазването като гарант за физическото здраве на нацията е в криза. Болниците „дърпат“ пари от т.нар. клинични пътеки, добавяйки в лечението на пациентите си процедури, които не са извършвани. Междувременно се отчита все по-високо изтичане в чужбина на здравни специалисти. Така фундаменталната ценност, каквато е **върховната ценност на човешкия живот** е запратена на дъното. Доверието към институцията българско здравеопазване като универсална и първостепенна социална ценност бе изгубено.

Църквата като решаващ фактор за духовността и ценностната система на нацията, се превърна **бизнес-империя** и малка част от служителите ѝ практикуват истинско духовно водачество.

Българите развихме някои **вредни разбирания**. Първото от тях е завистта към успешните и забогателите. Възхищението и уважението към успеха у нас са рядко срещани, защото се е утвърдило мнението, че той е постигнат незаконно или чрез злоупотреба с властта. Затова и **неопитомената завист на българина не може да бъде мобилизирана за целите на съревнованието и той да стане креативен**.

Друго вредно разбиране на българите е кодирано в старата поговорка „Преклонена глава, сабя не я сече“. Още от времето на Османското владичество в самосъзнанието ни се е утвърдила максимата да сме покорни и винаги да се адаптираме

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

към властта, както и да се подмазваме на по-силните (б.а. белег за колективизъм).

Това днес, в условията на пазарно стопанство се е проектирало във фирмените отношения и е особено вредно за развитието на инициативата и напредъка в различни начинания. Налице е и **нагласата да злоупотребяваме с по-слабите.**

Българските бизнеси се провалят и защото българите страдаме от **традиционно недоверие към никого** и вместо да вярваме на шефовете и служителите си, се отнасяме към тях с подозрение. Така страдат добрите фирмени взаимоотношения и съответно ефективността на организациите. Сънародниците ни поначало проявяват ниска степен междуличностно доверие – **над една четвърт от тях са убедени, че повечето хора биха ги измамили.**

След като 45 години цялата ни хуманитаристика бе подчинена на приказката за освободителната мисия на Царска Русия и СССР, последните години този мит започна да се разпада в съзнанието на българите. Най-силно разбива русофилския мит емиграцията от България – **българите емигрират в Западна Европа и Америка, а не в Русия.** Между 1990 и 2015 г. това са над 1 милион наши сънародници.

Проучване на „Галъп интернешънъл болкан“ от 2024 г. сочи, че ако българите бяха изправени пред хипотетичен избор, половината (**49,9%**) биха предпочели България да е част от демократичния свят, представен чрез **Европейския съюз и НАТО**. Малко над една четвърт от анкетираните (25,5%) не могат да определят коя алтернатива предпочитат, а едва **17,1%** биха избрали общности около **Русия и Китай**⁵.

При най-младите убеждението, че мястото на България е в **ЕС и НАТО** достига до **над 70%**, докато при най-възрастните картината е разнородна, но като водещо се запазва предпочитанието към демократичните държави.

Доверието в Европейския съюз остава традиционно високо - **59,5%**. А **доверието в НАТО – 40,1%**. Данните показват и спад на недоверието към двата съюза. **Водещи по доверие**, според същото изследване, сред българското общество са **демокрации като Германия (49,9%), Франция (38,9%), Великобритания (37,3%).**

Оказа се, че **44%** от българите смятат, че **някои раси превъзхождат други, 37%** смятат, че **някои религии превъзхождат други, а 50%** от сънародниците ни са **убедени, че някои култури превъзхождат други култури.**

Според социологическата агенция „Галъп“ факторите, които стимулират подобно отношение са: остри вътрешни конфликти и проблеми, остра външна нестабилност и

⁵ (<https://www.investor.bg/a/515-ikonomika-i-makrodanni/401155-galap-balgarite-sa-demokratichno-orientirani-raste-doverieto-v-es-i-nato>) [посетен на 20.09.2024 г.]

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

очакване за интервенция отвън, дълбока трансформация на съответното общество, водеща до дълбоко усещане за несигурност.

Т.нар. свободни **частни медии** през последните 34 години еволюираха до такива (някои бяха закрити), в които доминира т.нар. **корпоративна журналистика**. Съществува остър дефицит на анализи на фактите и проблемите. У нас се прилага формулата новини + забавни програми, характерни за т.нар. „корпоративен карцер“. В доклада на „Репортери без граници“ (б.а. за свободата на словото) от **2009 г. бе констатирано, че у нас разследващата журналистика и плурализмът на информацията са сериозно застрашени от мафиотски групировки и политически и икономически натиск**. Според същата организация през **2016 г. България е на 113-о място по свобода на медиите** от 180 държави. През **2017 г. „Репортери без граници“ поставят България на 109-о място по свобода на словото**. А това значи, че имаме остър дефицит на гласност, свободен достъп до информация, наличие на автоцензура и натиск върху журналистите, което пък ще рече, че медиите не могат да бъдат коректив на властта у нас. Голяма част от тях – жълтите издания и особено двете национални частни телевизии – Нова и Би Ти Ви, чрез своите риалити формати създават едни фалшиви герои и псевдохайлайф. Така те **мултиплицират погрешни модели на поведение, на ценностна система и въобще на нагласа за това кое е добро, правилно и желателно в обществото**.

Според последното проучване на „Репортери без граници“ (RSF) за **2024 г. България се изкачва с 12 позиции спрямо 2023 г. и стига до 59-о място в годишната класация за свободата на медиите**. Така страната ни значително подобрява позицията в глобалния рейтинг, който включва 180 държави. Тя обаче остава на дъното **в рамките на Европейския съюз**, където се е изкачила едва с едно място до **23-то**, а след нея се нареждат единствено **Унгария, Кипър, Малта и Гърция**.

Финансовите загуби, безработицата, бедността при голяма част от българите, страстта към материалното богатство при новобогаташите-парвенюта, повечето от политическите ни, мутрите, „добре облечените бизнесмени“, новото поколение лидери в престъпния свят, голяма част от попфолк изпълнителите, младите момичета-златотърсачки и „веселите вдовици“ са признак за настъпването на **тотална криза на обществото или т.нар. аномия**.

За същото говорят и липсата на социални ценности като доверието към институциите **парламент, правителство и въобще към държавната администрация, към съдебната система, към здравеопазването** като универсална и първостепенна социална ценност, **към образователната система, църквата**.

Срастването на политическия елит с престъпността, наличието на гета в големите градове и в цели села, дефицитът на медии, които да са коректив на властта и

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

фактът, че **официалните институции** (както и голяма част от българските медии) **обслужват частни интереси на управляващия елит** и свързаните с него икономически групировки са също индикации за **аномия**. В българското общество се увеличават **отчуждението, песимизмът и чувството за безизходица. Увеличават се и самоубийствата**. През 2014 г. в България са се самоубили общо 731 души, което прави средно по 2 самоубийства на ден. Това показват данни на Евростат, цитирани от БТА .

Добрата новина е, че в Европа през последните години се наблюдава устойчива тенденция за намаляване на смъртността от самоубийства, сочат данни на Националния център по общественото здраве и анализи. **България е на 21-во място в ЕС по брой на самоубийствата** сочат последните актуални данни на Евростат за 2021 г.⁶

Въпреки написаното дотук през последните 34 години обществото ни не е само в плен на **грозното, пошлото, меркантилността, корупцията, завистта, парвенюшката показност и други отрицателни естетически ценности. Налице са прояви на социални ценности като солидарност и подкрепа при беди и природни бедствия.**

Не всички подрастващи са повлияни от примера на незаконно забогателите престъпници и съпътстващите ги старлетки и квазери. Деца се оказват носители на висши морални ценности като почтеност и съвестност.

Българите започват да се връщат към своите корени, заравяйки се във фолклорни и краеведски изследвания, възстановявайки родовите си хроники и изучавайки народни танци. Сънародниците ни се опитват да преосмислят историята си и традициите си, да търсят причините за българската народопсихология. Така, изследвайки какво от нашето минало ни пречи и какво ни помага, българите сме в процес на **колективна рефлексия върху идентичността и постепенно поемаме авторство върху нея**. Все по-голяма част от българите започват да обитават постмодерния свят, който се характеризира с **подвижна идентичност (гъвкавост)**, според културното измерване на Минков) т.е. със свободата да се самоопределяш, да подлагаш на съмнение заварените истини, да **реконструираш версиите за себе си и своята група съобразно предизвикателствата на живота**. Все повече българи пътуват по света, а над 1 милион живеят извън България. Много от тях са с т.нар. подвижна идентичност.

Изследвания сред **18-30-годишни младежи в София** от 2007-2008 г. (б.а. днес те са на 36-48 години) показват, че по оптимизма и положението си в обществото те се оказват **близки до т.нар. средна класа**, което е белег за **наличието на индивидуалистично общество**.

⁶ <https://www.mediapool.bg/samoubiystvata-namalyavat-prez-poslednite-godini-news362903.html> [посетен на 20.09.2024 г.]

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

По-тесен кръг от младите на тази възраст са **ИТ-специалистите**, които са с едни от най-високите заплати у нас. Макар и те да не са представителна извадка на българите от това поколение, те са група от хора, които са най-близки до т.нар. **индивидуалистични култури** – изкарват прехраната си от ранна възраст, водеща при тях е личната инициатива. Те споделят идеята, че в България се живее добре, че стандартът се вдига и са оптимисти, което ги слага в прослойката на хората с **ниска степен на тревожност за бъдещето**. ИТ-младите могат да бъдат причислени и към **културите с ниска степен на отдалеченост от властта** – на работните им места вътрешната йерархия е слабо видима. За тях е характерна и т.нар. **вътрешна локализация на контрола** – смятат, че успехите им зависят от тях самите. За същото говори и фактът, че част от тях се включват в граждански акции и търсят правата си в случай, че са ошетени от институции или определени лица. По-малка извадка от ИТ-специалистите стои твърдо зад социалното преразпределение, което ги причислява към т.нар. **женствени култури** (взаимопомощ, състрадание, социална държава). Всички изброени културни характеристики на ИТ-младите без последната, показват, че **умственият софтуер на младите софтуеристи е характерният за добре развитите икономически западни демокрации**. В изследването „Новите млади и новите медии“ като представители на **прослойка с вътрешна локализация на контрола е и общността на българските майки, обединени от сайта БГ мама**. Те са носителки на така дефицитното у нас гражданско съзнание. Въпросната общност успя да постигне няколко големи социални успеха (напр. запазването на двугодишното майчинство и узаконяването на 90% обезщетение от заплатата на жените в първите 9 месеца след раждането).

В обществото ни след промените през 1989 г. се наблюдават и други **положителни тенденции в ценностните ориентации**.

Възроден бе интересът към **дъновизма**, а това учение се основава на висши морални, естетически ценности като милосърдие, смиреност, безкористност, обич, алтруизъм, почтеност, съвестност, мъдрост, търпение, смелост, искреност и пр. Същите ценности стоят и в основата на **източни практики като йогата**, станала особено популярна у нас последните 34 години.

Обръщайки се към различни източни практики и четейки езотерична литература българите все повече се опитват да разберат какво и защо се случва с тях, за да могат да си върнат контрола върху своя живот. А това **обръщане навътре към психичния живот и неговата връзка със социалния е индикация за културна промяна**.

Процесът на формиране на капиталистическата класа в България след 10-и ноември 1989 г. демонстрира пряка приемственост между бившия комунистически номенклатурен елит и новия икономически елит. Преминаването от централизирана планова икономика

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

към пазарна система не доведе до равнопоставен старт за всички социални групи, а вместо това осигури преимущество на онези, които вече разполагаха с властови ресурси, достъп до държавни активи и механизми за контрол. Висшата партийна номенклатура и представителите на службите за сигурност използваха своите позиции, за да придобият икономическо влияние, като се възползваха от приватизационните процеси, банковите механизми и неформалните мрежи на влияние. Това доведе до олигархизация на българската икономика, при която натрупването на капитал беше резултат не толкова на свободната конкуренция, колкото на стратегическо преструктуриране на властта.

Тази трансформация повлия пряко върху ценностната система на българското общество, като утвърди модела на „прехода“ като процес, доминиран от елитни групи, а не от широко гражданско участие. Постепенно се разми границата между политическата и икономическата власт, което създаде условия за корупция, клиентелизъм и икономическа зависимост на институциите. В резултат на това в общественото съзнание се наложи образът на „успеха“ като функция на връзките, а не на индивидуалните усилия и компетенции. Дългосрочно този процес доведе до криза на доверието в демократичните механизми и институции, както и до формирането на ценностни нагласи, в които прагматизмът и оцеляването изместват идеята за социална справедливост и законност.

През последните 34 години социалните промени в България се задълбочиха и радикализираха, което доведе до криза на всекидневието, пряко свързана с **кризата на ценностите**. Липсата на стабилност и последователност в общественото развитие засили усещането за **несигурност и недоверие** както към институциите, така и към социалните норми. Формирането на новата икономическа върхушка, съставена предимно от представители на бившата партийна номенклатура, доведе до **демонстративно консуматорско поведение**, което се превърна в обществен модел, но без устойчива ценностна основа. Тази нова класа от „новобогаташи-парвенюта“ **наложи култура на разточителство**, при която показността, а не създанието, се възприема като мерило за успех. Това повлия особено силно върху младото поколение, което не разполага с алтернативни модели за подражание, различни от онези, формирани от криминалния „елит“ на прехода.

Паралелно с тези процеси, **разпадът на фундаментални социални ценности като доверието, сигурността и справедливостта** доведе до тежки последици за обществото. Появата на мутрите като „герои на прехода“ наложи **примитивен модел на групова лоялност**, при който принадлежността към определена общност и одобрението на „тартора“ се оказаха по-важни от принципи като законност и защита на човешките права. Този ценностен срив подкопа устоите на демократичното развитие и задълбочи усещането за социална несправедливост. В отговор на тази криза на идентичността и морала, много българи започнаха да **търсят опора в традициите**, обръщайки се към фолклора,

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

краеведските изследвания и родовата памет. Този процес може да се разглежда както като **форма на културно съхранение**, така и като своеобразна **социална компенсация** за загубата на стабилност и ценностна ориентация в съвременното общество.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Четвърта глава. Таблоидната преса като огледало на ценностната система на българите (анализ на в. „Уикенд“)

През 1955 г. Пол Лазарсфелд и Елиу Катц въвеждат официално хипотезата за двустепенния поток на комуникация. „Първо, информацията тръгва от медиите към сравнително добре информирани личности – лидерите на мнение, които имат отношение към самата информация; Второ, посредством междуличностната комуникация лидерите придвижват информацията към другите, които не са толкова свързани с информацията от медиите и които зависят от тях за нейното компетентно осмисляне⁷“. Фактически лидерите на мнение интерпретират медийното съдържание и имат по-важна роля за оформянето на мнението на хората от различни групи.

В тази връзка условно съм приела, че читателите на вестник „Уикенд“ са своеобразни лидери на мнение спрямо техните роднини, приятели и колеги.

Избрах да изследвам вестник „Уикенд“ за целите на социалната и културната антропология, защото през 2008 г. тиражът му е (вероятно) 400 000 броя седмично и достига до много хора и съответно влияе на техните възприятия за света. Утвърждава стереотипи на тяхното поведение, а също и формира начина им на действие и често влияе на отношенията им, както в семейната среда, така и в обкръжаващата ги действителност.

Твърдя, че в. „Уикенд“ е медиен продукт – еталон за поведенчески подражания и защото тиражът му в изследвания от мен период е най-високият на българския вестникарски пазар. Смятам, че асоциациите от медийното му съдържание се пренасят в конкретни цели и постижения в реалния живот.

Вестникът, определян от повечето анализатори като жълт, клюкарски и несериозен всъщност не е точно такъв. Вярно е, че светските клюки и новините за представителите на шоубизнеса присъстват значително като обем на 88-те му страници. Но в „Уикенд“ могат да се намерят и сериозни криминални разследвания, както и политически и икономически анализи. Рубриките „Общество“, „Афера“, „Глас народен“, „Криминале“ съдържат сериозни статии, често **единствени като наситеност на информацията** в сравнение с другите печатни издания у нас. Именно затова можем да наречем в. **„Уикенд“ - хибриден вестник** – в него има от почти всички вестникарски жанрове по малко, често и повече – например разработката за убийството на писателя и силовак Георги Стоев.

Контент анализ на в. „Уикенд“ (според културните измервания на Хофстеде и Минков, както и по Тромпенаарс и Търнър).

⁷ ПЕЙЧЕВА, Добринка. Масмедийното въздействие. - Благоевград, УИ „Неофит Рилски“, 2013, стр.244-245

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

[illegible]

Iteration	Series1	series2
1.0	8.11	91.89
2.0	45.73	54.27
3.0	40.75	59.25
4.0	22.16	77.84
5.0	23.85	76.15
6.0	82.73	17.27
7.0	92.32	7.68
8.0	71.32	28.68
9.0	38.19	61.81

- 41

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Резултати от изследването

Както е видно след изчисленията на процентните съотношения на ценностите по Хофстеде и Минков **обществото ни през 2008-а е 91,89 % отдалечено от властта**. За сравнение през 2010 г. , според проучването на института Хофстеде, същият показател е **70%**. Той остава непроменен и в последното изследване на The Culture Factor Group (новото название на Hofstede Insights) през 2023 г. – **отдалечеността ни от властта остава 70%**.

Българската нация, през 2008-а е **45, 73% индивидуалистично настроена**. Това е с 15,73 % повече, отколкото е същият показател в изследването на Hofstede Insights през 2010 г. (30% индивидуализъм). Отчитам тези 15 % разлика като една положителна тенденция в обществото ни. Макар и изследването на института Хофстеде да е правено през 2010 г., а моето - върху българска медия две години по-рано, първото проучване е правено сред служители в определени бизнес компании, а второто обхваща много по-широк кръг от хора, каквито са читателите на в. “Уикенд“. Затова смятам, че с моето изследване обхващам по-голяма част от обществото ни и е твърде вероятно това да е един по-детайлен негов разрез.

От моето проучване е видно, че българите сме **54,27 % колективисти**, но през **2023 г.** показателят **Индивидуализъм/Колективизъм** вече е **50% на 50%**. Този резултат е на The Culture Factor Group. Известно е, че увеличаването на индивидуалистичната нагласа на обществото води до благоприятното му развитие и значителен напредък.

59,25 % от българите са с настройка мъжественост, сочи изследването на в. „Уикенд“. За сравнение според The Culture Factor Group **мъжествеността** в обществото ни е **40% през 2023 г.** А това означава, че сме предимно консенсусно женствено общество. Ще отбележа, че културното измерване Мъжественост/Женственост е променено на Мотивация/Постижения и успехи от The Culture Factor Group, във връзка с толерантността към куйър и ЛГБТ общностите.

Анализът на в. “Уикенд“ показва, че **77, 84 % от българите са от хората, силно избягващи несигурността**. (хората са емоционални, тревожни, дават ярък израз на чувствата си. От тях често можеш да чуеш изрази като „нищо няма да стане“, „нищо няма да излезе от тази работа“, „най-лошото още не е дошло“, „тепърва ще става още по-зле“) Този показател дори се увеличава при последното изследване на **The Culture Factor Group – през 2023 г.** сънародниците ни, силно избягващи несигурността са **85%**.

По петия показател – **краткосрочно или дългосрочно ориентирани култури**, според моето проучване **се нареждаме към вторите. 76,15 %** от българите спадат към обществата, в които хората са по-пестеливи и влагат усилията си в модерното образование, за да се подготвят за бъдещето. Те са прагматично настроени, имат склонност към

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

спестяване и инвестиране, икономичност и постоянство в постигането на резултати. През 2023 г. обаче дългосрочно ориентираните ни сънародници са **51%** според **The Culture Factor Group**. А това означава, че **България не показва сериозно предпочитание нито в посока дългосрочна, нито в краткосрочна ориентация.**

82,73 % от българите принадлежат към **себепотискащите се индивиди**, според изследването на в. „Уикенд“. (себепотискащите се общества не обръщат особено внимание на свободното време и контролират задоволяването на своите желания. Хората с висока степен на себеудовлетворяване си позволяват по-голямо задоволяване на естествените човешки пориви към забавления и се наслаждават на живота). Изследването на **The Culture Factor Group** за 2023 г. отчита едва **16%** **себеудовлетворяване** у сънародниците ни, което значи, че **84%** от тях принадлежат към **себепотискащите се култури**. А това е още по-висок процент, отколкото при моето изследване. **За българите този показател означава, че у нас има по-малко щастливи хора.**

92,32 % от българите са **себеизтъкващи се индивиди**, според изследването на в. „Уикенд“, направено по показателите на Минков (в култури, където има силно себеизтъкване, хората изпитват нужда да се самовъзприемат като успели в живота и проявяват разточителство при даване на бакшиши и при всякакъв разход на пари с цел показност).

От моето проучване (на показателя Стабилност/Гъвкавост по Минков) се вижда, че **71,32%** от сънародниците ни се оказват със т.нар. **стабилна същност**. (в такива култури има една истина и тя е онова, в което вярваме. Нещата се делят на добри и лоши, правилни и неправилни, верни и неверни) .

Анализът на в. „Уикенд“ сочи и че **61,81%** от българите са индивиди с **външна локализация на контрола (външна причинност)**. (Отдават успехите си предимно на късмета и на външните фактори и търсят непрекъснато оправдание за неуспехите си в несправедливостта и неблагоприятните обстоятелства).

Обобщение на резултатите и изводите

И така, към кои видове общества принадлежи нашето през последните 34 години според културните измервания на Хофстеде, Минков, Тромпенаарс и Търнър?

Както твърди холандският антрополог Хеерт Хофстеде **обществата, които са отдалечени от властта** обикновено са в традиционно земеделските култури. Според цитирано в третата глава изследване на Центъра за либерални стратегии от 2000 г. 93% от сънародниците ни имат доказано селски или постселски манталитет. Което значи, че гледаме на властта като на чуждо тяло и не комуникираме с управниците си. Факт е и че нямаме навика да си търсим правата и да изискваме нещо от управляващата ни класа.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Липсата на гражданско общество потвърждава и Европейското изследване на ценностите, според което едва 8% от българите биха участвали в законна демонстрация. У нас уменията, богатството, властта и статуса вървят ръка за ръка. Властимащите имат привилегии, а властта им се основава на семейството и приятелите и способността да се действа със сила. Все още у нас нямаме обширна средна класа и политическият спектър няма силен център и слаби левица и десница. Ще припомня, че **в нормалните демократични страни ценностите на средната класа влияят на държавните институции като например на правителствата или на образователните системи, повече, отколкото ценностите на низшите класи. Това е така, защото хората, които контролират институциите обикновено принадлежат към средната класа.**

Със **70% отдалеченост** от властта през последните години обществото ни не се отличава значително от това след Освобождението. И тогава съществува честа корупция, скандалите се покриват, разпределението на доходите в обществото е изключително неравномерно. Властта у нас и по онова време в много случаи не се използва законно и не е основана на експертиза, а управниците имат привилегии. Това също е валидно и по отношение на властимащите по времето на комунизма, когато номенклатурният елит се радваше на по-големи икономически и социални преимущества. И след Освобождението, и след 10-и ноември 1989 г. политиките имат нисък социален престиж и лоша обществена репутация. В България, както и след Освобождението и по време на комунизма управниците често „уреждат“ с постове свои роднини и приятели, съществува сливане на олигархията с властта, а в доходите на населението има големи разлики. Така иманентното недоверие на българите към управляваща класа, съществуващо още от времето на Османското владичество се задълбочи. Това е така, защото през последните 34 години политици, магистрати и висши полицаи са в близки отношения с подземния свят.

Това, че принадлежим към културите с голямо властово разстояние се доказва и от все още важащата традиция у нас важните решения в семейството да се взимат от главата на съответната фамилия. А също и че е утвърдено възпитанието, при което децата се подчиняват стриктно на родителите. За наличието на култура с голямо властово разстояние говори и все още строгата йерархия между началници и подчинени на работното място. Изключение има във фирмените отношения в рамките на чужди компании, инвестирани в България, както и в някои български компании, основани от образовани зад граница наши сънародници.

От моето проучване на в. „Уикенд“ е видно, че българите сме **54, 27 % колективисти** - семейството е най-важната общност у нас и сме финансово обвързани с фамилията си понякога и до края на живота си. Все още за българите важи максимата „Какво ще кажат хората?“ – предимно гледаме кое е общоприетото и общоприемливото и рядко се проявяваме като различни (белег за индивидуалистична култура). За

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

колективизъм говорят и данните от Европейското изследване на ценностите, според което очакванията на сънародниците ни са държавата да се бори с цените и да регулира икономиката. Да припомня и че в колективистичните общества пресата се контролира от държавата. При нас този контрол не е толкова явен, но голяма част от медиите получават от правителството пари от еврофондове под формата на реклами и на практика по този начин то подкупва редакторите да не го критикуват или изцяло да се въздържат от отразяването на определени теми.

Белег за наличието на колективизъм е и начинът на преподаване в българските училища, където куца практическото приложение на знанията, прилагат се стари програми и се акцентира на наизустяването. Да припомня, че при индивидуалистичните общества обучението подпомага на индивида да открие своите собствени истини. Индивидите учат предимно за придобиване на знания и формиране на практически умения. Обучението за тях е постоянен процес. При колективистичните общества ударението в училищата е върху наизустяването на информация и проповядване на абсолютни истини. Хората (в колективистичното общество) смятат, че обучението е еднократен акт. Основната им цел е придобиването на диплома, включително и по незаконен начин.

Високите нива на корупция, властта, която се възприема като източник на забогатяване, аморалният фамилизъм, практикуван от управниците ни, ниската степен на доверие в институциите (политици, съдебна система, здравеопазване, образование и църква) и фактът, че българите предпочитат да вземат от другите чрез държавата (изследване на Центъра за либерални стратегии от 2000 г.) са характерни за култури, възпрепятстващи развитието, съответстващи на колективистичните. **За наличие на силен колективизъм свидетелства и перманентната политическа нестабилност, честата смяна на правителства.** От 1989 г. до сега (март 2025 г.) България бе управлявана от 28 правителства, 11 от които служебни.

Това, че т.нар. ни предприемачи не си развиват сами бизнеса и не си търсят сами пазари за продукцията, а чакат на опашката за обществени поръчки също е индикация за липса на индивидуалистично общество, където на почет е личната инициатива и самостоятелно постигнатият успех.

У нас класата на богатите се проваля да произведе легитимно обяснение за своя икономически успех и това е така, защото всеобщото убеждение на българите е, че у нас замогването не става по честен начин. Завистта към успелите и богатите съществува и защото все още сме в плен на домодерната аграрна култура, за която е характерна мисълта, че единственият начин да спечелиш, е, ако другият загуби (изсл. на Центъра за либерални стратегии през 2000 г.).

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Макар и през последните 30 години да сме принадлежали повече към колективистичните общества, през 2023 г. показателят **Индивидуализъм/Колективизъм**, изследван от **The Culture Factor Group** е **50%/50%**. Това означава, че в момента все по-голяма част от обществото ни започва да клони към индивидуализъм т.е. към култура, благоприятстваща развитието. При индивидуалистичните култури символ на обществото е предприемачът. Така от наченките на индивидуализъм при еснафите и дребните собственици по време на Османското владичество, прераснали в силно предприемачество след Освобождението и преминало през тоталната липса на частна инициатива по време на Комунизма, днешното ни общество отново е тръгнало по пътя на благоприятното развитие, за каквото говори наличието на индивидуализъм. 50-те процента индивидуализъм означава, че все повече у нас се ценят се индивидуалната изява, стил и неповторимост. Половината от българите вече смятат, че да си различен от другите е плюс, а не минус. Същият процент хора вече не се съобразяват с това „Какво ще кажат хората?“ Толкова са и българите, при които родителите се гордеят, ако децата им от ранна възраст работят, за да си изкарат джобни пари. Да припомним и че в колективистичните общества пресата се контролира от държавата, а в индивидуалистичните съществува свобода на печата. България не е много напред по критерия „Свобода на словото“ , но все пак последното изследване на „Репортери без граници“ ни поставя на 59-о място сред 180 държави. За сравнение през 2016 г. България е едва на 113-о място.

От 1990 г. досега ние отново се учим как да бъдем различни от масата, как да не се влияем от публичното мнение, как да сме предприемчиви, как да възпитаваме децата си в равнопоставеност, как да постигаме целите си по законен начин, как да си търсим правата, как да помагаме на обществото, как от рано да сме самостоятелни и със собствено мнение. А това са качества и способности, за придобиването на които са нужни десетилетия.

Променили ли сме се като **култура със женствена ориентация** от времето на Османското владичество? Тогава за нацията ни са били най-важни ценности като взаимопомощ, състрадание, топли човешки взаимоотношения във фамилията и между съседите, приятелство, скромността, загрижеността. След Освобождението, в България, макар и да има наченки на т.нар. мъжествена култура (мъжете се съсредоточават върху материалния успех, част от тях са амбициозни, със състезателен дух), все още като в типична балканска държава превес има женствеността в обществото ни.

По време на комунистическия авторитарен режим обществото ни съвсем определено е с женствена ориентация. Това е така, защото у нас по това време и момчетата, и момичетата се учат да бъдат скромни и относително неамбициозни. Издиганите ценности са взаимопомощ и социална държава, макар че друг е въпросът доколко държава, където връзките и контактите, както и принадлежността към т.нар.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

номенклатура ти осигуряват по-добро здравеопазване или образование е истински социална.

59, 25 % от българите са с настройка **мъжественост**, сочи изследването на в. „Уикенд“ (2008 г.). В мъжествените общества и момчетата, и момичетата се научават да бъдат амбициозни и със състезателен дух. При мъжествените държави господстващите ценности са материалният успех и напредъка. Парите и предметите са важни. В този смисъл високостандартният начин на живот, демонстриран от т.нар. мутри от 90-те години, новобогаташите-парвенюта, новите лидери на престъпния свят и някои политици говори за наличието на мъжествена култура. Бляскавият лайфстайл на много фолк изпълнители, на младите момичета-златотърсачки, на „веселите вдовици“ и на т.нар. квазери, всички те обширно показвани в таблоидната преса и по телевизиите, също е индикатор за мъжествено общество. Демонстрираните от изброените социално-антропологически типове материални ценности станаха погрешен модел на поведение и изгради порочни идеи у младите хора за това какво е желателно в обществото и какво означава успех. Те видяха, че доброто образование и честният труд няма да им донесат мечтаните скъпи придобивки. Напротив – утвърди се разбирането, че правенето на пари в България очевидно става по престъпен начин.

От друга страна обаче според The Culture Factor Group **мъжествеността** в обществото ни е **40%** през **2023 г.** Това означава, че българите не можем да бъдем наречени мъжествена култура – това са общества, в които основните мотиви на поведение са настойчивост, независимост, а служителите са склонни да жертват свободното си време за кариерата. Високият резултат в посока мъжествено общество, получен при анализа на в. „Уикенд“ вероятно се дължи на голямото количество жълта информация за т.нар. звезди на страниците му. Ключките в изданието често са свързани с материалните придобивки на „хайлайфа“, а парите и предметите са важни при мъжествените държави.

Днес ние продължаваме да бъдем **общество с женствена ориентация** – по-голямата част от българите смятат, че държавата трябва бъде отявлено социална. Превес в нагласите ни имат ценности като взаимопомощ и състрадание. Докато при мъжествените култури девизът е „живей, за да работиш“ и се дава превес на личния успех на всяка цена, при повечето от българите мотото е „работи, за да живееш“. Ние сме и много толерантни към социалния неуспех на другите. В това отношение не правим изключение от всички балкански общества.

Типична за нацията ни е и песимистичната нагласа. Изрази като: „нищо няма да стане“, „нищо няма да излезе от тази работа“ и „тепърва ще става още по-зле“ са често срещани при всички средиземноморски и балкански нации, сред които сме и ние. Това е характерно за т.нар. **култури със силно изразено избягване на несигурността**, при които

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

има висок процент на самоубийствата, повече алкохолици и катастрофи по пътищата. При този вид общества хората са шумни, много викат, карат се, обиждат се – все твърде специфични за нацията ни черти. Изследването на в. „Уикенд“ дава **77, 84 %** по показателя Силно/Слабо избягване на несигурността. Според **The Culture Factor Group** сънародниците ни, през **2023 г.** силно избягващи несигурността са **85%**.

По петия показател на Хофстеде – **краткосрочно или дългосрочно ориентирани култури**, според моето изследване се нареждаме към вторите. **76,15 %** от българите спадат към обществата, в които хората са по-пестеливи и влагат усилията си в модерното образование, за да се подготвят за бъдещето. Те са прагматично настроени, имат склонност към спестяване и инвестиране, икономичност и постоянство в постигането на резултати. За съжаление обаче, планирането за години напред в България не е характерно на държавно равнище. С всяка смяна на правителство и министри се започват наново реформи в различни области като например в здравеопазването и образованието, но никой не планира в посока дългосрочно развитие на страната. През **2023 г.** **дългосрочно ориентирани** ни **сънародниците са 51%** според **The Culture Factor Group**. А това означава, че България не показва сериозно предпочитание нито в посока дългосрочна, нито в посока краткосрочна ориентация.

82,73 % от българите принадлежат към себепотискащите се индивиди, сочи анализът на в. „Уикенд“. Този вид култури са склонни към цинизъм и песимизъм. За разлика от себеудовлетворяващите се, себепотискащите се общества не обръщат особено внимание на свободното време и контролират задоволяването на своите желания. Това означава, че българите смятаме, че нашите действия са ограничени от социалните норми и чувстваме, че стремежът към задоволяване на желанията ни е нещо погрешно. Хората с висока степен на себеудовлетворяване си позволяват по-голямо задоволяване на естествените човешки пориви към забавления и се наслаждават на живота. За българите този показател означава, че у нас има по-малко щастливи хора.

Това се потвърждава и от факта, че според **The Culture Factor Group** през **2023 г.** ние сме нация, от която **84%** от индивидите са **себепотискащи се**.

От моето изследване се вижда, че **71,32% от сънародниците ни се оказват със т.нар. стабилна същност**. За нас българите има една истина и тя е онова, в което вярваме. Ние делим нещата на добри и лоши, правилни и неправилни, верни и неверни. На нас ни е чуждо холистичното разбиране за живота. При нацията ни противоположностите се взаимноизключват и между тях не може да има помирение. В това отношение попадаме в групата на арабите и северноамериканците (САЩ и Канада), които обикновено се самоописват като стабилни личности с непроменливи характеристики и ясно оформена същност, които не зависят от обстоятелствата. Да припомним, че азиатците на изток от

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Пакистан (индийци, китайци, корейци, японци), се обрисуват предимно като променливи и гъвкави индивиди, които нямат абсолютно стабилни характеристики и твърди убеждения, а се нагаждат към случая.

92,32 % от българите са **себеизтъкващи се индивиди**, според изследването на в. „Уикенд“. Това означава, че като нация изпитваме нужда да се самовъзприемаме като успели в живота и проявяваме разточителство при даване на бакшиши и при всякакъв разход на пари с цел показност. Ще припомня, че себеизтъкването е най-типично за арабския свят, Северна Латинска Америка, Западна Африка, Пакистан и Бангладеш, а също и за САЩ. Българите сме далече от държавите в Източна Азия и Северна Европа, където нуждата от показност е по-приглушена. За разлика от нас, там хората се въздържат от ненужно раздуване на сметките, които им се представят за получени услуги.

Българите определено сме и общество с **външна локализация на контрола**. Това показва не само изследването на холандския организационен теоретик Тромпенаарс и английския му колега Търнър, проведено сред мениджъри от цял свят, включително и в България, а и анализът на в. „Уикенд“. Според него **61,81% от българите са индивиди с външна причинност**. Традиционно за нас е да търсим причините за неуспехите си във външни фактори като несправедливостта, неблагоприятните обстоятелства, лошият късмет. Потвърждава го и проучването на Центъра за социални практики (2002 г.) според, което сънародниците ни смятат, че бедността е несправедливост и за нея е виновен не отделният човек, а обществото. За това, че сме култура с т.нар. външна причинност говори и нашата толерантност към социалния провал. Особено силно изявен е външният локус на контрола при т.нар. гета, където хората живеят ден за ден и смятат, че нищо не зависи от тях. Белег за външна локализация на контрола е и това, че българите все още очакваме държавата да регулира икономиката, а също и неразвитото гражданско общество (сънародниците ни не вярват, че могат да повлияят на обществения ред).

За съжаление в българското общество през последните 34 години има силни индикации за наличието на **криза на ценностите (аномия)**. Ще припомня, че тя настъпва, когато ценностната система на обществото, не може да го обедини в едно цяло. При нея нормите и законите на обществото масово се нарушават, увеличават се престъпността и самоубийствата, цели социални групи изпадат в апатия и бездействие (като т.нар. гета), увеличават се отчуждението, песимизмът, чувството за безизходица. Тези социални болести се отразяват върху здравословното състояние на хората – увеличават се психичните заболявания, наркоманията, алкохолизмът и т.н. **В състояние на аномия изпада всяко общество, чийто официални институции обслужват само частните интереси на управляващия елит и са нарушени механизмите на социален контрол**. Кризата на ценностите оказва влияние върху всички сфери на обществения живот. Изходът от нея е най-труден и най-продължителен, защото процесът не може да се ускори

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

с рационални действия, каквито са случаите на изход от финансова, индустриална, икономическа, политическа и други видове кризи. Един от признаците за **аномия** е силният **аморален фамилизъм**, характерен за сънародниците ни, които поставят интереса на фамилията и приятелите си над интереса на общността и организациите в които работи.

У нас политическите елити съзнателно не допуснаха нормалната претрансформация на наложената отгоре комунистическа ценностна система в характерната за демократичните общества. Преднамерено бе попречено на изграждането на нова система на самосъзнание у българите, с цел преразпределение на икономическия капитал и задържане на политическата власт. В България през последните 34 години властовият политически и икономически ресурс остана в ръцете на хора, свързани с предишния тоталитарен режим.

Като общество ние от векове не можем да превъзмогнем **завистта си към успешните и богатите**. „Никое общество не може да функционира, ако по-малко способните нямат способността да адмирират по-способните, или поне да не ги мразят“, твърди Ейбрахам Маслоу. Българите не успяваме да мобилизираме своята неопитомена завист за целите на съревнованието. Вместо тази завист да се трансформира в креативна енергия, когато видим успяващ човек, значителна част от нас изпитваме желание да го осъдим, да го отхвърлим и по възможност да му навредим.

Традиционната българска мъдрост „Преклонената глава, сабя не я сече“ е доста травматична по своята природа и ни пречи. В нея е кодирано да сме **покорни и винаги да се адаптираме към властта**. Това изключва индивидуализма като най-напредничава ценност, която движи обществото напред, А именно да си различен от останалите и да бъдеш предприемчив, без да се интересуваш какво ще кажат хората.

Българската нагласа да **насилваме и да злоупотребяваме с по-слабите**, както и да **се подмазваме на по-силните** за съжаление се е проектирала в много от отношенията във фирмените организации и до ден днешен, а също и в държавния апарат.

Сънародниците ни проявяват ниска степен на междуличностно доверие, сочи Европейското изследване на ценностите от 2008/2009 г. Значителна част от анкетираните изобщо не вярват в почтеността на другите хора. Повече от **една четвърт от сънародниците ни практически не се колебаят в убеждението си, че повечето хора биха ги измамили**.

Българската преуспяваща класа не може да бъде причислена към т.нар. елит, защото елитът е прослойка с високи доходи и властови ресурси, която служи на **обществото**. Българските новобогаташи се разминават с това определение. Те в повечето случаи не изповядват ценности като алтруизъм, щедрост, отговорност, човечност и други положителни естетически ценности. По исторически причини – османското владичество и

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

комунистическия режим в България липсват наследените богатства и наследеното чувство за чест и дълг, които са свързани с т.нар. аристократична идентичност. Богатите у нас имат показно поведение и обичат да го демонстрират по медиите, което е провален модел за подражание за младите хора. В т.нар. елит попадат съвършено случайни хора като често „елитът“ е криминален.

Трудолюбието на българина, сочено като най-изконната черта на народа ни е една твърде пресилена ценност особено с днешна дата. След освобождението от Османското владичество българите са още в плен на колективизма и патриархалния бит – трудът за тях опира само до личното им стопанство. По време на комунистическия режим собствеността се водеше държавна, всеки получаваше заплата независимо колко работи. Трудът не беше източник на благосъстояние – важни бяха връзките. Отчужденият от труда българин след 10-и ноември 1989 г. трябваше да реформира социалистическия си мързел в капиталистическо трудолюбие.

През 2002 г. българските работници и служители са между най-малко мотивираните в света и 60% от тях определят себе си като неангажирани нито с организацията, в която работят, нито с професионалната си кариера. По същото време едва 11% от българите обичат работата си и я смятат за най-важното нещо в живота си, но като цяло положително отношение към труда имат почти 44%.

Отношението на сънародниците ни спрямо Русия като наш двукратен „освободител“, насаждано от комунистическата пропаганда претърпя, макар и бавно промяна. При най-младите убеждението, че мястото на България е в ЕС и НАТО достига до над 70%, докато при най-възрастните картината е разнородна, но като водещо се запазва предпочитанието към демократичните държави. Същевременно се наблюдава задълбочаване на недоверието на българите към Русия, което нараства от началото на войната в Украйна. През 2024 г. „доверие“ към Русия заявяват 30%, а „недоверие“ – 52%. Водещи по доверие сред българското общество са демокрации като Германия (49,9%), Франция (38,9%), Великобритания (37,3%).

Българите сме около 50% нетолерантни към други раси, религии и култури. Това означава, че страната ни е със силни вътрешни конфликти и проблеми, чувстваме се застрашени отвън и сме в процес на трансформация, който ни прави изключително несигурни.

Въпреки написаното дотук **в ценностната система на сънародниците ни има и немалко положителни тенденции.**

Българите започват да се връщат към своите корени. Мнозина наши сънародници се заемат с фолклорни и краеведски изследвания, възстановяват родовите си хроники и изучават народни танци. Така те се опитват да преосмислят историята си и традициите си

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

и да търсят причините за българската народопсихология. Изследвайки какво от нашето минало ни пречи и какво ни помага, българите сме в процес на колективна рефлексия върху идентичността и постепенно поемаме авторство върху нея. Все по-голяма част от нас започват да обитават постмодерния свят, който се характеризира с **подвижна идентичност (б.а. гъвкавост, според културното измерване на Минков)**. Тя предполага свободата да се самоопределяш, да подлагаш на съмнение заварените истини, да реконструираш версиите за себе си и своята група съобразно предизвикателствата на живота. Все повече българи пътуват по света, а над 1 милион живеят извън България. Голяма част от тях са с т.нар. подвижна идентичност.

Изследвания показват, че по оптимизма и положението си в обществото днешните 36-48 годишни те се оказват близки до т.нар. средна класа, което е белег за **наличието на индивидуалистично общество**. По-тесен кръг от тях са ИТ-специалистите, които са с едни от най-високите заплати у нас. Те са група от хора, които са най-близки до т.нар. индивидуалистични култури – изкарват прехраната си от ранна възраст, водеща при тях е личната инициатива. Те споделят идеята, че в България се живее добре, че стандартът се вдига и са оптимисти, което ги слага в прослойката на хората с ниска степен на тревожност за бъдещето. **ИТ-младите** могат да бъдат причислени и към **културите с ниска степен на отдалеченост от властта** – на работните им места вътрешната йерархия е слабо видима. За тях е характерна и т.нар. **вътрешна локализация на контрола** – смятат, че успехите им зависят от тях самите. За същото говори и фактът, че част от тях се включват в граждански акции и търсят правата си в случай, че са ошетени от институции или други лица. По-малка извадка от ИТ-специалистите стои твърдо зад социалното преразпределение, което ги причислява към т.нар. **женствени култури** (взаимопомощ, състрадание, социална държава). Всички изброени културни характеристики на ИТ-младите без последната, показват, че **умственият софтуер на младите софтуеристи е характерният за добре развитите икономически западни демокрации**.

Друга прослойка с вътрешна локализация на контрола е и **общността на българските майки**, обединени от сайта БГ мама. Те са носителки на така дефицитното у нас **гражданско съзнание**. Въпросната общност успя да постигне няколко големи социални успеха (напр. запазването на двугодишното майчинство и узаконяването на 90% обезщетение от заплатата на жените в първите 9 месеца след раждането).

В обществото ни след промените през 1989 г. бе възроден интересът към дъновизма, а това учение се основава на висши морални, естетически ценности като милосърдие, смиреност, безкористност, обич, алтруизъм, почтеност, съвестност, мъдрост, търпение, смелост, искреност и пр. Същите ценности стоят и в основата на източни практики като йогата, станала особено популярна у нас последните 34 години.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Обръщайки се към различни източни практики и четейки езотерична литература българите все повече се опитват да разберат какво и защо се случва с тях, за да могат да си върнат контрола върху своя живот. А това **обръщане навътре към психичния живот** и неговата връзка със социалния е индикация за **културна промяна**.

В България липсва обширна средна класа, което означава че още не сме пълноценна демокрация. Известно е, че в нормалните демократични страни ценностите на средната класа влияят на държавните институции повече, отколкото ценностите на низшите класи. А това е така, защото в държавите с истинско демократично управление хората, които контролират институциите обикновено принадлежат към средната класа.

Ще припомня, че преследването на по-висшите потребности в пирамидата на Маслоу води до по-силен и по **истински индивидуализъм**, както и до **по-голямо гражданско съзнание**. Тяхното наличие е признак за култура, благоприятстваща развитието. 50-те процента индивидуализъм в България, установени през 2023 г. от The Culture Factor Group говорят за това, че половината от населението у нас е задоволило поне 3 нива от желателностите си (според пирамидата на Маслоу) – тези на физиологичните нужди, на сигурността и на принадлежността. Стремейки се към слава, уважение и самоуважение (4-ото ниво на пирамидата на човешките потребности), както и към себеактуализация, духовност, учение и постижения (най-горното 5-о ниво) 1/2 от сънародниците ни уверено вървят към дефиницията за благоприятно развиваща се държава. Такива са страните с устойчив икономически растеж, социална стабилност и активни усилия на управляващите за подобряване на жизненото равнище на населението. Добре развитите демократични държави имат стабилна икономика, правят значителни инвестиции в образованието, здравеопазването и социалните услуги. При тях съществува политическа стабилност, ефективно управление, законност и уважение към правата на човека.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Заклучение

Настоящото изследване разкри дълбоките трансформации в ценностната система на българското общество в посттоталитарния период, като особено внимание беше отделено на връзката между социалните промени и медийната репрезентация на тези процеси. Преходът към пазарна икономика не доведе до естествено изграждане на нови социални и икономически елити, а по-скоро се характеризира с пряка приемственост между комунистическата номенклатура и съвременния бизнес-елит. Това предопредели олигархичния модел на българската икономика и политическа система, в който достъпът до ресурси и власт продължава да бъде концентриран в тесен кръг от лица.

В България се наложи консуматорски модел на поведение, в който показността, материалното благосъстояние и демонстрацията на сила се превърнаха в основни индикатори за социален успех. Водещите фигури на прехода – новозабогателите бизнесмени и криминалните елити – бяха активно медийно представяни, което доведе до изкривяване на обществените представи за морал и справедливост. Това създаде устойчиви нагласи, че икономическият успех е възможен не чрез труд и почтеност, а чрез манипулация, връзки и заобикаляне на закона.

Един от най-значимите аспекти на прехода е появата на нови социални фигури, като мутрите, чиито колективистични, йерархични и агресивни ценности са характерни за затворени групи от племенен тип. Това доведе до потъпкване на базови демократични принципи, като върховенството на закона, защитата на човешкия живот и свободата на личността. В същото време медийната репрезентация на този социален слой го направи популярен сред част от обществото, което задълбочи проблемите с възприемането на обществените норми.

Проблемът се засили и от факта, че този криминалитет успя да се интегрира в легитимни икономически и политически структури, създавайки система, в която законността и незаконността трудно се разграничават. Нарастващата популярност на мутренските субкултури доведе до романтизиране на агресивните тактики и култура на насилие, което подкопа обществените морални стойности и норми. Вместо да бъдат осъдени, тези нови социални модели започнаха да се възприемат като символи на успех и сила, което създаде опасен прецедент за младото поколение. Нормализацията на агресията и беззаконието породиха недоволство и чувство за безпомощност у гражданите, които очакват от държавата да защитава правата им. Българите се чувстват предадени от институции като полиция, съд и прокуратура, които в техните очи изглеждат компрометирани.

Генералната липса на доверие в институциите и политическата система са индикация за съществуващата у нас криза на ценностите. Дълбокото усещане за

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

несправедливост и неравенство доведе до апатия, социална фрагментация и засилена емиграция. Общественото разочарование се задълбочи и заради медийното легитимиране на елити, изградени не на базата на компетентност и морални принципи, а чрез престъпна или клиентелистка дейност.

Налице са поредица от проблеми, свързани с прозрачността и равнопоставеността в икономическите отношения. Вместо да се развие конкурентен пазар, много сектори останаха под контрола на малко на брой компании, които често разчитат на политически връзки, за да защитят интересите си. Това не само ограничава икономическия растеж, но и задълбочава социалните неравенства, тъй като новите предприемачи и иноватори нямат равен достъп до ресурсите.

За да се избегне задълбочаването на олигархичния модел и да се осигури устойчиво развитие на страната трябва да се изработят стратегии за по-широко участие на българите в икономиката и в политиката, както и за насърчаване на конкуренцията и иновацията. Реформите в образованието, правосъдието и бизнеса са важни стъпки, които могат да променят текущата динамика и да създадат база за нова социална мобилност и икономически напредък.

Българите обитават един порочен цикъл на разочарования, в които корупцията и злоупотребата с власт само подхранват общественото недоверие, а доверието в демократичните процеси и институции продължава да намалява. Младите хора, виждайки бъдещето си в несигурност, предпочитат да търсят възможности в чужбина, което допълнително ускорява демографските и икономическите проблеми в страната.

Част от обществото, за съжаление неголяма, отстоява промяната и е устремена към реформи, друга се чувства комфортно в утвърдената система, независимо от нейния морален дефицит. Трета част от българите проявяват индиферентност към политическата, икономическата и социалната ситуация у нас, живеят ден за ден или отстояват интересите само на семейството си без да се интересуват от проблемите на общността.

Това разделение изисква нов подход, за да се изградят механизми, които да позволят на гражданите да се ангажират с политиката, да участват активно в обществения живот и да се борят за прозрачност и отчетност. В този контекст ролята на образованието и медиите става изключително важна. Те трябва да насърчават критичното мислене, информираността и социалната отговорност. Единствено чрез изграждане на общество, което цени истинските демократични принципи, можем да се надяваме на преодоляване на кризата на ценностите и постигане на истинска социална справедливост.

За да се избегне задълбочаването на олигархичния модел и да се осигури устойчиво развитие на страната трябва да се изработят стратегии за по-широко участие на българите в икономиката и в политиката, както и за насърчаване на конкуренцията и иновацията.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Реформите в образованието, правосъдието и бизнеса са важни стъпки, които могат да променят текущата динамика и да създадат база за нова социална мобилност и икономически напредък.

Обществото трябва да се ангажира активно в противодействието на вредните влияния чрез образование, култура и активни граждански инициативи.

Възстановяването на авторитета на институциите и подкрепата за легитимни лидери, които демонстрират етика и интегритет, са от съществено значение за дългосрочната трансформация на обществото в положителна посока и укрепването на демократичните ценности.

На този фон, като своеобразна реакция на загубата на стабилност и идентичност, се наблюдава завръщане към традиционните ценности, изразено в засиления интерес към фолклора, краеведските изследвания и родовата памет. Това явление може да се разглежда както като опит за съхраняване на културната идентичност, така и като компенсационен механизъм за липсата на социална сигурност и предвидимост.

Обобщавайки тези процеси, може да се заключи, че медийната репрезентация на ценностната система на българите след 1989 г. е не само отражение на социалните реалности, но и инструмент за тяхното конструиране и утвърждаване. Чрез представянето на новите елити, социалните модели и нормите за успех, медиите оказват силно влияние върху обществените нагласи и легитимират определени ценностни ориентации. Затова изследването на този феномен е от съществено значение както за разбирането на българския преход, така и за формулирането на стратегии за бъдещо развитие, които да насърчават социална справедливост, доверие в институциите и демократични ценности.

Настоящото изследване поставя основите за бъдещи проучвания върху ролята на медиите в изграждането на националната ценностна система, както и върху механизмите, чрез които обществото може да преодолее кризата на доверието и морала. Възможностите за излизане от тази ситуация включват повишаване на медийната грамотност, изграждане на гражданска култура и насърчаване на прозрачност и отчетност в управлението, така че ценностната система на българското общество да се основава на стабилни, а не на манипулирани и конюнктурни принципи.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Справка за основните приноси

Научни приноси

1. Дисертационното изследване предлага детайлна концептуализация и емпирична идентификация на ценностния модел на българите в периода 2006–2024 г., като анализира как той се формира, променя и документира в медиите. Прецизно е идентифицирана динамиката на ценностната трансформация в исторически контекст като са анализирани промените в ценностните нагласи спрямо четири периода.
2. Ценностният модел е обосновано обвързан с медийната екосистема като е потвърдено, че медиите не само отразяват, но и формират посттоталитарни образци на успех, морал и социално поведение.
3. Концептуализиран е посттоталитарният ценностен модел, който насочва към разбиране на обществените трансформации в България след 1989 г.

Научно-приложни приноси

4. Анализът на конкретни медийни съдържания в периода 2006–2024 г. предлага систематично изследване на ценностната динамика в българските медии, обхващащо както традиционни, така и дигитални платформи.
5. Предложена е емпирично обоснована рамка за разбирането на българското общество в неговото медийно и културно измерение.
6. Приложните резултати дават възможност да бъдат използвани в медиазнанието и журналистиката като ориентир за медийните специалисти, журналисти и редактори, които се интересуват от въздействието на медиите върху обществените нагласи.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Публикации по темата на дисертационния труд

1. Куманова, Рослава. Социално-антропологически типове в българската история до 10-и ноември 1989 г. и тяхната ценностна система. Годишник на Софийския университет „Св.Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Том/Volume 22. УИ „Св.Климент Охридски“, София 2016, ISSN 1311-4883
2. Куманова, Рослава. „ВИП БРАДЪР“ 2014 – ценностите на участниците и как зрителите припознаха себе си в тях. Годишник на Софийския университет „Св.Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Том/Volume 23. УИ „Св.Климент Охридски“, София 2017, ISSN 1311-4883
3. Куманова, Рослава. Знаковите герои на прехода в България. Научно списание на факултет „Икономика на инфраструктурата“, УНСС. Година 9, август 2020, кн.14
4. Куманова, Рослава. Ценности и ценностна система. Видове култури. Сборник с доклади от докторантски семинар №1. Разработки на докторанти от катедра „Медии и обществени комуникации“, УНСС Available from: <https://www.cceol.com/search/chapter-detail?id=919970>

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

Библиография

1. Александров, Харалан. Мизерията трудно се понася без алкохол. Дневен Труд, 16 май 2015г.
2. Александров, Харалан. Чака ни светло селско бъдеще. Труд, 06 юли 2010, интервю на Мариела Балева
3. Александров, Харалан. Обществото е изтощено от избори и копнее за сигурност, интервю на Валентина Петкова, Труд, 3 януари 2015, 10-11
4. Александров, Харалан. Бунтът „искаме си робството“ не е ограниченост, а свободолюбие. Интервю на Мила Гешакова, 24 часа, 1 март 2016
5. Айзенк, Ханс. Модел за личност. – София: Наука и изкуство, 1987
6. Байчинска Красимира. Ценност. Ценностен стрес. Ценностна криза. - София, АИ Марин Дринов, 1994
7. Божилов, Иван, Вера Мутафчиева, Константин Косев, Андрей Пантев, Стойчо Грънчаров. История на България. - София: Христо Ботев, 1993
8. Б.а. Бойко Борисов:избрано, Капитал, 24 декември 2009
9. Болц, Норберт. Консумистически манифест. – София: ИК „КХ“ , 2004
10. Бочев, Ст., Капитализмът в България, - София: Фондация „Българска наука и култура“, 1998
11. Бутовски, Иван, 5 големи загадки за 9 септември, в.168 часа, 12-18 септември, 2014, с.16-18
12. Бъргър, Питър, Томас Лукман. Социалното конструиране на реалността. – София: Критика и хуманизъм, 1996
13. Василев, Николай. Светът на човека – реалност и илюзия. – София: Университетско издателство „Св.Климент Охридски“ , 2000
14. Владимиров, Желю. Кризата на ценностите – бариера пред общуването? – София: Сборник „Слово и демокрация“ , 1998
15. Владимирова, Сима. Брутален теч на мозъци. , 168 часа, бр. 34, 28 август-03 септември 2015, 3-5
16. Велев, Григор. Национализмът. Б.м., Знание, 2005
17. „Вип брадър“, риалити формат, излъчван от понеделник до петък, в 20ч. по Нова телевизия, 15 септември - 19 ноември 2014г.

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

18. Гарванова, Магдалена. Трансформация в ценностите на съвременния българин. – София: За буквите, 2013
19. Генов, Юлиан. Защо толкова малко успяваме? – София: Класика и стил, 2004
20. Генчев, Николай. Очерци Социално-психологически типове в българската история. - София: Изток-Запад, 2011
21. Генчев, Николай. Васил Левски. - София: Военно издателство, 1987
22. Господинова, Велина. Когато паднат смокиновите листа, Капитал, бр.40, 06-12.10.2017
23. Дайнов, Евгений. България 21 век: накъде отиваме? – София: Център за социални практики, 2002
24. Дичев, Ивайло, Орлин Спасов. Новите млади и новите медии - София: Институт Отворено общество, 2009
25. Еленков, Иван, Румен Даскалов. Защо сме такива? В търсене на българската културна идентичност. - София: Просвета, 1994
26. Златков, Димитър. BG олигарси. Тайните на най-богатите българи. - София: Нью медиа груп, 2007
27. Игнатов, Асен. Психология на комунизма. – София: Издателство на НБУ, 2013
28. Калинова, Евгения, Искра Баева. Българските преходи 1939-2005. - София: Парадигма, 2006
29. Кацаров Стойчо. Митовете за българското здравеопазване. Преса, 18 февруари 2015
30. Кодинова, Елена. От филията с мас до политиката, Преса, 21 май 2013
31. Колева, Елена. Ангажираните пиксели: политическата визуалност във всекидневниците. Сборник: Медиите и политиката. София: Медийна демокрация, Конрад Аденауер, 2011, с.107
32. Лилов, Григор. Тайните на големите играчи, Книга първа. - София: Б.и., 2006г
33. Лозанов, Георги, Орлин Спасов. Медиите и политиката. – София: Фондация „Медийна демокрация“, фондация „Конрад Аденауер“, 2011

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

34. Мартенс, Михаел. Отиграй го като Борисов, Франкфуртер Алгемайне Цайтунг, 04 септември 2016, превод в 24 часа, 07 септември 2016
35. Маслоу, Ейбрахам. Мотивация и личност. - София: Кибеа, 2001
36. Минков, М. Защо сме различни. - София: Класика и стил, 2007
37. Минков, Михаил. Европейци сме ний, ама.... - София, Класика и стил, 2007
38. Монова, Тотка. Новият журнализъм на прехода. – София: Парадокс, 2012
39. Мутафчиева, Вера. За българската национална митология. В: Септември 34, 1981, бр. 11
40. Недялкова, Жулиета. Първенци сме по смъртност от инсулти. Преса, 6 март 2014
41. Ортега-и-Гасет, Хосе. По повод на Галилей. - София: Рива, 2004
42. Панов, Тодор. Психология на българския народ. - В.Търново: Университетско издателство “Св.Св.Кирил и Методий, 1992
43. Пешева, Маргарита, Лилия Райчева, Милко Петров, Емил Владков, Емилия Станева, Весислава Антонова, Райна Николова, Телевизионната среда 2001-2010- В.Търново: Фабер, 2011
44. Пейчева, Добринка. Масмедийното въздействие. - Благоевград, УИ”Неофит Рилски”, 2013
45. Ритзър, Джордж. Масдоналдизацията на обществото. – София, ЕМАС, 2008
46. Сорокин, Питирим А. Кризата на нашето време. – София, Дамян Яков, 2004
47. Спасов, Людмил. Васил Левски-апостолът на българската свобода. Бележити българи, Илюстрирана енциклопедия. - София: Световна библиотека,б.г.
48. СПАСОВ, Орлин. Информационно-технологичните млади. Новите млади и новите медии - София: Институт Отворено общество, 2009
49. Стоев, Георги. BG кръстника 3. – София: Нью медиа груп, 2008
50. Стоилова, Мая, Валентина Попова. Ценностната система на съвременния българин. – София: Микрокосмос, 1994

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

51. Стойков, Любомир. Култура и медии. – София, Алма комуникация, 2010
52. Тадаръкова, Светослава. Кръстника и силните. – София, Труд, 2001
53. Таслакова, Румяна. Две десетилетия преход. България през погледа на германски дипломати. – София: Изток-Запад, 2009
54. в. “Уикенд“, броеве, излезли в периода 1 януари – 31 декември 2008.
55. Фотев, Георги. Сфери на ценностите. - София: НБУ, 2012
56. Фотев, Георги. Българската меланхолия. - София: Изток-Запад, 2010
57. Фотев, Георги. Европейските ценности в днешното българско общество. – София: УИ „Св.Климент Охридски“, 2009
58. Хаджийски, Иван. Бит и душевност на нашия народ. - София: Български писател, 1966
59. Хофстеде, Хеерт. Култури и организации. Софтуер на ума. – София: Класика и стил, 2001
60. Христов, Ивайло. Българинът в глобалния свят. – София: Зов, 2011
61. Христов, Ивайло. Основи на българската народопсихология – София: ИК УНСС, 2016
62. Христов, Ивайло. Българският национален характер 19-20 век. Еволюция и трансформации – София: Изток-Запад, 2014
63. Цветков, Пламен. Светът на мегамитовите. Някои политически и историографски митове на XX век. - София: Нов български университет, 2008г.
64. Чипилева, Мария. Здравето ни най-скъпо в ЕС. , Стандарт, 5 май 2015
65. Чолакова, Надя. Живей бързо 2, Обезглавената империя, - София: Millenium, 2007
66. Чолакова, Надя. Живей бързо 3, Време за разстрели, - София: Enthusiast, 2014
67. в. “Шоу“, бр.1, 2015г.
68. Шумналиев, Димитър. Кой на кого пише двойка?, Труд, бр.151, 12 юни, 2016
69. Alexandrov, Haralan. Le prix du success: etre entrepreneur en Bulgarie aujour-d’hui. -Paris:Ethnologie francaise, 2001/2 – April – Juin .

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

70. Banfield, E. C., The Moral Basis of a Backward Society. - "S.l.": FREE PRESS
71. Hampden-Turner, Charles, Fons Trompenaars. Mastering the Infinite Game. - "S.l." : Capstone, 1998
72. Parsons, T. Social system. - "S.l." : Gillencoe, 1951
73. Triandis, H. C. (1971) Some Psychological Dimensions of Modernization. – Paper presented at the 17 th Congress of Applied Psychology, Liege, Belgium, p. 211
74. Maslow, A. H., On Management. - New York: John Wiley & Sons, Inc., 1998
75. Kroeber, A.L., T. Parsons. The concepts of culture and of social system. - "S. l." : American Sociological Review, 1958
76. Tylor, E.B. Primitive Culture. Gloucester – Smith, (Original work published 1871), p.40
77. <http://www.168chasa.bg/article/4146877>, [посетен на 19.04.2016]
78. Байчинска Кр. и Магдалена Гарванова, Ценности и ценностна криза в прехода към демократично общество. <<https://www.rechgate.net/publication/2862641542> `kroskf kd`> [посетен на 22.07.2019 г.]
79. <https://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8/>, [посетен на 28.06.2019 г.]
80. <https://financeue15.files.wordpress.com/2014/10/tema3.pdf> , [посетен на 27.08.2017]
81. https://www.mtmcollege.org/obuchenie/opencourse-entrepreneurship/E_Entrepreneur/7_%D0%A7%D0%B0%D1%81%D1%82_II/1_%D0%A7%D0%B0%D1%81%D1%82_II/7.pdf?Mobile=1&Source=%2Fobuchenie%2Fopencourse-entrepreneurship%2F_layouts%2Fmobile%2Fview.aspx%3FList%3D24ffb47c-423f-457b-808d-a84dcce45116%26View%3D76a75b22-2191-4b0b-a9df-57204949d356%26RootFolder%3D%252Fobuchenie%252Fopencourse-entrepreneurship%252FE_Entrepreneur%252F7_%25D0%25A7%25D0%25B0%25D1%2581%25D1%2582_I%252F1_%25D0%25A7%25D0%25B0%25D1%2581%25D1%2582_II%26CurrentPage%3D1 , [посетен на 27.08.2017]
82. Философията на Учителя Петър Дънов[online], посетена на 04.05.2015, available from :<http://www.bratstvoto.net/vehadi/menu/b11/philosof.html>

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

45. България по времето на Стефан Стамболов. istoriata.blog.bg[online].
[посетен на 27.08.2017]. Available from:
<http://istoriata.blog.bg/history/2012/09/13/bylgariia-po-vremeto-na-stefan-stambolov.999247>
46. <http://www.168chasa.bg/article/4146877>, [посетен на 19.04.2016]
47. http://pan.bg/view_article-59-19649-BGA-Balkan-%E2%80%93-podarena-na-srednoshtno-zasedanie.html, [посетен на 15.07.2016г.]
48. http://www.standartnews.com/archive/2006/04/10/society/s4761_6.htm, [посетен на 15.07.2016г.]
49. <https://www.24chasa.bg/mnenia/article/6198027>, [посетен на 04.05.2017г.]
50. <https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B7%D0%B8%D1%81>, [посетен на 20 март, 2017г.]
51. <https://vesti.bg/lyubopitno/shoubiznes/niu-iork-tajms-vkara-azis-v-prestizhna-klasaciia-za-muzika-6051213>, [посетен на 20 март 2017г.]
52.
https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D0%B9_%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%B2, [посетен на 21 март, 2017г.]
53. <http://hotarena.net/vdovicata-na-bai-mile-mutra-1>, [посетен на 31.03.2017г.]
54. <http://www.blitz.bg/article/28437>, [посетен на 31.03.2017г.]
55. <http://www.segabg.com/article.php?id=735832>, [посетен на 22.07.2016г.]
56. <http://www.segabg.com/article.php?id=706426>, [посетен на 22.07.2014г.]
57. http://offnews.bg/news/Obshtestvo_4/MON-obiavi-kakvi-shte-sa-uchitelskite-zaplati-sled-uvelichenieto-ot-1_589246.html, [посетен на 22.07.2016г.]
58. http://dariknews.bg/view_article.php?article_id=1072460, [посетен на 01.08.2016г.]
59. <http://www.trud.bg/Article.asp?ArticleId=4924568>, [посетен на 27.07.2013г.]
60.
http://www.dnevnik.bg/bulgaria/2016/06/08/2774115_miriani_praviat_podpiska_mitropolit_nikolai_da_bude/, [посетен на 27.07.2016г.]
61.
https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB_%D0%92%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8_%D0%B8_%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B5%

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

[D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8](#), [посетен на 27.07.2012г.]

62.

https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB_%D0%92%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8_%D0%B8%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8, [посетен на 27.07.2016г.]

63. 24 часа, 5 февруари 2015

64. 24 часа, 6 декември 2013

65. <http://www.csd.bg/artShowbg.php?id=17725>, [посетен на 05.09.2016]

66. <http://ebox.nbu.bg/apl2010/index.php?p=2>, [посетен на 22.04.2017г.]

67.

http://www.dnevnik.bg/analizi/2016/09/06/2820277_mitut_za_rusofiliata_na_bulgarite/, [посетен на 02.06.2017г.]

68. <http://www.gallup-international.bg/bg/%D0%9F%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8/2017/381-Religious,-Cultural-and-Racial-Superiority>, [посетен на 20.05.2017 г.]

69. <http://bulevard.bg/news/bulgarite-haresvat-nay-mnogo-germaniya-i-es-14329.html>, [посетен на 02.06.2017г.]

70.

http://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria/2016/04/20/2746445_bulgariia_potuva_oshte_v_klasaciata_na_reporteri_bez/, [посетен на 25.07.2016г.]

71.

http://www.dnevnik.bg/sviat/2017/04/26/2960041_reporteri_bez_granici_bulgariia_ostava_st_abilno_na/, [посетен на 04.05.2017г.]

72. <https://www.24chasa.bg/novini/article/6200691>, [посетен на 04.05.2017г.]

73. www.BGReality.com, [посетен през ноември 2014г.]

74. <http://tv.dir.bg/news.php?id=17400510>, [посетен на 10.10.2017 г.]

75. <https://www.hofstede-insights.com/country/bulgaria/>, [посетен на 05.07.2019 г.]

АВТОРЕФЕРАТ

МЕДИЙНА РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА НА БЪЛГАРИТЕ В ПОСТТОТАЛИТАРНИЯ ПЕРИОД

76. <https://zaednovchas.bg/rezultatite-ot-pisa-znak-koyto-bulgaria-veche-22-godini-ne-vizhda/>, [посетен на 05.12.2023 г.]
77. <http://www.europeanvaluesstudy.eu/https://nbu.bg/>, [посетен на 06.01.2019 г.]
78. <https://www.mediapool.bg/bulgaria-ostava-sred-darzhavite-s-visoki-niva-na-korupsiya-news367982.html>), [посетен на 11.02.2025 г.]
79. <https://www.theculturefactor.com/country-comparison-tool?countries=bulgaria>, [посетен на 18.02.2025 г.]
80. <https://promeni.bg/mitove-i-istini-za-gazovite-dostavki-kam-balgariya/>, посетен на 06.01.2023 г.]
81. <https://www.artofliving.org/bg-bg/%D0%B9%D0%BE%D0%B3%D0%B0>, [посетен на 21.03.2017г.]
82. <http://bultimes.bg/stambolov-za-2464-dni-upravlenie-se-e-otchel-s-5343-kilometra-putishta-borisov-za-2137-dni-418-kilometra-putishta/>, [посетен на 27.08.2017]
83. <http://istoriata.blog.bg/history/2012/09/13/bylgariia-po-vremeto-na-stefan-stambolov.999247>, [посетен на 27.08.2017]
84. <https://www.theculturefactor.com/country-comparison-tool?countries=bulgaria>, [посетен на 18.02.2025 г.]
85. (<https://www.investor.bg/a/515-ikonomika-i-makrodanni/401155-galap-balgarite-sa-demokraticno-orientirani-raste-doverieto-v-es-i-nato>) [посетен на 20.09.2024 г.]
86. <https://www.mediapool.bg/samoubiystvata-namalyavat-prez-poslednite-godini-news362903.html> [посетен на 20.09.2024 г.]