

„Европейски“ vs. „традиционни“ ценности в българските медии

Ралица Ковачева

Резюме:

Статията представя резултати от изследване^[1] на медийната репрезентация на понятията „европейски ценности“ и „български ценности“ по време на кампанията за европейските избори през 2019 г. Резултатите показват, че в политическия дискурс преобладава превратно представяне на европейските ценности, въз основа на което те са противопоставени на българските. На тази основа се конструира негативно отношение към ЕС.

Ключови думи: европейски ценности, традиционни български ценности, европейски избори, Европейски съюз, медии.

В последните години в българските обществени дебати се наблюдава все по-отчетливо противопоставяне на европейските и българските (определяни още като традиционни, консервативни, а понякога християнски или православни) ценности. Въпреки че това противопоставяне предизвиква ожесточени спорове и разделение в обществото, внимателното вглеждане показва, че е трудно да се открие какво точно разбират говорителите (политици, журналисти, лидери на мнение и др.) както под „европейски“, така и под „традиционни български“ ценности.

Както отбелязва Георги Фотев, интересът към европейските ценности в последните години се изостря, като „всякакви проблеми и неблагоприятия в Европа се свързват с ценностни въпроси“ (Фотев 2019: 11-12). Сравнението с предишни кампании за европейски избори показва, че ценностното измерение е ново явление, което не може да бъде установено в предишни кампании нито в подобен мащаб, нито през подобни теми (Ковачева 2017). Изследването „Антилиберални дискурси и пропагандни съобщения в българските медии: разпространение и социално възприятие“ на Фондация за социални и хуманитарни изследвания-София установява засилено използване на ценностния наратив в българското онлайн пространство, за целите на антиевропейската и антилибералната пропаганда (Вацов 2017). От гледна точка на политическата реч, споменаването било на европейски, било на български ценности е в голяма степен декларативно, често амбивалентно, така че е трудно да се установи какво точно имат предвид говорещите, но в същото време, определени политически представители активно противопоставят европейските и българските ценности, за да конструират устойчиви наративи (Нейкова, Ковачева 2017).

Методология

Целта на изследването е да отговори на въпроса как понятията „европейски ценности“ и „български (традиционни) ценности“ присъстват в медийното отразяване по време на кампанията за европейските избори 26.04.2019-24.05.2019 г. Аргументите за избора точно на този период са няколко: най-напред, очакването именно в кампания за европейски избори най-пълно да се разкрият основните тези и аргументи по темата, да се прояви разнообразие от публични говорители, да се оформят ясно линиите, по които върви противопоставянето между „европейски ценности“ и „български ценности“. В допълнение, кампанията се разви на фона на продължаващите вече втора година (към онзи момент) дебати, породени от т.нар. Истанбулска конвенция, продължени в актуалните спорове около проекта на Национална стратегия за детето (2019–2030 г.) през пролетта на 2019 г. В този смисъл, предизборните послания имаха вече създадени контекст и предистория, които са от съществено значение за разбирането на политическите твърдения, направени по време на кампанията.

„Европейски ценности“

Като отправна точка на анализа използваме европейските ценности, изброени от Г. Фотев в изданието „Европейските ценности. Новата констелация“, което представя резултатите от петата вълна на авторитетното Европейско изследване на ценностите: „солидарност, човекът като самоцел и самоценност, хуманизмът, върховенството на правото/равенството на всички пред закона, политическото равенство, равенството по достойнство и права, родената в Европа модерна наука, културното многообразие в рамките на европейската цивилизация и в света, политическият плурализъм, демокрацията, мирът, [...] и др.“ (Фотев 2019: 21).

За дефиниране на по-тясното понятие „ценности на ЕС“ се обръщаме към Чл. 2 от Договора за ЕС, където е записано: „Съюзът се основава на ценностите на зачитане на човешкото достойнство, на свободата, демокрацията, равенството, правовата държава, както и на зачитането на правата на човека, включително правата на лицата, които принадлежат към малцинства. Тези ценности са общи за държавите-членки в общество, чиито характеристики са плурализмът, недискриминацията, толерантността, справедливостта, солидарността и равенството между жените и мъжете“ (Консолидиран текст на Договора за ЕС 2016: 202/17).

Изложените цитати дават основание да се заключи, че между „европейските ценности“ и „ценностите на ЕС“ има висока степен на сходство, така че двете понятия могат да се използват като синоними. Вижда се ясно политическото и социалното измерение на тези ценности, със силен акцент върху равните права, толерантността и многообразието.

„Традиционни български ценности“

За разлика от ценностите на ЕС, в българската историческа и етнографска мисъл понятията „традиционно общество“, „патриархално общество“, „традиционна култура“, „народна култура“ носят идеята за съществуването на българското общество в отсъствието на българската държава, отбелязва Иван Еленков (Еленков, Даскалов 1994: 6). Минчо Драганов също акцентира върху „отчуждеността на българина от държавата“ (Драганов 2003: 33), наричайки българина „безинституционален човек, който си носи целия социален багаж в личната си торбичка“ (Драганов 2003: 38). Задълбочен анализ на тази отчужденост и дори враждебност към държавата, съчетана обаче с непрестанно изискване и очакване „държавата“ да се погрижи, откриваме и в тритомния фундаментален труд на Румен Аврамов „Комуналният капитализъм“.

За сметка на това, семейството и бракът заемат изключително място в живота на традиционния човек – „бракът се възприема най-напред като акт на личностно осъществяване“, после като акт, „променящ социалния статус на индивида“, а накрая като „институция, санкционираща публично“ тази промяна и далеч по-малко като въпрос на междуличностни отношения. „Бракът гарантира възпроизводството на идентичността на традиционната култура“, но не какъв да е брак, а „в рамките на социалната, етническата, верската и локалната общност“. Личният живот се обосновава единствено с общностните ценности и се регулира с т.нар. „култура на срама“ и „култура на вината“ (Еленков, Даскалов 1994: 7).

Според Румен Даскалов, „мъчителният преход към модерността“ в редица аспекти не е приключил, „модерността и европеизирането, а те за нас са едно и също, извикват и отрицателни културни и социални реакции“ (Еленков, Даскалов 1994: 46-47). Нещо повече, европейското се явява като една от двете „особено съдбовни форми“ на „чуждото“ за българите (другата е турско-ориенталската култура). Европа „има престижа на модерността и цивилизацията“ и същевременно ни създава „комплекс за провинциализъм и малоценност“, пише Даскалов. Тук, според него се корени „широкоамплитудното люшкане на българското самосъзнание“ между желанието за приобщаване към европейската цивилизация и стремежа към затваряне в родното: „Доколкото това „родно“ е предимно традиционната култура, провикът за „връщане“ към него получава съмнителна ретроградна отсянка“ (Еленков, Даскалов 1994: 46). Румен Аврамов също отбелязва, че в речта на политиците преди 1944 г. „Европа“ и „България“ „очевидно се употребяват като две противостоящи понятия“ (Аврамов, 2007: 285)

Като добавим ролята на образованието, историческата наука и литературата в идеализирането и митологизирането на това „родно“ и „традиционно“ свое,

противопоставено на „чуждото“, „модерно“ и „европейско“, вече се очертават линиите на противопоставяне, които откриваме и в съвременното българско общество.

Таня Неделчева също е забелязала прекомерното акцентиране върху семейството като базова ценност у нас: „По принцип голямата му важност (на семейството) става видима в кризисни периоди и е знак за преобладаване на защитни, оцеляващи жизнени стратегии (а не на активни, либерални), за несигурност в индивидуалните възможности на личността, за подмяна на модерните граждански делови отношения с родствено-колективистични и с въвеждане на племенно-фамилиарни форми на комуникация в публичния живот“ (Неделчева 2012: 24).

В същото време, макар семейството да се припознава като основна ценност от българското общество, съществува представата, че глобализацията е лишила семейството от статуса му на ценност, установява Петрана Стойкова в изследване, проведено от нея чрез фокус групи със студенти от специалностите „Социология“ и „Психология“ към Югозападен университет „Неофит Рилски“ през 2015 г. Според студентите традициите (в т.ч. и общността) са загубили своето значение, а те трябва да бъдат водещата ценност в едно общество: „Водещата ценност трябва да ни бъде традицията. Ние имаме доста богата традиция и доста богато минало“; „Ние унищожихме традициите и решихме да продължим по *някакъв път, който е непознат за нас (курсивът мой, б.а.)*. Ние имаме много хубави традиции, може би трябваше да се уповаваме на тях и да продължим напред“ (Стойкова 2015: 292) . Изследването „Българската младеж 2018/2019“ също установява, че сред младите хора „има ръст на традиционни, по-консервативни светогледни ориентации и съхраняване на традиционни религиозни идентичности“ (Митев 2019: 4).

В обобщение, може да бъдат направени следните изводи:

За разлика от европейските ценности, възприети като ценности на Европейския съюз, т. нар. традиционни български ценности са ориентирани към семейството и общността без (дори в известна степен срещу) държавата;

Свърхфокусирането върху семейството, натоварването му с предимно социални функции и отговорности и изваждането му от сферата на индивидуалния избор и междуличностните отношения го превръщат в „свърхценност“, в маркер за „българското“;

Съществува традиция на противопоставянето между европейското, модерното, чуждото и българското, традиционното, родното;

Контекст и предистория

За разбирането на значенията, вложени в понятията европейски и традиционни ценности в изследвания период, от особено значение е предисторията, свързана с дебатите около т.нар. Истанбулска конвенция („Конвенция на Съвета на Европа за превенция и борба с насилието над жени и домашното насилие“), започнали в самия край на 2017-а година. Макар че документът е приет още през 2011 г., той не е известен на широката публика у нас, нито предизвиква някакъв медиен интерес (Ковачева 2020: 63). В края на 2017 г. обаче ВМРО излиза с декларация, според която Конвенцията узаконява „третия пол“, като въвежда определение за пол и полова идентичност като нещо различно от биологичния пол на човека; узаконява гей браковете; атакува „основополагащи категории за българите“ като мъжки и женски пол, семейство от мъж и жена, правата на родителите и др.; налага учебни програми за изучаване на „нестереотипни роли на пола“ като хомосексуализъм и транзитизъм (Ковачева 2020: 63).

Тези критики към документа се вписват в наратива за моралния разпад на Европа, лесно разпознаваем по специфичния новговор: ЕС води политика на „джендър идеология“, „джендър пропаганда“ или „джендъризъм“, а поддръжниците на подобна политика са „толеранти“, „либеранти“ и „джендъри“, дори „джендърмеристи“, по думите на изявения автор на в. „Труд“ по тези въпроси д-р Илия Илиев (Ковачева 2020: 66). „Джендъри“ е „най-често употребяван епитет в речта на омразата през речника на популистката пропаганда“ като разпространението му в медиите през 2018, в резултат на споровете за Истанбулската конвенция, е лавинообразно (Павлов и др. 2018: 29). Изследване сред студенти показва, че под влиянието на медийното отразяване на дебатите около Истанбулската конвенция „названието „джендъри“ е с относително ясно закрепено значение в българското съзнание- за хора с колебания или девиации в сексуалната ориентация и/или половата идентичност“ (Ефтимова 2019: 271).

Резултати от анализа на медийно съдържание

Извадката включва 251 публикации, селектирани чрез системата за медиен анализ „Commetric“ по ключова дума „ценности“ в периода на предизборната кампания за европейските избори през 2019 г. (26.04.2019-24.05.2019 г.). 147 (59%) са информационни текстове (новини), а 104 (41%) са коментарно-аналитични текстове.

Съвсем очаквано в условията на предизборна кампания, основните говорители са партийни представители. От разпределението на говорителите по партии ясно се вижда, че ВМРО са политическата сила, която най-силно акцентира на ценностите в предизборните си послания.



Фиг. 1 Основни говорители по партии в новините

За какви (и против какви) ценности говорят представителите на ВМРО: в духа на вече представения наратив, конструиран по повод Истанбулската конвенция, представителите на тази партия акцентират върху разбирането, според традиционните български и християнски ценности, за семейството като състоящо се от мъж, жена и деца (момчета и момичета).

Ангел Джамбазки: „Ние твърдим, че българското общество трябва да остане такова, каквото сме го взели от нашите баби и дядовци, а именно – майка, баща и техните деца.[...] битката на предстоящите избори ще е на мултикултурализма срещу традициите и идентичността на нациите.“ (Glas.bg, 3 май 2019).

Красимир Каракачанов: „Ние заедно с тези 17 човека от листата зад мен няма да допуснем да объркват децата ни с разни джендър глупости – семейството е от мъж, жена и деца.“ (Труд онлайн, 24 май 2019).

Заявяват се против либералните ценности, конкретно мултикултурализма и „джендър идеологията“, определена като „политиката срещу природата“ (Glas.bg, 28 април 2019).

ВМРО не са единствените с този тип послания – към тях спокойно можем да добавим „Воля“, „Атака“ и „Възраждане“, та дори и в известна степен БСП. По този начин се очертава една силна дискурсивна коалиция, чрез която тези послания получават силна чуваемост по време на кампанията. Тези партии целенасочено фокусират вниманието именно към тази проблематика и изрично я определят като европейска ценност: „Кой каза, че европейска ценност е третият пол? Европейска ценност е солидарността“, казва Корнелия Нинова (Епицентър, 2 май 2019).

Въпреки това, в кампанията си социалистите не поставят акцент върху солидарността като европейска ценност. БСП също заиграва с „традиционните ценности“ и дори се обявява срещу официалната позиция на Партията на европейските социалисти по отношение на Глобалния пакт на ООН за миграцията и Истанбулската конвенция – европейските социалисти подкрепят и двата документа, а българските са против. Европейските ценности са предимно споменавани без детайлизиране, но в някои изказвания на партийните представители се срещат критики за „присъствието на джендър идеологията в образованието“ (Калоян Паргов, „Гласове“, 21 май 2019) и „тихомълком да се утвърждават джендър идеологията, антикомунизмът и русофобията като разделителни линии на съвременното българско общество“ (Калоян Паргов, Glas.bg, 23 май 2019).

Представителите на ГЕРБ са най-сдържани и говорят най-абстрактно и декларативно за европейските ценности. Прави впечатление, че представители на партията в европейски институции като еврокомисаря Мария Габриел и евродепутата Андрей Ковачев, говорят за „християнските ценности“ на Европа, а председателят на парламента Цвета Караянчева, облечена в народна носия, обявява, че „на тези избори трябва кандидатите да говорят за българските ценности, които трябва да занесем в Европа и да отстояваме“ („24 часа“, 4 май 2019). В интервю кандидатът на партията Младен Шишков казва, че ще работи за „възстановяване на християнските семейни ценности, равенство и свобода на различните религии“ (Торновини.bg, 13 май 2019). Тези изказвания показват, че партията също прави опит, макар и дискретен, да се впише в „патриотичната“ риторика.

Всъщност, единственият регистриран случай, когато са заявени експлицитно европейските ценности и е изразена недвусмислена подкрепа за тях, е отвореното писмо на повече от 500 представители на науката и изкуството, публикувано в навечерието на 24 май 2019 г. В писмото се изразява загриженост по отношение на „все по-голямата поляризация в обществото“, надигането на „краен национализъм“ и „ултраконсервативни и популистки движения“, активните усилия „да се върнат назад достиженията в сферата на човешките права и демократичните свободи“, нападките срещу неправителствени организации, журналисти, правозащитници и др., поставянето под въпрос на „базисни международни документи за правата на човека и детето, които България отдавна е приела“ (Клуб Z, 22 май 2019).

На коментарно-аналитично равнище отбелязаните вече тенденции се запазват. Близко половината от коментарно-аналитичните материали не заемат определена ценностна позиция. В 53% от публикациите обаче се пропагандират консервативни ценности (разбирани по описания по-горе начин) или се атакуват либералните ценности. За сметка на това, едва 3% от публикациите са в подкрепа на либералните ценности.



Фиг. 2 Подкрепяни ценности в коментарите

Анализът на коментарно-аналитичните материали показва, че основните говорители могат да се разделят на две големи и равно представени групи – политици и експерти (в това число журналисти). Струва си да обърнем специално внимание върху текста с красноречивото заглавие „Брюксел е източникът на злото“ на Александър Урумов, кандидат на ВМРО. Този текст може да се приеме като „програмен“ от гледна точка на позицията на партията (и присъдружните ѝ говорители) по темата: „А пък „ценностите“, които ни ги налагат от Брюксел будят повече изумление и отвращение, отколкото разбиране или възторг. Ценностите се оказаха не просто най-слабото свързващо звено в Европейския съюз, те се оказаха липсващо звено!“ (Урумов 2019).

Урумов вижда корена на злото именно в цитирания по-горе член от Договора за ЕС, тъй като там изрично са споменати правата на лицата, които принадлежат към малцинствата, но „хитро не е упоменато какви са малцинствата! Тук не става дума екслицитно за

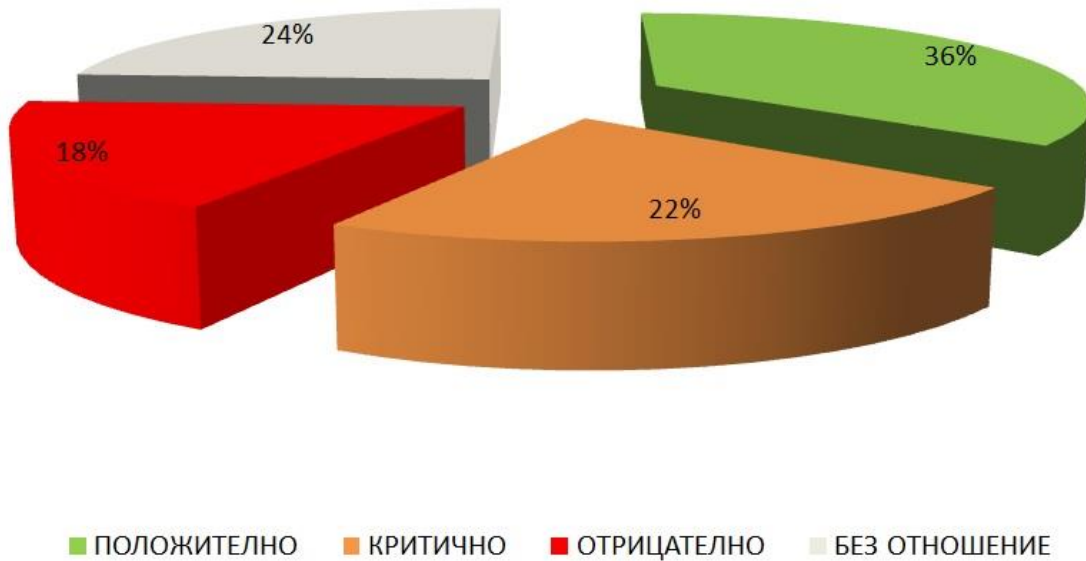
етнически малцинства! Напротив, с оглед на силните властови позиции на гейовете, лесбийките и така нататък, тук очевидно става дума за сексуални малцинства. И не за толерантност се борят, а за власт!“.

Според автора „джендър-идеологията влиза като у дома си през широко отворени врати в институциите на страната“, включително в системата на образованието: „всички тези джендър-правозащитници поставят налагането на модела на хомосексуализма и на еднполовите „бракове“ в България като основен свой приоритет“. И в заключение: „Откъде идват монополите, джендър идеологията, алчността за още отнемане от националния суверенитет и прехвърлянето му към Брюксел? Идва от Брюксел, очевидно е. Брюксел е източникът на злото.“

Темата за морално прогнилия Запад е особено типична за Путиновата пропаганда, както убедително демонстрира Тимъти Снайдер: Кремъл представя европейската интеграция като легализиране и разпространяване на хомосексуалността, която да бъде използвана като оръжие спрямо „целомъдрени традиционни общества“ (Ковачева 2020: 165). Дори и от този кратък пасаж е видно удивителното сходство между риториката на Кремъл и тази на българските „борци срещу джендърите“ (Илиев 2019). Русия желае „да се представи като единствен защитник на традиционните християнски ценности“, като за целта използва „агресивно“ широк набор от средства, заяви в резолюция Европейският парламент още през 2016 г (Европейски парламент 2016).

На този фон не е изненадващо, че в коментарно-аналитичните публикации преобладава отрицателното и критичното отношение към ЕС.

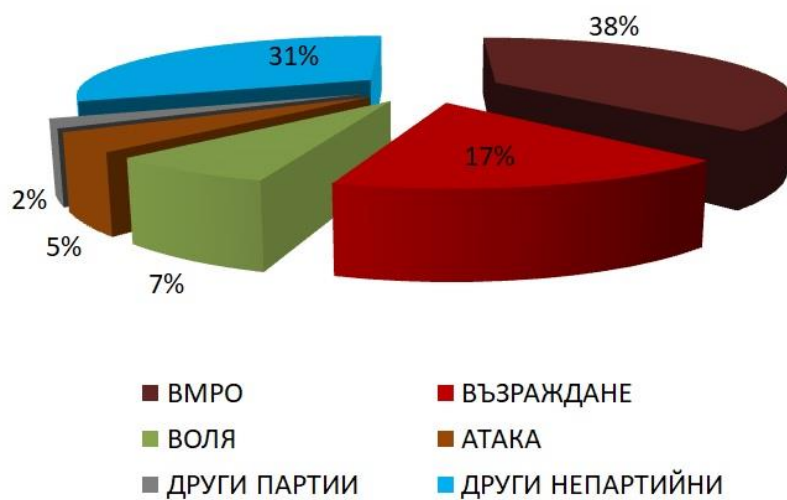
ОТНОШЕНИЕ КЪМ ЕС В КОМЕНТАРИТЕ



Фиг.3 Отношение към ЕС в коментарите

Нещо повече, изразител на положителното отношение към ЕС не са политическите представители (с малки изключения), а експерти и журналисти. За сметка на това, много ясно си личи кои са партиите с негативно отношение към ЕС.

ОТРИЦАТЕЛНО И КРИТИЧНО ОТНОШЕНИЕ КЪМ ЕС В КОМЕНТАРИТЕ



Изводи

На базата на представените резултати от контент анализа на публикациите в изследвания период може да се заключи, че темата за ценностите, европейски и български, е представена предимно в аспекта полова идентичност и сексуална ориентация. Използван е наративът за противопоставяне между европейските и българските ценности, основано на различни представи за семейството и сексуалността, конструиран в хода на дебатите около Истанбулската конвенция. Защитниците на тази теза представят европейските ценности, свързани с правата на малцинствата и толерантността към различието като „джендър идеология“, която се налага от „Брюксел“ и която е в разрез с българското разбиране за традиционно семейство и сексуална ориентация

Най-представеният в медиите изразител на тази позиция са политиците от ВМРО, но към тях могат да бъдат причислени и представителите на „Воля“, „Атака“ и „Възраждане“, та дори и в известна степен БСП. По този начин се очертава една силна дискурсивна коалиция, чрез която тези послания получават широка видимост по време на кампанията.

Теми като свободата, демокрацията, равенството, правовата държава, солидарността, плурализма и др. не се припознават като европейски ценности, независимо, че са изрично посочени като такива от самия Съюз и че в контекста на актуални вътрешнополитически събития и процеси някои от тях са активно обсъждани по време на кампанията, например, правовата държава. Партийните представители обаче не коментират тези теми в ценностно измерение – не назовават правовата държава експлицитно европейска ценност, нито представят желанието си за правова държава като основа за ценностно сближаване с Европейския съюз. По този начин ценностният дебат е затворен единствено в рамките на „джендър политиката“ и следва устойчивия наратив, конструиран по отношение на Истанбулската конвенция.

В духа на традицията европейското да се представя като нещо чуждо и съответно, враждебно на нашето „родно“, европейските ценности (сведени до свободен избор на полова идентичност и сексуална ориентация) са противопоставени на традиционното българско разбиране за пол и семейство (имплицитно провиждано като добро и единствено правилно). По този начин е изграден образът на ЕС („Брюксел“) като чужда сила, която налага на България неприемливи ценности и политики.

Заключение

Представените резултати показват, че в българските обществени дебати се говори твърде фриволно и недостатъчно конкретно както за европейските, така и за българските ценности. Защитниците на традиционните български ценности свръхфокусират вниманието върху традиционното разбиране за семейство и по този начин създават противопоставяне с европейската политика за толерантност към различията. В това противопоставяне ясно отекват антиевропейските пропагандни послания, отправяни срещу ЕС от трети страни (Европейски парламент 2016).

Но вредните последици от подобна риторика нахвърлят проблема с отношението на българските граждани към ЕС: специално проучване, проведено от Европейския парламент по повод изборите през 2019 г. показва, че за огромното мнозинство от европейците ценностите, които ЕП трябва да защитава с приоритет са човешките права по света (първи приоритет според гражданите в 21 държави), свободата на словото (5 държави) и равенството между мъжете и жените (3 държави, Белгия е дала еднакъв приоритет на две теми). Единствено българските граждани са дали друг отговор, различен от изброените – солидарността между държавите членки на ЕС (Парламетър 2019: 42). В този смисъл, става дума за отношението на българското общество не просто към Европейския съюз, а към темата за човешките права.

Цитирана литература:

Аврамов 2007: Р. Аврамов. Комуналният капитализъм. Из българското стопанско минало. Т.3. София: Център за либерални стратегии, 2007.

Вацов 2017: Вацов, Д. Доклад „Антидемократичната пропаганда в България. Първа част. Информационни сайтове и печатни медии: 2013 – 2016 г. Количествени изследвания“. София: Фондация за хуманитарни и социални изследвания, 2017.

Драганов 2003: Драганов, М. Българино, бъди. София: Институт по социология-БАН, 2003.

Европейски парламент 2016: *Резолюция на Европейския парламент от 23 ноември 2016 г. относно стратегическата комуникация от ЕС за противодействие на пропагандата, насочена срещу него от трети страни.* <https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290_BG.html>.

Европейски парламент 2019: *Parlemeter 2019. Heeding the Call beyond the Vote. A Stronger Parliament to Listen to Citizens Voices.* Eurobarometer Survey 92.2 of the European Parliament. A Public Opinion Monitoring Study. <<https://www.europarl.europa.eu/pdf/eurobarometre/2019/parlemeter-2019-heeding-the-call-beyond-the-vote/report/en-report.pdf>>.

Еленков, Даскалов 1994: Еленков, И., Р. Даскалов. Защо сме такива? В търсене на българската културна идентичност. София: Просвета, 1994.

Ефтимова 2019: Ефтимова, А. Значения на лексемата джендър под влиянието на медийния дебат за приемането на истанбулската конвенция.- В: *Nomen est omen. Научни*

изследвания в чест на 70-годишнината на проф. д-р Кирил Цанков. Велико Търново: Университетско издателство „Св. Св. Кирил и Методий“ 2019, 261- 274.

Ковачева 2020: Ковачева Р. *Новините от света. За смисъла и ползите от международната журналистика*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2020.

Ковачева 2017: Ковачева, Р. *Център и периферия на европеизираните публични сфери*. София: Сиела, 2017.

Консолидиран текст на Договора за Европейския съюз. 8 ноември 2020 <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016M/TXT&from=EN>>.

Митев, 2019: Митев, П. Е., Б. Попиванов, С. Ковачева, П. Симеонов. *Българската младеж 2018/2019*. София: Фондация Фридрих Еберт, 2019.

Неделчева 2012: Неделчева, Т. Жизнеността на етатисткия синдром на българина. – В: *Българските национални ценности. Статика и динамика в евроинтеграционния процес*. Съст. Кирил Кертиков. София: ИИОЗ-БАН, 2012, 21-32.

Нейкова, Ковачева 2017: Нейкова, М., Р. Ковачева. *Медиатизираното измерение на външната политика*. София: УИ „Кв. Климент Охридски“, 2017.

Павлов 2018: Павлов, К. Б. Захариев, М. Канушев, Д. Вацов. Доклад Речта на омразата през речника на популистката пропаганда в България и нейното разпространение в българските онлайн медии (1 юни – 31 август 2018 г.). София: Фондация за хуманитарни и социални изследвания, 2018.

Стойкова 2015: Стойкова, П. Ключови ценности в днешното българско общество. – *Проблеми на постмодерността*, Том V, Брой 3, 2015, 288-295.

Фотев 2019: *Европейските ценности. Новата констелация*. Съст. Георги Фотев. София: Издателство на Нов български университет, 2019.

Медийни публикации:

Ангел Джамбазки от Бургас: Ще работя за ограничаване на парите на циганозащитните организации. 3 май 2019. Glas.bg. 9 ноември 2020 <<https://glas.bg/burgas/angel-dzhambazki-burgas-shte-rabotia-ogranichavane-parite-370726/>>

ВМРО закри кампанията си в навечерието на 24 май с инициативата „Да се хванем на хорото“ и певичката Диа. 24 май 2019. Труд онлайн. 9 ноември 2020 <<https://trud.bg/вмро-закри-кампанията-си-в-навечерието/>>

Европейски избори 2019 г.: Ген. Димитър Шивиков, ВМРО-БНД: Нашата мисия е да бъдем равнопоставени с другите европейски народи. 28 април 2019. Glas.bg. 9 ноември 2020 <<https://glas.bg/ot-poslednite-minuti/evropeiski-izbori-2019-g-gen-dimitar-shivikov-vmro-bnd-367472/>>

Корнелия Нинова призова Борисов да поиска оставката на Порожанов заради скандала с къщите за гости. 2 май 2019. Епицентър. 9 ноември 2020. <<http://epicenter.bg/article/Korneliya-Ninova/181696/2/0>>

Иван Кръстев: Образованието е универсален изравнител в Европа на растящите неравенства. 21 май 2019. Гласове. 9 ноември 2020. <<https://glasove.com/categories/novini/news/ivan-krystev-v-evropa-na-rastyashtite-neravenstva-obrazovaniето-e-universalen-izravnitel>>

Европейски избори 2019: Проф. Мариела Модева, БСП: Българският дух е силен, защото е устоял на всякакви изпитания. 23 май 2019. Glas.bg. 9 ноември 2020. <<https://glas.bg/ot-poslednite-minuti/evropeiski-izbori-2019-prof-mariela-modeva-bsp-balgarskiiat-384605/>>

Преди вота: Младен Шишков. 13 май 2019. Topnovini.bg. 9 ноември 2020. <<https://topnovini.bg/c/izbori-2019/826701-predi-vota-mladen-shishkov>>

„Дайте гласа си за партии и кандидати с проевропейска, продемократична и пролиберална ориентация“. Отворено писмо на над 500 представители на науката и изкуството преди 24 май и евроизборите. 22 май 2019. Клуб Z. 9 ноември 2020. <<https://clubz.bg/83273-dajte-glasi-za-proevropejska-prodemokraticzna-i-proliberalna-orientaciq>>

Илиев 2019: Илиев, Л. Борци срещу джендърите и млади хубавици навлязоха в изборните листи. 30 април 2019. Сера. 9 ноември 2020. <<https://www.segabg.com/category-first-page/borci-sreshtu-dzhendurite-i-mladi-hubavici-navlyazoha-izbornite-listi>>

Урумов 2019: Урумов, А. Брюксел е източникът на злото. 12 май 2019. Факти. 9 ноември 2020. <<https://fakti.bg/mnenia/380018-aleksandar-urumov-bruksel-e-iztochnikat-na-zloto>>

Хаджиев 2019: Хаджиев, В. Цвета Караянчева: Европа ни гледа разправиите и това не е на добро. 4 май 2019. 24 часа онлайн. 9 ноември 2020. <<https://www.24chasa.bg/novini/article/7434330>>

„European“ vs. „traditional“ values in the Bulgarian media

Ralitsa Kovacheva

Senior Assistant Professor, Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University
“St. Kliment Ohridski”

Abstract:

The study presented deals with the issue of the media representation of the concepts of „European values“ and „traditional Bulgarian values“ during the European election campaign in 2019. The results show that a broad misrepresentation of the European values prevails in the political discourse, based on which they are opposed to the Bulgarian values. As a result, a negative attitude towards the EU is constructed.

Key words: European values, traditional Bulgarian values, European elections, European Union, media.

[1] Изследването е финансирано от ФЖМК по програмата за „Млади учени и постдокторанти“ на СУ „Св. Климент Охридски“ за 2020 г.