

Рецензия

от проф. д-р Пламен Шуликов (член на научно жури съгласно Заповед на Ректора на Шуменския университет „Епископ Константин Преславски“ № РД 16-012/28.01.2021 г.) върху дисертационния труд на Ася Ангелова Асенова на тема „Икономическа журналистика и нови медии“ за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, докторска програма: Журналистика

Избраната от Ася Асенова тема на дисертационния ѝ труд „Икономическа журналистика и нови медии“ е особено актуална за настоящия роден публичен контекст поне по няколко съществени причини. Първо, по стечение на историческите обстоятелства обществото ни беше застигнато от поривите на предприемаческа свобода в състояние на почти половинвековна стопанска апатия. Масово разпространените представи за предел на стопанския риск не надхвърляха камерната стойност на месечния фамилен бюджет, на личния автомобил или пък най-много на жилището. Така след 1989 г. се оказва, че остатъците от предприемаческо мислене у нас раждат резултати, масово съпоставими по значимост с бледи сценични последствия от бездарна художествена самодейност. Второ, дълголетната пропагандистка сатанизация на продуктивния предприемачески егоизъм (А. Смит), схващан като основен двигател на стопанския обмен, мултиплицираше инфантилизма на една своего рода предприемаческа „свитост“, твърде вероятен аналог на „половата свитост на българина“ (Ст. Гидиков, Н. Шейтанов). Трето, масовата липса на личен предприемачески опит, потвърждаващ каузалната взаимовръзка между икономика и обществено устройство, затъмняваше очевидното някога – че богатата държава се състои от богати хора, според Ст. Михайловски („Книга за българския народ“, 1897), че единствено възможната логически обоснована синтактична връзка между „равенство“ и „свобода“ е не конюнктивна („свобода и равенство“), както гласи безсмисленият революционен девиз, а е неизбежно дизюнктивна („свобода или равенство“), както пък смислено твърди Е. М. Р. фон Кюнелт-Ледин („Liberty or equality. The challenge of our time“, 1952). Четвърто, достъпът до свободния пазар е все още твърде несвободен, преднамерено и регулирано несвободен. Свободният достъп до свободния пазар, регулиран от единни за всички участници правила, е все още своего рода ексклузивно

кастово благоволение за лоялност, давано на малцинство, неизвестно защо наричано от 30 години у нас стопански елит, когато то всъщност (с пренебрежими изключения) поне в частта си, заета с тъй наречения едър бизнес, напомня отряд повратливи активисти, изучавали само едната (така и неосъществена) половина на политическата икономия. В контекста на подобна не твърде „оптимистична теория“ за днешната българска стопанска среда опитът на А. Асенова да разсъждава пространно върху функционалната зависимост между икономика, демокрация и медии (още повече нови медии) дава глътка надежда, че публичният коментар върху тази фундаментална проблематика бавно, но неумолимо (предимно по неотвратимата логика на биологичните закони) преминава в херменевтично владение у млади коментатори, необременени с клетви за нестопанска лоялност и обърнали наново умен поглед към класически автори като А. Смит, Д. Рикардо, С. Сисмонди, Т. Малтус, Дж. Ст. Мил, У. Джевънс, а защо не и К. Маркс, който всъщност „не е марксист“.

Обемът на дисертационния текст (207 с.) е архитектурно организиран в класическа равновесна композиция, включваща увод, три глави, заключение и библиография. Всяка от трите същински части на изследването съдържа сбит, но достатъчно информативен разказ за предисторията на предмета. Така например в първа глава („Икономическа журналистика“) авторката полага своите разсъждения за началата и предназначението на този специализиран журналистически клон върху целенасочен исторически преглед на икономическата наука от ново време в нейните стълбови линии (меркантилизъм, доктрина на физиократите, класическа политикономия, кейнсианство), за да поведе в крайна сметка разговор върху любопитната практика на Е. Лойд. В нея отчетливо се проявява ценностната съпоставимост между информация и стопански резултат, фундаментална за все още предстоящата тогава икономическа журналистика. Това генеалогично наблюдение е съвместено с историческа рекапитулация на полемиката между основните икономически школи, която ферментира във валиден и досега, почти вечен конфликт между войнствения патос на доктрината лесе-фер и умиротворителния дух на кейнсианството. В контекста на този градивен сблъсък е поставен и разказът за началата на българската икономическа журналистика, позиционирана тъкмо върху продуктивното пресичане между тъй наречената от О. Конт „положителна наука“ и предприемаческата активност, ако се съди по името на първото българско периодично издание за икономика („Журнал за наука, занаят и търговия“, 1862 г.), както и по

думите на издателя му Ив. Богоров, според когото „наука и занаят са стегнато свързани и си имат междуособно влияние” (с. 26). През Възраждането именно предприемаческата активност, съвместявана и с интензивни пътувания в странство, разширява светогледния хоризонт на родния стопански деятел, за да превърне в крайна сметка еснафските браншове във важен фермент към естествената хранителна среда, заченала и формирала строителния дух на новата българска интелигенция. Продуктивното „междуособно влияние” тогава между наука и търговия очевидно обещава значими изследователски резултати дори в осмислянето на художествената ни култура от този важен период. Тъй например Петър Оджаков, автор на стопански неприложимата „Наука за песнотворство и стихотворство...” (1871 г.), оставя и едно твърде красноречиво краегранесие („България каква е”), което в най-апологичната си част манифестира формулата на обществения успех като произведен именно от това „междуособно влияние”: „Българская наша земля/ Ъгъл плодоносън е тя.../ Абълки вошки всякакви;/ Копаят ся поля градини,/ Въдят ся буби и риби,/ А пък там в градови и села/ Е наука, търговщина.” Макар и емфатично пестелива в своя, така да се каже, бръснещ полет над страниците на издания като „Просвещение чрез наука, промишленост и търговия”, „Ступан. Земледелско-икономически лист”, „Драгоман”, „Промишленост”, „Български търговски вестник”, „Търговски новини”, „Икономически преглед” и пр., А. Асенова не успява да прикрие разбираемото си пристрастие към специализираната икономическа периодика от времето на нейното начално строителство. Надявам се тя да се възползува докрай от своето естествено предразположение към този особено информативен книжовен корпус в една своя бъдеща работа, изцяло съсредоточена върху историята на българската икономическа журналистика. В нея, убеден съм, оценката на Ф. Бродел за флорентинското куатроченто („никой не намира за неестествено приятелството на хуманистите с търговците”, с. 31) ще получи обосновка на валидността си и спрямо българския обществен контекст от втората половина на XIX и началото на XX в.

Като се връща към текущото състояние на предмета си, А. Асенова уточнява обхвата на понятията *икономическа журналистика* и *бизнес журналистика* във връзка с относителната им автономия, произтичаща от неизбежната професионализация на журналистите, заети в икономическия ресор. Към специализираната компетентност (международни икономически отношения, икономика, капиталови пазари, банково дело, счетоводство и пр.) новата информационна среда добавя като непосредствено

присъща и експертната грамотност в областта на комуникациите. Посоченият от авторката печален феномен на тъй наречената „протоколна журналистика“, мултиплицираща „един текст“, е тежък аргумент към тази неизбежност. А. Асенова разкрива уверено и съдържанието на насъщни определители на персоналното качество на журналиста в икономическия ресор, каквито са медийната и финансовата грамотност. Със зрялост се отличава убеждението ѝ, че тълкуването на числата и статистическите данни, постоянно съпътстващи журналистическата практика в ресора, не е редно да робува на елементарната аритметика, а следва да се извършва чрез етичното посредничество на хуманистични корекции. От подобен ракурс А. Асенова обсъжда и обществената роля на икономическата журналистика посредством ярките примери на все още незабравената икономическа криза от 2008 г. и текущата здравна криза. Така функционалният и съдържателният взаимоотношен между дневния ред на обществото и медийния дневен ред е проектиран на фона както на банализирания, но непреодолим принцип „лошата новина е добра новина“, така и на теорията за „черния лебед“, т. е. за прогностичния потенциал на медийния анализ, който в толкова чувствителни сфери на публичния живот, каквито са общественото здраве и икономиката, притежава очевидни ресурси за ефективна превенция.

В по-нататъшното изложение икономическата журналистика е подложена на критично наблюдение през оптиката на постоянно пълзящата медиаморфоza. И без друго обтекаема според ръста на комуникационните технологии, медийната среда, особено след „изплитането“ на световната мрежа, се оказва подложена на толкова дълбоки структурни промени, че трескавата ескалация на опити тя да бъде осмислена не успяваха да постигнат метафизичната системност на единна теория, а изоставащата, буквално кретащата им обобщителност създаваше впечатление за жанрово сходство със своего рода констативен репортаж от мястото на събитието. Именно разроените откъслечни наблюдения върху облика на новите медии превръщат всеки опит те да бъдат сглобени в единен „портрет“ в трудно предприятие. А. Асенова се е справила и с тази задача, като е апробирала присъщите на новите медии качества (числово изражение, модулност, автоматизация, променливост, транскодиране, по Манович; интерактивност, конвергенция, персонализация) чрез новите модели на потребление, активиращи фундаментални етични антиномии като „свобода на изразяването и граници на речепотребителната свобода“, „истинност на публично ориентираната реч и хуманистично обоснован компромис с истинността“, „преднамерено и

непреднамерено разпространение на фалшиви новини". Тук бих обособил разсъжденията на авторката върху хипертекста като мрежов модел на познанието, като негова своего рода каузална етиология, свръхинтензифицирана чрез едновременната експликация на всички познавателни етапи подобно музейна историческа сбирка, където съседството, близостта между артефактите провокира изненадващи познавателни инвенции. Разбира се, след като обхватът на търсачките беше принудително ограничен, моделът загуби огромна част от своята илюстративна мощ.

В последната глава от работата изследваният предмет е апробиран чрез конкретни казуси, един от които е случаят КТБ. В него със синергичен ефект се сплитат и се проявяват и финансови, и медийни деструктивни тенденции (капиталова неадекватност, кредитиране на свързани лица, преднамерено пасивен банков надзор като форма на държавно толериране, съсредоточаване на медии с различен тематичен профил в ръцете на един собственик). Непредизвикващият каквито и да било възражения извод на А. Асенова гласи, че „не може да се очаква обективно, фактологично, достоверно отразяване на случая КТБ именно поради скритите или появни зависимости в медийната среда". Разбира се, опасностите, произтичащи от собствеността върху медиите, не изчерпват сложните взаимоотношения между икономическа журналистика и нови медии. Тяхната многоликост е илюстрирана посредством интересния и наситен с медийен драматизъм казус на почти нерешимото засега противоречие между чл. 75 от ЗРТ относно скритите търговски съобщения и гражданското право на информираност. Най-накрая е коментирана и медийната тенденция сложният заради своята спецификаторска абстрактност дебат върху държавния бюджет да бъде опростяван или, така да се каже, „очовечаван" чрез разбираеми кулинарни метафори. Авторката не без основания твърди, че така в името на достъпността бива жертвуван многоаспектният характер на годишния бюджет, засягащ без изключение всички страни от личната екзистенция, и която, представена чрез кулинарна метафорика, провокира евангелска съпротива („Не само с хляб ще живее човек...", Матей 4:4). Същевременно обаче, независимо от облика на конкретния метафоричен смислов пренос, разказът чрез метафори е обичайна познавателна практика и ако той подлежи на неизбежен критичен коментар, може би по-скоро трябва да следва автобиографичния ресурс на конкретната речупотреба (например *малка пица* – носталгия по детството на малкия градски човек, оцелял след неравен сблъсък с титаничната система на общественото хранене; или пък *филия с мас* – също

сантиментален носталгичен порив а ла Марангозовите „На повратки в село“ към четивната простота или, ако щете, хармоничната оразмереност на детския живот в краен столичен квартал, досущ приличен на село).

Сред безспорните достойнства на работата обаче специално бих обособил стремежа на авторката да хуманизира привидния математически обективизъм на науката за стопанския обмен, като на места, особено в първа глава от работата си, тя успява да открие в своето изложение върху икономическата история поводи за основателни културологични обобщения, всяко от които като че ли протестира срещу не твърде смислените условности на обичайния дисциплинен патриотизъм, протестира, ако щете, срещу потресаващия буквализъм на предизборния апел на Бил Клинтън „Икономиката, глупако!“. Тук имам предвид новия историзъм, на който (в лицето на Ф. Бродел) авторката периодично се опира, за достигне до етичните проекции на стоковия обмен. Впрочем колкото и пресилено да звучи на пръв поглед, големите имена в икономическата наука са по призвание хуманисти като Адам Смит, в известен смисъл – дори, така да се каже, опосредствувани хуманитаристи. Трактата си по икономика например Лудвиг фон Мизес нарича именно „Човешкото действие“ (1949 г.), а „Философия на парите“ (1900 г.) е заглавие, формулирано от философа социолог Георг Зимел, макар неговият живот, вероятно най-вече заради антисемитски настроения в академичните среди на Германия от началото на миналия век, да не се отличава с кой знае колко висок стандарт независимо от познанията на изследователя върху социалните функции на парите. Колкото и да е удивително, дори аксиологията като непредизвикваща каквото и да е удивление днес хуманитарна дисциплина за споделяните от човека ценности, е зачената тъкмо в контекста на икономически разсъждения. Тъй например именно понятието *ценност*, а не обичайното понятие *стойност*, далеч по-приложимо към парите като символен еквивалент на стоките, е предпочетено от Фридрих фон Визер в трактата му „Произход и основни закони на икономическите ценности [именно Werthes – П. Ш.]“ (1884 г.). Там той твърди, че „ценност – това е човешкият интерес, мислен като притежание на блага“. Едва впоследствие М. Хайдегер предстои да признае приноса на Ф. Ницше към формирацията се в края на XIX в. познавателен суверенитет на аксиологията. Конфликтът между *ценност* и *стойност*, при това положен именно в стопански контекст, е познат още у Шекспир. Във „Венецианският търговец“ Шейлок отказва да приеме плащане по дълга на Басанио на *стойност*, дори трикратно надхвърляща дълговата главница, като

настоява задължението да бъде изплатено с *ценност* (фаланга от пръста на Басанио). Очевидно „бухгалката“ на ценностите се оказва доста по-удовлетворителна от паричната стойност, когато става дума за кредиторско възмездие. Всъщност дали само когато става дума за кредиторско възмездие? И дали само икономиката е в състояние да отговори на въпроса що е *кредит*? Филологическите си дипломи повечето от нас са склонни да схващат едва ли не като своего рода сертифицирано право на защита от задълбочен отговор на този въпрос. Умишлено хипертрофирам, защото изцяло споделям констатацията на А. Асенова, че масовото икономическо образование у нас е силно подценено. Илюстрирала е мнението си с обичайно непрозрачни, даже направо масово неизвестни понятия като *дебит*, *кредит*, *баланс*, *салдо* и с това донякъде основателно е приключила разсъжденията си върху мястото на икономиката в общообразователните програми на средното ни училище поне като предпоставка за грамотно управление на домашното стопанство (както сочи етимологията на самата дума *ойкономос*). Наистина, предметът на изложението не е посветен на образованието по икономика, но пък и на икономическата журналистика е трудно, даже е невъзможно да бъдат отказани образователни претенции. Без да я преценявам като пропуск в текста на А. Асенова, споменавам методическата хипотеза като бъдеща възможност за продуктивна тълкувателска спекула върху хуманистичните проекции на стоковия обмен, които имат и съвсем буквална страна впрочем. Тъй например италианският Ренесанс хуманизира дори счетоводните операции, ако се позовем на Лука Пачоли. Според него, осмислянето на двойния счетоводен запис на практика очовечава сметките, като измества предмета на счетоводния отчет от предметите към хората, от касата към касиера, от стоката към склададжията. Да вземем например основните счетоводни понятия *дебит* и *кредит*, които масовата представа рядко успява да свърже с правилните им съответствия в просторечния фразеологичен модел на елементарната счетоводна отчетност „*взел Колю, дал Колю*“. Поне от самото начало на XVI в., когато към „*Summa de arithmetica, geometrica, proportioni et proportionalita*“ (1509 г.) тосканският математик Л. Пачоли прилага и своя малък „Трактат за сметките и записите“ (*Particularis de computis et scripturis*), е възприето, че онзи, който получава, се *дебитира*, а онзи, който дава или издава, се *кредитира*. И до днес лявата колонка в счетоводния запис се нарича *дебит*, а дясната – *кредит*. Съдържанието на всяка от колонките обаче и до днес продължава да се схваща (поне сред икономически необразованите предприемачи) като „мистична галимация“, както оценява двойния счетоводен запис английският икономист Едуард Томас Джонс още в самия край на

XVIII в. Той твърди, че чрез двойното счетоводство всеки търговец с коварен ум, извършващ сделки в съдружие, може спокойно да излъже съдружника си, стига само да пожелае това. „Мистичната галимация” произтича от неизбежното посредничество на парите в стоковия обмен, т. е. когато даваш стока, си кредитор, но същевременно си и дебитор, доколкото получаваш парично възмездие за издадената стока. Въпросът е какво да записваме (стоката или получените за нея пари?), къде да записваме (в дебит или кредит?) и кога да записваме (когато продаваме или когато купуваме?). За яснота Е. Т. Джонс предлага записът да има фискален приоритет, като така уязвява хуманистичното тълкуване на стоковия обмен, видимо от етимологията на възприетите през Ренесанса основни понятия на двойния счетоводен запис: *debere, debeo, debitum* (лат. – длъжен съм, трябва, задължение, дълг), което в превод на езика на търговската чест примерно би следвало да значи „длъжен съм да платя за доставката”; *credere, credo, creditum* (лат. – вярвам, вяра), което в превод на същия този позабравен днес език би следвало да означава „вярвам, че ще ми бъде платено за доставката”. Днешното ни общо образование е усвоило математическата част от „*Summa de arithmetica...*” на Л. Пачоли и нашите ученици прилично решават задачи за басейни, които се пълнят от една тръба и се изпразват от друга, без, разбира се, да притежават собствени басейни. Същевременно всеки от тях притежава собствен портфейл, пряко зависим е от съдържанието му, но не е в състояние да екстраполира математическото знание за басейните върху портфейла си, който обичайно изпуска много повече, отколкото постъпва в него. Да актуализираме примера. Изпълнителната власт увеличава заплатата на академичния човек с 4 единици. Местно академично решение отнема от него 3 единици. В резултат въпросната заплата се оказва увеличена, макар и само с 1 единица. Фискалната оценка, основана върху математическа безпристрастност, би преценила промяната като категорично увеличение. Ако ни заинтригува обаче затуленият смисъл на *човешкото действие* (по Л. фон Мизес), би следвало да се запитаме не колко единици са отнети от заплатата, а какви точно трудови усилия на тъй наречения академичен човек са възмездявали отнетите единици. И ако се окаже, че те са възмездявали тъкмо най-присъщата му дейност – неговата изследователска работа, би възникнал въпросът не става ли дума за подривно „увеличение”, каква е тази подривна цел и в крайна сметка каква би била бъдещата творческа мотивация на прохождащи автори, подобни на А. Асенова, чийто труд днес обсъждаме.

Предложеният от Ася Асенова текст за обсъждане отговаря на всички условия за успешна публична защита. Коректно е дефиниран предметът на изследването, като са уточнени неизбежните ограничения на неговия обхват. Изяснен и обоснован е интегративният методически подход към предмета, така че той да бъде огледан от възможно най-много интерпретативни ракурси. Демонстрирана е познавателна компетентност сред, позволете, своего рода негостоприемно, даже високомерно ригористичния езотеризъм на фундаменталните икономически изследвания, както и сред безчетната, многоглаголна, често бърлива и либерално открита за кратки познавателни флиртове медийна литература. Анализът на конкретните случаи е основан върху екзамплуми, ексцерпирани от достатъчно широк медиен контекст (38 онлайн медии и 3 архивни специализирани периодични издания). Активно са коментирани източниците от приложения библиографски списък, като броят на съставлящите го заглавия (108 на български език и 108 – на английски) напълно удовлетворява критериите за обща осведоменост. Стилът на изложението, както и коректността към пунктуационните и правописни норми, обичайно подценявани в последно време, изненадващо подхранват, надявам се, основателен оптимизъм по повод стилистичното бъдеще на специализираната „нефилологическа“ журналистика. Вероятно затова кратката все още трудова биография на авторката включва и длъжността коректор в онлайн медия. Представителни части от изследването са апробирани в достатъчен брой публикации.

На тези основания убедено предлагам уважаемото жури да присъди на Ася Ангелова Асенова образователната и научна степен „доктор“ в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, докторска програма: Журналистика.

6.03.2021 г.

проф. д-р П. Шуликов

