

С Т А Н О В И Щ Е

от проф. д-р Венцеслав Бондиков
катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“,
при ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“
относно материалите, представени за присъждане на ОНС „доктор“
по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки (Журналистика - Емпирични изследвания в
комуникацията)

Общо описание на представените материали

Кандидатът Петър Любомиров Айолов е представил следните материали:

Дисертационен труд на тема: „**Моделът „Производство на несъгласие“ в Интернет (Формиране на обществено мнение в онлайн медиите - България 2015-2016)**“ в обем от 345 страници.

Автореферат на дисертационен труд с обем от 44 страници;

Публикациите посочени от докторанта са 7 на брой.

Обща оценка на представените материали

Дисертационният труд определено провокира с формулираната от автора теза, че Интернет медиите са основен източник за проявите на „конфликтна пропаганда“ и вместо съгласие пораждат „производство на несъгласие“. Това, според Петър Айолов, означава, че е нужен нов прочит на съществуващите теории за общественото мнение с оглед на промените в общественото пространство след навлизането на дигиталните медии и Интернет. В тази връзка съвсем точно е изведена основната изследователска цел, а именно „да анализира случаи на „*производство на несъгласие*“ в българските Интернет медии и публичното пространство и да изгради метод за разпознаването им.“

Представеният труд е структуриран в четири глави, увод, заключение, библиография. Предложената разработка е добре балансирана от гледна точка на теоретична и емпирична част.

В увода докторантът много добре и подробно е формулирал изходните теоретични постановки като: предмет, обект, цел, задачи, методи за проучване и хипотези.

Първата глава „Появата на модела „Производство на несъгласие“ в масмедииите“ разглежда нуждата от нова парадигма за изследване на комуникацията в Интернет.

Старата парадигма за формиране на обществено мнение и комуникацията, като пренасяне и филтриране на информация от един към всички, вече не работи толкова добре, колкото през втората половина на 20-ти век. Наличието на компютърната мрежа Интернет, освен като източник на информация, се използва основно за образуването на нови човешки общности. Комуникацията в Интернет се характеризира преди всичко с груповото общуване и създаването и разделянето на индивидите във все повече групи и общности по общи признаци. Преносът на информация не е самоцел и има ролята да обединява хората, които я споделят, затова вече не може да се налага един универсален модел на комуникацията, който да формира обществено мнение. Това закъснение в разбирането на новите тенденции в процесите на глобалната комуникация води до дисфункции в националните системи и създаване на напрежение и несъгласие вътре в държавите. Несъответствие между старата парадигма на комуникацията и новата реалност на Интернет и социалните мрежи е една от причините за кризата в масовата комуникация и медиите и изисква нов прочит.

В глава втора – „Теоретични индикатори за модела „ПРОИЗВОДСТВО НА НЕСЪГЛАСИЕ“ са анализирани много подробно различни комуникационни модели на автори като: Едуард Бернайс, Уолтър Липман, Ноам Чомски, Максвел Маккомбс и Никлас Луман, Елизабет Ноел-Нойман, Франсис Фукуяма, Юрген Хабермас.

В третата глава – „Примери за появата на модела на „ПРОИЗВОДСТВО НА НЕСЪГЛАСИЕ“ са анализирани различни казуси, които според автора доказват формулираната теза за производството на несъгласие. Това са: „Българската следа“ в опита за убийство на папа Йоан Павел II“; „Ефектът на „Лъжливата преса“ (Lügenpresse) в Германия“; „Конфликтната пропаганда, „Doublespeak“ и кризата в Украйна“; „Езикът на русофилията/русофобията“.

Разгледаните казуси, които са примери за масова манипулация, са допустими като част от арсенала от техники използвани в периода на студената война, в която противопоставянето между двата лагера е търсено и желано, и при която производството на несъгласие е част от глобалната стратегия на двата идеологически блока. Какъв е ефектът от тях

сега? Авторът счита, че този пропаганден модел вътре в националните държави превръща „студената война“ в гражданска война на различни идеологии и се нарича „производство на несъгласие“.

Това „Производства на несъгласие“ се изследва емпирично в четвърта глава. Авторът спира вниманието си върху един пример, който разделя българското общество. Това е случаят с предложените две кандидатури за генерален секретар на ООН - Ирина Бокова и Кристилина Георгиева.

Целта на проведеното изследване е да се регистрират повтарящи се езикови конструкции и епитети, чрез които се създава един език на медиадискурса, който внушава отношение и оценка в полза на едната или другата кандидатура, което според докторанта е предпоставка за произвеждане на несъгласие. Систематичното изкривяване на комуникацията и „производството на несъгласие“ авторът доказва чрез аксиологически лингвистичен анализ на заглавия и ключови думи от достъпните в определените сайтове публикации по темата в българските Интернет медии.

Това „Производството на несъгласие“ се търси посредством използването на езикови средства като повторения на определени евфемизми и дисфемизми, използването на стереотипи, „думи формули“, ключови думи и словообразувания, които водят до разделение по линия на „комунизъм/антикомунизъм“ и „русофилия/русофобия“. Съвсем правилно Петър Айолов определя, че целта на този анализ не е да се открие „правилната“ позиция или „истината“ в публикациите, а да се докаже действието на модела „производство на несъгласие“ във времето. Дали в този конкретен случай и в този период от време публиките на българските Интернет медии са били подложени на едно систематично изкривяване на комуникацията и умишлено радикализиране на мненията и настроеността? Как действа този модел на публиките в Интернет медиите? Това са въпроси, чиито отговори авторът търси.

Периодът на изследване е от 1 февруари до 8 октомври 2016 г. и покрива времето от официалното обявяване на кандидатурата на Ирина Бокова до избирането на Антонио Гутериш за генерален секретар на ООН.

Изследването не е представително. Анализиранияте публикации по темата в посочения период са от различни сайтове, блогове и онлайн медии.

Критични бележки

В дисертационния труд не са приложени приносните моменти.

В заключение: Като имам предвид актуалния характер на избраната тема, извършената огромна изследователска работа, задълбочените познания по проблема, показаните възможности за анализ, както и изведените научни приноси, давам положителна оценка на дисертационния труд и препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Емпирични изследвания в комуникацията) на Петър Любомиров Айолов, докторант в катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама” при СУ „Св. Кл. Охридски“.

26 .02. 2018 г.

Член на журито:

Проф. д-р Венцеслав Бондиков