



РЕЦЕНЗИЯ¹

от Чл.-кор. проф. дфн Ангел Стефанов Стефанов

(научна длъжност, научна степен, име, фамилия, образователна/научна институция)

за придобиване на образователната и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки
с дисертационен труд на тема: „ДИГИТАЛНА КОМУНИКАЦИЯ И ПОЛИТИЧЕСКО ВЛИЯНИЕ – НРАВСТВЕНИЯТ СМИСЪЛ НА КОМУНИКАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ”,
представен от Борис Р. Стоянов, редовен докторант в катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“ на Факултета по журналистика и масова комуникация
с научен ръководител: проф. Николай Михайлов

I. Представяне на докторанта въз основа на подадената документация

Борис Стоянов е завършил СУ „Св. Климент Охридски“ като бакалавър по руска филология и публична комуникация през 2017 г. През 2018 г. завършва магистратура по изкуства в Ланкастърския университет.

II. Оценка на качествата на дисертационния текст

Предложената ми за рецензия дисертация на Борис Стоянов е в обем от 174 страници, разположени в Увод, три глави и Заключение, разпределени по параграфи.

Приемам напълно твърдението на автора за актуалност на дисертационната тема, защото новата ситуация в областта на информационното общуване и политическата комуникация, на която днес сме свидетели при настаняването им в различните платформи за дигитална комуникация, изисква своето належащо осмисляне от страна на етически оценки и регламентации. Както обобщава Борис Стоянов във връзка с един близък по време конкретен случай на манипулативна изява в платформа за дигитална информация у нас: „политически организации целенасочено адаптират информационния поток за своя изгода, моделирайки съзнанието и възприятията, вярванията и поведението на свои поддръжници като същевременно получават нови такива. Всичко това е възможно посредством предоставените от дадената платформа за дигитална комуникация функции за детайлно и конкретно таргетиране на аудитория, която да получи съобщението. От там възниква въпросът относно моралния интегритет на такова деяние и редно ли е по този начин да се бори с ... страха на населението?“ (с. 53 от дисертацията).

Уводът дава ясна представа за характера на изследването и неговото тематично разпределение в текста на дисертацията. Проблемът с осмислянето и боравенето с морални регулативи идва от факта, че интернет пространството като широка виртуална среда за разнородни комуникации, включително и в политическата сфера, предоставя свобода на словото. Този факт обаче може да бъде колкото полезен за потребителите на информация, толкова и вреден във всички онези случаи на съзнателно преследвана или случайно трансферирана дезинформация, фалшиви новини и медийни манипулации.

Тази двойна социална роля на свободата на словото се засилва неимоверно в интернет пространството като най-обхванат социален медиум за разпространение на всякакъв тип информация. Затова и дисертантът е намерил за уместно в първа глава да осветли най-важните технически възможности за дигитално информационно общуване, като се спира на спецификата и

¹ Забележка: Текстът в курсив предлага опорни точки за оценка на изследователските резултати. Препоръчителен обем на рецензията – около 6-7 стандартни страници



функционалността на дигитални платформи като Facebook, Instagram, TikTok и др. Съвсем на място са разяснени и свързаните с целта на дисертацията работни понятия като инфлуенсър, меме, подкаст и други подобни. Наред с тези технически уточнения и разяснения, Борис Стоянов осветлява и ключови аспекти, свързани с темата на дисертацията, като разглежда в стегнат вид същността и целите на политическия дискурс, както и разбирането на това какво е добро или правилно действие или реакция от гледна точка на нравствени регулативи.

Трудността и спецификата на поставената задача е представена ясно на с. 68, след анализ на изява на Христо Иванов в платформата Facebook като instant rebuttal: „дали ролята на интернет не става твърде голяма в уж сериозното поле на политическия дискурс? Отговорът не би могъл да е напълно еднозначен, уви както цели да докаже този труд – цялостната система на общуване се изменя с безпощадни темпове и скоро познатата до момента политика ще придобие съществено друг облик.“

Още в началото на втора глава Б. Стоянов успява ясно да покаже, защо дигиталното пространство днес започва да заема водеща позиция при представянето на информация, на съобщения и изразяване на позиции в сравнение с познатите ни електронни и печатни медии през миналия и началото на нашия век. Обяснението се основава на факта, че дигиталното пространство дава много повече опции за пряка и обратна комуникация между активните политици и консуматорите на техните послания. „За разлика от традиционните медии, - пояснява дисертантът - които са в различни степени контролирани, децентрализираната комуникация чрез интернет базирани платформи дава не само вече споменатата свобода на изразяване, но и възможността на мигновена интеракция с аудиторията“ (с. 91).

В детайли са разгледани възможностите на онлайн пространството при нагаждането на посланията на днешните политици било към избрани от тях таргет групи, било към широката общественост. Разяснява се, че това нагаждане води до отпадане на формалните аспекти и поведенческата строгост на политическите послания, за сметка на по-свободен начин на изразяване, но концентриран върху конкретни теми и ситуации. Представено и широко коментирано е присъствието на партиите, влезли в 47-ото НС и на техните лидери, в различните дигитални платформи, като е направено и уточнението, че броят последователи на даден политически лидер в тези платформи не се покрива с броя на неговите поддръжници. Резултатът от авторовото наблюдение на степента на натовареност на различните дигитални платформи с политически послания у нас е, че „дигиталната политическа комуникационна ситуация се развива предимно във Facebook.“ (с.102) По-интересен обаче е направеният извод, че българският консуматор на политически новини и събития се интересува не толкова от партийни идеологии, а от личностните качества и изяви на политическите лидери и на известните политически субекти. Това не е маловажно наблюдение, защото осветлява как днешното виртуализиране на обществената комуникация води до изменение и на начина на комуникация на политики у нас – от negliжирането на съдържателната област на партийните идеологии и послания, по посока на интерес към персоналните характеристики и начин на изява на популярните партийни лидери (с.103). И така изводът, до който достига авторът в тази връзка не е обнадеждаващ: „Изводът от този кратък прочит на подходи, използвани за разпространение на съобщения в политическата парадигма би бил, че начинът на съобщаване може да повлияе на публиката повече, отколкото съдържанието на самото съобщение, независимо от стойността му“ (с.109). И ако това е вярно, тогава може да се продължи с разсъждението, че виртуалното общуване в обществената сфера на политиката сближава, от една страна, политическите субекти с аудиторията, но пък от друга страна, замъглява съдържанието на техните послания за сметка на външния за него набор от поведенчески похвати. И доколкото традиционните печатни и електронни медии често реферират към посланията в дигиталните медии, то има основание да се заключи, че днес сме свидетели на една видимо променяща се комуникационна реалност.

В трета глава Борис Стоянов представя и анализира по предварително заложили класификатори 20 примера на изява на политически и обществено значими субекти в качеството им на директни онлайн послания към таргетирани потребители и обществото като цяло. Деветте предхождащи



примерите твърдения са съдържателна и полезна прелюдия към тяхното по-пълно осмисляне. Твърденията и наблюденията, представени в тази глава, са подходящо обобщени в концептуалните рамки на три отделни концептуални модела.

Заключението е необходима завършваща съставка на дисертацията. На основата на разгледаните в дисертацията примери на различен тип комуникация се стига до извода, че ако политическите послания са насочени от политически субекти към масова аудитория, то този тип комуникация онлайн може да се бъде „порочна и неетична“ (с.148). Напротив, ако онлайн комуникацията се осъществява между политически субекти, то възможността за манипулативни похвати рязко намалява, като тогава се наблюдава ситуация, която би могла да бъде от полза на масовата аудитория да прецени обективно кой е по-добре справящият се. С цел да се осигури надеждно спазване на етически принципи и норми в сферата на онлайн политическата комуникация дисертантът издига постановката, че би трябвало да се следва етичен кодекс, аналогичен с този, към който се придържат ПР специалистите в тяхното дигитално разпространение на бизнес информация. В тази връзка са представени и основните принципни положения на такъв етически кодекс.

Съдържанието на дисертацията е полезно не само като насочено към нов предмет на изследване – съвременната комуникация между политически субекти, насочена към индивидуални потребители и обществени групи, но и между тях самите, разположена в средата на различни дигитални платформи – но и като релевантен анализ на новите възможности и практиката на тази комуникация. В тази връзка са коментирани етическите измерения на политическите послания като начин на убеждаване и критични дискурси. В това отношение изследването е задълбочено и изчерпателно. Събирането, обработката и анализа на емпиричните данни са направени напълно коректно и с оглед на предварително изявени оценъчни критерии. Използваният езиков стил е ясен и съобразен с предмета на изследването, като са предприети уместни разяснения на използваната специфична терминология.

Авторефератът съответства напълно на съдържанието на дисертацията.

Нямам съвместни публикации с автора на дисертацията.

III. Приноси на дисертационното изследване

Съгласен съм с научните приноси, представени в края на Автореферата.

IV. Бележки и препоръки

Към структурирането на Увода.

Обектът на изследването е ясно очертан, но по цялото протежение на Увода, а не точно в съответния едноименен раздел, в който е наблегнато на предприетите изследователски дейности, а не върху експлицирането на техния собствен обект на изследване. Тезата трябва да бъде представена много по-синтезирано и да мине след рубриците Цел, Задачи и Методи.

Към първа глава.

На с. 66: се натъкваме на следното заключение: „онлайн истината е категорично мистериозен конструкт, от което следва, че доверието в истинската му форма е почти невъзможно, тъй като ако то съществува, би следвало да бъде продукт на личните възприятия на индивида и съответно опорочено от вътрешните вярвания.“ Тук авторът свързва доверието с онлайн истината. Това е правилен ход, но след като последната „е категорично мистериозен конструкт“, а доверието е „опорочено от вътрешните вярвания“, то следва да нямаме доверие нито на онлайн истината, нито да имаме доверие на посланията във виртуалното пространство. Тогава обаче изобщо се изгубва смисълът от придържането към етични норми и регулативи в онлайн общуването.

На с.73 четем: „Тези примери показват похвати за влияние в онлайн среда на съвсем базово ниво, без особен или при наличието на никакъв монтаж, но същевременно илюстриращи съответно позитивни и негативни за определените главни действащи лица. Съдържанието в интернет не трябва да бъде вземано несериозно, тъй като както стана ясно от предходното наблюдение, в държава като



България, с малък на брой население, но висок процент използващи интернет (78%) такъв тип съдържание достига директно до множество хора и съответно влияе на техните представи за дадени публични лица и от там оформя евентуалното им политическо пристрастие.“

Приведените примери са от платформата Facebook относно представяне на вече бившия министър председател Бойко Борисов заедно с американския посланик при посещение на строителен обект и представяне на президента Румен Радев на международен икономически форум. Не става ясно обаче защо това „съдържание в интернет не трябва да бъде вземано несериозно“, ако то не е подложено на манипулативни намеси и отразява реално поведение на политически лидери? Нима именно големият брой ползващи интернет българи не бива да узнават за тяхното поведение? Ако съдържанието е с окарикуриращи намеси или със захаросващи коментари, тогава да, авторът е прав да поддържа своето становище. Но в неговия анализ липсва именно отговор на въпроса кога и на какво да се вярва.

Към втора глава.

На с. 98 се поставя важния въпрос за истинността на представянията на ключови политици и президенти в дигиталните платформи, дали техните думи и послания са точно техни, или модифицирани от специализирани екипи, но темата не е напълно изяснена и стои като мимоходом засегната.

Към трета глава.

Не при всички от примерите е заявена по еднакъв начин оценка на етичните им измерения.

На с.130 името на министъра на електронното управление е изписано веднъж като Божидар Божанов, а в следващото изречение от примера като Божан Божанов.

V. Публикации и участия в научни форуми

Борис Стоянов е представил две научни публикации – една на български и една на английски език.

Участвал е в работата на седем научни форума с доклади или като лектор.

Изпълнени са изискванията на Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ за апробиране и оповестяване на резултатите от изследването според чл. 5, т. 5 и дали са покрити минималните национални изисквания по чл. 63, ал. 1, т. 4 и чл. 69, ал. 3.

VI. Заключение

Ще гласувам убедено с „ДА“ за присъждането на Борис Стоянов на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.

Дата: 18.10.2022 г.

Рецензент: