

СТАНОВИЩЕ

за дисертацията на Лора Симеонова Симеонова

на тема: **"Промяна на модела за многостепенния поток на комуникация:
типологизация и специфики на механизмите за влияние на социалните мрежи
върху дневния ред на медиите и обществените процеси"**

за присъждане на образователната и научна степен „доктор”

Професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки
(Журналистика – Онлайн журналистика)

ФЖМК, СУ "Св.Климент Охридски", катедра "Пресжурналистика и
книгоиздаване"

Научен ръководител: проф. д-р Грета Дерменджиева

В дисертацията си Лора Симеонова си е поставила мащабната цел да „начертае” карта на съвременния комуникационен процес и на поведението и взаимодействието на главните участници в него – медии, лидери на мнение и аудитория – като анализира досегашната картина на движение на потока на комуникация, описан и дефиниран от множество научни изследователи за последните седем десетилетия. Това е особено предизвикателство в модерната ера на динамични промени и интензивно развитие на технологиите, и най-вече на Интернет и уеб приложенията му.

I. Техническа характеристика

Дисертацията на Лора е с обем 344 страници и се състои от увод, четири глави, заключение, приложения и библиография. Текстът включва също 66 фигури и 2 таблици.

В първа глава „Еволюция на модела за многостепенния поток на комуникация” се проследява развитието на парадигмата в исторически план до днес, чрез обширен теоретичен обзор и анализ на научните източници по темата. Разглеждат се всички познати вариации на модела, съпътстващи различните етапи от еволюцията на медиите, включително преминаването им в онлайн среда. В тази глава е описан авторският метаморфичен модел за многостепенния поток на комуникация, адекватен на реалностите, наложени от четвъртата версия на уеб пространството. Подробно са разгледани характеристиките, взаимодействието и движението на тримата главни

участници в процеса, а именно медии, лидери на мнение и аудитория. Особено внимание е отделено на лидерите на мнение с разработената типология на инфлуенсърите с обseg на действие съответно: извън социалните мрежи и Интернет; в традиционните медии; в социалните мрежи; както и едновременно в социалните мрежи и в медиите. За целите на изследването те са разделени в 4 категории и подкатегории, условно наречени автентични (традиционни и модерни); елитни (традиционни и модерни); родени в уеб (авторитети и зевзеци) и едnodневки.

Във втората глава **„Трансформации на лидерите на мнение – от модерни авторитети, през зевзеци, до едnodневки”** са изследвани стотици профили на знакови фигури в социалните мрежи в България (най-вече Фейсбук) за период от 12 години (2007-2019) и е извършена типологизация на тези от тях с най-силно влияние върху дневния ред на обществото. С помощта на контент-анализ на публикациите са селектирани 41 инфлуенсъри, разпределени в 6 категории – политици, журналисти, телевизионни лица, блогъри/активисти, експерти и арт елит, на които е направен аналитичен преглед – първата емпирична проверка на валидността на хипотезата.

В глава трета **„Новите роли на аудиторията и възходът на популизма, „апокрифните“ медии и фалшивите новини”** се анализира промяната на нагласите и ролите на публиката, породени от особеностите на социалните мрежи и се изследва разцъфтяването на фалшивите новини и феноменът на т.нар. „апокрифни“ медии. Всичко това е разгледано през призмата на примери от медийната практика, включващи Тръмп, Карбовски и няколко фалшификации, станали вирусни във Фейсбук.

В Глава четвърта **„Как използвате социалните мрежи – думата имат публиката и журналистите”** са направени две емпирични проучвания на базата на анкети – едното е адресирано към аудиторията и е с 333-ма респонденти медийни потребители, другото е сред 48 редактори от различни български медии – телевизия, радио, вестници и списания, информационни сайтове и информационни агенции. По същество това е втората емпирична проверка на валидността на хипотезата, изводите от която са, че медиите не са адаптирали редакционната си политика спрямо изискванията на Web 4.0 и затова не се възползват ефективно от инструментите на социалните мрежи, както и че все още залагат предимно на развлекателния момент в борбата за рейтинг.

II. Информационно осигуряване. Библиография

Библиографията включва 214 научни източници – на български, английски и руски език, 105 от които ползвана и 109 цитирана литература. За целите на контент-анализа са използвани 327 поста във „Фейсбук“.

III. Актуалност и значимост на разработвания проблем

Съвременната медийна реалност изисква не само нов поглед върху класическата парадигма (впрочем, неведнъж надградена при поява на поредна медия), но и преоценка на ролята на участниците в комуникационния процес. В дисертационния труд на Лора Симеонова обаче за първи път се поставя фокус върху промяната на модела за многостепенния поток на комуникация в дигиталната среда на уеб 4.0 – средата на мобилното взаимодействие и социалните мрежи. Именно в това е актуалността на темата и един от главните приноси на представеното изследване – разработеният авторски метаморфичен модел, който ревизира досегашните взаимоотношения между основните „актьори“ – медии, лидери на мнение и аудитория – и очертава новите им роли в светлината на динамично изменящата се онлайн среда.

IV. Аналитична характеристика на съдържанието. Цел, обект, предмет, задачи и методология на изследването

Цел на дисертационен труд на Лора Симеонова е да се проследи как са се трансформирали ролите на тримата основни играчи в модела на многостепенният поток на комуникацията – медиите, лидерите на мнение и аудиторията – в контекста на социалните мрежи. Този модел е технологично обусловен и въпреки че еволюира вече повече от седемдесет години, социалните дигитални платформи разширяват потенциала на лидерите на мнение и с това увеличават възможностите както на журналистите, така и на аудиторията.

Обект на изследването са участниците в многостепенния модел на комуникация – аудитория, лидери на мнение и журналисти. В средата на социалните мрежи те не само променят начините за боравене с информация, но влизат в ролите и на другите участници, и изпълняват роли, непознати досега за традиционните медии.

Хипотезата на дисертационния труд предполага, че в траекторията на социалните мрежи ролите на участниците в многостепенния поток на комуникация непрестанно се сменят – лидерите на мнение стават все по-влиятелни, аудиторията по-активна, а „властта“ на медиите отслабва. Тя е потвърдена от аналитично представените примери във втора глава, от контент-анализа на публикации на водещи български инфлуенсъри,

както и от статистическите резултати от проведените две анкетни проучвания с аудитория и редактори на всички видове български медии.

Изводите следват логично от четирите глави (теоретично-емпирични) и са обобщение на интересни резултати, с голяма теоретична и практическа полза за комуникационни изследователи, журналисти, социолози и политолози, лидерите на мнение, преподаватели и студенти по медийни науки и др.

Дисертационният труд е написан на много висок стил, публицистичният на места изказ не намалява научната му стойност, а прибавя колорит, характерен за журналистическото перо на Лора Симеонова. Наблюденията и анализите са изключително прецизни и задълбочени, личи голяма компетентност в областта на медиите, в т.ч. функционалностите на традиционните и новите платформи. Използваният инструментариум включва проучване и систематизиране на научни източници по темата, критичен и контент-анализ на медийно съдържание, типологизация на лидерите на мнение в българските социални мрежи и емпирично онлайн анкетно изследване на начина им на употреба с респонденти потребители и редактори във всички видове медии. Дисертацията е със значителна теоретико-практическа стойност и би могла да е от полза за всички „играчи“ на медийния терен – както за обратна връзка и „сверяване на часовниците“, така и за изготвяне на стратегии за по-пълноценно използване възможностите на уеб средата.

V. Основни научни и приложни приноси в дисертационния труд

Дисертационният труд на Лора Симеонова има няколко несъмнени приноса. Проследяването и анализът на еволюцията на моделите на многостепенния поток на комуникация, довели до представяне на авторски метаморфичен вариант, илюстриращ поведението и взаимодействието на участниците в него в контекста на социалните мрежи и Уеб 4.0, е основният в теоретичен план. Също така е предложена оригинална типология на инфлуенсърите (разпределени в 4 категории и подкатегории), действащи в различните конфигурации, съставени от офлайн и онлайн пространствата. Потенциалът на платформите да променят мнението на потребителите е изведен като числово изражение в резултат от емпирично изследване на навиците, нагласите и очакванията на аудиторията. Всички те имат теоретико-практическо приложение и са добра база за развиване на научното знание в областта на комуникационните науки, както и за изясняването на съвременните фактори и инструменти за влияние върху дневния медиен и обществен ред.

VI. Оценка на автореферата

Авторефератът е с обем от 51 страници (формат А4) и съдържа всички основни части от дисертационния труд – методология, научен апарат, ограничения, кратко описание на всяка глава, изводи, заключение и приноси. В него е представено коректно съдържанието на дисертацията, в т.ч. целите, задачите, хипотезата и резултатите от двете проведени анкетни изследвания.

VI. Публикации по темата

Лора Симеонова е представила по темата на дисертацията общо 7 публикации (2 в печатни и 5 в онлайн научни издания), както и 3 доклада на национални и международни конференции, което напълно съответства на изискванията за придобиване на докторска степен.

VIII. Заключение

Дисертационният труд е актуален, написан е на висок стил, личи голяма медийна компетентност. Респектиращ е задълбоченият теоретичен анализ на трансформацията на модела за многостепенния поток на комуникация и най-вече разработеният авторски модел на промененото взаимодействие и роли на участниците в него в контекста на мобилния уеб и социалните мрежи. Хипотезата е проверена с помощта на няколко различни емпирични метода, в т.ч. аналитично представяне на случаи от обществено-политическия живот, контент-анализ на публикации на видни български инфлуенсъри и анкетно проучване на нагласите и очакванията на аудиторията, както и на практиките на журналистите.

Казаното по-горе ми дава повече от необходимите основания убедено да препоръчам на уважаемото научно жури да присъди на **Лора Симеонова Симеонова** образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5 – Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Онлайн журналистика) за дисертационния ѝ труд **"Промяна на модела за многостепенния поток на комуникация: типологизация и специфики на механизмите за влияние на социалните мрежи върху дневния ред на медиите и обществените процеси"**.

7 август 2019

проф. д-р Грета Дерменджиева