



СТАНОВИЩЕ¹

на представените трудове за участие в конкурс за академичната длъжност ДОЦЕНТ по професионално направление 2.3. Философия (Реторика), обявен от СУ „Св. Климент Охридски“ в ДВ, бр. 103 от 10.12.2021 г.

Рецензент: проф. д.н. Андреана Ефтимова

Кандидат: гл. ас. д-р Донка Генчева Петрова

Кандидатът в конкурса гл. ас. д-р Донка Петрова представя изискуемата документация, сред която са научните ѝ публикации в конкурса и информацията за изследователските и социално ангажираните проекти, за преподавателската ѝ дейност, цитиранията на нейни разработки, дипломите за образователните и научните ѝ степени и пр. От всичко предоставено може да се установи, че д-р Петрова изпълнява изискванията на ЗРАС за заемане на академичната длъжност, за която е обявен конкурсът.

I. Оценка на научните и на практическите резултати и приноси на представената за участие в конкурса научно-образователна продукция

Монографията „Аудиторията – анализ и реторическо въздействие“ поставя един добре познат, но в същото време недостатъчно проучен в постоянната си динамика обект. При прегледа на теоретичните постановки се отбелязва развитието на схващанията за аудиторията съобразно технологичното опосредстване на общуването. Акцент се поставя върху въображаемата аудитория, която присъства в текста като представа за потенциалните реципиенти („новата реторика“ на Перелман и Олбрехтс-Титека), върху активната аудитория, която сама създава съдържание и понякога действа като социално движение, върху ситуативността като определяща подхода към аудиториите (ситуационната реторика на Лойд Битцер). Медийната аудитория е разгледана според характеристики като многобройност, хетерогенност, разпръснатост, анонимност, липса/наличие на социална организация, непостоянен състав, пасивност/активност, консуматорство, селективност, утилитаристичност, податливост на влияние, интерактивност (Маккуейл, Блумър, Адорно, Тофлър, Сколари, Гомес и др.).

Прегледът на изследователските традиции и теории върху аудиторията продължава и във втората глава. Проследени са променящите се възгледи за аудиториите, които припомнят теории като тази за „магическия куршум“, разглеждаща аудиторията като цел, която безкритично се поддава на медийно влияние. Господството на тази перспектива се разклаща от идеята за аудиторията като активна цялост, която настъпва през 60-те. Тази идея се поддържа в постановките на Леон Фестингер за когнитивния дисонанс, на Елиху Катц и Пол Лазарсфелд за двустъпковия модел, на Стюарт Хол за кодирането и декодирането, на Дейвид Морли и др. Коментира се изместването на фокуса през 70-те върху специфични аудитории и погледа към тях през конкретни парадигми – феминизъм, марксизъм, структурализъм. Уместно се

¹ Забележка: Препоръчителен обем на становището – 2-3 стандартни страници.



добавя и дискусиата върху теориите за създаването на дневен ред, култивационната теория и спиралата на мълчанието. За систематизиране на изследователските традиции в изучаването на аудиторията се използва много на място типологията на Клаус Йенсен и Карл Розенгрин.

Третата глава предлага описание на модели за анализ на адресирана аудитория – ситуационен, психологически, мултикултурен, съкратен. Разглеждат се нивото на интерес към темата, предварителната подготовка по нея, демографските характеристики на аудиторията като част от ситуационния анализ; нагласите, вярванията, ценностите като част от психологическия анализ; начините на комуникация, начините на мислене, степента на контекстуалност и димензиите на културите като част от мултикултурния анализ. Предложените модели са добре познати в българската академична среда и представянето им е много подходящо за учебник или учебно помагало. Такава според мен е и функцията на четвъртата глава, в която се представят методите за събиране на информация за аудиторията (количествени и качествени). Познаването им е съществена част от обучението на студентите – бъдещи специалисти по социални и информационни науки.

Адаптацията към аудиторията е разгледана през класически реторически класификации и през модерни автори като Кристофър Тиндейл, Стивън Лукас и др. Акцентът върху идентификацията с когнитивните процеси, мотивация и психография на аудиторията преминава през класически автори като Маслоу и Липман, но прегледът е обогатен с нови надграждащи концепции. Особено интересни за мен бяха частите за диалогичността на публичната реч и за ролята на невербалните компоненти в мониторирането на реакциите на аудиторията. Очакването, че в частите за адаптиране към аудиторията в бизнес среда и онлайн ще се представи собствено изследване или по-практически аспекти, не се оправда. В текста са реализирани дескриптивни и прескриптивни стратегии, които полагат проблемите в един генерализиращ наратив. Интерпретацията на стереотипите също се разглежда през постановките на различни изследователи. В края на главата са предложени примери за емблематични речи на публични говорители. Ако в тяхната координатна система бяха положени и български образци, щеше да се обогати изследователската и приносната стойност на изложението.

В следващите три глави се следва реторическия триъгълник на Аристотел, за да се обяснят факторите за успешно въздействие върху аудиторията.

С оглед на съвременните комуникационни предизвикателства, каквито са фалшивите новини, дезинформацията, пропагандата, от огромно значение в деветата глава е частта за избягването на манипулацията чрез идентифицирането на грешки в аргументацията, а в последната глава в частта „Медии и убеждаване“ са поставени важните въпроси за ефектите на медиите, формирането на общественото мнение, моделите за масово убеждаване, пропагандата, внушенията, паниката.

Намирам, че основният принос на монографията е в образователния ѝ потенциал. Д-р Петрова изключително коректно и добросъвестно представя богат набор от класически и съвременни теории, създадени в рамките на различни научни парадигми, но обединени от общия обект на проучването – аудиторията. Неин принос е систематизираното осмисляне на огромен обем теоретични постановки и поднасянето им в структуриран вид на читателя.

Отбелязвайки нагласата на авторката да селектира и представя теоретични конструкции с емблематични примери, бих уточнила, че в статиите, представени в конкурса (22 текста, публикувани в реномирани академични издания), пък са включени



емпирични наблюдения и анализи, които показват изследователския опит и нагласа на кандидата. Част от публикациите са посветени на проблеми, които се третират в монографията, а друга част – на общуването с хора в състояние на криза.

От цитиранията на научните разработки на авторката личи, че е разпознаваема сред специалистите в областта на реториката, психологията, философията, образованието.

II. Бележки и препоръки

Бележките, които споделям, са свързани по-скоро с формални характеристики на книгата и не намаляват стойността на предложената за оценка научна продукция на кандидата.

В монографията е избрана структура, която разколебава монографичния жанр. След всяка глава е представено библиографско описание, което създава усещането, че текстът е сборник от статии и студии, а не единно монографично изследване. Усещането се засилва и от функционалната тавтологичност на главите, които представят теоретични изследвания върху аудиторията и емблематични примери от чужди комуникативни практики. Определено смятам, че книгата може да изпълни ролята и на учебник, в който е демонстрирано многообразие от теоретични постановки и класификации, необходими в учебния процес.

Към много от главите в книгата са обсъдени примери от световната политическа и културна сцена, но невинаги става ясно как тези примери илюстрират теоретичните постановки.

III. Заключение

В заключение въз основа на научната, учебно-преподавателската и академичната дейност на д-р Донка Петрова - единствен кандидат в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 2.3. Философия (Реторика), обявен в ДВ, бр. 103/ 10.12.2021 г., предлагам да бъде избрана за „доцент“. Ще гласувам положително за избирането ѝ на тази академична длъжност.

Дата: 16.03.2022

Член на журито: