

СТАНОВИЩЕ

за докторската дисертация 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*" на Лора Симеонова Симеонова за присъждане на образователната и научна степен „доктор”, СУ"Св.Климент Охридски" ФЖМК, катедра "*Печат и книгоиздаване*"

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

Научен ръководител: проф. д-р Грета Дерменджиева

Автор на становището: проф. д-р Маргарита Пешева, преподавател в Унибит.

Основание: член на научно жури, съгласно Заповед № РД38-334/04.07.2019г. и Решение на НС при ФЖМК от 27.06.2019г., протокол №9.

1. Актуалност на избраната тема за дисертация

Дисертационният труд прави задълбочен анализ на нагласите на аудиторията, типологизира старите и новите *лидери на мнението*, изследва дигиталните медийни практики в работата на журналистите. Голямата бързина, с която социалните мрежи променят медийната среда, изисква постоянно актуализиране на съвременните парадигми за информационно общуване и влияние върху аудиторията. Извършеният теоретичен и практически анализ на ролята и функциите на социалните мрежи и тяхното влияние върху моделите на комуникация, определят актуалността на дисертационния труд, който напълно отговаря на съвременните тенденции в областта на дигиталната комуникация. Докторантката Лора Симеонова показва отлично познаване на този много важен проблем в научната литература, тя има сериозни познания за влиянието на дигиталните медии и практики върху развитието на съвременната журналистика.

Дисертационният труд е написан с много висока професионална компетентност, публицистична страст и поетичен език, в него полемично се представят различни научни концепции, цитират се многобройни източници, анализират се идеи и научни хипотези на утвърдени медийни изследователи, което показва сериозните професионални познания и задълбоченост на докторантката и постигнатото научно качество в този дисертационен труд.

2. Структура и съдържание на дисертацията

Дисертационният труд се състои от **Увод, четири глави, заключение, приложения и библиография**. Той е в обем от **344 страници** заедно с библиография и приложения , в това число **66 фигури и 2 таблици**. Библиографията съдържа **214 български и чуждоезикови източници**- на български, английски и руски език. Като обем, структура, научни методи, изводи и обобщения, дисертационният труд напълно отговаря на научните изисквания, които се предявяват към една докторска дисертация. Докторантката Лора Симеонова Симеонова представя оригинално и много интересно научно изследване, което впечатлява с извършения теоретичен анализ, в това число и разглеждането на **300 публикации** в социалните мрежи, които имат доказателствена стойност.

Дисертационният труд много добре съчетава теоретичния анализ и емпиричните изследователски методи. Лора Симеонова за целта прилага **интегрална методология**, която включва *контент-анализ на медийното съдържание; наблюдение и типология на лидерите на мнение, включени в изследването; първа онлайн анкета за начина на употреба на социалните мрежи от аудиторията; втора онлайн анкета за начина на употреба на социалните мрежи от журналисти в различни видове медии; класификация на най-влиятелните лидери на мнение във Фейсбук*. Отличното съчетаване на теоретични и практико-приложни методи многократно усилва доказателствената част на дисертационния труд, придава необходимата професионална тежест на направените научни изводи и обобщения.

Първа глава представя *Еволюцията на модела за многостепенния поток на информацията*. Докторантката разглежда заместването на стария модел в журналистиката на *кучета-пазачи* - с новия модел на *кучета-водачи*, характерен за новата онлайн журналистика и активното участие на гражданите в нейното създаване и разпространение. Лора Симеонова анализира спецификите на *новите/стари лидери на мнението* и голямата промяна в тяхната дейност и публичен образ. А също и метаморфозите на съвременната аудитория, която отдавна се е разделила с пасивната си роля на потребител на информация. Днес медиите и тяхната аудитория по равно са създатели и потребители на информация, което прави медийният свят по-цялостен. Старият комуникационен модел-на относително точно позициониране на *медии, лидери на мнение и аудитория* вече е в историята.

Втора глава представя *Трансформацията на лидерите на мнение-от модерни авторитети, през интернет икони, до едnodневки*. Тази глава прави типологизация на влиятелните гласове в българския Фейсбук и същинската революция на новия *Фейсбук елит*, в който се чуват стари авторитети с нов глас (например Кеворк Кеворкян) и нови авторитети,

които стават *лидери на мнението* в днешното Фейсбук-общество (например Мартин Карбовски).

Трета глава представя *Новите роли на аудиторията и възходът на популизма, "апокрифните" медии и фалшивите новини*. Докторантката разглежда голямата промяна на аудиторията на дигиталните медии, силното нарастване на популизма в мрежата, създаването на множество *"апокрифни"* медии и *"тайни"* гласове в нея, нашествието на *фалшивите новини*, и засилващата се необходимост от тяхното филтриране, което осигурява по-голяма чистота в днешната онлайн медийна среда.

Четвърта глава обобщава получените резултати от емпиричните изследвания за това *Как се използват социалните мрежи-думата имат публиката и журналистите*. Докторанката е провела две анкети-първата е с **333 потребители** на информация, която разглежда **8 основни въпроси**. Втората е с **48 български редактори** от традиционни и онлайн медии. Получената информация от двете анкети е систематизирана и обобщена, и тя показва интересни тенденции в развитието на мрежовото общество и съвременните онлайн практики у нас.

Авторефератът на дисертацията цялостно и прецизно представя извършеното научно изследване. Той съдържа всички необходими научни реквизити- **резюме** на дисертационния труд, **обект и предмет** на научното изследване, **основни научни цели, хипотези и научни задачи**, използвана **методология**, получени **научни резултати**, **ограничения** на изследването и **научни приноси**.

3. Научни приноси

Дисертацията е оригинално и много ценно научно изследване, което съдържа няколко основни научни приноси:

Първият принос е извършения научен анализ на **новия модел на многостепенен поток на информация** в контекста на социалните мрежи, при който *аудиторията, инфлуенсърите и медиите* сменят своите роли в ерата на Web 4.0. Дисертационният труд с убедителни доказателства показва, че масовата и междуличностната комуникация вече не са същите-социалните мрежи дават трибуна на всеки да създава и разпространява информация. Тук комуникацията между *лидерите на мнение* и обикновените потребители е директна, тя се извършва без посредничеството на традиционните медии. В новата медийна среда, създавана от смартфоните, огромна част от междуличностната комуникация се развива в *чата*, ето защо новите лидери на мнението се налагат основно чрез социални мрежи като Фейсбук. Нито една медия вече няма изключителни права върху създаването на новини и формирането на обществено мнение. Това води до появата на съвсем нови *медийни екосистеми*, своеобразни *"медийни манифактури"*- евтими

аматорски *апокрифни сайтове*, пълни с фалшиви новини, съвременни "онлайн империи", които често залагат на радикалната полемика и речта на омразата, нови "кибер партизани", които прагматично осребряват "дигиталният шум" в социалните мрежи чрез подходящи реклами. Такъв цялостен и задълбочен научен анализ на дигиталните медии, *лидерите на мнението* в социалните мрежи и новия интегрален модел на дигитална комуникация се прави за пръв път в българското медиазнание. Този научен анализ на основните играчи в новия дигитален модел на комуникация е сериозен научен принос.

Вторият принос е създадената **типология на лидерите на мнението**- в днешната офлайн и онлайн среда, която ги систематизира в **4 основни категории**. *Лидерите на мнението/инфлуенсърите* през цялото денонощие изпращат своите послания в **четири основни медийни сектора- офлайн и извън социалните мрежи; вътре в социалните мрежи; в медиите и социалните мрежи** едновременно, и **само в традиционните медии**. Дисертационният труд типологизира различните видове инфлуенсър: **модерни/ автентични инфлуенсър**, които разпространяват информация и влияние едновременно офлайн и онлайн- чрез социалните мрежи, които многократно усилват обществената им тежест и улесняват тяхната дейност; **елитни инфлуенсър**, които се представят чрез социалните мрежи, допускат целият елит (политически, арт, икономически, журналистически) да влезе в **пряка хоризонтална онлайн комуникация** с аудиторията; **родени в уеб инфлуенсър**, които имат натрупан социален капитал в онлайн пространството и стават фактор в традиционните медии и обществения живот. Те са носители на социалната промяна, често оглавяват различни граждански инициативи, а част от тях развиват и свои успешни бизнесмодел в мрежата; **инфлуенсър- еднокдневки**, които създават социално значимо съобщение, което заразява гражданите на мрежата и принуждава "*пазачите на информационния вход*" да им предоставят трибуна. Но поставянето на проблема в обществения фокус, неговото разглеждане от медиите и институциите, неизбежно води до угасване на "звездата" на този вид инфлуенсър. Извършеният научен анализ има висока теоретична и практическа полезност за всички потребители на социалните мрежи, както и за журналисти от традиционните и онлайн медиите, които всекидневно работят със съдържанието, което инфлуенсърите създават и разпространяват в мрежата. Създадената **типология** на основните видове инфлуенсър в дисертационния труд е важен научен принос.

Третият принос са проведените две анкети в дисертационния труд, от чиито резултати ще има голяма голяма практическа полза. **Първата анкета** съдържа **8 въпроса** и е проведена с **333 потребители** на социалните мрежи. Анкетата показва, че социалните мрежи са най-

предпочитания източник на информация, а респондентите, в голямата си част, всекидневно четат новини в социалните мрежи и следват *елитни и родени в уеб пространството лидери на мнението*. Според тази анкета, първите **пет личности**, които най-много се следят в социалните мрежи са: *Мартин Карбовски, Иво Сироманов, Любен Дилов- син, Бойко Борисов и Слави Трифонов*. **Втората анкета** е проведена с **48 журналисти** от различни медии- традиционни и онлайн. Основните изводи са: журналистите най-често използват социалните мрежи като *читатели*, а не като *продуценти*; мениджърите в медиите (поне засега) не съобразяват редакционната си политика с новите изисквания на Web 4.0; Медиите като цяло не успяват да наложат аналитичният дискурс над развлекателния, което неизбежно влошава медийната среда. Дисертационният труд, чрез резултатите от тези две анкети, прави някои ценни изводи и обобщения, които имат практическа полза за осмислянето на специфичните механизми за влияние на социалните мрежи върху дневния ред на медиите и обществото, което е важен научен принос.

4. Публикации по темата на дисертацията.

Докторантката Лора Симеонова е представила **7 научни публикации** в авторитетни научни списания, и още **3 доклада**, изнесени на български научни форуми и международни конференции, които напълно отговарят на необходимите законови изисквания.

5. Препоръки и въпроси към докторанта

Дисертацията е професионално аргументирано и оригинално научно изследване, което ще бъде много полезно за медийни изследователи, журналисти в областта на дигиталните технологии и интернет, специалисти по връзки с обществеността, експерти по научни иновации, просветени читатели. Ето защо препоръчвам това много интересно изследване със свой научен принос, да бъде публикувано, след известна редакция.

Имам следните въпроси към докторантката Лора Симеонова:

1. Как, според Вас, ще се развие многостепенният поток на комуникация в следващите десет години? Ще има ли промяна в рейтинга на основните социални мрежи и на *техните лидери на мнението*?

2. Какви ще бъдат последиците, ако изкуственият интелект, след десет години, "*превземе*" журналистиката и популярните социални мрежи *Фейсбук, Туитър и Истаграм*, и успее да наложи нови "*робо-лидери на мнението*", които аудиторията харесва и следва ?

6. Заключение

Представената докторска дисертация е оригинално и иновативно научно изследване, което впечатлява с постигнатите изследователски резултати. Докторантката Лора Симеонова показва задълбочени познания в областта на онлайн журналистиката, социалните мрежи и тяхното влияние върху обществото чрез новите *лидери на мнението*. Дисертационният труд има научна тежест чрез проведените две анкети и получените емпирични резултати, които му придават сериозна научна аргументация.

Всичко това ми дава нужните основания **напълно убедено** да препоръчам на уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Лора Симеонова Симеонова за нейната дисертация 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"*, професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика–Онлайн журналистика) .

София, 15 август 2019г.

Подпис:
проф. д-р Маргарита Пешева