

РЕЦЕНЗИЯ

за дисертация на тема

Крах на сериозността.

Конструиране на политически имидж чрез лайфстайл пресата

автор: Рая Стоянова Цветкова

редовен докторант в катедра „Печат и книгоиздаване“

ФЖМК на СУ „Св. Климент Охридски“

за присъждане на образователната и научна степен „доктор“

Професионално направление 3.5.

Обществени комуникации и информационни науки

Научен ръководител: доц. Георги Лозанов

1. Формални характеристики на дисертационния труд

Дисертацията се състои от увод, пет глави, заключение и приложение. Тя е в общ обем от 269 страници. Библиографията обхваща 10 страници, представящи 185 заглавия на кирилица, 73 на латиница, както и 11 други цитирани източници (изследователски доклади, резолюции, кодекси). Представени са четири основни научни приноса. Приложен е списък на четири реализирани публикации, свързани с темата на дисертационния труд. Текстът съдържа приложение от една страница с имената на 35 участника в проведена за целите на изследването анкета. Авторефератът е представен отделно в 31 страници и отразява добре структурата на работата, като заедно с това откроява приносните моменти, новостта на изследването и сферите на възможната му практическа приложимост.

Като представен обем, структурираност и обща организация на текста, като изпълнение на поставените научни цели, както и с качеството на изготвения справочен материал, работата изцяло отговаря на изискванията на Закона за научните степени и звания.

2. Актуалност и значимост на темата за дисертацията

Авторката навлиза в сравнително малко изследваната у нас област на конструиране на политически имидж със средствата на лайфстайл пресата. Самият избор на темата е находка, доколкото днес е налице търсене на нови и по-нетрадиционни канали за политически маркетинг и за „освежаване“ на образите на ключови политически играчи. Тези по-нетрадиционни канали, част от които са лайфстайл изданията, създават условия политиката все по-често да използва комуникативни стратегии, характерни за развлекателната индустрия. В резултат на това конструирането на политическите имиджи започва да следва механизми, характерни преди всичко за медийното изграждане на образите на звездите от шоубизнеса или в спорта. Този пазарно ориентиран подход води до процеси на персонализиране на политическото, до превес на емоционалните наративни кодове над аргументите, до изместване на фокуса на интереса от партиите към личностите и т.н. През последните години подобни развития все по-интензивно засягат политическите и медийни практики в България и изследването им в дълбочина е изключително навременно.

Особено ценно е, че дисертацията въвежда в обхвата си две много популярни през последната година понятия: „фалшиви новини“ и „постистина“. Проследяват се развитията и ефектите, свързани с навлизането им в изследвания сегмент на лайфстайл пресата, но и по-широкото им влияние върху цялостната медийна среда. Анализът откроява

промени като засилване на предпочитанията към експресивността, атрактивността, стила, за сметка на фактологичността и аналитичността. Специално внимание е отделено на ключовите ефекти от тези развития: „крахът на сериозността“ в медиите и „размиването на границите между популярната култура и политическата култура“ (с. 253).

3. Преглед на съдържанието на дисертацията

Първа глава е историко-теоретична и е посветена на общ преглед на културните и социални промени през 20-ти и 21-ви век, създали предпоставки за „краха на сериозността“. Последователно са проследени ключови теоретични дебати, свързани с масовата култура, постмодернизма, консумеризма и глобализацията, за да се изведе от тях собственото централно за текста на докторантката понятие „крах на сериозността“, характеризиращо се преди всичко с „фрагментарност, неопределеност, отсъствие на дълбочина“, с „подмяна и осмиване на изконните ценности, които са подреждали света в цялост и са го йерархизирали“ (с. 54).

Втора глава е посветена на анализ на постистината и фалшивите новини, разгледани като следствие от краха на сериозността и като участващи в изграждането на политически имиджи от нов тип. Може да се каже, че тук Рая Цветкова има важен личен принос, защото е сред първите изследователи в България, които навлизат в тази нова тема в дълбочина. Представен е генезисът на дебата около двете централни за текста понятия. Заслуга на авторката е, че са проследени както теоретичните, така и политическите проблеми, свързани с постистината и фалшивите новини. Аргументирано е направен изводът, че „постистината и фалшивите новини са симптом – на загуба на доверие в ключовите обществени системи: политическата класа и класическите медии“ (с. 94). Заедно с това

специално внимание е обърнато на начина, по който ефектите от действието на тези нови феномени се усилват в интернет и по-специално в социалните мрежи.

В трета глава Рая Цветкова разширява перспективата и се заема с ключови проблеми на политическата комуникация, политическия маркетинг, изграждането на политически имидж и на брандинга в медиите.

Представени са различни теоретични подходи към тези проблеми, както и някои приложни техники, имащи отношение към подобни аспекти на комуникацията в медиите. В контекста на имиджа по-специално са открити моменти, свързани с използването на стереотипи, предразсъдъци и митове, които са обобщени от докторантката като прояви на колективното несъзнавано. Именно то може да бъде използвано като „силно оръжие в битката за политическа популярност“ (с. 142), като употребата на различни архетипни категории има потенциала да измества рационалното убеждаване и така на свой ред насърчава краха на сериозността.

Четвърта глава проследява трансформациите в изграждането на политическия имидж в контекста на медиатизацията, таблоидизацията, инфотеймънта, хибридизацията на сериозно и булевардно съдържание и други подобни феномени. Тук е предложен и обобщаващ анализ на българската медийна среда от последните години, за да се илюстрира степента на проникване в нея на тези важни тенденции. В крайна сметка, констатира Рая Цветкова, медиите постепенно се променят и абдикират от „ролята си на куче-пазач“ (с. 193).

Пета глава е посветена на анализ на резултатите от качествено изследване на изграждането на политически имидж в лайфстайл пресата. То е осъществено с помощта на анкета, реализирана сред 35 експерти и

практици в областта на политическия публичен релеф. Експертите са подбрани на базата на дългогодишния им опит в полето на изглаждане на политически комуникационни стратегии, както и на ангажираността им с връзки с обществеността на различни фигури във властта. Анкетата съдържа девет въпроса. Отговорите са представени в обобщен вид в тази част от текста. По отношение на възможностите за изграждане на политически имиджи в лайфстайл пресата, отговорите обхващат широк периметър от мнения: от твърдението, че чрез представяне на начина на живот на дадена политическа фигура публиката може да я опознае по-добре, до това, че са налице и сериозни рискове, като например опасното „олекотяване“ на имиджа на политика. В тази част на работата е натрупана много интересна информация, която би могла да бъде използвана и за целите на по-нататъшни изследвания.

4. Научни приноси

Дисертацията на Рая Цветкова съдържа няколко основни научни приноса. Първият е свързан с разгръщане на солидна методология за изследване на краха на сериозността в медийното представяне на политическите фигури и по-специално на конструирането на техните имиджи в полето на лайфстайл пресата. За тази цел докторантката използва мултидисциплинарен подход, като свързва в обща картина постижения в области като медийни и комуникационни изследвания, политология, социология, философия, психология, маркетинг, реклама, връзки с обществеността и др. Вторият – и особено значим – принос е свързан с анализ на двете централни за текста понятия: постистина и фалшиви новини. Проследен е специфичният им принос за краха на сериозността в медиите. Третият от важните приносни моменти произтича от изследването на резултатите от анкета, реализирана сред практики в

политическите връзки с обществеността. Анкетата сама по себе си има важно значение, доколкото е първата от този вид в България.

5. Реализирани публикации по темата на дисертацията и участия в конференции

Рая Цветкова прилага списък с четири публикации, свързани тематично с дисертацията. Три от тях са реализирани в научни сборници, включващи доклади от две летни школи и от една конференция, и публикувани от престижни издателства: на НБУ, на УНСС и съвместно на НБУ и ЮЗУ „Неофит Рилски“. Четвъртата публикация е реализирана в електронния бюлетин на Института по публична администрация. Заедно с участията в конференциите, от които произлизат тези публикации, Рая Цветкова е посочила и свое участие с доклад в международната интердисциплинарна конференция „Идеята за Европа и нейните граници“ през 2014 г. Цветкова има участие и в научно-изследователски проект, реализиран в СУ.

6. Заключение

Представената дисертация се вписва в добре познатия контекст на изследвания на таблоидизацията, инфотеймънта, политеймънта и др., като разширява и обогатява този тематичен кръг с проблемите, свързани с фалшивите новини и с постистината. Открити са развития, в хода на които доминацията на развлекателното съдържание над сериозния и аналитичен медиен дискурс се засилва. Анализирани са процеси на „деконструкция на политическото говорене и подмяната му с лайфстайл елементи“ (с. 255). Текстът предлага добре аргументирана критика на консумативната масова култура и на медиатизацията на политическия живот, като коментира и обогатява ключови идеи, развити първоначално от автори като Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер, Едгар Морен, Жан Бодрийар, Бурдийо, Юрген Хабермас и др. В центъра на изследването е

собственият приносен анализ на Цветкова на „краха на сериозността“.

Феноменът се отличава и с това, че политическите имиджи все по-активно се продават като „стока“ на един свръхнаситен с информация пазар, характерен за целия спектър на консумативното общество. В резултат на тези развития публичното пространство се „свива“ и получава много от характеристиките на частната сфера. В същото време отличителни за лайфстайл изданията елементи все по-често проникват и в други, широко популярни видове медии като например всекидневната преса и телевизията. Така ефектите от краха на сериозността още повече се усилват в зоните на пресичане между култура, медии и политика.

В своята цялост изследването е самостоятелно и оригинално.

Демонстрирана е широка теоретична култура и отлично познаване на ключовите източници. Емпиричната част от анализа на свой ред е проведена професионално и с добро познаване на качествените методи.

Имайки предвид всички качества на предложения дисертационен труд, имам удоволствието да препоръчам на уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Рая Цветкова.

София, 26 март 2017 г.

доц. д-р Орлин Спасов
ФЖМК, СУ