

## СТАНОВИЩЕ

От: проф. д-р Чавдар Асенов Христов, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация; научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“.

Относно: дисертационен труд за присъждане на научната и образователна степен „доктор“ по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ (Журналистика – Убеждаваща комуникация) във ФЖМК на СУ "Св. Климент Охридски" .

Автор на дисертационния труд: Бояна Валентинова Колева, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация

Тема на дисертационния труд: *Управление на масовите възприятия, идеологически вярвания и ценности чрез социалните мрежи 2010-2018 г.*

**Основание** за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № РД 38-13 от 10.01.2020 г. на Ректора на СУ "Св. Кл. Охридски".

### **1. Информация за дисертанта**

Бояна Валентинова Колева е завършила бакалавърска степен по „Връзки с обществеността“ (2013) и магистърска степен по „Реклама и публична комуникация“ (2015) във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Кл. Охридски“. Зачислена е за редовен докторант през 2016 г. и е отчислена с право на защита през 2019 г.

Докторант Бояна Колева е работила като главен специалист в Отдел „Протокол и връзки с обществеността“ в КОНПИ, като Директор на „Стратегическа комуникация“ в АПРА, а по настоящем работи като главен експерт в „Корпоративни комуникации“ на ОББ.

Като неин преподавател и научен ръководител имам много добри впечатления, които са формирани върху основата на положения от нея самостоятелен изследователски

труд и стремеж към научни знания и тяхното осмисляне във връзка с професионалната ѝ реализация.

## **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Предоставеният дисертационен труд е структуриран в три глави, увод, заключение, библиографска справка и приложения в общ обем 266 с., от които 232 с. е основният текст. Библиографската справка съдържа 209 източника, от които 181 на латиница и 28 на кирилица.

Избраната тема е *актуална* поради обстоятелството, че технологичната революция в областта на комуникацията превърна социалните мрежи във влиятелна платформа за убеждаваща комуникация и управление на масовите идеологически възприятия с акцент върху визуалното. Тяхното глобално използване, включително и от екстремистки групи, оказва сериозно влияние върху нагласите на масовата аудитория, променяйки или използвайки ги в определена ценностна и поведенческа посока.

Основната *научна цел*, която си поставя докторантът в изследването, е да изведе съществуващи модели за управление на масовите възприятия, идеологически вярвания и ценности чрез визуални въздействия в социалните мрежи за определен период. В тази връзка е и издигнатата *хипотеза* за подобни модели, но конкретизирани, на практиките на ИДИЛ и Арабска пролет, съобразно спецификите на Facebook и YouTube.

Формулираните *задачи*, съобразно с поставената научна цел, са насочени към изясняване на взаимовръзката между убеждаващата комуникация, особеностите на социалните мрежи и възможностите им за визуално въздействие, практиките на ИДИЛ и Арабска пролет в тази посока, както и извеждането върху тази основа на съвременни комуникационни конструкции за управление на масовите възприятия, идеологически вярвания и ценности чрез визуално съдържание в социалните мрежи.

*Обект* на изследването са масовите възприятия, идеологически вярвания и ценности, а *предмет* - визуалните похвати за управление на масовите възприятия, идеологически вярвания и ценности и техните специфични проявления в социалните мрежи, конкретизирани върху практиките на ИДИЛ и Арабска пролет.

Въведени са необходимите *ограничения* на изследването, като основните са: практиките на ИДИЛ и при Арабска пролет; социалните мрежи Facebook и YouTube; период 2010/2011-2014/2018 г.

*Методологичната рамка* включва интердисциплинарни подходи, при които е отчетена спецификата на двата случая. Към контент анализа на визуалните практики на ИДИЛ е използван основно моделът на Крипендорф, а към Арабска пролет – основно методът на изследване на конкретни казуси (case studies). За целите на моделирането е използван алгоритъм от последователни аналитични стъпки, изведен от автора.

В *първата глава* последователно са дефинирани работните термини, използвани в изследването, включително е формулирано разбирането за „управление на масовите нагласи, идеологически вярвания и ценности“. Върху основата на съвременни научни изследвания са анализирани възможностите на социалните мрежи за убеждаващо въздействие, свързано с екстремистки движения и граждански мобилизации, рефлектиращо на свой ред върху съответни общностни идентификации. В тази връзка са разгледани особеностите на визуалната комуникация и възможностите ѝ за влияние върху нагласите и поведението на големи групи хора.

Във *втората глава* анализът е съсредоточен върху масовите идеологически вярвания, в частост върху ислямизма и свързаните с него случаи – ИДИЛ и Арабска пролет. Акцентът е поставен освен върху религиозната доктрина и върху анализа на визуалната комуникация, свързана с тези случаи.

В случая с ИДИЛ прецизно са анализирани 1000 поста, споделящи картина, графичен елемент или видео за периода 2014-2017 г. в социалните мрежи Facebook и YouTube. На преден план като ключови елементи са изведени насилието (4042), братството между праведните мюсюлмани, врагът в лицето на „кръстоносците“, несправедливостта, защитата на исляма, живота в Ислямска държава. Изведени са специфики на визуалните послания на идеологическия разказ, предназначени за вътрешни и външни публики.

В случая с Арабска пролет основно са анализирани страниците във Facebook - „Kullena Khaled Said“ и „We Are All Khaled Said“ (2010-2011), където драматичното изграждане на историята за Халед Саид е насочено към оказване на влияние върху емоционалните нагласи на многобройни публики вътре и извън Египет. Акцентът на убеждаващото въздействие на разказа е поставен върху дихотомията мъченичество – несправедливост. По този начин апелите за несправедливост, насилие, потисничество и страх изграждат завладяващ емоционален разказ, който призовава за съпротива, надхвърляйки локалните граници.

При анализа и на двата случая са използвани и други източници на информация.

В *третата глава* анализът е насочен към систематизиране на изводите от предните две глави и извеждането на модели за управление на масовите възприятия, идеологически вярвания и ценности.

Изведеният модел на въздействие на Арабска пролет е в посока изявяване на взаимовръзката между социалните мрежи и трансформирането на протестни движения в революции. Механизмът му е описан чрез взаимодействието между съществуващ проблем, натрупано недоволство, възникнали протестни действия, отключващо събитие, двупосочно въздействие на идеологическите нагласи върху възможностите за промяна или не.

Извеждането на модели за управление на масовите нагласи при ИДИЛ, поради наличието на множество променливи е проблематично. Въпреки това са очертани два основни модела. Механизмът на първия от тях е насочен към национална идентификация, свързана със създаващата се Ислямска държава и до голяма степен повтаря модела на индокринация, известен като „антропологична революция“. Вторият от тях е насочен към убеждаващо въздействие върху външните и публични, който съдържа сложен механизъм от взаимодействащи си визуални послания за привличане на радикализирани адепти към екстремисткото движение, включително и чрез наличието на елементи, насаждащи масов страх от демонстрирано насилие.

Обобщавайки изведените конкретни модели, е структуриран общ модел за управление на масовите възприятия, идеологически вярвания и ценности. В основата му стои противоречието между „ние“ и „те“, което преплита два механизма на въздействие. Единият от тях посочва врага и виновника, а другият – пътят за взимане на решение и борба, които в съвкупност формират групова принадлежност и възможности за противопоставяне.

Ефективността на убеждаващото въздействие на изведените модели се съдържа в идеологическия разказ, изграден върху дихотомията „ние и другите“. Той е насочен към масовото конвенционално, шаблонизиращо мислене и поведение, където доминира стереотипната евристика и емоции. Този тип мислене разпознава света в черно и бяло, в добро и зло, поради което е изключително податлив на дирижирано управление. Именно тази му особеност е използвана успешно в практиките на ИДИЛ и Арабска пролет.

Извършеното изследване показва много добро познаване на проблема не само от теоретична, но и от приложна гледна точка, което се аргументира от изведените в неговия край модели.

### **3. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Изразявам съгласие с формулираните от дисертанта научни и научно - приложни приноси.

### **4. Оценка на публикациите по дисертацията**

Докторантът е представил *три авторски статии* по изследвания проблем. Те са следните: Колева, Бояна. Социалните мрежи и революциите – модел на взаимовръзка. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 25.12.2018. <https://www.newmedia21.eu/analizi/sotsialnite-mrezhi-i-revolyuutsiite-model-na-vzaimovrazka/>; Колева, Бояна. Техниките на ИДИЛ за управление на масовите възприятия. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 16.10.2019. <https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/tehnkite-na-idil-za-upravlenie-na-masovite-vazpriyatiya/>; Колева, Бояна. Модел на влияние на ИДИЛ, насочен към външна аудитория. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 07.11.2019. <https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/model-na-vliyanie-na-idil-nasochen-kam-vanshna-auditoriya/>.

Статиите отразяват постигнати научни резултати от изследваната проблематика, като част от тях са включени в дисертацията.

### **5. Оценка на автореферата**

Авторефератът отразява обективно и коректно съдържанието на дисертационния труд.

### **6. Заключение**

В заключение с увереност може да се твърди, че Бояна Валентинова Колева е прецизен изследовател, с много добри теоретични знания и аналитични умения. Получените резултати от изследването се отличават с научна коректност и с теоретико-приложна стойност.

Предвид изложените основания препоръчвам на уважаемото жури да присъди образователната и научна степен „доктор” на Бояна Валентинова Колева по научна

специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ (Журналистика – Убеждаваща комуникация).

15.03.2020 г.

Проф. д-р Чавдар Христов

София

Подпис: