

Становище

От: доц. д-р Стела Ангова, УНСС, катедра „Медии и обществени комуникации“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност в СУ 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Онлайн журналистика)

Автор на дисертационния труд: **Лора Симеонова Симеонова**

Научен ръководител: **проф. д-р Грета Дерменджиева**

Тема на дисертационния 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“**

Представеният за становище дисертационният труд е с общ обем 344 страници. Структуриран е в увод, четири глави, заключение, библиография и приложения. Посочените източници представляват 105 заглавия на научни публикации и 109 медийни публикации.

Темата е безспорно актуална, тъй като изследва начина, по който се трансформира модела за многостепенен поток на комуникация под влияние на социалните технологии. Научният фокус е поставен върху съвременната проекция на лидерите на мнение в социалните мрежи и възприятията на аудиторията относно влиятелните личности и техните послания.

Авторът показва отлично познаване на теорията на масовата комуникация. Това позволява да направи аналитичен времеви паралел и да проследи еволюцията на модела за многостепенен поток на комуникация. В текста са осъществени редица връзки между предишните „нови парадигми“ и съвременните „нови парадигми“. Систематично са описани всички съществуващи в научната литература концепции за модели за многостепенен поток на комуникация като тяхното развитие е разгледано в контекста на динамиката на медийната среда и технологичния прогрес. Анализът на теории и наблюденията на дигиталната среда позволяват на автора още в първа глава да предложи научен принос чрез създаването на авторски метаморфичен модел, чрез който се илюстрират променените роли на аудиторията, лидерите на мнение и медиите. Извършена е голяма по обем и качествена научна работа, резултатите от която ще

бъдат от полза за широка аудитория – медийни и пиар специалисти, журналисти, академични среди, изкушени от виртуалните комуникации и т.н.

Авторът е работил прецизно в няколко посоки. (1) Дефинирал е промените в масовата и междуличностната комуникация, следствие от доминиращото влияние на социалните мрежи. Много ясно изследването показва как дигиталните платформи влияят не само върху потребителското поведение, но и върху медийните практики. (2) Много вярно е отбелязано, че медиите вече губят ексклузивитета си по отношение на разпространение на съдържание и предлагане на гледни точки. Включително е зададен много съществен въпрос по отношение на същността на медиите – дали те вече от комуникатор не се превръщат в публика? Основание да се говори за такава трансформация дават изведените от автора проблеми по отношение на уменията за създаване на съдържание за различни платформи, навлизането на кликбайт практики (както в текста това е наречено кафява журналистика) и появата на евтини анонимни медийни манифактури с некачествено съдържание. (3) Предложена е типология на лидерите на мнение като тяхното влияние е разгледано не само в онлайн, но и в офлайн среда. (4) Анализирана е и трансформацията на аудиторията, която е обобщена с термина „Аз-медия“, т.е. всеки притежава инструментите и платформата да създава, продуцира и коментира съдържание. По този начин е доказана тезата за разместване на пластовете на властта – овластяване на аудиторията и отстъпване на медиите от позицията на разпределител и разпространител на информационния поток.

Отличното разбиране на теорията позволява на автора да използва лидери на мнение и инфлуенсъри като равнозначни термини. Това е уточнение е важно, тъй като се наблюдава тенденция за инфлуенсърите да се говори като за ново явление. Ако може да се говори за новост, то тя е във връзка с използването на влиянието им за монетизиране на посланията, както и пренасочване на въздействието им към маркетингови активности.

Методологичния апарат е разнообразен – анализ и синтез, контент анализ, наблюдение, онлайн анкетно проучване, емпирично изследване. Този подход позволява да бъде систематизирана научната литература по темата на дисертацията, да бъде предложена типологизация, да се определи начина на употреба на социалните мрежи, да се класифицират най-влиятелните лидери на мнение в българския „Фейсбук“.

Текстът на места е емоционално оцветен, но работата не губи от достойнствата си, напротив, оживява и въздейства. Заслужава след успешна защита да бъде издадена, за да достигне до по-широк кръг от читатели. Освен отличен научен наратив, авторът показва солидни умения за визуализация на информация – включени са фигури като диаграми и графики, които допълват съдържателния аспект на изследването.

Вземайки под внимание актуалното звучене на труда, научната иновативност, изследователските и аналитични умения, приносите, ще гласувам положително за присъждането на образователната и научна степен доктор по научна специалност в СУ 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Онлайн журналистика) на Лора Симеонова Симеонова за труда ѝ „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“

02.09.2019

доц. д-р Ст. Ангова