

## **Рецензия**

**от проф. дсн Валентина Миленкова,**  
катедра Социология, ЮЗУ „Неофит Рилски”

Член на научно жури в конкурса за заемане на академична длъжност „професор” по Социология, професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата (Социология на комуникациите (медии и общество)) за нуждите на катедра Социология, обявен в ДВ бр. 57 от 14.07.2017г. от ЮЗУ „Неофит Рилски” Благоевград

### **1. Общо описание на представените материали от кандидата**

Доц. дсн Добринка Пейчева е единствен кандидат в конкурса и участва с 51 публикации, конкретизирани в:

4 самостоятелни монографии и 7 колективни монографии (4 самостоятелно съставителство и на 3 с още един или двама съавтори);

39 статии в девет тематични направления, публикувани в реферирани и с импакт фактор в академични издания- списания и сборници в България и чужбина.

Пейчева е участвала с доклади на 14 престижни международни научни форума – конференции, конгреси, симпозиуми през последните 10 години..

Кандидатката има богата проектна дейност: ръководител е на 4 национални научно-изследователски проекта, 3 от които са финансирани от ФНИ; ръководител е на 6 университетски проекта, с финансиране от МОН; координатор за България е на 3 международни проекта;

член е на 3 международни проекта – два от които са по програмата COST.

Доц. Пейчева е член на няколко редколегии и редакционни съвети на международни списания, издания, сборници.

Главен редактор (от 2011 г.) е на Е-списание „Проблеми на постмодерността“, индексирано в ERIH+ <http://ppm.swu.bg>

Член е на Управителния съвет на програма COST Акция 1404 и COST Акция 1308 за периода 2014-2018г.

Член е на престижни международни и национални научни организации.

Ръководител е на Лаборатория за социологически изследвания при Югозападен университет „Неофит Рилски“ от 2010 г. и сега, с две години прекъсване през 2013 и 2014г.

Ръководител е на Международен научен семинар „Медии и образование“ при ФсФ на ЮЗУ Н.Рилски от 2013 г.

## **2. Учебна и преподавателска дейност на кандидата**

Доц.дсн Д.Пейчева е създател и ръководител на **магистърска програма „Социален мениджмънт и публични комуникации“** – на български и английски език за специалисти и неспециалисти към Югозападен университет „Неофит Рилски“ от 2015 г. – до сега.

Автор е на редица учебни курсове за студенти от ОНС «Бакалавър», «Магистър» и «Доктор» в специалност «Социология», специалност «Социални дейности» и магистърската специалност по журналистика към ЮЗУ „Неофит Рилски“, в повечето от които преподава от 2003 – до сега

Автор е на учебен курс „Съвременни социални теории“ във ФЖМК СУ „Св.Кл.Охридски“ за 2012 -2013 учебна година

Доц. дсн Пейчева е научен ръководител на 5 защитили докторанта - 4 българи и 1 албанка към катедра Социология на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

В настоящия момент е ръководител на 1 редовна докторантка към катедра Социология на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

Кандидатката има експертна и консултантска дейност към различни организации.

Представената информация относно проектната, учебната и изследователската дейност на Пейчева, показва наличието на един високо ангажиран учен, с много голяма степен на експертност и научно признание.

## **2. Анализ на представените трудове на кандидата**

Изследователските полета, в които са разпластени трудовете на кандидата са девет: Медии и образование; Медии и култура; Медии и глобализация; Медии и постмодерност; Медии и комуникации; Нови медии, ценности и публичност; Медии и политика; Медийна екология; Ново медиализационно направление

Ще разгледам аналитично в рецензията отделни трудове и тематични групи от публикации, с които Пейчева кандидатства по конкурса.

Монографията **«Масмедийното въздействие» (появила се на пазара през 2015 и 2014 г.)** Благоевград: УИ «Н.Рилски», 432 стр. е резултат на дългогодишната работа на Д.Пейчева и представлява иновативен теоретичен труд, в който съчетава: 1). осмисляне и анализ на най-значимите идеи в концептуализирането на социологията на масовите комуникации; 2). представяне на съществуващите и новопоявяващи се комуникационни теории и модели; 3)позициониране на разработената от авторката в предишни нейни трудове медиализационна теория като метатеория и самостоятелно направление или етап от развитие на обществото. 4). анонсиране на нови теории - за комуникативното действие, като структурообразуващо социалното действие.

В монографията се преоткриват концепциите на Габриел Тард и Дъглас Уепъл от края на 19-ти и началото на 20-ти век, които внасят промени и доуточнения в досега лансираната комуникационна парадигма на Харолд Лассуел, дифузния модел на Еверет Роджърс, лидерството на мнения на П.Лазарсфелд, Ел.Катц и пр. Представен е и Харолд Инис – един учен с идеи и открития не по-малки по значимост от идеите на неговия сънародник Маршал Маклуън. Изведени са основните приноси на Курт Левин за груповата комуникация, на Пол Лазарсфелд – един от най-значимите изследователи в историята на социологията и др.

В монографията се доразвива научната теза за преминаването на обществото в нов стадий от неговото развитие – в етапа на медийна

зависимост на обществото и на всички негови дейностни сфери, области, институции и отношения. Пейчева доразвива теорията за медиализацията на обществото, която се разглежда не като поредната масовокомуникационна теория, а като *всеобхватна теория*, съдържаща в своята рамка разностранните аспекти и последици на масмедийното въздействие.

Идеята на Пейчева за медиализацията на обществото се споделя и от редица западни учени, идентифицирана с термина „медиатизация“. Имат се предвид световно известни учени като W. Schulz, 2004; St. Hjarvard, 2008; S. Livingstone, 2009; A. Hepp, 2012; N. Couldry, 2013 и др. Концепцията за медиализацията на обществото като метатеория на останалите теории, развита от Пейчева, показва нейната значимост като автор в национален и международен план, свидетелства за нейната способност да улавя напредничавите и актуални идеи.

Приносен момент представлява и доразвиването на теорията за „комуникативното действие“, което кандидатката предлага да замени „социалното действие“ като основно понятие в социологията, тъй като социалното действие има комуникационна природа. Според Пейчева „комуникационността е фундаментът, върху който и в рамките на чиито условия, социалното действие намира иманентните си очертания, а мрежата на комуникационните действия формират социалността. Научно значими са основанията комуникативното действие да заеме своето централно място в социологията.

Монографията „Масмедийното въздействие“ претърпява 2 издания за 2 години.

При първото издание е в **Топ 5** в класацията за най - търсени и продавани книги на „Български книжици“ за 2014 г.(четвърта в класацията), а при второто издание през 2015 г. е класирана на 12-то място.

Монографията е рецензирана и в специализирани издания и е включена в литературата за подготовка на студентите в специализираните катедри и дисциплини на университетите в България.

В монографията „Икономика и комуникации. Светът на комуникациите или медиалното общество“ на издателство „Квазар“ от 2003 г. Пейчева теоретизира съвременните измерения на взаимовръзките между икономиката и комуникациите. От тази монография Пейчева използва голяма част за лекционен материал по дисциплината Социология на комуникациите и Икономическа социология. В монографията се концептуализират основни понятия, процеси и явления в медийната и комуникационна теория. Прави се връзка между икономиката и комуникациите и се извеждат сходни процеси в тяхното развитие. Икономиката е разгледана и в светлината на новата социоекономика.

От представените статии, глави и публикувани доклади ще анализирам обобщено групата от публикации обозначени като „**Медии и образование**“, в които основно са включени разработки по темата за медийното образование, медийна и информационна грамотност. Тези трудове са базирани на поредица от емпирични резултати, получени от различни изследователски проекти – международни и национални, в които Пейчева е ръководител или член на колективи.

В контекста на Европейските документи по тази тематика, медийната грамотност Пейчева определя като умение за компетентно използване на медиите, за разбиране на съдържанията и за критичен поглед към интерпретации, поднасяни факти, представяни събития, за общуване в различни контексти. Дигиталната възможност за съчетаване на различни медийни продукти в нови комуникационни образувания позволява трудно разпознаваеми фалшификации и злоупотреби с информация и събития. Подобно на много други иновации с положителен замисъл и метамедийността на новите комуникационни средства се съпътства и с отрицателни дори престъпни употреби. Ето защо един от основните въпроси

в съвременното масмедийно пространство в Европа, върху който Пейчева акцентира е: „Ще се справим ли с манипулациите?“ В статиите, посветени на тази тема, Пейчева апелира към незабавни реакции и практики.

Откроява се ролята на лидерите, на значимите други, както и на училището, на самите медии и родителството.

Медийната грамотност Д. Пейчева свързана с образование 3.0. при което новите комуникационни технологични иновации са решаващи за включеност и участие в образователните процеси, характеризирайки се с перманентност, вариативност и възможности за социална креативност.

Пейчева акцентира на факта, че медийната грамотност на подрастващите и зрелите хора играе ключова роля за успешното справяне с предизвикателствата, които дигиталната революция изправя пред обществото на знанието и пред неговите проекции в социалните сфери.

Оценявам високо представените разработки в изследователското поле „Медии и образование“, не само защото в тях се повдигат актуални проблеми и теми, но и защото са направени на високо професионално и аналитично ниво, с умение да се отчитат емпирични резултати, но също и да се акцентира на приложната страна на изследователската активност, която се превръща в значима характеристика в статуса на съвременния учен.

Проблемите в „**Медии и култура**“ са другата тематична група, върху която се спирам в рецензията си. Тя включва 7 статии, в които се поставя основен акцент върху трансформациите на културата и културния живот под влияние на медиите и особено на новите медии. Теоретизират се новите моменти, характеризиращи битието на медийната култура: бързина на разпространението и на контактите; мобилност; повсеместност; лична свобода – на създаване и на общуване; метамедийност – възможности за съчетаване на цялата палитра от изразни форми- аудио, аудиовизуални, писмени, фотографски и пр.; утилитарност – лесен достъп, безплатност или ниски цени и пр.

Новите медийни трансформации, свързани с разпространението и рефлексите както на традиционните, така и на нетрадиционните медии, поставят пред социологията на масовите комуникации проблемни трасета, размествайки множество социокултурни пластове.

В най-малко три разреза са очертани приносите на културната комуникация в новата медийна среда:

- активизация. Всеки един продукт на новия тип култура трябва да бъде потърсен, а общуването да е резултат от комуникационна активност. Медийната активност позволява и съучастие в създаването на медийни продукти. Известни са в това отношение “wiki” формите, в които активните индивиди сътворяват съдържанията на разнообразните медийни форми или другите нови медийни форми за научно коопериране в глобален аспект;
- медийно съсредоточие. Новите медии съсредоточават в себе си всички културно-комуникационни форми и средства. От друга страна, се доразвиват и създават нови медийни форми – мултимедийни продукти, които засилват възможностите за общуване и диалог, нещо повече, някои от тях стават все по-често заместители на традиционния диалог и съвместна дейност;
- утилитарност. Няколко са утилиталните посоки, които привличат притежаването на компютър и интернет в домашни условия - имейлно общуване, чатиране, кооперирано творчество, осъществяване на телефонни разговори и пр., освободени от всякакви допълнителни финансови средства.
- медийна предпочитаност и межкултурен диалог. Оказва се, че младите хора изразходват много от времето си към интернет формите на общуване с аудиовизуалните медии.

Смятам, че кандидатката е успяла да намери и изведе пресечните точки между медии и култура, което е свидетелство за поставяне на разработките на високо аналитично ниво, както и за показване на ясните маркери на взаимодействиящите реалии и начини на изявяването им в съвременността.

В представената група статии „Медии и глобализация” медиите се разглеждат като фокуси, които формират разнообразие от форми и

перспективи. Пейчева анализира повсеместното навлизане на новите комуникационни технологии, които размиват границите между отделните населени места. Възможността за едновременност при осъществяването на контакти, както и елиминирането на пространствата чрез новите медии заличава реално съществуващите граници и разстояния.

В глобализационен план освен това медиите допринасят за диалога между културите и този факт се определя като неоспорим. Сближаването на културите в медийно детерминирания културен живот е позитивен факт свързан с разбиране на чуждото, с приемане на различието, с оценяване на качеството. Това е една дългогодишна интенция в медийните политики и практики на почти всички страни. Много точна е констатацията на Пейчева, че днешният глобален свят се описва като свят на перманентно динамично взаимодействие на медии и глобални потоци. Информацията и механизмите, чрез които се осъществяват процесите на взаимовлияние са културната основа, върху която се открояват иманентните специфики на фундаменталните културни трансформации в следмодерното общество. Пейчева идентифицира информацията, която е в основата на всеки един комуникационен процес, който се позиционира като конститутивен, интелектуален и материален ресурс на глобализацията и на съпровождащите я процеси на културно взаимодействие. Кандидатката извежда по много задълбочен и прецизен начин фундаменталните предизвикателства пред медиите и културата, свързвайки ги с техните релевантни превъплъщения в глобализиращия се свят и с позитивирането на техните ефекти.

В групата статии „**Нови медии, ценности и публичност**” Пейчева поставя акцент върху трансформациите в масовите комуникации след утвърждаването на новите медии, ценностните избори на младото поколение, както и технологично заложените възможности за осигуряване на нов тип публичност. Ресурсите на новите медии предпоставят устойчиви комуникационни промени, много от които са безпрецедентни в културно-

комуникационната еволюция, рефлектирайки в пре моделиране и прес труктуриране на видовете комуникационни процеси – междуличностни, групови, масови.

Специален акцент кандидатката поставя върху груповата комуникация в рамките на интернет в т.н. социални мрежи, която претърпява трансформации без аналог в нейната история. Намирам за много удачно определянето на новия тип конструкти като медиарамка на груповите комуникации и на средствата за групова комуникация.

Пейчева извежда основните особености на този тип групова комуникация: 1) мрежов характер - „навързаност” на множество участници; при нея е налице перманентна мобилност на участниците и мобилност на тематиката. 2) наднационална специфика. 3) предпоставена активност на участниците. 4) познанството като основание за включване на хората в групата. 5) самопредставяне (на всеки от социалните актьори включени в мрежата). 6) аджендов облик. 7) медийна рамкираност (процесите протичат на сцената на медиите) 8) съчетание от междуличностна и масова комуникация.

Груповата комуникация от мрежов тип се представя като устойчива част от реалността ни.

Пейчева показва актуализацията в изискванията към статуса на новите медии, свързан с нормата за „екранен живот“ на институциите. Всяка една организационна и институционална единица, претърпява освен множество вътрешни трансформации и прес труктуризации и външни медийни метаморфози с общосоциални проекции. Всяка организационна единица – министерство, асоциация, сдружение, комитет, фирма и пр. притежава собствен сайт, блог, фейсбукпрофил и пр., няколко или всички от тези форми. Те предоставят по-добра представа за съответната цялостност и битийност на организациите - за дейностите им, позициите, структурата, текущото функциониране, предстоящите събития и пр., от тяхното физическо функциониране.

Пейчева успява по един задълбочен начин да представи различните форми, вариации и модели на съществуване на новите медии, както и ценностите, които младото поколение споделя в условията социални и медийни трансформации.

В обобщение мога да изведа следните достойнства на представените за рецензиране трудове:

- актуалност на темите и тяхното разгръщане в задълбочени изследователски проекции;
- отлично организирана структура на изложението;
- ясно изразено авторско присъствие;
- оригиналност на авторските виждания и защитеност на изложените тези;
- теоретично надграждане и доразвиване на концептуалните подходи и експликации;
- богат емпиричен материал, който служи като доказателствена основа на разсъжденията и изследователските тези;
- използване на различни социологически методи;
- фокусираност на текста и направените обобщения;
- богат стил и прецизен изказ.

#### **4. Съдържателен анализ на научните приноси.**

Приемам изцяло самооценката на приносите, направена от доц.дсн Д..Пейчева:

1. подбор, представяне и анализиране на най-значимите имена и идеи за концептуализирането на социологията на масовите комуникации;
2. преоценка на действащи и открояване на нови комуникационни модели ;

3. ревизиране на понятието *масовост* в съвременните масово комуникационни процеси;
4. лансиране на медиализационната теория като метатеория на останалите комуникационни теории в специализираното знание;
5. идентифициране на комуникативното действие като структурообразуващо социалното действие и като основно понятие в социологията;
6. теоретизиране на хипотезата за насаждане на страх от медиите;
7. концептуализиране на най-новите развития на видовете комуникации- междуличностни, групови и масовокомуникационни;
8. позициониране на назначението на медиите наред със значението на хората и институциите за функционирането и развитието на обществата както и на екопроекциите им в културно-цивилизационните процеси.

## **5. Отражение на научните публикации на кандидата в нашата и чуждестранната литература**

Доц.дсн Д. Пейчева е посочила списък от 20 установени цитирания в публикации, издадени в нашата страна и в чужбина.

Кандидатката има Н индекс 1 и 3 позовавания по Google Scholar.

## **6. Лични впечатления за кандидата**

Познавам Добринка Пейчева от повече от 15 години, по време на работата ѝ в катедра Социология на ЮЗУ „Н.Рилски“. През този период сме имали съвместна изследователска работа, участие в различни конференции и научни форуми, била съм член на журито за присъждане на научната степен „доктор на социологическите науки“, участвала съм в поредица обсъждания

на нейни трудове. Впечатленията ми са за един изключително амбициозен, упорит, целенасочен изследовател, с потенциал и критична рефлексия, с много сериозно и отговорно отношение към научната и преподавателската работа.

Смятам, че дсн Д.Пейчева притежава голяма ерудиция и професионализъм, които я определят като един утвърден и много авторитетен изследовател в полето на социологията и медиите и комуникациите .

## **7. Заключение**

Опирайки се на научно-изследователската дейност на доц. дсн Д.Пейчева и нейните приноси, вземайки предвид участията ѝ в конференции, проекти, както и експертната и преподавателската ѝ активност, давам най-високата оценка на нейната комплексна работа и резултати, представени при участието ѝ в конкурса за академична длъжност „професор” по професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата ((Социология на комуникациите (медии и общество)) обявен в "Държавен вестник" бр. 57 от 14.07.2017 г.

Гласувам положително и призовавам членовете на Научното жури и на Факултетния Съвет на Философски факултет да присъдят академичната длъжност „професор” на доц. дсн Добринка Пейчева.

20.09.2017

проф. дсн Валентина Миленкова