

РЕЦЕНЗИЯ

на труда „Медиализацията на обществото”,
представен от доц. д-р Добринка Станчева Пейчева,
за получаване степен „Доктор на науките”
Рецензент: проф. д-р Тодор Петев, ФЖМК на научната,
Софийски университет „Св. Климент Охридски”

Темата на дисертационния труд е наистина сложна: тя надхвърля академични парадигми, както и научно приложни проблеми със социално-технологически характер. Изправени сме пред фундаментални трансформации на обществени процеси и структури, чиито ефекти се разгръщат като каскада. Една социално-технологична каскада, която генерира и модифицира нови и нови ресурси – нещо като обществено *перпетум мобиле*. Причината? Може да я обозначим с един познат термин: комуникацията.

Но да не редуцирам прибързано проблемния възел – предмет на тази работа са взаимните преплитания, влияния и трансформации на традиционно диференцираните области на различните комуникационни процеси: междуличностни, организационни, масови. Взаимозависимостта и взаимните влияния между медии и социум, между комуникационни иновации и промени в социума са **предмет на разглеждания дисертационен труд**.

Медиазирането на обществото е **предизвикателна цел**, която трябва да разкрие такива аспекти на взаимодействия между медии и социума, които открояват медиазирането на обществото като необратим процес /с. 1/. Съответно защитаваната теза е, че медиализацията на обществото може да бъде разглеждана като самостоятелно научно направление, което разкрива социума и медиите в една нова взаимно преплетена връзка.

Аргументи са потърсени и представени като данни и зависимости, очертани в емпирични социологически изследвания. Приведени са подходящи данни от официални статистики, чиито индикатори са свързани с разискваните проблемни линии. Смятам, че ако става дума за **актуалност на разглеждания проблем** и на използвания емпиричен материал, то отговорът е положителен. Медиа-морфозите са предмет, който трасира нови проблемни линии в изцяло преобразуваната медийна среда. Комуникационните иновации и социо-културните промени генерират такива взаимни влияния, които надхвърлят въображението: промените днес са единствената социална константа.

Първата глава на разглеждания труд, „Медии и общество”, разглежда различните медии – „студени или горещи” медии /Маршал Маклуън/, Феринант Тьонис за комуникациите в съвременното общество /с. 40-42/, Емил Дюркхем за масовото общество, Габриел Тарт за масмедиите, публиката и развитието на обществото /с.45-50/. Дисертантът се спира на приносите на Харолд Инис, с които канадския учен издига науката за комуникациите на високо евристично – поради своята критичност - равнище.

Това че Пол Лазарсфелд, Курт Левин, Харолд Ласуел и психолога Карл Ховланд „не са се идентифицирали като комуникационни учени”, както пише правилно дисертанта /с. 50/ не намалява по никакъв начин техните приноси за развитие на

науката за комуникациите. Причината е проста: по това време изследователите в областта на комуникациите са се специализирали по дисциплини и по проблемни области в рамките на конкретна наука. „Транс-дисциплинарното“ по онова време не е означавало нищо.

Така емигрантът от Австрия Пол Лазарсфелд провежда емпирични социологически изследвания през четиридесетте години – на него принадлежи откриването на т.н. „лидери на мнение“. Една концепция, придобила световно значение чрез съвместната му публикация с Илайа Кац през 1955 г. на статията „Двустъпков поток“ в сп. *Public Opinion Quarterly*. През целия си творчески път Лазарсфелд се е идентифицирал като социолог в областта на . в сферата на комуникациите; Карл Ховланд – като психолог с профил комуникации. Просто по това време не е имало в номенклатурата на тогавашната наука „комуникационен експерт, а камо ли „комуникационен учен“. Това си е по—скоро нашенско, българско изобретение , породено от *интердисциплинни и трансдисциплинни концепции* на избледнялото днес наукознание; поизбледняла дисциплина на интердисциплинното, която обаче шества като назидателно науко-подобие.

Ще трябва да отбележа, че е малко пресилено да се говори за „съзвучие“ на представители на Франкфуртската школа и критичните анализи на канадския изследовател Харолд Инис – Франкфуртската школа има историческа изява през 30-те години на 20 век. Същото важи и за изрази като „аксиоматично започва да става твърдението, че не само обществата влияят върху появата на медиите и тяхното равнище, но и самите общества се повлияват от медиите /с. 61/. Аксиоми сигурно има в науките за обществото, за публичните комуникационни потоци, но те придобиват смисъл и практическо значение според тяхната *релевантност и приети ограничения – смислови и практически*.

Искам да подчертая добрата ориентация на д-р Добринка Пейчева: през 90-години на 20-ти век Лудвиг Мелвин ДеФлер заедно със Сандра Бол-Рокич публикува труд, озаглавен „Нахлуване на медиите в обществото“. С този термин (*intrusion*) те отбелязват агресивния характер, натрапчивото нахълтване на масмедии в потоците на обществения живот. Д-р Пейчева би могла да продължи хуманитарната линия на критика: медиите генерират токсини, чието въздействие може да се оцени със събития по мостове и площади, но с ефекти на дирижирана политическа социализация и над-национална мобилизация.

Преди това през 1972 г. Максвел МакКлеланд и Доналд Шоу публикуват социологическата хипотеза, превърнала се по-късно в полезна „аксиома“ на журналисти и ПР-и, че медиите формират дневния ред от обществено важни въпроси, по които публиките трябва да мислят, а този определян от медиите публичен дневен ред от своя страна задава рамките на *важните актуални въпроси на политиката*. Мисля, че прагматизъм и изследователско любопитство образуват взривната смес, която разбива самомнителния академизъм на строителите на социални и културни парадигми. Както и на - иначе симпатични - основния на техните либерални критици. Шумните малцинства днес, ако не друго, са се превърнали в необходимото украшение на всяка демокрация. Дори в парламента.

Втората глава на този дисертационен труд, „Медиализационни процеси и последици“ /с.74-271/ се фокусира върху същностни страни на феномена. Мобилната същност на медиализирания социални контакти е трамплина, с който авторката очертаната проблематика. Мобилността е ключ за анализ на промените на социо-културните образци, за „метаморфозите на писмената култура“ /с.113-116/. А защо не и

на аудио-визуалната култура, ще попитам аз; тъкмо този, условно наречен „сегмент” на културния живот през последното десетилетие търпи впечатляващо развитие: гигантски рок-фестивали с 20-мегови естради, лазерни ефекти по небето и десетки хиляди фенове в амок. Тъкмо този сегмент извежда класическата музика на градските площади, на открити сцени в парка на Берлин, дори на Таймс скуеър или Невския проспект.

Данните, които си отнасят до използване на интернет за сваляне на музика по възрастови групи /с. 90-91/, за сваляне и гледане на филми от интернет комуникационната среда впечатляват. –Е, и?, би реагирал традиционалиста културолог. И-то е в това, че иновационните вълни образуват пропаст между отделни възрастови групи, между хора, придобили и запазили комуникационната си култура в отминали времена и социални пространства.

„Метаморфозите на писмената култура” предлага редица индикации на новата „медийна ера” /с. 117-119/. Заедно с това ще отбележа ненужни илюстрации на елементарни статистически разпределения /с.с. 123, 127/ или изображения, които казват малко /с.с. 139-141/. Метаморфози на какво? „Новите медии направиха четенето силно медиализирно и глобализирно” е отговорът /с. 171/. Променен е достъпът до художествена, научна, образователна литература, казва дисертантката достъп, който става повсеместен /с. 173/. Промените на публичното културно пространство /с. 174-181/ е част, която заслужава внимание – примерите, колкото и вестникарски да са, приземяват интерпретацията.

„Фенфикшън културата е друго явление, при което реципиентите се превръщат в креативни комуникатори /с. 181/. През 2010 г. Фен Фикшън Нет е определен за най-големия и най-популярен литературен сайт в света /с- 185/. В подобно информативен стил дисертанта ни предлага илюстрация, на това, как онлайн бизнес структурите се увеличават и разрастват и на три страници са изредени цели 100 броя адреси /с.235-237/. В опълнение колежката предлага списък на най-действените бизнес сайтове през 2010 година /с.239/. Следващите данни за международната онлайн търговия направо ме слисаха. Представени са 30-те световни лидери като страни, съпоставяни по 7 категории /с. 243-244/. Илюстрирана е стойността на продажбите и покупките по интернет в България в млн лв за периода 2006-2009 година. /с. 256/. Показани са предимства на е-инжениринга.

Относно стила - не разбирам изречения като следното: „преосмисляне и преконцептуализиране на реалната действителност в посока на „имплантиране” на интернет базирните реалности в нея” /с. 259/. Да ме извини колежката д-р Пейчева, но как би звучало и английски това?

По частта Медиализиране на глобализационните процеси” /с.260-272/ нямам въпроси или бележки – нещата се менят с такава скорост, че трендовете изместват класическите бенч-марк при изработване на прогнози. Същото важи и за обосновката на управленски решения. Кошчетата да директорските бордове отдавна са изпразнени от старите „много-измерни” статистики.

Не намирам за особено удачни позоваванията на иначе чудесния писател-фантаст Артър Кларк /с.271/. Отново за стила на изказ: „медиатизацията на обществото е не само инградиентен продукт, не само конструктивен ресурс, не само аргументационен концепт, но и неин идентификатор, презентатор и контролер” /с. 271/. Моля, някой да преведе!

Д-р Пейчева посочва някои ранни ефекти на медиализацията на обществото, като изтъква възможността за мигновена реакция и възможността за персонализиране на медийните продукти – два съществени ефекта, които придават хуманитарен контекст на „конвейера“ на масовата комуникация. Друг съществен ефект е сегментацията на контактите с медиите – фактор за нарастване и динамизиране на качеството „масовост“ на публичната комуникация.

Като ранен ефект на всеобщата медиализация докторанта посочва налагащото се преобладаване на „всеобща съобщаемост“ /Т. Петев/. В случая става дума за две неща: 1/ медиите култивират хората да четат, да разбират съобщенията в контекста на своята конкретна социална и културна ситуация, 2/ медиите структурират своите послания със задължителен „лиид“, който се е превърнал в иманентна характеристика на публичната комуникация.

Всеобщата съобщаемост осигурява широко разнообразие от начини на възпитание на съобщението, от начини на генериране на смисъл според конкретната ситуация и ценностната нагласа на човека, получател на посланието. Подобна гъвкава интериоризация на съобщението засилва неговата социална и културна значимост (meanings, G.H. Mead).

Друг ранен ефект, според дисертанта, е процеса на профаниране, на „чалгазиране“ на медийния продукт /с. 278-279/. Следва – в нейната схема – размиване на авторството – музика, образи, текстове и документи /”копи-практиката“/ и он-лайн злосторничеството /с. 287/.

Вместо заключение д-р Добринка Пейчева предлага текст, очертаващ „Подстъп към нова парадигма за комуникативното действие“ /с. 292–300/. Изненадващ финал на този толкова разнообразен и зареждащ с очаквания текст. *Жизненият свят* – концепция на Юрген Хабермас – предлага неочаквано едно философско многоточие на извращащата проблематика. Медиатизацията – един сериозен в локален и в глобален план проблем като че е разтворена в сигурните от философска гледна точка води на „всичко тече – всичко се изменя“.

Финалът обаче е решителен: „Всички трансформационни процеси и практики, които се експлицираха в този текст водят до заключението, че има основание медиатизацията на обществото да се разглежда като нова теоретична перспектива и етап от социалното развитие, в който комуникативното действие заема централно място“ /с. 300/.

След известно време читателят разбира този край – многоточието е оставено като покана за съавторство. За книга това е добре – дори предизвикателно е. Но за дисертация, не знам?

Иначе Библиографията е значителна – внушава доверие и интерес. Дисертантът по незнайно какви съображения е представил голям списък от автори на български, руски и английски език, като е подредил авторите по азбучен ред на фамилните имена на кирилица и латиница. Като бивш редактор мога да кажа: не съм виждал подобен опит досега.

Освен това, бих препоръчал, в края на текста да бъдат дадени пет ключови думи, с които библиотеки и читатели ще могат да идентифицират предлаганото съдържание. Петте ключови думи не съпровождат текста – те въвеждат каквато функция има визитната картичка.

При подготовката за публикуване на текста добре би било да се изчистят сложните неологизми, които липсват в речника – в името на една по-добра разбираемост, комуникативност, прагматика. Културологичният сленг отблъсква понякога. Освен в случаите, когато се само-иронизира!

Определена трудност възниква при четенето на този обемист и наистина разнообразен – в тематично отношение, като стил на изказ, като статистичен материал – текст. Дисертационният труд е разпечатан на двете страни на страницата – нещо, което не е фатално за разбиране на написаното, разбира се. Но ще добавя: в случай, че е редактирано – без разбъркани абзаци /Вж. 266-7/, цитираните автори да се дават с година и страница на цитираното произведение.

За това до колко Авторефератът в обем от 37 страници отговаря на текста на дисертационния труд – 300 стр. – мога да дам положителен отговор. Авторефератът предлага добър синтез на изложението на дисертационния труд. Чете се с лекота, поражда очаквания.

Някакви бележки по Автореферата? Както вече посочих, този текст е добре структуриран – вижда се ясно издигнатата цел, тезата, че „медиатизацията на обществото може да бъде артикулирана като самостоятелно теоретично направление”. Показан е и обхвата, който се основава на социологически изследвания, в които авторката е участвала.

Една принципна бележка по Автореферата е, че в него няма цитирани **под линия** основни произведения на дисертационния труд, в които да е дадена година на публикацията и страница /при цитиран текст/.

Друга бележка: съществуват досадни повторения на безлични изрази, като „има се предвид” – 3 пъти на стр. 2! Друго повторение, което се натрапва: „мигновено” или „мигновеност” – 3 пъти на стр. 13.

В част от текста абзаците започват от самия край на страницата, в друга част – със стандартен отстъп – необясним пропуск, който не допуска никакъв смислен коментар.

В съдържателно отношение ще отбележа като пропуск: при свързването на двете перспективи на масовата комуникация и междуличностната комуникация не е цитирана основна историческа публикация на Пол Лазерсфелд и Илайа Кац през 1955 г. в *Public Opinion Quarterly* /стр. 13/.

Бих препоръчал също автора да използва разнообразни шрифтове – болд и латине,- че текстовете на някои страници да не изглеждат така равни, плоски. Шрифтът има приятелско отношение спрямо съдържанието.

Вместо други мъдри препоръки към автора бих цитирал д-р Карл Уейк: *Как мога да знам, какво мисля, преди да видя, какво казвам!* Вербализацията поражда понякога смисъл. В това намирам оправдание на споделените усилия.

Мисля, че ясно формулираната цел поражда енергия – такава интелектуална сила откривам при формулирането на проблемната област. Не е такъв случаят със заявената теза – не случайно извършената многопосочна работа приключва без Заключение.

С това завършвам тази рецензия, която започнах с едно очакване, което в края се преобразува във въпрос. Защо такъв край при подобно обещаващо начало? Аз нямам обяснение.

Метаморфозите обаче не винаги се осъществяват в отрицателните полета на житейския ни опит – същото важи и за една академична оценка на настоящия изследователски труд, който – въпреки и недовършен - притежава своите евристични достойнства.

Предлагам конкурсът да бъде **трансформиран в конкурс за професура** – кандидатът има качества. Да бъде обявен след известно развитие и редактиране на рецензията текст – в три глави и с цялостно заключение по основни параметри на изследвания процес.

Ще добавя: представеният списък от публикации на автора и един цитат-импакт на трудове на Д-р Добринка Пейчева представляват сериозна предпоставка за последователно академично развитие на колегата.

Тъй като трябва да дам **отчетлив отговор** за кандидата и качествата на рецензията труд, като притеглям приносите, с които съм съгласен – макар и в по-ограничен порядък – и отчитам отбелязаните недостатъци и пропуски, ще дам своя глас, както кандидатът се изразява в края на своя труд – **по-скоро ДА!**

Подпис:

/Проф. д-р Тодор Петев/

София, 27 юни 2012.