

РЕЦЕНЗИЯ

от

**проф. дсн Добринка Станчева Пейчева, Югозападен
университет „Неофит Рилски“, Благоевград**

относно

дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“ по научна специалност Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации), към Факултет по икономика на инфраструктурата в УНСС.

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на Научното жури по защита на дисертационния труд, съгласно Заповед № 976 от 06.04.2021 г на основание на чл.9 от ЗРАСРБ, чл.30, ал.3, чл.31 от ППЗРАСРБ и чл.99 ал.2 от Правилника за учебната дейност на УНСС, Заповед №343/16.02.2021 на Ректора на УНСС, решение на Катедрения съвет на катедра „Медии и обществени комуникации“ (Протокол №9/04.03.2021 г.) и решение на Факултетния съвет на факултет „Икономика на инфраструктурата“ (Протокол № 15/30.03.2021 г.) при УНСС

Автор на дисертационния труд: **Теа Любенова Даулдва**

Тема на дисертационния труд: *Тема: „Модели за изграждане на виртуални общности от онлайн медиите“*

Научен ръководител: доц. д-р **Стефа Константина Ангова**

1. Информация за дисертантката

Дисертантката се е обучавала по докторска програма към катедра Медии и обществени комуникации / факултет Икономика на инфраструктурата на УНСС по научна специалност Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации) съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 06. 03.2018 г до 06.03.2021 г.

Кратка биографична справка. Дисертантката е родена през 1993 г. Възпитаник е на УНСС . Бакалавърската и магистърската си степени е получила в катедра *Медии и*

обществени комуникации. Докторантурата и протича в рамките на законовия тригодишен редовен срок на обучение с преобладаващо отлично справяне с предвидените задължителни докторантски изпити и като цяло с индивидуалния си план.

По време на редовната и докторантура и преди това, дисертантката е заемала няколко, свързани с научната специалност, по която се обучава, длъжности извън УНСС, а именно – контент мениджър в онлайн медия, където е създавала авторско съдържание, съобразено със спецификата и тематиката на медиата; създаване на ПР материали на възложители, редактиране на публикации, обучение на нови автори, поддържане на профили в социални мрежи, водене на бизнес кореспонденция и пр. Работила е като редактор и главен редактор в онлайн медия с лайфстайл насоченост, като офис мениджър и др.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Трудът на Теа Любенова Даулова „Модели за изграждане на виртуални общности от онлайн медиите“ е с общ обем 232 стандартни страници с три глави и 40 приложения. Изборът на тема е сполучлив. Тя е с дисертабилен характер или иначе казано, дисертацията е дисертабилна -подлежи на дискуссионност, на поставяне и разрешаване на научни проблеми, на верифициране чрез емпирични методи, има потенциал за приноси и пр.

Темата за онлайн общностите, респективно за възраждане на групите и груповите комуникации, обединавани към идеи, каузи, фенства, креации от различни естества и пр., посредством базираните и продължаващите да се базират в интернет нови медийни образувания е изключително актуална. Актуалността и се подчертава не само от развиващите се процеси на групиране и създаване на общности в настоящето, но и защото касае почти всички възрастови групи - от най-малките ученици до възрастните. И може би, защото този онлайн тип общности, базирани на многото улеснения, които мрежата предоставя, не само се увеличават по-бързо от тези във физическото пространство, но и започват да удовлетворяват мениджърите от извършваните дейности в процеса на тяхното функциониране в много по-голяма степен, отколкото от дейностите при някои физически общности. Темата е актуална и поради нееднозначността и наличните различия и при нас учените, относно използваните от нас научни понятия, за усъвършенстването на които, за съжаление се движим с далеч по-бавно темпо, отколкото работните заглавия на техните създатели в лицето на компютърните програмни и хардуерни специалисти. А и защото робуваме на привнесени понятия, които дори и да

означават друго и да нямат смисъл сами по себе си, или пък да звучат тавтологично се приемат като по-модерни, звучащи по-научно, в смисъл на неразбираемо и абстрактно. Имам предвид понятията дигитално и дигитализация, дигитални и традиционни медии, виртуални и физически медии и пространства, метамедийни продукции или хибридни продукти, звучащи едва ли не безаналогово в дори доскорошните ни употреби. И звучащи понякога с негативни конотати. Особено понякието *хибридни*. Конвергентни процеси се наблюдават във всички сфери, не само в медийната екосистема. Но това не ги прави хибридни. При медиите е налице по-скоро метамедийност, мултимедийност, съчетаване и използване на възможности, а не нови хибриди.

Въпреки съществените си различия от доскоро съществуващите аналогови вариации, новите комуникационни средства все още не са получили еднозначна научна определеност, включително и терминологична. Разпространените понятия „нови“ или „социални“ медии нито са научни сами по себе си, нито са емблематични, тъй като не съдържат идентификационен момент. Още преди повече от половин век авангардният мислител М. Маклуън нарича като нови медии появилите се тогава радио и телевизия, аргументирайки определението им с наложилите се електронни механизми за създаването на аудио и аудиовизуални съдържания и за появата на нова ера след книжната – електронната ера. Етикирането на новопоявилите се в руслото на интернет медии като „социални“ също не само не е точно, но и абсурдно само по себе си. Няма средство за масова комуникация, което да не е социално насочено – нито традиционната телевизия или печат, нито техните е-вариации. Дигиталността също не е разграничител на социалността на медиите. Всички средства за комуникация днес са дигитални – и традиционните и новопоявилите се. Дигиталността е технологична промяна на самото техническо създаване на комуникационните програмни продукти, следваща следаналоговите им развития. Тя допринася за много по-големи възможности за създаване на съдържания и ефективност, спрямо аналоговата електронна ера. Следвайки М. Маклуън днес отново говорим за нови медии, но за това определение и разграничение изхождаме от рефлексите им върху парадигмалните комуникационни промени, от предизвиканата необходимост за нова концептуализация на междуличностните и масовокомуникационни процеси.

Нови медии днес са интернет базираните медии - книги, списания, преса, радиа, телевизии, пощи, различен тип платформи - професионални, рекреативни, справочни, работни и пр., както и различни по характер сайтове – блогове, влогове, мрежи и пр.

Нови медии са също така смартфоните, съсредоточаващи в себе си както споменатите по-горе комуникационни вариации, така и самата телефонна комуникация, художествената фотография, музикалните клипове, подкастите, включително утилитарните и креативни приложения от различно естество - транспортно-ориентировъчно, време-прогнозно, работно-съзидателно, обучително и пр. В тази именно широка траектория изследователите в областта на средствата за масова комуникация днес интерпретират рамката на новите медии, като едновременно с това подчертават особеното място на интернет като мета или свръх комуникационна структура, позволяващи всички тези развития.

Ресурсите на новите онлайн медии предпоставят устойчиви промени в социо-културните практики, много от които са безпрецедентни в социо-културната еволюция, рефлектирайки в пре моделиране и реструктурирането на самите масови и медуличностни комуникационни процеси. Повечето от тези моменти намират място в дисертационния труд.

Дисертационният труд е завършено произведение с релевантна структура, действително отговаряща на темата на дисертацията и на нейните инградиенти. Тя съдържа в себе си всички изискуеми за една дисертация елементи – цел, задачи, обект предмет, отговарящо на неписаните стандарти от 3 глави, увод и заключение. Приложенията са 40 на брой. Общият брой на посочените литература и източници е 144, от които 56 са на български език и 88 на английски. Като част от основния текст са 11 авторски таблици, 9 фигури, а едната от тях представя авторски модел за изграждане на виртуални общности В 19 графики са показани резултатите от проведеното емпирично изследване.

Научната теза на дисертантката гласи: моделите за изграждане на виртуални общности от онлайн медиите все още са в процес на формиране и не са релевантни на аудиториите си. Използването на непълния набор от дигитални инструменти, които медиите имат възможност да реализират (по примера на чуждестранни онлайн медии) са вероятната причина за поведението и реакциите на аудиторията.

Целта, която е поставена в дисертационния труд е „да се изведат модели за създаване на виртуални общности, като се покажат механизмите, които медиите използват. Очаква се, че „постигането на конкретни изводи и резултати ще помогне в практиката за придобиване на по-голяма яснота и правилното използване на инструментите, които намират приложение и в маркетинг стратегиите на медийните организации“. Включените **задачи** за осеществяване на целта са следните: (1) преглед и

анализ на понятията, които са присъщи за поставената тема, със задълбочено наблюдение на поставения проблем; (2) разработване на същността, структурата, особеностите и функционирането на предмета; (3) научна обосновка на системата от критерии и показатели за спецификата и характеризиране на предмета; (4) избор на методики за изследване, които да бъдат подходящи за интерпретирането на темата, с цел да се постигнат крайни резултати и да се достигне до адекватни изводи; (5) обособяване на модели за създаване на виртуални общности, които се практикуват от онлайн медиите, като се посочат характерните начини за тяхното формиране; (6) категоризиране и наименование на различните модели на виртуални общности, използвани от онлайн медиите, които да бъдат групирани по определени показатели; (7) формулиране на конкретни изводи и обуславяне на бъдещи тенденции за разгръщане на потенциала на темата.

Методологията се основава на мултидисциплинарност. Приложени и комбинирани са качествени и количествени методи: анкетно проучване, което е реализирано онлайн с 140 отзовали се респонденти; наблюдение; сравнителен анализ и синтез; анализ на случай.

В дисертацията е използвана релевантна научна литература, от която проличава осведоменост на дисертантката за съществуващата значима научна литература-национална и чуждестранна.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Настоящата дисертация няма амбиции да обхване цялата палитра от непрестанни нововъведения в медиите. Постигнато е систематизиране на различни модели, които се използват от онлайн медиите за изграждане на виртуални общности, като се акцентира върху ключови звена, които са най-силно предпочитани и използвани, за да се очертае посоката на промяна и да бъдат разгледани актуалните механизми.

В труда има ярко открито теоретико-методологическа глава, в която са поставени акценти върху всички нови условия и среда, в които са функционират и се развиват медиите и тяхните съвременни вариации и разновидности. Има се предвид – главата за цифровизацията и цифровият езиков начин на създаване на медийни продукти както и на проектирането им в интернет, където действително се предоставиха възможности за медийни трансформации, станали факт от повече от 10 години. Добро впечатление прави, че дисертантката не само поставя проблемите за новите медии, за самото понятие нови медии, за конвергенцията между медиите, за мултимедийността и

пр. като значими методологически проблеми, , но и отива отвъд, акцентирайки върху още много техни измерения и последици в трансформационния процес.

Втора глава се разкрива като една успешна концептуализация на виртуалните общности и на моделирането при тяхното създаване. Тук са направени теоретични разграничения, съпътствани от верификационни аргументи на редица български и западни автори, включително на колеги от катедрата, свързани с понятието виртуално, виртуалната комуникация. Както подчертава докторантката именно интернет е – предпоставка за появата и формиране и функциониране на подобен тип общности , на виртуалните общности. И този момент тя го извежда в самостоятелен раздел разглеждайки и обосновавайки в повечето случаи много добре основните направления на модели на виртуални общности, прави разширено представяне на модели на виртуални общности включвайки аудиторията на медиите и мотивацията на различните потребители да участват във виртуални общности.

В трета глава са представени средствата за формиране на виртуални общности в онлайн медиите, в които дисертантката включва: форумни платформи; имейл бюлетини; социални мрежи; мобилно приложение; уебсайт.

В основата на своя концептуален модел дисертантката представя комбинация от няколко онлайн инструмента, които медиите използват, за да формират виртуална общност, но и да поддържат добри взаимоотношения. За да открие тези практики са разгледани следните онлайн издания: The New York Times, The Guardian и Дневник. На базата на обстойното проучване са предложени 5 модела: 1. Модел на ангажиране на аудиторията; 2 Модел на дезинформацията; 3. Модел на сътрудничеството (UGC) 4 . Модел на състезанието 5. Модел на диалога. Принос на дисертантката е и изследване на нагласите на аудиторията да участва в онлайн общности на медиите.

В използваните изследвания се достига до изводи, които обслужват целия дисертационен труд От тях се разкриват няколко много важни констатации и тенденции: 1 че доверието на аудиторията се формира на база максимално разпространение в различни медийни канали; 2 Съдържанието е основната причина за следене на медиите от страна на аудиторията. До него се достига директно през сайта и по-рядко през профилите в социалните мрежи. 3. В българските онлайн медии има липса на ясно очертана и създадена виртуална общност 4. Използването на непълния набор от дигитални инструменти, които медиите имат възможност да реализират (по примера на чуждестранни онлайн медии) са вероятната причина за поведението и реакциите на аудиторията. 5 Масова практика е аудиторията да има регистрация в чуждестранни

медии, които успяват да изградят стратегия, привлекателна за крайния потребител и т.н. Оказва се, че използваната методология е напълно релевантна за постигане на основните научни и научно-приложни задачи и поставената цел в дисертационния труд.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

За първи път в България са дефинирани моделите на виртуалните общности, изградени от онлайн медиите. Обособяването им в групи е съществен принос за медиазнанието, тъй като предлага улеснения към медийните организации за работа с аудиторията в онлайн среда.

Представен е концептуален модел за изграждане на виртуални общности от онлайн медиите.

Разкрити са актуалните нагласи на аудиторията да участва в онлайн общности и са изведени важни за медийните организации тенденции в мотивацията на аудиторията за принадлежност към общности.

Предложен е инструментариум на медийните организации за създаване и поддържане на виртуални общности.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Дисертантката е представила 4 научни публикации: 1. „Виртуалните общности на медиите (По примера на Нетинфо)“. София: Издателски комплекс - УНСС, 2019. 29-44 стр; 2. Виртуални общности и социални кампании. София: 2020, 10-17 стр (кампанията „Планета или пластмаса“ на National Geographic); 3. Фалшиви новини и виртуални общности „ София: Издателски комплекс - УНСС, 2020. 81-89 стр.; 4. Основополагаща рамка за характеризирание на модели на виртуални общности.“ в „Сборник с доклади от докторантски семинар №1. Достъп: <https://www.ceeol.com/search/book-detail?id=919931> Публикациите отговарят на изискванията към дисертационните трудове за разпространение на получени резултати в научната литература и надхвърлят техния брой.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът е коректно поднесен и отговаря на съдържанието на дисертационния труд .

7. Бележки и препоръки - нямам

Заклучение

Дисертацията е написана на много добър академичен език , четивна е и е богата на информация и доказателствен материал. Проличава успешно сътрудничество между

научен ръководител и докторант. Тея Даулова разкрива добри аналитични и интерпретационни умения.

От всичко казано в тази рецензия се позволявам да заявя, че ще гласувам с „Да“ и апелирам към останалите членове на Научното жури да гласуват също с „Да“ за присъждането на образователната и академична степен „Доктор“ на **Тея Любенова Даулова** в професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки, научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (медии и комуникации).

Рецензент :проф. дсн Добринка Пейчева

05.05. 2021 г.

София