

Становище

От проф. Владимир Асенов Михайлов, доктор на изкуствознанието, Нов български университет, направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (научна специалност: кинознание, киноизкуство и телевизия), за дисертационния труд „Онлайн медии и публични комуникации”, представен за придобиване на образователната и научна степен „доктор” с кандидат Десислава Атанасова Данкова.

Подходящ към представения дисертационен труд „Онлайн медии и публични комуникации” на Десислава Данкова с нагласата, че подобно заглавие предполага повече футурологичен, отколкото констативен характер на текста. Действителността се оказва точно обратната. Докторантката е заложила почти изцяло на констативния характер с цел да представи тезата си, че онлайн медиите, в това число социалните медии и мрежи, са нов динамичен фактор в общуването на организациите с различните публики, едно общуване, което от своя страна е в процес на еволюция и развитие. Перспективите пред този „процес на еволюция и развитие”, сами по себе си интересна тема, не са включени обстойно в труда, по-скоро са загатнати като съпътстваща информация. Цялото внимание е насочено към задълбочено изследване на моментното статукво в областта на налагащите се онлайн медии и тяхната определяща роля в публичните комуникации по света и специално в България.

Доколкото изборът на гледната точка за разработване на дисертационния труд е право на докторантката, ще се съсредоточа върху текста такъв, какъвто е. А той определено заслужава адмирации по отношение на проникновеното изследване от няколко гледни точки на предпоставената теза.

На първо място не мога да не отбележа основната изходна позиция, че колкото по-добре е развита комуникацията чрез новите онлайн канали през второто десетилетие на 21. век, толкова по-успешно ще се развива всяка една организация в епохата на взаимодействие, споделяне, търсене, общуване. Спор няма, че за разлика от масовите медии, където общуването с публиката е монолог (общуване „от един към много”), диалогът и разговорът са предпочитаните средства за участие в онлайн обществата чрез възможностите на новата технология уеб 2.0 (общуване „от много към много”). Сега вече масата от хора не е монолитна, а се фрагментира по различните интереси, емоции, разбирания и вярвания на разнородната по принцип публика. Присъствието на посредник в лицето на офлайн медиите е станало излишно и познатата ни еднопосочна комуникация е интерактивна. Правилно е поставен отделно и въпроса за хиперсоциалния свят, в който живеем. Социалните медии станаха не просто канал за

привличане и взаимодействие с потребителите (термин, който замени разделянето на публиката на читатели, слушатели и зрители при офлайн медиите), а буквално промениха начина, по който човек се идентифицира, развива и образува. Намирам за стойностна отличителна черта на работата отделянето на този проблем в самостоятелна глава на дисертацията.

Ще посоча и някои от основните изводи на изследването, които ми направиха отлично впечатление. Ще ги изброя като дадености подред: Социалните медии и мрежи стават част от комуникационната стратегия на организациите. Промените, свързани с общуването в онлайн среда, са постоянни и за постигане на желан ефект трябва да се следят тенденциите и веднага да се прилагат в конкретната работа. Всяка една социална мрежа има своя култура на комуникация, което означава, че няма универсална формула за успех. Необходими са нов тип специалисти, които да осигурят ползотворно общуване чрез онлайн медиите. За да се извлекат реални ползи за организациите от общността е необходимо новите управленски стратегии да бъдат критични, за да се преразгледа ролята на взаимодействието с потребителите и да се преосмислят границите на корпорациите.

Резултатите и анализът на данните от анкетното проучване в България с въпроси по темата на дисертацията очертават една успокоителна картина, че поне в сферата на онлайн медиите и публичната комуникация сме в крак с модерния свят. Винаги съм се отнасял предпазливо към подобни анкети със случайно отговарящи хора (макар и специалисти) в анонимните условия на интернет общуването, но този път ми се иска да вярвам на отговорите. Ако не от друго, то от патриотични подбуди.

В заключение, дисертационният труд „Онлайн медии и публични комуникации” на Десислава Данкова има качествата на завършена научно-изследователска работа в своята област, поради което давам положителна оценка за присъждане на образователната и научна степен „доктор”.

23 ноември 2015 г.

Подпис: