

Становище

на доц. д.с.н. Добринка Пейчева

за дисертационен труд на тема: „Функционален модел за създаване на интерактивен мултимедиен продукт“

за присъждане на образователната и научна степен „доктор“

на гл. ас. Иво Димитров Пиперков по професионално направление 3.5.

Обществени комуникации и информационни науки

Дисертантът инж. Иво Пиперков представя труд в обем от 185 страници и 7 приложения. Намерението му с тази дисертация е да представи функционален модел за интерактивен мултимедиен продукт. Опитът за модел и емпиричната му доказателственост са разположени в 3-та и 4-та завършващи глави на дисертационния труд. Двете предхождащи глави са с теоретико-понятийна насоченост. Включени са 20 използвани заглавия на български и руски език и значително количество чуждестранна литература.

Пред нас е един актуален научно-приложен труд. Той се основава на осъществен подбор и обучение на студенти за създаване на мултимедийни продукти и резултира в процесуално представяне на опитите за съсредоточия на различни по характер и присъствие изразни средства, въплътени в преди или материализиращи се в момента комуникационни продукти по определени теми.

Актуалността на този труд се свързва и със „внедряването“ на интерактивност в създавания мултимедиен продукт като иманентен определител и като израз на съвременните комуникационни технологии, от които все повече се очаква осигуряване на реални възможности за активно участие на реципиентите в конкретните комуникационни процеси.

Пред нас е и един опит да бъде не само апробиран, но и фактически реализиран един поэтапен процес на създаване на мултимедийни продукти в рамките на 5-годишна изследователска програма с обучени студенти, които са в обсега на преподавателската натовареност на главен асистент Иво Пиперков.

Освен актуалност, дисертационният труд на Пиперков има и съответна значимост. Значимостта на предлаганото моделиране на процеса по създаване на мултимедийни продукти е свързано с развиване на творческия потенциал на студентите, участвали в апробирането на съответните процесуални етапи. Както самият автор споделя, предполага се развиването „на една нова уникална култура, основаваща се на използване на сложни символни връзки, важни за специфичния творчески процес, на активностните страни на индивидите, които участват в реализирането на мултимедийни продукти,

Целта и темата, които са почти идентични, разкриват едно приложно усилие с несъмнена образователна и креативна насоченост.

Методите, които използва дисертантът, са описани в следната последователност : анализ на модели, анкета, критериален тест, наблюдение, контент-анализ, неструктурирано интервю.

Съдържателни аспекти на дисертационния труд

В теоретичен план, дисертантът продължава съществуващите вече концептуализации за превъплъщението на реципиентите в комуникатори и без специално да акцентира, ни въвлича в проблемите на медиализирания човек, на човека – медия, който чрез своите блогове, профили в социални мрежи, персонални страници и пр. създава и разпространява медийни продукти. Дисертантът спира вниманието си и върху често срещаната напоследък дума *produser* (~~producer~~+user), свързваща създателя и ползвателя, според наложилата се терминология при интернет комуникацията. Това е друг начин за представяне на превръщането на хората в медии, в създатели и разпространители на медийни продукти.

Налице е теоретичен опит и за концептуализиране на самата комуникация с мултимедийни продукти, където дисертантът е подходил двuasпектно. От една страна, има предвид комуникацията като социална интеракция /директна или индиректна/ между комуникатор и реципиент на базата на конкретно съдържание, създадено и материализирано преди, или създаващо и материализиращо се в момента, под формата на мултимедийен продукт. От друга страна, разглежда комуникацията с мултимедийен продукт като възможност на реципиента да има достъпи до линкове от различен

характер, на базата на предвидени такива, наричайки тази комуникация интерактивна, а самия продукт - мултимедия. Остава на заден план създателя на мултимедийния продукт като неотменен субект в комуникационния процес, както впрочем и самото съобщение. Представя обаче една своя триада, включвайки в нея комуникатор средство и реципиент, абстрахирайки самия продукт, самото съобщение като свързващото звено в комуникацията, без което то не съществува. Ако има предвид, че „средството е съобщението“ по Маклуъновски, този аспект може да стане обект на спор, подобно на споровете по времето, когато Маклуън е лансирал този израз.. По Маклуъновски авторът твърди дори, че „самото „средство се възприема като комуникатор, защото от него се предават всички съобщения, които достигат до реципиента, давайки за пример видеоклипа. Да така е, същото може да се каже и за телевизията като цяло, за книгата като цяло, от тях също достигат съобщения и в този смисъл нещо ново. Но при тези случаи комуникаторът е многопластов, в него се включват и авторите на самите видеоклипове. Триадата на Пиперков би била обаче немислима без самото съобщение от видеоклипа, или от друг носител и пр. Очевидна истина е, че всеки творец използва винаги някакво изразно средство и с него съобразява предвиденото за съобщаване съдържание.

В тази редица на разсъждения би могло да се гледа и на проявената двуаспектност по отношение на понятието мултимедиен продукт. Веднъж този продукт Пиперков го обяснява като съсредоточие на различни изразни комуникационни средства, друг път го определя като мултимедия, тоест като едно от средствата за масова комуникация. Може би тъкмо тази раздвоеност е предпоставка за някои неточности, или недоказани твърдения, експлицирани в дисертационния текст. Има се предвид съществуващо смесване на автор с комуникатор (да, те могат да съвпадат, но могат и да не съвпадат стр. 25от автореферата); на комуникатор с адресат, както и смесване на реципиента с адресант (стр.24) , налице е смесване на средство с комуникатор и пр.

Известни неточности са налице и по отношение на терминологията, свързана с емпиричното изследване, което е обект в последната глава. Според социологическата терминология е направено комплексно социологическо изследване. То съдържа пробно изследване, свободно наречено от дисертанта- предварителен експеримент, чиято цел е да се апробира и анализира методиката и организацията на самото изследване.

Проведено е същинско и допълнително проучване, което да даде допълнителни отговори, свързани с отделни методически единици.

Целта на емпиричното изследване е доказване пригодността на моделната последователност за създаване на мултимедиен продукт чрез установяване на равнището на възможностите на студентите. Тази глава е особено ценно присъствие в дисертацията. За анализа на резултатите е била разработена *карта, включваща количествени измерители*. Тук обаче отново прозира една неточност. *Картата е предвидена, по думите на автора, за „контент анализ на съдържанието“* - което е нещо като „екшън план за действие“ Категориалните единици, които са включени предполагат възможност за количествен анализ на формата, а не на съдържанието. Положителен момент е направеното неструктурирано интервю за използваните от студентите типове изразни средства в крайния мултимедиен резултат.

Особено ценни са анализите на заключителния експеримент, в които се описват постиженията на студентите при използването на разнообразието от изразни средства

Приноси

1. Разкрит е процесът и самите стъпки за моделиране на създаването на интерактивен мултимедиен продукт;
2. Изградена е методика за създаването на интерактивен мултимедиен продукт, апробирана с комплексно социологическо изследване с лонгитюден характер в рамките на 5 годишен период;
3. Етапите и самият процес за изграждане на интерактивни мултимедийни продукти е приложим в технологичен план в много области - медиите и бизнеса и пр.

Бележки и съображения

1. Не е обосновано аргументирано преосмислянето на елементи от комуникационни модели в представения интерактивен ракурс. Съвременната реконструкция на комуникациите включва паралелното съществуване на еднопосочния и двупосочен модел, на еднолинейното и многолинейно общуване, на възраждане на междуличностната комуникация и на позиционирането и на много висок пиедестал, на превъплъщението на

иднидите в медии, на мигновеността на обратната връзка при съвременната масова комуникация и още много други процеси, детерминиращи тази реконструкция.

2. Интерактивността в дисертацията се свежда крайна сметка до наличие на хипервръзки в комуникационните продукти – в наличие на графичните елементи като бутони, активни полета и др. Ако това е така – авторът е пренебрегнал използването на другото понятие за интерактивност, пак от техническа гледна точка. Едното подчертава техническото изискване за осъществявана мигновена права и обратна връзка, и в този смисъл е възможно най-високо опосредстване на междуличностна или групова комуникация, а другото предвидена възможност за навлизане в друго налично съдържание чрез линкове, активни полета и пр., което е взаимодействие на реципиента с обективизирано съдържание, с технически обусловени атрибути за включване в други съдържания и процеси.
3. Необходимо е прецизиране на някои неточности, свързани с понятия, процеси, модели и пр.

Авторефератът съвпада с дисертационния труд.

По темата на дисертацията има 4 публикации в специализираната литература.

В заключение искам да кажа, че предложеният дисертационен труд има висока приложна стойност, притежава образователна ценност и е креативно насочен. Предлагам на уважаемото Научно жури към катедра *Радио и телевизия* на Факултета по журналистика и масова комуникация да приеме моят глас „За“ получаването на образователната и научна степен „Доктор“ на инж. Иво Пиперков.

Доц. д.с.н. Добринка Пейчева

24.11.2014