

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ “Св. Кл. ОХРИДСКИ“  
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ  
КАТЕДРА “КОМУНИКАЦИЯ И АУДИОВИЗУАЛНА ПРОДУКЦИЯ”

**Становище**

за дисертационния труд на **Александър Минков Дурчев**  
за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научната специалност 3.5  
Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Нови медии)  
**на тема: „Онлайн медиите в контекста на българските политически  
комуникационни практики за привличане на Y и Z електоралното поколение”**  
с научен ръководител проф. д-р Теодора Петрова

**1. Общи данни за докторанта**

**Александър Дурчев** е зачислен в редовна форма на обучение за докторантура към ФЖМК-СУ в професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Нови медии). Докторантът е провел курс на обучение към катедра КАП на ФЖМК. Представеният труд, според мен, е в съответствие с научната специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Нови медии).

Александър Дурчев е завършил „Връзки с обществеността” във ФЖМК-СУ, има сериозен опит като управляващ директор на една от големите агенции в София, има дългогодишен преподавателски опит във ФЖМК-СУ и в АУБ-Благоевград. Публикациите на докторанта допълнително доказват научните му търсения – сред тях са „Дигитални медии и политическите нагласи на младите хора в България”, „Как компаниите се включиха в диалога с потребителите”, „Политическите нагласи и представи на младите хора в България”, „The changing communication reality. How the brands are involved in the dialogue with the consumers”, участие в 4th ESTIDIA Conference Dialogues without Borders: Strategies of Interpersonal and Inter-group Communication СУ-2017 , и др., публикации, свързани с променящата се комуникационна среда, диалога с консуматорите и потребителите на съдържание, комуникирането чрез дигиталните платформи с потребители на съдържание и по- специално с младите хора.

Научното жури е редовно избрано и утвърдено със Заповед № РД 38- 95/13.02.2019 на Ректора на СУ „Климент Охридски“. Като член на журито съм избрана съгласно

Правилник за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св.Климент Охридски“ за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България.

## **2. Актуалност на темата и обща характеристика на дисертацията**

Дисертационният труд на Александър Дурчев е на тема: „Онлайн медиите в контекста на българските политически комуникационни практики за привличане на Y и Z електоралното поколение” и е върху процеси, засягащи комуникацията в условията на новите информационни и комуникационни технологии, цифровизацията на телевизията и споделяне на съдържание, на отложено гледане на медийно съдържание в социалните мрежи, на дигитализацията не само в сферата на комуникациите, а във всички сектори не само в медийния сектор, на диверсификацията на разпространение на съдържание, на производство, разпространение и приемане на информация сред младите, на реалността в която живеем, определена „като случаят Мърфи Браун” в политическата комуникация. Другият важен субект в тази комуникация, обект на изследване в дисертационния труд на Александър Дурчев, е изследване на политическата култура и потребление на информация от страна на младото поколение, или Y и Z електоралното поколение (младите хора до 29 години), към които са насочени политическите послания на политици, партии, институции по време на избори. „Поколенията Y и Z са поколения, израснали в или родени в дигиталния свят“ (според автора), които най-активно потребяват информация чрез дигиталните платформи и част от техния социален живот преминава чрез и в дигиталните мрежи и социалните медии. Тяхната политическа, социална и обща култура е изградена върху въздействието на социалните медии. Дисертационният труд се опитва да опише и анализира процеси, свързани с политическата комуникация, свързани с промяната на комуникационната среда, като се фокусира върху начина на потребление на информация от страна на Y и Z електоралното поколение, с какво те са различни при потреблението на информация, и с какво и как се променя политическата комуникация през дигиталните платформи в търсене на характеристиките на „дигиталната политическа култура” (ако можем така да я наречем). Това е едно изследване, което може да бъде определено както ”Марчело Витали Розати пише в „Да се ориентираме във виртуалното” (НБУ/IF В, 2013) „Ако прилагателното „Виртуален” е вероятно използвано за първи път във връзка с ИКТ в израза „виртуална памет”, именно „виртуална реалност” определи успеха му и взрива за използването му. Днес може да

се каже, че, (ще използвам още една негова фраза) „*Viritus u virtualis*”, особено валидна за Y и Z електоралното поколение. Това е доказано и чрез данни в направеното специално за целите на дисертационния труд емпирично изследване, проведено сред 300 лица на възраст между 18-29 години от различни български градове, които имат профил поне в една социална мрежа.

Изводите относно използвания днес политически инструментариум при комуникиране на политически послания в изследването са направени на базата на избрани политически примери и практики (като емблематични дигитални кампании на международната политическа сцена- Б. Обама и Д.Тръмп, Бепе Грило, Алексис Ципрас и Еманюел Макрон, Б.Борисов, Р. Радев и Кр. Каракачанов, и обрънатото към младите Движение „Да, България в България). Затова мога да кажа, че представеният за защита дисертационен труд е на актуална тема, тя е значима за условията, в които се провежда политическата комуникация с младите днес, а трудът е разработен съгласно изискванията за такъв вид изследване и отговаря на спецификата на научната специалност 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика - Нови медии). Ако търсим практико-приложн аспект на това изследване, то той е в трета и четвърта глава на този дисертационен труд където чрез емпиричните маркери на онлайн комуникацията са показани инструментите и комуникационните канали, които биха могли да окажат влияние върху политическите убеждения на младите хора у нас.

Целта на дисертационната разработка е анализирането на политически комуникационни практики в дигитална среда за привличане на младото българско поколение като електорат. Той достига до извода, че „Ако политическата комуникация достига до „дигиталните млади” чрез социалните мрежи, то тя би била успешна”. Докторантът е избрал интердисциплинарен подход на изследването, което според мен, позволява да бъде направено релевантно изследване на процесите на политическата комуникация с младите в дигитална среда. Сред използваните методи можем да посочим: описание и анализ на публикации, емпирично социологическо изследване чрез онлайн анкета, сравнителен анализ, обобщение на данни и др. Автореферат отговаря на академичните стандарти и отразява същността на дисертационния труд. В разработката на дисертационен труд за използвани публикации в областта на социалните науки, теорията на комуникациите и медиазнанието, показани са познания

за спецификата дигиталната комуникация и политическия маркетинг. Научните приноси са коректно изведени. Освен текста на дисертацията, докторантът има публикации и практически проекти, свързани с изследваната област.

### **3. Структура и съдържание на дисертацията**

Дисертационният труд е върху необходимия, според практиката обем за този род разработки (226 страници, използваните научни източници на български и английски език). Той е структуриран в четири логически свързани глави, разделени в подглави. Изследването и ма следните задачи: Да разгледа спецификите на политическия маркетинг и политическия PR в дигиталната медийна среда; Да проучи и анализира общественно-политическата комуникационна трансформация в условията на т.н. „дигитална гражданственост“; Да очертае, анализира и осмисли дигиталните кампании и политически комуникационни практики и тяхната интерактивност спрямо Y и Z електоралното поколение.

Първата глава е общотеоретична, като извежда постановки и понятия общи характеристики на комуникацията на младите, и по-специално Y и Z поколението, използването на дигиталните медии и социалните мрежи за политически маркетинг и комуникиране на послания от политическите фигури и партии. Втора глава е сравнителен анализ на „емблематични дигитални кампании” на политически лидери, целящи да достигнат до младите хора чрез социалните мрежи. Трета и четвърта глава са посветени на емпиричното изследване, като третата глава е теоретично постановка на самото изследване, а в четвъртата са показани резултатите от изследването. Докторантът доказва следните хипотези: Младото българско Y и Z поколение е по-склонно да се ангажира с политически идеи, ако те достигнат до него по креативен начин най-вече чрез онлайн медийното пространство; Социалните мрежи са основният инструмент за комуникация с младия електорат; Сред младото българско Y и Z поколение е налице потенциал за активизиране на политическата му ангажираност; Използването на интерактивна форма на комуникация в социалните мрежи, позволяваща на лицата активно да се включват в дискусии и да участват пълноправно в комуникационния процес, са предпоставка за активизирането на младите хора в политическо отношение. Така могат да бъдат и обобщени някои от изводите на този текст, като отново казвам, те могат да имат приложен характер.

Смятам, че задачите на изследването са постигнати, текстът е добре структуриран и вътрешно балансиран. Научните приноси са коректно изведени, като би могло да се акцентира повече върху приложния аспект на резултатите от изследването.

#### **4. Приноси и приносни моменти**

Доказани са хипотезите на изследването, анализирани са конкретни кампании, обобщени са общотеоретични постановки за политическата комуникация чрез социалните медии и използването на дигиталните платформи за информация от страна на младите, направено е емпирично изследване чрез анкетно проучване, изследвани са и се проследят нагласите на младите по отношение на каналите на информация, като се достига до изводи като ” младото българско Y и Z поколение е по-склонно да се ангажира с политически идеи, ако те достигнат до него по креативен начин най-вече чрез онлайн медийното пространство; Сред младото българско Y и Z поколение е налице потенциал за активизиране на политическата му ангажираност и др., които характеризират комуникацията на политическите субекти с младите в социалните мрежи. Изследвани са предпоставките, позволяваща на това поколение да се активизира и участва активно в политическия живот. Ясно е дефинирано поколението Y и Z и начините на информираност и потребление на информация именно от тези млади хора. Като цяло, мога да кажа, че целите на дисертационния труд са постигнати и изведени коректно като приноси.

#### **5. Препоръки към докторантката по темата на дисертацията.**

Разбира се, всеки текст може да бъде подобряван. Текстът е добър и аз нямам основни забележки към представения текст. Може би при една негова последваща редакция, той би могъл да очертае изводите по- отчетливо, като бъдат съкратени някои описания, с цел по- доброто възприемане от страна на читателя, ако неговият автор реши да го хубликува.

#### **6. Заключение**

Представената докторска дисертация е оригинално научно изследване, което показва постигнатото от Александър Дурчев, като подчертавам, че тя има необходимите научни качества за такъв род разработка, бих казала още, че дисертацията отразява теоретични знания и умение, включва самостоятелно емпирично изследване, анализи

на процеси, обобщени резултати и препоръки на базата на емпиричното изследване относно политическата активност на младите хора и използването на социалните медии, анализи на инструментите за комуникиране на политически послания и като подходяща форма на комуникация сред представителите на поколенията Y и Z .

Смятам, че дисертационният труд отговаря изцяло на изискванията за самостоятелно научно изследване, разширява изследванията в областта на онлайн комуникацията и потребление на информация сред младите, и може да има практико- приложен характер.

Като изхождам от всичко казано до тук, и като подчертавам постигнатото от докторанта, убедено препоръчвам на Научното жури да присъди на Александър Дурчев образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Нови медии) ще гласувам за това.

София, 04.2019г.

Подпис:

Проф. д-р Теодора Петрова