

РЕЦЕНЗИЯ

За дисертационния труд на БОГОМИЛ ЦВЕТАНОВ КАЛИНОВ за присъждане на образователната и научната степен „доктор“ по 3.5. Обществени комуникации и информационни науки – Журналистика – Ефективни комуникации и аудио-визуални услуги

на тема: „ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ИЗМЕРВАНЕ НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА АУДИО-ВИЗУАЛНИ ПРОДУКТИ, ПУБЛИКУВАНИ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

(ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПРОИЗВОДСТВОТО И РАЗПРОСТРАНЕНИЕТО) ”

от ПРОФ. Д-Р ВЕСЕЛИНА ВЪЛКАНОВА

ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДОКОРАНТА

Богомил Цветанов Калинов е бакалавър по Библиотечно-информационни науки на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ и по Кино и телевизионна режисура на Нов български университет, има магистърска степен по Филмово и телевизионно проучване и продуцентство от Департамента „Американски и канадски науки“ на Факултета по изкуство и право на Бирмингамския университет, както и специализация по медийни и комуникационни науки. От 2016 до 2019 г. е редовен докторант в докторската програма „Медии и комуникации“ по научната специалност „Ефективни комуникации и аудио-визуални услуги“ на

Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския Университет „Св. Климент Охридски“, научен ръководител проф. д-р Теодора Петрова.

ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДИСЕРТАЦИЯТА И АВТОРЕФЕРАТА

Дисертационният труд с общ обем 249 страници се състои от увод, 3 глави, заключение, библиография от 233 заглавия, повечето от които на английски език. Авторската справка за научните приноси е приложена към автореферата. Приложен е емпиричният корпус на дисертационния труд.

Авторефератът, приложен към документацията по предварителното обсъждане, е с обем 42 страници и представя дисертационния труд чрез описание и анализ на: актуалността и значимостта на темата, обекта и предмета на изследването, методологията, ограниченията, структурата и прогнозите за бъдещото развитие на сектора, заключение, библиография.

Авторефератът е адекватен на дисертацията, отразява по същество структурата, подхода и основните обобщения и отговаря на изискванията за автореферирание на дисертационен труд.

Дисертационният труд беше добросъвестно преработен и редактиран и след предварителното обсъждане – засилени са обосновките и представянето на авторската концепция; коригирано е заглавието на дисертацията, което по-точно реферира изследователските линии на съдържанието; подчертан е предметът на изследване, редактирани са целите и обектът; засилена е теоретичната и аналитичната плътност на изложението; прецизирани са термини; библиографията е представена по

стандарт; разширено е заключението и са отстранени някои технически несъвършенства.

Така вследствие на редица съдържателни и технически промени в дисертацията при постапробационната ѝ редакция и съобразяването с мненията и препоръките на рецензентите и участвалите в дискусията дисертационният труд е по-прецизен и по-ефективен от гледна точка на доказването на изследователските тези.

По темата на дисертационния труд докторантът е публикувал седем статии в научни списания и сборници, с което отговаря на изискванията в това отношение.

ПРЕЦЕНКА НА АКТУАЛНОСТТА НА ПРОБЛЕМА

Настоящият дисертационен текст е посветен на актуална и важна тема – социалните мрежи са едни от най-използваните канали за комуникация, а аудио-визията има сериозно присъствие в тях.

През последните години неотменно бележи ръст онлайн рекламирането, оттук и значението на фирменото представяне в социалните мрежи. Генерирането на кликове, извършването на действия в корпоративните страници и популяризирането на продукти във Фейсбук, привличане на фенове и организиране на събития, представяне на оферти – всеки малък или голям бизнес се е сблъсквал с предизвикателствата на новите платформи за генериране на трафик, интерес, а оттук и за популяризиране на продукти, услуги и стоки и като цяло за управлението на бранд профили в социалните мрежи.

Неслучайно настоящото изследване се фокусира именно върху ефективността на аудио-визията в социалните мрежи. Менажирането на

фирмената комуникация следва ефективността при определяне на стратегиите за оферирание, таргетиране, бюджетиране и изготвяне на определени кампании, свързани с конкретни промоции, при изготвяне на отчети и анализ на получените данни, при сравнения с предишни периоди и изготвяне на предложения за подобряване на резултатите.

Затова и изследването се насочва към сравнително широкия темпорален обхват на последното десетилетие, като включва в предмета онези специфики и предизвикателства, които характеризират не само производството, но и разпространението на аудио-визуални обекти в социалните мрежи.

ПРЕЦЕНКА НА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

При стратифицирането на обекта и предмета и при извеждането на научния проблем са отчетени както сложността на изследваната област, така и многоаспектността на съществуващите противоречия, свойства и отношения на обекта, които характеризират настоящата проблемна ситуация.

В дисертацията са очертани конкретни цели, свързани с проучването на научния проблем, като сред тях основният е свързан с извеждането на концептуалната рамка и на параметрите на средата, в която попада изследваният феномен. Проучванията върху производството, разпространението и рецепцията на аудио-визуални материали за публикуване в социалните мрежи през 10-те години на ХХ век, както и създаване на инструментариума за установяване на ефективността, им са безспорно генералните предизвикателства на разработката.

За изпълнение на целите и поставените задачи докторантът се опира на методология, включваща теоретичен обзор, анализ на примери от практиката, емпирично проучване по собствен алгоритъм, направени са синхронни и диахронни анализи, дълбочинни интервюта и качествен анализ.

Първата глава на дисертацията „ПАРАМЕТРИ И ЕВОЛЮЦИЯ НА СЪЗДАВАНЕТО НА АУДИО-ВИЗУАЛНО СЪДЪРЖАНИЕ“ въвежда теоретичната база на предмета, за което докторантът е проучил обстойно концепции, теории, изследвания на водещи автори в това поле. Освен теоретичната рамка на изследвания феномен тук се разгръщат важните анализи, свързани със средата – социални, икономически фактори, действащо законодателство у нас и в Европейския съюз, характеризират се състоянието на аудио-визуалните медийни услуги, водещите аспекти на изразната система на аудио-визията, детерминират се потребителски навици за консумация на медийно съдържание, обобщават се предизвикателствата пред аудио-визуалната индустрия в XXI век.

Във Втората глава „КОЛИЧЕСТВЕНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕТО С АУДИО-ВИЗУАЛНИ МАТЕРИАЛИ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ“ докторантът се заема със задачата да представи резултатите от количественото изследване. На базата на специално разработен за обекта алгоритъм Богомил Калинов изследва 16 български и международни бранда с осезаемо присъствие в социалните мрежи. Прави отлично впечатление, че докторантът представя предходните изследвания по въпроса, ясно излага изследователските задачи и своята методологическа рамка. Резултатите от изследването са добросъвестно представени и анализирани, направени са важни изводи и обобщения.

Авторът предлага и коефициент на полезност на аудио-визуалните комуникационни единици в социалните мрежи.

Третата глава „КАЧЕСТВЕНО ИЗСЛЕДВАНЕ ЗА НАГЛАСИТЕ НА ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА АУДИО-ВИЗУАЛНИ ПРОДУКТИ ЗА РАЗПРОСТРАНЕНИЕ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ“ има за акцент качествено емпирично проучване, което чрез дълбочинни интервюта на експерти по темата натрупва емпиричен масив, на базата на който се извеждат онези тенденции, прогнози, предпоставки, които дисертантът си поставя в увода.

КАЧЕСТВА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В разработката са демонстрирани много ярко професионалната рефлексия на докторанта и трайният му интерес към изследователското поле, на което се е посветил.

Текстът се чете с интерес и лекота, налице е подчертана аналитичност. Целите на дисертацията са точно и конкретно формулирани, научният проблем е заявен в увода, формулирани са научни тези, направените предположения и въпроси методично се изследват и доказват в главите. Структурирането и ориентацията са недвусмислени; библиографията е точна и прецизна, както и цялостното оформяне и представяне на дисертацията. Обемът е оптимален. Частите са логически и смислово свързани.

Изследването и тезите са оригинални и авторски. Получените резултати са описани и анализирани изчерпателно, доказано е изпълнението на поставените задачи.

Дисертацията представлява принос към изследваната област. Основните констатации са пряко извлечени от практиката и се свързват с

нея. Докторантът е демонстрирал високо ниво на критично мислене към изследвания проблем. Определен превес в дисертацията има емпиричното научно изследване, с ясно заявен приложен ефект.

ВЪПРОСИ:

В третата част от изследването са направени прогнози за развитието на сектора на аудио-визуалните продукти, предназначени за разпространение в социалните мрежи. Какви развития според Вас ще наблюдаваме в качеството на аудио-визуалните съдържания в социалните мрежи, има ли българска специфика в този жанр въпреки глобализацията и в него?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- С разработената актуална теоретична рамка на обекта на изследване;
- с емпиричното проучване върху изследвания феномен по авторски алгоритъм;
- с обобщенията на развития, тенденции, перспективи в сектора;
- с изведения коефициент на полезност, който установява ефективността на аудио-визуалните материали в дигиталната реклама

настоящият дисертационният труд има определен принос в изследванията по обществени комуникации и информационни науки, по ефективни комуникации и аудио-визуални услуги.

Изведените по-горе приноси моменти на изследването ми дават основание да подкрепя пред уважаемото научно жури присъждане на БОГОМИЛ ЦВЕТАНОВ КАЛИНОВ на образователната и научна степен „ДОКТОР“ по 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ – ЕФЕКТИВНИ КОМУНИКАЦИИ И АУДИО-ВИЗУАЛНИ УСЛУГИ ЗА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД „ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ИЗМЕРВАНЕ НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА АУДИО-ВИЗУАЛНИ ПРОДУКТИ, ПУБЛИКУВАНИ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ (ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПРОИЗВОДСТВОТО И РАЗПРОСТРАНЕНИЕТО)“.



Проф. д-р Веселина Вълканова

25.10.2020 г.