

СТАНОВИЩЕ

за дисертационния труд на доц. Мария Александрова Попова „Аудитория и журналистика. Социални и комуникационни промени в поведението на аудиторията и видовете журналистика за присъждане на научна степен „доктор на науките” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (теория на журналистиката и медиите)

от проф. дн Добринка Станчева Пейчева, Югозападен университет „Неофит Рилски“

Чрез дисертационния труд се цели да се направи опит за концептуализиране на социалното и комуникационно поведение на активната аудитория, която участва в процеса на създаване, споделяне и оценка на информацията в медийното пространство. Тезата, която се защитава в дисертационния труд е, че участието на активните индивиди в създаването на медийни продукти се осъществява от граждански осъзнати и социално рефлексивни хора, които предизвикват съществени трансформации в съвременната журналистиката, допринасяйки за появата на нови нейни варианти, специфики и творчески форми.

Резонен изследователски обект на дисертационния труд са съвременните активни реципиенти, които излизат извън традиционната представа за медийни потребители, тъй като се приближават до похватите на професионалните журналисти

Предмет на наблюдение от дисертантката са промените, които протичат в журналистиката, породени от взаимовлиянията между новите технологични открития и развитието на медийните устройства, от умножаването на медийните канали и измененията в журналистическото поведение, от въвеждането на нови журналистически форми като гражданската журналистика, мрежова журналистика, мултимедийна журналистика, конструктивната журналистика и пр.

Основните хипотези на дисертантката се отнасят до наблюдаваните социални и комуникационни промени в поведението на аудиторията и в моделите на журналистическо творчество. Първата хипотеза лансира, че „представите за медиите като властови центрове в обществото или като обект на властови контрол вече не могат толкова лесно да бъдат съотнесени към полето на комуникацията, включително спрямо вижданията за медиите като „гейткипъри” на информацията и като основен фактор за формиране на общественото мнение. Преминава се отвъд разбирането за медиите като

пазителите на социалната отговорност, предоставена им от обществото с цел неговото информиране с достоверна информация, консолидация, защита на социалните ценности и демократичните устои“ Изхожда се от обстоятелството, че потребителите трябва да се научат да проверяват получаваната информация, назовисимо от нейния източник – утвърдена медийна организация, уебсайт или онлайн платформа.

Втората хипотеза твърди, че медийните организации и журналистите като цяло трябва да възприемат аудиторията като съучастник в медийното творчество – от събирането и обработката на информация, през нейното верифициране, позициониране до разпространението и оценката и. Съучастието на потребителя е отговор на трансформациите в съвременната журналистиката, когато тя вече не е еднопосочен процес на пренос на информация. Счита се, че наблюдението на онлайн потребителя не трябва да бъде възприето единствено като част от определено групово формиране – масова аудитория, а да се акцентира върху неговото персонализирано проявление – медиализираният човек който приема нови ролеви варианти – просуматор, овластена аудитория, активна аудитория, гражданин-журналист. Това, според дисертантката, е особено видимо в интернет и демократизира медиите, защото непрофесионалните журналисти могат да придобият влияние и да спомогнат за други гледни точки за опознаване на интересите, нагласите и събитията, които засягат хората. Така медиите могат да се идентифицират със своята аудитория. **Третата хипотеза се отнася до** измененията, които настъпват в журналистиката, в резултат на новата активна позиция на реципиентите, и на появяването на нови варианти - журналистиката на участието, гражданската журналистика, мултимедийната журналистика, мрежовата журналистика, и пр.

Задачите, които се поставят за разрешаване в дисертационния труд са релевантни на поставената цел.

В първа глава това са: изследване на особеностите на медийната аудитория, на моделите за нейното сегментиране и проявления, показателите за нейното типологизиране, степента на активност или пасивност, на интерактивност или взаимозависимост, промяната в позицията на журналистите, ограничаване на тяхното влияние и авторитет, видоизменените характеристики в сегментираното виртуално пространство, съобразно конкретни показатели – социални, културни, личностни, психологически фактори, степен на въвличеност, влиянието на пазара и т.н. Експлицират се особеностите на просуматорите- на стремежите на хората да създават

медийни продукти с цел удоволствие или за лично ползване, а не за продажба. Изследват се промените в потреблението, предвид възможността всеки отделен потребител да консумира медийна информация от различни персонални устройства -лаптоп, мобилен телефон, таблет, смарт часовник. Това е позволило на дисертантката да оцени аудиторията като „бивша” спрямо традиционните представи и новите журналистически вариации.

Във втора глава се изследва навлизането на гражданите в медийната среда, и в разширяване на влиянието на гражданското общество, на базата на позоваване на вече съществуващи медийни теории и описания на гражданската журналистика.

В трета глава се изследват задачи, свързани с обяснения на особеностите и значението на журналистиката на участието. Проучени и изведени са някои от спецификите на журналистиката на участието като диалогичност и взаимосвързаност. Детайлно са описани разнообразните форми на журналистиката на участието – текст, аудиозаписи, видеоклипове, колективни интервюта, писане на коментари, гласуване в класации и анкети, участие във форуми и дискусии, изпращане на мейлинг листове, нюзлетъри, управление на информацията чрез смарт устройства, онлайн модели като блогове, уикита, тагове, постове в социални мрежи, линкове за споделяне на музика, фотографии. Основните констатации са, че медиите активно „отварят“ съдържанието си за потребителски-създавана информация, Дефинирани са ролите, през които се проявява журналистиката на участието.

В четвърта глава се изследва и представя същността на мултимедийната журналистика, която изразява създаването на разнообразно медийно съдържание (аудио, видео, текст, изображения), неговата висока степен на визуализация и възможностите за дистрибутирането му в интернет. Изследвани и разгледани са и особеностите на мрежовата журналистика, свързана с умението на професионалните журналисти, потребителите, местните общности и експертите в различните области да работят съвместно по производството на онлайн съдържание, с цел споделянето на факти, формирането на комплексни връзки и гарантирането на достоверността на информацията. Очертават се и някои от основните характеристики на мрежовата журналистика като интерактивност, хипертекстуалност, мултимедийност, асинхронност, персонализация, децентрализация, дискуссионност, мрежово разпространение на информацията.

В пета глава се изследват процесите на медиатизация на емоциите като отговор на умората на аудиторията от преобладаващо негативното съдържание, както и от

влияние на социалните мрежи. Медиите се изследват и като пространство за проявление на емоционална култура, медиатизиран гняв, емоционална интелигентност. Констатирано е, че познаването на емоционалното въздействие, на реакциите на афектните публики е полезно за журналистите, защото, в своята практика, те се сблъскват както с емоционалните изблици на своите източници на информация, така и със собствените си чувства в процеса на медийна обработка. Интерпретирани са преобладаващите позитивни емоции и е потърсено тяхното проявление в социалните мрежи. Наблюдавана е и конструктивната журналистика, стремяща се да трансформира новините чрез предлагането на позитивни истории. Изследвана е журналистиката за решенията, акцентирано е върху теми като взаимопомощ, доброволчество, добри новини, а не толкова на драматичната или негативна информация.

Методи. За разработване на дисертационния труд е проведено собствено представително социологическо изследване чрез контент-аналитичен метод за проучване на възможностите на трите големи българските телевизии – bTV, Нова телевизия и БНТ да предлагат продукти в рамките на журналистиката на участието. Наблюдавани са централните новинарски емисии в периода ноември и декември 2018 г., изследвани са над 3600 новини, от които 133 са определени като форма на журналистика на участието. Напрвен е и анализ на медийни документи, свързан с изследване на формите на участие на българските онлайн потребители в процеса на създаване на медийното съдържание и иницирирането на публичен дебат по ключови социални, образователни и институционални теми през 2019 г. Изследването обхваща всички онлайн проявления на българските медии, както и наличните публични профили в социалните мрежи. Проучени са и медийните представления на позитивните новини. През 2019 г. е проведено и дълбочинно интервю с трима водещи български журналисти, които в това време са заемали високи позиции в частната телевизия bTV – Венелин Петков, директор „Новини, актуални предавания и спорт“, Гена Трайкова, главен редактор на „Новини“ и Валя Гиздарска, главен редактор на „Актуални предавания“.

Би могло да се констатира, че всички включени изследователски инградиенти на дисертационния труд са детайлно изследвани в самото разработване на отделните глави в дисертационния труд и са една проява на сериозен академичен подход (теоретичен и емпиличен) и на получила се съответна резултатност. Разкриват се високи аналитични умения, богатство от литературни източници, респективно релевантна научна литература, академичен стил на изрзвяване, достатъчен брой публикации по темта на дисертационния труд.

Авторефератът отговаря на дисертацията

Оценката ми по всички критерии за написване на становище е положителна.

Приноси

Приемам всички изведени приноси на докторантката като акцентирам най-вече върху значението на емоциите и изведеното твърдение, че медиите се оказват „пространство за проявление на емоционална култура, гняв, емоционална интелигентност и на емоционален труд.“

В заключение искам да изразя становището си, че дисертационният труд на доц. д-р Мария Попова е високо академично постижение и препоръчвам на уважаемите членове на Научното жури към ФЖМК да гласуват с „Да“ за присъждане на академичната степен „Доктор на науките“ по *Теория на журналистика и медиите* в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.

Член на научното жури:

Проф.дн Добринка Станчева Пейчева

29.06.2022

София