



Проектна докторантура:

Медии и комуникации (Медийни и комуникационни стратегии в дигитална среда)

ИЗИСКВАНИЯ И ПРОЦЕДУРА ЗА УЧАСТИЕ:

Необходими документи:

1. CV. То трябва да включва академично образование, професионален опит, чуждоезикови познания, детайли за предишен изследователски опит и научни публикации, ако има такива.
2. Мотивационно писмо за участие в конкретния докторантски конкурс. С мотивационното писмо от около 2-3 стр. (няма фиксиран обем) кандидатът представя своите академични интереси и силни страни; намерение и цели при кандидатстването за докторантура в избраната област.
3. По желание кандидатът може да предостави на разположение една своя писмена научна работа от максимум 45000 знака (25 стандартни страници): курсова работа, глава/част от дипломна работа или магистърска теза, научна публикация.

Конкурсна процедура:

- Първа фаза (писмен изпит): На писмения изпит се представя разработка в рамките на предложеното по-долу изследователско поле, чието анотирано съдържание е максимално обширно, така че кандидатът има възможност да обвърже текста си само с онези елементи от съдържанието на избраното от него тематично поле, в които са изследователските му интереси. Продължителността на писмения изпит е четири астрономически часа.
- Втора фаза (устен изпит): Събеседване по представения проект и останалите писмени документи.

Изследователски проект: насоки за разработка

Опишете предлаганата изследователска тема възможно най-прецизно. Проектът трябва да съдържа отговор на следните въпроси:

- Какъв е проблемът, който стои в основата на Вашия интерес към темата?



- Кои са основните Ви изследователски въпроси?
- Каква литература по темата познавате и какви са нейните приноси и ограничения?
- Какви са главните хипотези на работата?
- Каква методология смятате да приложите (аргументирайте избора си)? Обяснете как възнамерявате да проведете Вашето изследване; от какъв тип информация (емпиричен материал) ще имате нужда; какви източници на данни сте идентифицирали, как възнамерявате да регистрирате и анализирате необходимите Ви данни?
- Какви изследователски резултати целите да постигнете и какъв мислите, че ще бъде научният принос на дисертацията?

Забележки:

- Разработеният изследователски проект служи само за изпитни цели. При зачисляване в докторантура на дисертационния проект се дава конкретно заглавие. Заглавието на дисертационния проект при зачисляване се определя след обсъждане с научния ръководител и се приема на катедрено заседание. Катедрата/факултетът не гарантират, че изследователският проект, с който се кандидатства, ще прерасне в дисертационен проект.
- Кандидат-докторантите могат да открият пълна информация за кандидатстването, зачисляването и обучението по време на докторантурата във ФЖМК на СУ "Св. Кл. Охридски" в Ръководство на докторанта на интернет-страницата на факултета в Докторски програми, раздел Обучение.



Конспект

за тематично поле: Медийни и комуникационни стратегии в дигитална среда

Анотирано съдържание

Докторската програма „Медии и комуникации” насърчава изследвания в областта на комуникационната и медийната теория и практика. Бързият темп на технологично развитие в областта на медиите и комуникацията предлага нови възможности, но също така изисква нови знания и умения. Паралелно с увеличаващото се разнообразие и динамиката в сектора на медиите и комуникациите нараства и интересът към дипломиране в областта на медийните и комуникационните науки. Това е предизвикателство, на което ФЖМК отговаря чрез трета степен на висше образование и подготовка за научна кариера. Тематичното поле „*Медийни и комуникационни стратегии в дигитална среда*“ е насочено към изследване на явленията, процесите и следствията от налагането на дигиталната среда в нейните многобройни измерения: социални, политически, икономически и културни, както и на влиянието ѝ върху медиите.

Програмата запознава докторантите с определени ключови теоретични концепции, подходи и дебати относно разбирането и критичния анализ на ролята на новите, дигитални медии в съвременното общество. Тя съчетава аналитична перспектива, която хвърля светлина върху някои важни аспекти, функции и употреби на цифровите медии, с историческа перспектива, която ги поставя в рамките на по-широко разбиране на технологията и нейната връзка с културата и социалните промени. Докторската програма изследва основни области на комуникационното въздействие по начин, който дава приоритет на интердисциплинарното, основано на актуални изследвания, а не на абстрактно теоретизиране, на иновативно и критично мислене за текущи проблеми и предизвикателства.

Целта на програмата е да открива подходи и методологии, специфични за полето на медиите и обществените комуникации, нови и иновативни модели, както и да търси практически значими медийни и комуникационни стратегии в променящата се дигитална среда. Програмата също така дава възможност на докторантите да подобрят уменията си в областта на избора на медийни стратегии, на техническите им познания, изследователските методи и теоретичните знания в контекста на дигиталните комуникационни канали.

Образователните цели на докторската програма включват:



- Умения за обяснение и разбиране на новата, дигитална медийна среда
- Умения за работа и производство на дигитално съдържание
- Ефективно използване на онлайн платформи и инструменти за ангажиране на различни аудитории
- Специализация в успешната трансформация на медийна организация от традиционна към дигитална среда.

Докторската програма дава необходимата практическа подготовка и знания за посрещане на бъдещи предизвикателства в работата, свързана с комуникациите, творчеството, медиите, преподаването и изследванията. Завършилите получават усъвършенствани специализирани умения, за да се утвърдят на водещи позиции в медийните индустрии (визуална комуникация, корпоративна комуникация, комуникационни агенции, медийни агенции, издателства, журналистика, телевизия, вътрешни комуникационни екипи и др.).

Теми за подготовка:

1. Комуникационен модел и неговото развитие - Аристотел, Шенън и Уивър, Ласуел, Берло, Шрам, Малецке, Роджърс, Томсън. Дигиталните медии и промяната на комуникационния модел.
2. Поява и развитие на дигиталната комуникационна среда. Новите роли на журналиста. Възникване и еволюция на дигиталните медии.
3. Журналистически дискурс в дигитална среда. Технологична еволюция, дигитална медийна конвергенция, Интернет и неговите комуникационни възможности.
4. Визуалната комуникация: тенденции, теории и културни модели.
5. Идеята за комуникация в дигиталната епоха. Трансформация на традиционните медии и специфика на социалните медии.
6. Онлайн дезинформация и фалшиви новини. Възможности и предизвикателства на дигиталното пространство за осъществяване на ефективна комуникация.
7. Аудиторията в условията на дигитална медийна среда.
8. Дигитална медийна система. Специфики и особености.
9. Комуникационни стратегии в дигиталната ера.



10. Публичната комуникация и съвременната дигитална среда.
11. Изкуственият интелект и влиянието му върху дигиталната медийна система.
12. Етически проблеми на дигиталната промяна в медиите и комуникационната среда.

Тема за разработка на изследователски проект:

Развитие на медийните индустрии и комуникационни стратегии в дигитална среда – иновативни подходи за медийно влияние и медийни ефекти, визуална култура и комуникация, компетентности и професионални роли на журналистите

Литература:

1. Буркарт, Роланд. Наука за комуникацията, В.Т., 2000, ПИК.
2. Василев Симеон, Медийна екосистема. Предизвикателства на трансформацията, София: УИ "Св. Климент Охридски", 2023
3. Вълканова, Веселина. Медии & уеб дизайн. Култура и функционалност на онлайн комуникацията. София: УИ "Св. Кл. Охридски", 2019
4. Дерменджиева, Грета. Онлайн журналистика. Медиите в дигиталния свят. София: УИ, 2013
5. Кастелс, М. Информационната епоха: Икономика, общество и култура. Том 1: Възходът на мрежовото общество. 2004.
6. Михайлов, Николай, Комуникацията – социален и морален контекст, София: Мейкър Артс, 2016
7. Петров, Милко. Персоналният имидж. Изграждане, контрол, рецепция, Атлантисмедия, 2005
8. Петрова, Теодора, Телевизионната програма като част от медийните аудиовизуалните услуги, Авангард прима, София, С., 2018
9. Попова, Мария. Аудитория и журналистика. Социални и комуникационни промени в поведението на аудиторията и видовете журналистика, УИ "Св. Кл. Охридски", София, 2023
10. Попова, Мария. Виртуалният човек, София: Авангард прима, 2021



11. Стойков, Любомир. Публична комуникация и медиаморфози. София: УИ "Св. Кл. Охридски", 2023
12. Ноел-Нойман, Елизабет. Спиралата на мълчанието, с., 2004
13. Петев, Тодор. Теории за масовата комуникация. С., 2004
14. Петев, Тодор. Комуникационната спирала. С., 2008
15. Хабермас Юрген. Структурни изменения на публичността. София: Наука и изкуство. 1995
16. Арент, Хана. Човешката ситуация, Критика и хуманизъм, 1997 г.
17. Фидлър, Р. Медиаморфоза, С., 2005, „Кралица Маб”.
18. Фуко, Мишо Управляването на себе си и на другите, Критика и хуманизъм, 2019
19. Deuze, Mark, Tamara Witschge, Beyond Journalism, 2020, Polity Press
20. Deuze, Mark. The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. Media&Society. 2003, Vol 5(2)
21. McQuail, Denis, Mark Deuze, McQuail's Media&Mass Communication Theory, 2020, SAGE
22. Valkanova, Vesselina, Mihailov, Nikolai. Sustainability and media influence – the role of global media in creating a new environmental culture, in globalization and sustainability, intechopen, pp.275-285, 2024
23. Jeremy Hunsinger and Theresa Senft. The social media handbook (1st ed.). Routledge, New York, 10001. 2013
24. Flew, Thomas, New media. South Melbourne, Oxford University Press. 2014
25. Dewdney, Alex The digital media handbook. London: Routledge. 2013

От кандидатите се очаква и сами да потърсят научни източници в съответствие с изчисления за разработване проект.