

Rezumatul tezei de abilitare:
**A Decade of Research: From Traditional Media
to Social Media Influencer Advertising**

Dr. Meda Mucundorfeanu

Prezenta teză de abilitare reprezintă un rezumat coerent al carierei mele academice, didactice și de cercetare, după obținerea titlului de doctor, care se întinde peste aproximativ un deceniu. Realizările academice prezentate dovedesc capacitatea mea de a iniția, coordona și desfășura activități științifice în domeniul științelor comunicării. Teza este organizată în trei secțiuni, după cum urmează: (1) activitatea academică, care se referă la parcursul meu educațional, la activitatea didactică și la activitatea internațională, care cuprinde mobilități de cercetare și de predare, cooperări și rețele de cercetare, încheierea de acorduri de diplomă dublă și participarea la conferințe științifice internaționale de prestigiu; (2) activitatea de cercetare, care cuprinde trei mari teme: cercetarea mediatică, cercetarea publicitară și cercetarea domeniului de influencer marketing pe rețelele de socializare; (3) planuri de dezvoltare a carierei, bibliografie și concluzii.

Educația și dezvoltarea mea profesională au fost marcate în principal de cunoașterea și utilizarea limbii germane și de setea mea de cunoaștere. Afinitatea mea pentru limba germană s-a dezvoltat treptat pe parcursul celor 12 ani de școală, unde am studiat-o ca limbă maternă la Liceul Joseph Haltrich din Sighișoara, și s-a aprofundat pe parcursul anilor de facultate, ca limbă de lucru activă la patru facultăți din cadrul Universității Babeș- Bolyai, unde am urmat cursurile a două programe de studii de licență, a trei programe de studii de masterat și a unui program de doctorat.

După ce am obținut diploma de doctorat, în anul 2013 am fost promovată în funcția de lector universitar în cadrul liniei de studii germană a Departamentului de Comunicare, PR și Publicitate, la Facultatea de Științe Politice Administrative și Comunicării, funcție pe care o ocup în prezent. Una dintre cele mai mari realizări didactice ale mele este faptul că în 2015, la propunerea studenților mei, am obținut premiul național pentru realizări didactice excepționale „Profesor Bologna”. Am fost unul dintre puținele cadre didactice universitare din țară care au primit acest premiu. Obținerea unei nominalizări și, mai ales câștigarea acestui titlu, presupun un număr mare de voturi exprimate de studenți, ceea ce este o realizare în sine, pentru că linia de studiu germană nu are atât de mulți studenți ca, de exemplu, cea română.

Activitatea mea didactică nu se limitează la studenți, ci și la liceeni. Parteneriatul puternic și de lungă durată pe care îl am cu asociația *Gutenberg*, singura asociație studentască

de limbă germană din România, îmi permite să întâlnesc periodic elevi de la licee germane din toată țara și să-i învăț despre tehnici de comunicare și publicitate în cadrul unor workshop-uri. Unii dintre participanți, care s-au simțit inspirați și atrași de domeniul nostru de studiu, în cadrul acestor întâlniri, au devenit mai târziu studenții noștri.

Activitatea mea didactică se axează pe metode de cercetare științifică, branding, publicitate și comunicare politică, iar cursurile și seminarele mele în cadrul programelor de licență și de master sunt: metode de cercetare științifică în științele sociale, branding, discursuri publicitare, introducere în științe politice și crearea imaginii actorilor politici. Cercetarea mea este strâns legată de domeniile mele de predare, cărțile, capitolele și lucrările științifice publicate, fac referire la crearea, comunicarea, promovarea și percepția imaginii (produselor/serviciilor, instituțiilor, politicienilor sau creatorilor de conținut online).

Activitatea mea internațională a fost facilitată, bineînțeles, de stăpânirea limbii germane pe care am dobândit-o în cei 12 ani de școală și pe parcursul studiilor în cadrul programelor de licență și master, dar și a programului de doctorat. Punctul de plecare pentru activitățile mele academice internaționale fiind stagiul de cercetare de trei luni desfășurat la Ludwig-Maximilians Universität din München, Germania. Acolo am avut ocazia să mă familiarizez cu stilul de muncă, cu abordarea și cultura germană și, nu în ultimul rând, să stabilesc legături profesionale cu oameni de știință remarcabili.

Experiența mea didactică pe plan internațional a început în 2009. Unul dintre cei mai puternici parteneri instituționali internaționali ai departamentului cu care lucrez fiind Facultatea de Media de la Universitatea de Științe Aplicate din Mittweida, Germania, unde predau mai multe cursuri în fiecare an, printre care se numără: teorii și modele ale științelor comunicării, limbaj media, dar și redactare științifică și metode de cercetare. Legăturile mele cu această universitate nu se limitează doar la activitatea didactică, ci includ și o colaborare editorială și de cercetare. Editura acestei universități a publicat una dintre cărțile mele pe care le-am scris ca unic autor, precum și două volume colective pe care le-am coordonat împreună cu colegii mei, dar și mai multe capitole.

O cooperare mai recentă, dar puternică, pe care am inițiat-o și cu care mă mândresc este cea cu Universitatea de Științe Aplicate din Kiel, Germania. Prin intermediul acestei cooperări am reușit să contribui la internaționalizarea liniei noastre de studii germane în Comunicare, PR și publicitate prin semnarea unui acord de diploma dublă cu Departamentul de Media din cadrul acestei universități. Datorită acestui acord mai mulți studenți de-ai noștri, dar și din instituția noastră parteneră s-au alăturat acestui program, beneficiind de oportunitatea de a primi la sfârșitul anilor de studii, două diplome universitare. Acest acord presupune și o mare

oportunitate pentru colegii mei și pentru mine, având un public internațional la cursurile noastre, lucrăm îndeaproape cu studenții străini, colaborând și cu profesorii acestora.

De la începutul anului 2019 fac parte dintr-o rețea internațională de cercetare și lucrez la un proiect despre utilizarea limbii germane în presa scrisă din străinătate, coordonat de Departamentul de Lingvistică Germană de la Universitatea din Erfurt, Germania și finanțat de Ministerul Federal German pentru Cultură și Media. Membrii acestui proiect provin din țări în care în prezent există presă scrisă publicată în limba germană. Cercetările existente pe acest subiect sunt puține, iar acestea nu provin adesea de la lingviști sau experți în domeniul comunicării, astfel încât fiabilitatea și valoarea lor lingvistică sunt considerate a fi destul de modeste. Rezultatele muncii noastre au fost prezentate anul acesta la o conferință internațională din Germania și vor fi publicate într-un volum colectiv.

O a doua rețea de cercetare căreia care m-am alăturat la sfârșitul anului 2019 are scopul de a analiza reclamele politice publicate pe Facebook în timpul alegerilor pentru Parlamentul European, de către partidele a unsprezece țări europene, pe baza unei scheme extinsă de codare pe care toți membrii din țările partenere au folosit-o pentru a coda manual postările. Primele rezultate ale acestui proiect au fost publicate într-un volum colectiv la editura *Palgrave Macmillan*. Alte proiecte similare ale acestui grup de cercetare se află în desfășurare.

Conferințele internaționale reprezintă o oportunitate de a face schimb de idei și de a crea legături cu cercetători din întreaga lume. Câteva exemple de conferințe internaționale la care am participat sunt enumerate în cadrul tezei, inclusiv conferințele organizate de către Academia Americană de Publicitate (AAA) sau de către Asociația Internațională de Comunicare (ICA).

Activitatea mea de cercetare s-a îndreptat asupra mass-media. Mai întâi media tradițională (mai ales în perioada comunistă, dar și subiecte de actualitate), ulterior *New Media* (mai ales în context politic). În ultimii ani, munca mea s-a axat pe cercetarea publicității, investigarea limbajului publicitar și a noilor tehnici de publicitate și s-a concentrat pe publicitatea creată de influenceri pe rețelele de socializare online.

Lista publicațiilor atașată la dosarul meu prezintă patru arii principale de cercetare care caracterizează parcursul meu profesional. **Prima** face referire la analiza conținutului mediatic, punând accentul pe media tradițională și este împărțită în două subsecțiuni principale și anume (1) cercetări asupra presei germane publicate în România în perioada interbelică și comunistă, iar a doua subsecțiune (2) se referă la analiza de conținut a diferitelor teme actuale prezentate în mass-media, bazându-se în principal pe teoria *framing*, sau teoria cadrelor de interpretare. **A doua** arie de cercetare face referire la impactul comunicării prin intermediul social media, mai

ales în context politic. Deoarece publicitatea prin intermediul rețelelor de socializare este mai accesibilă din punct de vedere financiar decât publicitatea tradițională, cum ar fi reclamele în ziare sau spoturile de televiziune, partidele politice recurg adesea la comunicarea și promovarea pe platformele online. **A treia** zonă se referă la analiza discursului publicitar și a tehnicilor creative utilizate atât în media tradițională, cât și în *New Media*, punând accentul pe limbajul publicitar, pe copywriting și pe discurs, și în același timp atrăgând atenția asupra eficienței noilor tehnici de publicitate, cum ar fi *gamificarea* sau plasarea de produse în literatura beletristică. **A patra** zonă se îndreaptă către o temă foarte populară, larg dezbătută în comunitatea științifică, cu mai multe implicații în diverse domenii, și anume promovarea prin intermediul creatorilor de conținut pe rețelele de socializare online (SMI).

Ultima zonă descrisă în cadrul tezei este și cea pe care doresc să o explorez în continuare. Deși în ultimii ani au fost publicate numeroase studii științifice pe această temă, domeniul SMI reprezintă un instrument de publicitate relativ nou, cercetările pe această temă fiind încă la început. Prima mea lucrare pe tema SMI a fost un capitol teoretic despre modelul de cunoaștere a persuasiunii (PK), publicat într-un volum colectiv. Consider că acest capitol reprezintă baza cercetării mele despre *Social Media Influencer Advertising*. Cercetarea SMI fiind foarte complexă și bazându-se pe mai multe cadre conceptuale fundamentale, am inclus unele dintre cele mai relevante în articolele mele, prezentându-le apoi în cadrul tezei. Menționez că eforturile mele de cercetare au fost bine-primate de comunitatea științifică internațională, primele mele două articole pe tema SMI au fost acceptate și publicate în reviste științifice internaționale de prestigiu, cu factor de impact relativ mare. Consider că aceasta este debutul meu în ceea ce privește cercetarea și publicarea la nivel internațional a studiilor despre efectele publicității în general, și în special a SMI. Ambele lucrări își propun să contribuie la crearea unei legislații unitare în UE privind marcarea corespunzătoare a postărilor sponsorizate pe Instagram, care în prezent este deficitară.

Sunt mereu preocupată să fiu la curent cu instrumentele de comunicare folosite de marketeri și cu cele mai recente cercetări privind eficiența acestora și încerc mereu să le includ în cursurile și în propriile mele cercetări. Aprecierea și satisfacția studenților este pentru mine cea mai mare formă de recompensă. Prin urmare, acesta este motivul pentru care încerc să-i inspir prin munca noastră la cursuri și prin activitățile noastre extracurriculare. Am ținut mereu cont de feedback-ul oferit de studenții mei și m-am ghidat după el, încercând în mod constant să îmi îmbunătățesc conținutul cursurilor și seminarelor. În acest sens, este important de menționat că actualizez constant conținutul cursurilor mele, atât exemplele, cât și bibliografia folosită, ceea ce intenționez să fac în continuare.

Obținerea diplomei de abilitare m-ar ajuta să intensific, aprofundez și extind activitatea cu studenții, să coordonez teze de doctorat pe teme de interes expuse în această teză, contribuind astfel nu numai la extinderea cunoștințelor științifice în domeniu, ci și la dezvoltarea liniei noastre de studii în limba germană, prin coordonarea de teze de doctorat și în această limbă, atât a absolvenților noștri, cât și a studenților noștri de la universitățile partenere din Germania, și nu numai.

În calitate de coordonator de teze de doctorat, plănuiesc să particip la conferințe internaționale împreună cu doctoranzii, să organizez mese rotunde unde aceștia să poată face schimb de idei, să organizez workshop-uri pe teme de care sunt interesați, la care să invit experți în domeniu, să le facilitez accesul la materialele bibliografice și la datele de care au nevoie pentru cercetările lor, dar și la experții cu care doresc să discute și la instituțiile cărora doresc să se adreseze sau pe care doresc să le investigheze. Acest lucru ar duce la elaborarea unor lucrări de cercetare remarcabile, care ar contribui la dezvoltarea a domeniului nostru. Luând în considerare toate aceste aspecte, aștept să devin membru al unei școli doctorale în domeniul științelor comunicării.