

РЕЦЕНЗИЯ ЗА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД НА ТЕМА
**„РОЛЯТА НА ВРЪЗКИТЕ С
ОБЩЕСТВЕННОСТТА (PR) ВЪВ ФУТБОЛА
ЗА ВЪЗПИТАВАНЕ НА МЕДИЙНА
ГРАМОТНОСТ“**

ПРЕДСТАВЕН ЗА ПУБЛИЧНА ЗАЩИТА
ОТ ДОКТОРАНТ ДИМИТЪР РАДОСЛАВОВ ПЕНЕВ,
ПО

ПРОЦЕДУРА ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И
НАУЧНА СТЕПЕН ‚ДОКТОР‘, В НАПРАВЛЕНИЕ 1.2 ПЕДАГОГИКА
(МЕДИЙНА ПЕДАГОГИКА)

Представеният дисертационен труд навлиза в поле, оставащо до момента извън критичния поглед на изследователи и анализатори. Това е и основната причина, поради която приветствам колегата Димитър Пенев – както за смелостта до скочи в непознатото, така и за дълбочината, до която се опитва да достигне чрез настоящата разработка. Самото кариерното развитие на Димитър Пенев, което вече повече от десетилетие е свързано със спорта посредством спортната журналистика, а и в немалка степен с футболния PR, очевидно обуславя избора на тази тема, като същевременно определя и избория от него изследователски подход. Що се отнася до останалите причини, мотивиращи интереса ми към предложения труд, то те са свързани с

конкретния наратив на автора, съумяващ да представи комплексни идеи и понятия чрез ясно разбираем, увлекателен и четивен стил.

Разработката застъпва проблематика, отнасяща се до социално-психологическия, емоционален и информационен потенциал на футбола и влиянието му върху отделната личност и обществото въз основа на PR -а като управленска дейност. Тази разработка търси и разкрива много ефективно съчетаване на персонален, корпоративен и политически интерес с публичния, като по този начин проектира PR - теория и практики в полето на медийната комуникация и медийната грамотност. Така неминуемо изследването навлиза в полето на медийната педагогика като наука, занимаваща се с възможностите за използване на медийните средства за целите на възпитание, социализация, образование и цялостно възходящо развитие. Или както колегата Пенев твърди в глава 1, 1.1. Актуалност на проблематиката, „представеният труд се стреми да намери пресечна точка между функциите и значението на футболния PR и възможностите за формиране на медийна грамотност“. По думите му „българският футбол е на кръстопът и е наложителна промяна не само в неговата организация и управление на спортно-техническо равнище, но и в оптимизиране на отношенията му с публичното пространство чрез ролята на футболните експерти и медиите в контекста на формиране на медийна грамотност“. Формулирайки обосновката на целите и задачите на

настоящия труд авторът използва дефиниция на понятието „медийна грамотност“, което основателно определя като „набор от технически умения за достъп, анализ, оценка и създаване и разпространение на съдържание“...„вид образователен подход, основаващ се на критичното мислене и използването на медийни средства“, и още като „нагласа за повишена гражданска активност“. Това, по мое мнение, е от съществено значение, защото по този начин колегата Димитър Пенев точно и ясно обосновава позиционирането на труда си в направление 1.2 Педагогика (Медийна педагогика).

Представения труд с обем, надхвърлящ 150 страници, е структуриран в увод, четири основни глави, заключение с изводи, наръчник на футболния PR, литература и приложения. Към него са включени една фигура, показваща схематичните параметри на изследването (част 1.4), девет таблици и 26 диаграми, всички те придаващи по-висока илюстративна стойност на предложената дисертационна разработка.

Уводът ясно представя същността на изследването като задава основните му посоки, но и едновременно с това предпоставя интерес и желание за по-нататъшно запознаване със самата конкретика на теоретичното и практическото измерение на този анализ.

Глава 1 представя програмната ориентация на дисертационния труд, мотивира неговата значимост, прави

детайлна терминологична обосновка на проблематиката, като дефинира обекта и предмета на изследването. И още - залага хипотезата, че *съществува взаимозависимост между професионално-спортните, социалните и финансово-икономическите позиции на футболните структури, презентирани като клубни политики и начина на отразяването на имиджа им в публичното пространство, което провокира позитиви/негативи във възпитаването на медийна грамотност, като поставя публичния имидж на футболните субекти в пряка зависимост от степента на развитие на медийната им грамотност".* Хипотеза, която приемам за подходяща, пряко подпомагаща формулирането на целите и задачите на изследването.

Глава 2 прави обстоен теоретичен анализ на изследваната област. Харесвам начина, по който колегата обосновава спорта „футбол“ като вид уникална комуникационна среда. Допадат ми много разсъжденията му относно футбола и бизнес отношенията, както и тези, за футболните клубове и публичното пространство. С други думи, налице е анализ, който за мен спомага ефективно за разбирането на контекста, в който се изследва медийната грамотност. Намирам представянето на публичния образ на известните личности, включително и на футболистите, като излизащо далеч извън рамките на семейството, и в този смисъл намирам за много подходящи примерите, посочени от колегата Пенев за различни футболисти и треньори, като резултат на определен тип PR практики. Към края на глава 2,

където се разглеждат различните модели на комуникация и съвместно съжителство, считам обаче, че използваните теоретични класификации следва да бъдат приложени към дадените примери – Благой Георгиев, Валери Божинов, Лотар Матеус и т.н.– за да се види по-ясно практическия смисъл на тези идеи и по-точно как те влияят върху оформянето на публичния образ на посочените субекти, при това във пряка връзката с нивото на тяхната медийна грамотност/неграмотност.

Глава 3, озаглавена „Методически и организационни параметри на изследването“ смятам, че много добре описва спецификите на използваните в настоящия труд методи - анализ на литературни източници, анкетиране, интервюиране и наблюдение на реакциите на различни групи от субекти, с пряка връзка с футбола, както и връзката на тези методи с конкретните задачи, поставени в тази разработка. Относно самата организация на изследването – приемам количеството и качеството на извадката – спортни журналисти, експерти, бивши и настоящи футболисти, както и на техните съпруги, фенове, собственици на клубове - за достатъчни и представителни.

Четвърта глава прави детайлен анализ на резултатите от изследването, свързани с:

- възможностите за промяна на имиджа
- представите за актуалността и изявите на футболистите
- актуалните изисквания към футболните експерти
- проблемите и трудностите в работата

- представите за отношението към футболните експерти
- представите за актуалните качества на футболния PR
- представата за близкото бъдеще на футболния PR

Като читател намирам този критичен анализ за много забавен, богат и подходящ. На места тук в известна степен ми липсва връзката на разглежданите параметри с медийната грамотност. Струва ми се, че по отношение на всеки отделен изследван параметър, тази връзка следва и може да бъде отчетена.

Заключението резюмира същността на труда по ясен и логически мотивиран начин. Изводите са коректни, добре обособени, в пряка връзка с поставените (и изпълнени) цели и задачи.

Не съм сигурен в точността на твърдението „футболът има свойството на PR“, поне не и когато това твърдение се прави в рамките на академична разработка. Струва ми се, че тук има нужда от твърдение, свързано по-скоро с връзката между медийната грамотност и ефективния футболен PR. Колкото до приложения наръчник, насочен към футболните PR специалисти, мисля, че той е подходящ финал на разработката, но смятам, че като нейна интегрална част наръчникът би следвало да бъде изчистен от „популярните“ думи и изрази като „важно е да знаете“, „необходимо е да процедурите“...„вие знаете“, „нека не забравяме“ и т.н., напълно допустими за журналистически материал, но същевременно – по мое мнение – излизащи извън стандартите на академичния анализ.

Приемам отчетените **приноси** - систематичен анализ на феномена „футбол“, дефиниране на понятията с ориентация към медийната педагогика, предложената апробирана методика за изследване на различни целеви групи относно медийната им грамотност -намирам ги за ясно посочени и подходящо обособени. Мисля си обаче, че следва от дисертацията да бъде махната частта с публикации по темата. Тя е по-скоро подходяща за **автореферата**, който за мен напълно отговаря на дисертацията.

Колкото до приложената **използвана литература**, налице е списък от над сто заглавия, съчетаващи чисто академични източници с такива, които имат по-скоро научно-популярен характер. Това съчетание говори за сериозността и задълбочеността на автора в стремежа му да проучи в най-различни посоки многоаспектността на изследваната проблематика.

На финала ще посоча, че е налице иновативен, интересен и задълбочен анализ, за чиито авторски достойнства говори красноречиво справката от проверката за плагиатство, която е с отлични показатели.

Въз основа на всичко изложено по-горе бих желал да изразя подкрепата си за представения труд, за който гласувам положително. По тази причина предлагам на колегите, членове на научното жури, на Димитър Радославов Пенев **да бъде присъдена** образователната и научна степен „доктор“ в направление 1.2 ПЕДАГОГИКА (МЕДИЙНА ПЕДАГОГИКА).

31.07.2023.

DISSERTATION PAPER REVIEW on the topic
"FOOTBALL PR AND ITS ROLE FOR THE FORMATION OF MEDIA
LITERACY"
PRESENTED FOR A PUBLIC DEFENCE
BY DIMITAR RADOSLAVOV PENEV, PhD STUDENT AT THE
DEPARTMENT OF PRESCHOOL AND MEDIA PEDAGOGY,

FACULTY OF EDUCATIONAL STUDIES AND THE ARTS, SOFIA
UNIVERSITY

PART OF THE PROCEDURE FOR OBTAINING THE EDUCATIONAL
AND SCIENTIFIC DEGREE "DOCTOR", IN FIELD 1.2 PEDAGOGY
(MEDIA PEDAGOGY)

.

The presented dissertation enters a field that has so far remained outside the critical view of researchers and analysts. This is the main reason why I welcome my colleague Dimitar Penev - both for the courage to jump into the unknown, and for the depth he is trying to reach through the presented academic research. The very career development of Dimitar Penev, which for more than a decade has been related to sports journalism, and football PR, obviously determines the choice of this topic, while also shaping the research approach he has chosen. As for the other reasons motivating my interest in the proposed work, they are related to the specific narrative of the author, who is able to present complex ideas and concepts through a clearly understandable, logical and indeed quite a readable style.

The paper zooms into issues related to the socio-psychological, emotional and informational potential of football and football PR, and their influence on both individual and social level. Thus, the paper presents a very effective combination of personal, corporate and political interest with the public one, projecting in this way PR theory and practices in the field of media communication and media literacy. Hence, the research

inevitably enters the field of media pedagogy as a science dealing with the possibilities of using media for the purposes of upbringing, socialization, education and overall upward development. Or as our colleague Penev claims in chapter 1, 1.1. Essence of the problem, "the work presented seeks to find an intersection between the functions and meaning of football PR and the possibilities of forming media literacy". In his words, "Bulgarian football is at a crossroads and a change is imperative not only in its organization and management at a sports-technical level, but also in optimizing its relations with the public space through the role of football experts and the media in the context of media literacy formation ". Formulating the justification of the goals and tasks of the present work, the author uses a definition of the concept of "media literacy", which he rightly defines as "a set of technical skills for accessing, analyzing, evaluating and creating and distributing content"...and also "a type of educational approach based on critical thinking and the use of media", as well as "an attitude for increased civic activity". This, in my opinion, is essential, because in this way our colleague Dimitar Penev precisely and clearly justifies the positioning of his work in the field of 1.2 Pedagogy (Media pedagogy).

The presented work, with a volume exceeding 150 pages, is structured in an introduction, four main chapters, a final part with conclusions, a football PR handbook, references and appendices. It includes one figure showing the schematic

parameters of the study (section 1.4), nine tables and 26 diagrams, all of which give a higher illustrative value to the proposed dissertation.

The **introduction** clearly presents the essence of the research by setting its main directions, and at the same time presupposes interest and desire for further familiarization with the specifics of the theoretical and practical dimensions of this analysis.

Chapter 1 presents the program orientation of the dissertation work, motivates its importance, makes a detailed terminological justification of the problem, defining the object and subject of the research. It also offers the very hypothesis of the research which claims that there is interdependence between the professional-sports, social and financial-economic positions of the football structures, presented as club policies, and the way of reflecting their image in the public space, something which provokes positives/negatives by placing the public image of football entities in direct dependence on the degree of development of their media literacy". A hypothesis that I accept as appropriate, directly supporting the formulation of the very goals and objectives of the research.

Chapter 2 provides a comprehensive theoretical analysis of the researched area. I like the way our colleague Dimitar Penev regards soccer as a sport " as a kind of unique communication medium. I really like his reflections on football and business relations, as well as those on football clubs and the public sphere. In other words, there is an analysis that, for me, helps

effectively to understand the context in which media literacy is researched. I find the presentation of the public image of celebrities, including football players, as going far beyond the family, and in this sense, I find very relevant the examples about various football players and coaches as the result of a particular type of PR practices. Towards the end of this chapter, where the different models of communication are examined, I believe, however, that the used theoretical classifications should be applied to the given examples - Blagoi Georgiev, Valeri Bozhinov, Lotar Mateus, etc. - in order to see more clearly the practical meaning of these ideas and more precisely how they influence the shaping of the public image of the mentioned subjects, in direct relation to the level of their media literacy/illiteracy.

Chapter 3, entitled "Methodological and organizational parameters of the research", I believe that it very well describes the specifics of the methods used in the present work - analysis of literary sources, surveying, interviewing and observing the reactions of different groups of subjects, with a direct connection to football, as well as the relationship of these methods to the specific tasks set in this paper. Regarding the organization of the research itself - I accept the quantity and quality of the sample - sports journalists, experts, former and current football players, as well as their wives, fans, club owners - as sufficient and representative.

Chapter 4 makes a detailed analysis of the research results related to:

- the possibilities to change the image of football
- the notions of the actuality and performances of the football players
- the current requirements for football experts
- the problems and difficulties at work
- the ideas about the attitude towards football experts
- the ideas about the current qualities of football PR
- the idea of the near future of football PR.

As a reader, I find this critical analysis very entertaining, rich and relevant. In places here I am somewhat missing the connection of the considered parameters with media literacy. It seems to me that with respect to each individual parameter studied, this relationship follows consequently and can/should be accounted for.

The **final part** summarizes the essence of the work in a clear and logically motivated way. The conclusions are correct, well defined, in direct connection with the set (and completed) goals and objectives.

I am not sure of the accuracy of the statement "football has the property of PR", at least not when this statement is made within the framework of an academic paper. It seems to me that a statement is needed here, related more to the relationship between media literacy and the effective football PR. As for the attached handbook aimed at football PR professionals, I think it is a fitting finale to the development, but I feel that as an integral part of it, the handbook should be cleared of 'buzz' words and expressions such as 'important to

know' .."it is necessary to proceed"..."you know", "let's not forget" etc., perfectly acceptable for a piece of journalism, but at the same time - in my opinion - somehow outside the standards of an academic analysis.

I accept the reported contributions - a systematic analysis of the football as a phenomenon, definition of concepts with an orientation towards media pedagogy, the proposed tested methodology for researching different target groups regarding their media literacy - I find them to be clearly stated and appropriately distinguished. However, I think that the part with publications on the subject should be removed from the dissertation. I find them more suitable for the auto-reference, which for me fully corresponds to the dissertation.

As for the attached bibliography, there is a list of over a hundred titles, combining purely academic sources with those which are oriented to a broader audience. This combination speaks of the seriousness and thoroughness of the author in his endeavor to explore in various directions the multifaceted nature of the researched issues.

In the end, I will point out that there is an innovative, interesting and in-depth analysis, the merits of which speak eloquently for the authorship of the presented dissertation paper (cf. plagiarism check report), which shows excellent indicators.

Based on everything stated above, I would like to express my support for the work presented, for which I vote positively. For this reason, I propose to my colleagues, members of the

scientific jury, that Dimitar Radoslavov Penev be awarded the educational and scientific degree "doctor" in the field 1.2 PEDAGOGY (MEDIA PEDAGOGY).

31.07.2023.

Prof. Danail Danov PhD & D. Litt.