



## СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Светлана Иванова Станкова, ФЖМК – СУ „Св. Кл. Охридски“  
(академична длъжност, научна степен, име, фамилия, образователна/научна институция)

за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Психология на комуникацията) с дисертационен труд на тема: „Изграждане на политически имидж в България: перцепции и влияние в публичната комуникация“, представен от Пламена Динкова Папазова, редовен докторант в катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“ на Факултета по журналистика и масова комуникация, с научен ръководител: доц. д-р Дияна Петкова

### I. Оценка на качествата на дисертационния текст

– *Актуалност и значимост на разработвания в дисертационния труд проблем*

Разработваният в дисертационния труд проблем за изграждането на трансмедиялен политически имидж, за възможностите на социалните мрежи като един от ефективните канали за политическа комуникация и мобилизация на поддръжници, за ролята на перцепциите на аудиторията е актуален и значим. Дигитализацията създава нови форми на политическия маркетинг, които придобиват все по-важен дял в него. Много изследователи дори виждат бъдещето на политическата комуникация изцяло чрез тях – политиците непрекъснато „постват“ в социалните мрежи, правят си видео портали, създават подкастове. По такъв начин Пламена Папазова показва, че вече не става дума за ляво или дясно, а за старо и ново, за традиционно и дигитално в полето на политическата комуникация, която цели преди всичко едно – да убеди.

– *Задълбоченост и изчерпателност на проучването на теоретичните източници*

Пламена Папазова представя в изследването си 206 теоретични източника на български и английски език, от които 41 онлайн източника на двата езика, което е показател за явен стремеж към задълбоченост и изчерпателност на проучването, свързано с темата на дисертацията. Трябва да се отбележи, че те включват както съвременни научни трактовки на медийното въздействие, политическата комуникация и изборните кампании в ерата на Интернет, така и базови трудове по теория на медиите и процеса на политическия маркетинг. Прегледът на концепции е направен с явния стремеж да се въведат актуални възгледи и, съответно, съвременни развития и употреби на всички използвани понятия.

– *Доказване с нови средства на съществени страни на вече съществуващи теории, хипотези и др.*

Докторантката разглежда политическия имидж двупосочно – и като възприятие от страна на аудиторията и като възможност за влияние върху нейните нагласи за спечелване на предимство в изборните резултати. Политическият имидж се анализира от няколко аспекта – като част от комуникационния процес, като част от културно-историческия контекст и като инструмент на политическата комуникация в контекста на предизборната надпревара. Тя е намерила различен интересен ракурс при изследване на взаимовръзките медии и политика.

– *Предлагане на нови трактовки, дефиниции и пр. на актуален и анализиран вече обект на научни изследвания*

В научното си изследване Пламена Папазова разглежда съвременните политически практики и прави теоретичен обзор на съществуващите концепции за политическата комуникация, и в частност на политическия имидж, и на възможностите за привличане на широко електорално участие, на техниките на политическия маркетинг и тяхното използване в изборните кампании и ролята на перцепциите на аудиторията в тях. Същевременно тя доказва, че независимо от различните комуникационни ситуации на трите проведени предсрочни парламентарни избори



през 2021 г., социалните мрежи стават все по-влиятелна част от политическата комуникация между властта и обществото, превръщайки се в ефективен инструмент за политическата конкуренция. Тя предлага нова трактовка за възможностите на традиционните и новите медии, като посочва предимствата и недостатъците при използването на медийния микс в комплексни социални ситуации;

– *Операционалност на избраните методи за изследване.*

Дисертационният труд използва мултидисциплинарен подход, прилагайки методи от различни научни области – медиазнание, теория на комуникацията, убеждаваща комуникация; визуална комуникация; психология; социална психология; историография; социология; мениджмънт; връзки с обществеността. Емпиричните методи са наблюдение, сравнение, измерване, експеримент; анкета, анализ и обработка на емпирични данни. Най-общо – избраната научна методология е интегрална, релевантна на комплексността на избраната тема.

*Създаване на нови класификации, методи, технологии, и т. н.*

Научното изследване, направено от Пламена Папазова, очертава използването на традиционни и нови аудиовизуални медии в публичната комуникация и тяхното въздействие между гражданите/избирателите и политиките. Специалният фокус на изследването е върху ролята на социалните мрежи за формиране на перцепции на политическия имидж по време на трите предсрочни парламентарни избори през 2021 г., от чиито медийни практики са извлечени емпиричните обекти и са разгледани в концептуално продуктивна симетризация.

– *Коректност при събирането, обработката и анализа на емпирични данни*

Научното изследване стъпва върху респектиращ с обема и комплексността си емпиричен материал, обработен с осъзната научна отговорност. То би могло да бъде оценено и от социологическа, и от политологична гледна точка като професионално, постигащо достоверни данни.

– *Достоверност на материала, върху който се градят приносите*

Приносите на настоящата докторска дисертация се градят върху внушителен по обем емпиричен материал. Пламена Папазова провежда самостоятелно четири емпирични проучвания – на профилите на Бойко Борисов, Слави Трифонов и Кирил Петков във Фейсбук през 2021 г., на психо-социалните нагласи към българските политици през 2021 г., на начините, по които хората се информират за политика и на доверието към политическия имидж през 2021 г. в страната. Проведени са три анкети, съдържащи общо 31 въпроса. Анкетите са проведени в онлайн среда. Проучванията са проведени коректно и са емпирично верифицируеми.

– *Получаване и доказване на нови факти*

Разглеждайки трите предсрочни парламентарни избори през 2021 г. Пламена Папазова доказва, че от една страна силата на социалните мрежи е позволила да се достигне пряко до гражданите/избирателите и да им се повлияе, като същевременно е развила онлайн политическа култура в тях като активни участници в политическия дебат, генериращи мигновена обратна връзка.

*Получаване на факти, потвърждаващи известни вече теории, трактовки и т.н.*

Комуникацията между политици и граждани/избиратели е най-важната част във всяка предизборна кампания. Разглеждайки профилите във Facebook на Бойко Борисов, Кирил Петков и Слави Трифонов и активността им в социалната мрежа по време на предсрочните парламентарни избори през 2021 г., Пламена Папазова стига до извода, че многобройните последователи, споделяния и коментари не винаги са гаранция за успех или позитивен имидж. От друга страна ниската активност могат да бъдат разтълкувани от аудиторията като липса на интерес и ангажираност в среда, където обратната връзка се генерира мигновено. В хода на изследването си, докторантката стига до известната трактовка, че социалните мрежи, които имат качествата да са „личностни“ и „лице в лице“ в реално време, макар и за виртуални граждани/избиратели и поддръжници, могат да бъдат един от най-ефективните канали на политическата комуникация.

– *Библиографска осведоменост*

Представените 206 източника, както на английски, така и на български език показват, че



Пламена Папазова има компетентността да интерпретира и представя аналитично широка палитра от научна библиография. Цитираните източници са представителни за изследваното от нея научно поле, отразявайки интердисциплинарния характер на анализа и съвременните му търсения.

– *Съобразяване с композиционните изисквания към дисертационния текст*

Дисертационният текст е композиран в три глави, включва увод, заключение, библиография и приложения. Структурата му е балансирана. Първа и втора глава са постановъчни, представяйки основни възгледи за комуникационния процес, медиите, политическото, политическия имидж, предизборните кампании преди и след появата на Интернет. Обзорът на феномена на социалните мрежи и ролята им в политическата комуникация е методологично предпоставен, като се има предвид проследяването на профилите на Борисов, Петков и Трифонов по време на предсрочните парламентарни избори през 2021 г. и сравнението на броя, темите, реакциите и коментарите на постове им. Трета глава представя методологията на проведените други три авторски изследвания на психосоциалните нагласи на аудиторията и доверието ѝ към политиките, както и инструментите за обработка на събраните емпирични данни. В нея се прави анализ на получените резултати, посочват се изводи и обобщения, които са обобщени в заключението на дисертационния текст. Подобна структура отговаря на композиционните изисквания към такъв текст.

– *Оценка на езиково-стиловите качества на изложението и на степента на отклонение от книжовните граматични, правописни и пунктуационни норми*

Текстът на дисертацията се отличава с добър език и стил и не се отклонява от книжовните граматични, правописни и пунктуационни норми.

– *Оценка на съответствието на текста на автореферата с текста на дисертационния труд*

Представеният автореферат, приложен към документацията, е с обем 74 стр. и съдържа необходимите научни реквизити, а именно: обект и предмет на научното изследване, научни цели и научни задачи, получени научни резултати. Авторефератът отговаря на техническите и нормативни изисквания и коректно представя същността на дисертационния труд, както от гледна точка на съдържанието, така и по отношение на изведените приноси.

## II. Приноси на дисертационното изследване

– *Характер на приносите: новост за науката (нови теории, хипотези, методи и др.); обогатяване и критически анализ на съществуващи знания; приложение на научни постижения в практиката, реализиран ефект;*

Дисертационният труд допринася за по-добро разбиране на триадата медии-политики-аудитория. Съгласна съм с изведените приноси, които ясно формулират същността на направеното изследване.

– *Оценка на приносите в дисертационния труд и на публикациите по него;*

Бих открила като значим практико-приложен научен принос авторските изследвания на психо-социалните нагласи към българския политик, които представят надежден инструмент за изграждане на стратегии в публичните комуникации на политически субекти и комуникационни мениджъри.

– *Оценка на възможностите за използване на получените резултати.*

Самостоятелно проведените три изследвания на нагласите и възприятията на аудиторията спрямо българския политик през 2021 година, начините, по които хората се информират за политиката и доверието към политическия образ в България през 2021 година, предлагат ценен фактически материал и социологически данни. Тези резултати могат да бъдат използвани в бъдещи политически кампании, както от политическите актьори, така и от бъдещите изследователи на дигиталния политически диалог.



### III. Бележки и препоръки

– *Мотивирано предложение за насоките на по-нататъшна работа на докторанта с цел подобряване на представения труд.*

Що се отнася до насоките за по-нататъшна работа върху представения труд би могло да се проучат и други фактори, които могат да окажат влияние върху намерението на избирателите да гласуват за даден политик или политическа партия, като например културния, социалния и демографски статус на респондентите. Биха могли да се направят сравнения за различни периоди от време (преди изборите, по време на, след изборите) или между два различни изборни периода, като по такъв начин се види ролята на медиите през тези периоди и как информационно-комуникационните технологии се ползват за политически цели. Дисертационният труд би могло да се подобри, ако не се смесват понятията „социални мрежи“ и „социални медии“, което ерозира в известна степен научния апарат на труда.

*Други обосновани въпроси, които рецензентът смята за целесъобразно да разгледа.*

Бих попитала докторантката какво според нея е мястото на политическия брандинг в изследваната тема?

### IV. Публикации и участия в научни форуми

Изискванията на Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ за апробиране и оповестяване на резултатите от изследването според чл. 5, т. 5 и са изпълнени, а минималните национални изисквания по чл. 63, ал. 1, т. 4 и чл. 69, ал. 3 са покрити: представени са четири публикации в нереферирани списания с научно рецензиране и в редактирани колективни томове, както и глава от колективна монография.

### V. Заключение

Като се имат предвид гореописаните достойнства, коректно обосноваването и проведени изследвания, резултатният анализ и добър научен стил на дисертационния труд на тема „Изграждане на политически имидж в България: перцепции и влияние в публичната комуникация“ на редовната докторантка в катедра „Комуникация връзки с обществеността и реклама“, ФЖМК на СУ „Св. Климент Охридски“, професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, Пламена Динкова Папазова, изразявам пред уважаемите членове на научното жури положителното си мнение да ѝ се присъди образователната и научна степен „доктор“.

Дата: 08.09.2023 г.

Рецензент: доц. д-р Светлана Станкова