



РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Теодора Петрова, катедра КАП, ФЖМК-СУ, професор по ” 3.5. Обществени комуникации и информационни науки

за дисертационен труд на тема: „**Стратегически аспекти на медийните образи на българските главни прокурори (2006-2020)**”,

на Борислав Радославов Георгиев,

за придобиване на образователната и научна степен „доктор” 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Имидж в стратегическите комуникации),

докторант в катедра „Комуникация и аудиовизуална продукция“, Факултет по журналистика и масова комуникация- СУ

Научен ръководител: проф. д.ф.н. Милко Петров

Представеният за защита дисертационен труд е ясно озаглавен, като в заглавието му се съдържа предмета на изследване на този труд. Докторантът ни представя текст, изследващ стратегическите аспекти на медийните образи на трима български главни прокурори Борис Велчев, Сотир Цацаров и Иван Гешев. Дисертационният труд е с общ обем от 408 страници, включени са **3 таблици** и **16 фигури**, които допълват съдържателно изследването. Обемът и структурата отговарят на изискванията на такъв тип разработки.

Борислав Георгиев изследва медийните образи на българските главни прокурори в един дълъг за период от време – от 2006 до 2020 година, период обхващащ почти 15 години, като са проследени, описани и анализирани публикации в основни български издания – сайтове и печатни издания като „Медиапул“, „Дневник“, „Капитал“, „Клуб Z“, „Сега“, „Свободна Европа“, „Дойче Веле“, Фрогнюз“, „Антикорупционен фонд“, ПИК и вестник „Труд“, пишещи по конкретни и емблематични казуси, свързани със съдебната система и прокуратурата. Изследвани са медийни образи на главните прокурори през този период чрез качествен анализ на публикациите, а емпиричното авторско изследване включва анализ



на онлайн анкета с 603 респонденти и 15 дълбочинни и интервюта със специалисти и лидери на мнение в своята област, разпределени в три групи: магистрати и адвокати; медийно-политически и съдебно-криминални експерти; журналисти. Посоченият период обхваща мандатите на главните прокурори Борис Велчев, Сотир Цацаров и Иван Гешев. Така избраният период е достатъчно дълго време за да се видят прилики и разлики в изграждане на медийните образи на тримата, да се проследи, до колкото е възможно, влиянието на тези публикации върху обществеността. Изследването е изградено върху основни медийни и правни казуси (кейс стъдис) от мандатите на всеки от тримата главни прокурори. Подбрани са емблематични за изследване казуси, които са предмет на медийни публикации, на медийни изяви на тримата, но казуси, които очертават медийното присъствие и медийните образи на тримата главни прокурори, но по някакъв начин са емблематични за изследвания периода 2006-2020г. за мандата на всеки от главните прокурори Борис Велчев, Сотир Цацаров и Иван Гешев, и оказват влияние върху възприятието на съдебната власт в обществото / това са казуси като т.нар. „Красьо Черния“. „ЦУМ-гейт“ „КТБ“ и „Десислава Иванчева“ и др./ Трудът разглежда, от една страна, изграждането на медийните образи чрез пропагандни журналистически похвати и техники, и от друга, инструментариума и манипулациите /в положителна или отрицателна посока/, използвани от специалистите по връзки с обществеността и имиджмейкърите при изграждането или дестабилизирането на изградения имидж на Номер едно на Държавното обвинение. Проследено е понятието “имидж – формиране, развитие, същност и характеристики“, като се анализират конкретни публикации и практики.. Затова докторантът пише, че: “предмет на изследването са манипулативните характеристики и медийни проекции на имиджа в контекста на публичните образи на главните обвинители и влиянието върху публиката.“ Акуратно събраният и анализиран материал от този 15 години на изследването очертава реконструираният от медията образ на тримата главни прокурори, и се прави опит “да бъде оформена стратегическа рамка от експертни предложения за промени относно мястото на фигурата на главния прокурор и работата в цялост на държавното обвинение, насочени към качествена и ефективна съдебната реформа“, казва още докторантът и аз се съгласявам с него при определяне на целите на неговото изследване. Приемам така определеният от автора “основен изследователски проблем е взаимовръзката между целите на манипулационните техники в оформянето на публичен имидж и ефектите от тях върху



позиционирането на медийните образи на главните прокурори (2006-2020) в контекста на проучвания двуполусен модел на медийно отразяване“.

Актуалността на изследването може да бъде очертана в няколко посоки: Първо -изследване на имиджа на трима главни прокурори чрез ключови за мандатите им казуси и влиянието на медийните публикации първо върху образа на “Главният обвинител на държавата“- главният прокурор, и второ- върху обществените нагласи. Смятам, че текстът на дисертацията е принос в тази насока, като в изследването се визира образът на трима главни прокурори от нашето съвремие. Изследвания в различни посоки има, но те са частични, и до колкото ги познавам, липсва сравнителният характер за такъв дълъг период. Изследването се стреми да “идентифицира похватите при създаването на конкретните медийни образи на трима български главни прокурори (2006-2020)“, и аз смятам, че това е направено успешно. Трябва да кажа още, че представеното изследване отговаря на научната специалност за придобиване на ОНС “доктор“, дисертационният труд е успешно защитен на вътрешно обсъждане на катедра КАП, а докторантът Борислав Радославов Георгиев е преминал успешно обучение към катедрата, като е изпълнил изискванията на катедрата за периода на обучение като редовен докторант. В днешният контекст на развитието на събитията у нас изследвания от този род имат своето място в проследяването на връзките политика - прокуратура - съдебна власт- медии- обществено мнение. Второ - потърсени и характеризирани са използваните подходи и инструменти в пропагандните кампании, започвайки с примери от историята до примери от наши дни. Имаше период, в който терминът “ пропаганда“ бе заменян с други, поради конотации с миналото ни, на аз намирам тук неговата употреба за уместна. Неговото използване помага при анализа на медийните публикации и при разглеждането на практики, характерни за дигиталната среда- практики на политическите тролове днес и на специфичните характеристики на пропагандата. Този текст е систематичен опит за анализ на пропагандни техники и похвати в България, събиране и систематизиране на публикации на учени, на публикувани архивни документи, фотографии, и законови документи. Проучени и систематизирани са медийни публикации по определени казуси, потърсена е взаимовръзка между отделните компоненти- съдебна власт- представители на съдебната власт / в случая главни прокурори на Р България/, медийни публикации, влияние на медийните публикации, медийни



проекции на образа на фигурата на главния прокурор, до това, като резултат, каква да бъде съдебната реформа у нас. Така е постигната и една от целите на този труд - "да идентифицира похватите при създаването на конкретните медийни образи на трима български главни прокурори" и проследи тяхното влияние върху обществените нагласи на фона на по-големият разговор за съдебната реформа в България. Авторът, проследява процеси и практики с доказано влияние по между им, но и като цяло върху обществото ни в определени години, и затова ще цитирам американският политолог Харолд Ласуел /1927 г/ казва, че „пропагандата, в най-широк смисъл на думата, е техника за повлияване на човешките действия чрез манипулиране на представените факти“ и „контрол на мнението чрез значими символи, или за да бъдем по-конкретни и по-малко точни, чрез истории, слухове, доклади, снимки и други форми на социална комуникация“.

Трето – намирам за актуално и значимо това изследване, защото са потърсени журналистически похвати и имиджови техники, които не са нови, но те са изследвани в практики и казуси, които са част от съвременното ни днес, и това допринася за техните очертаване на характеристики, а това е още по-значимо и актуално, когато става дума за съдебната власт у нас през периода-2006-2020г.

Обект на изследването, според докторанта, са публикации по "възлови казуси (кейс стъдис), емблематични за изследваните медийни образи на главните прокурори (2006-2020) Борис Велчев, Сотир Цацаров и Иван Гешев". Направен опит да бъдат описани техники и похвати на пропагандния инструментариум, манипулативни похвати от областта на журналистиката и връзките с обществеността. Целите на изследването, според докторанта, са десет, и той ги е изброил в текста на дисертацията и автореферата. Бих го посъветвала да помисли, дали не може да обедини смислово някои от тях.

В изследването е приет системен подход на изследване на отделните казуси. Изследвани са публикации от страна на критичните медии са изследвани сайтовете „Медиапул“, „Дневник“, „Капитал“, „Клуб Z“, „Сега“, „Свободна Европа“, „Дойче Веле“, „Фрогниюз“, „Антикорупционен фонд“ по конкретни и емблематични казуси. От позицията на безкритични медии, според автора, акцентът е поставен върху сайта ПИК и вестник „Труд“. Подбран е архив за анализ и като приложения- публикации, онлайн публикации и постове. Масивът е обемен и това



събирателство може да бъде сметено като авторски принос на изследването и на малко известни материали от изследвания период.

В Увода на представеният труд, съобразно изискванията за подобен род текст, е направено описание на структурата на текста, включена е обосновката за избор на темата, актуалността и значението на направеното изследване, описани са цел и задачи на изследването, хипотези и очаквани резултати, докторантът цитира известни български и чужди автори. В първата глава на труда е направен преглед на теоретични концепции, проучени са публикувани документи, които са послужили за съпоставителен анализ между използваните инструменти в България в период от 15 години.

Дисертационният труд, според мен, отговаря на формалните изисквания за дисертация за придобиване на образователна и научна степен „доктор“. Дисертацията е систематизирана в три глави, увод, заключение и библиография. Докторантът е приложил справка за основните научни и научно-приложни приноси, които аз приемам. Приложен е и списък с авторски публикации, много повече публикации на автора от изискваните. Дисертацията и автореферата напълно отговорят на изискванията за присъждане на ОНС “доктор“. Трябва още да кажа, че структурата на изследването следва вътрешната логика на текста, а главите представляват тематично обособени части на труда, очертаващи основните тематични полета. Дисертационният труд е с общ обем от 408 страници, като включва 3 таблици и 16 фигури, допълващи изследването.

В първата глава са представени манипулативните аспекти на имиджа, характеристики на българската народопсихология “като основа на по-лесно проникване на манипулацията“, ролята на свободата на словото, медийната регулация, влиянието на загубените за държавата дела на държавното обвинение в Европейския съд за правата на човека в Страсбург, на забележките към държавата за безконтролност на главния прокурор. Приемам дефинираните от автора цели и задачи на дисертационния труд, както и описаните хипотези, които докторантът формулира, и по които работи в дисертационния труд.



Във втора глава е направен опит да се “види“ историята на държавното обвинение, медийния образ на главния прокурор в изследвания период като „личност-институция“, и изследване на двуполуосен модел на отразяване на прокуратурата и насочена главните прокурори на ключови казуси (кейс стъдис) като „ЦУМ-гейт“, „Ти си го избра“, „Двете как“, случая с „Красьо Черния“, ареста на Десислава Иванчева и др. Анализирани са монографии на главния прокурор Борис Велчев, в които е поставен за разглеждане въпросът за политическата конюнктура и съдебната власт. Проследени са медийни образи, аспекти и проекции на тези образи.

Трета глава е посветена на количествено и качествено изследване на медийните образи на Борис Велчев, Сотир Цацаров и Иван Гешев. / Първото е насочено към количествено проучване на представителна извадка от общественото мнение на медийните образи на главните прокурори (2006-2020) чрез анкетен лист, попълнен от 603 респонденти Онлайн анкета за обществените възприятия на медийните образи на българските главни прокурори (2006-2020) и качествено проучване на експертните становища относно медийните образи на Борис Велчев, Сотир Цацаров и Иван Гешев посредством дълбочинни интервюта с 15 специалисти, разделени в три групи (магистрати и адвокати; медийно-политически и съдебно криминални експерти; журналисти). Библиографията на дисертационния труд включва източници на български, на английски, руски и на френски език. Първото приложение съдържа 15 дълбочинни интервюта с експерти, второто приложение включва въпроси от онлайн проучване на посредством анкети към 603 респонденти. В края на дисертацията са формулираните научни и научно-приложни приноси, съдържащи се в дисертационната разработка. Аз ги намирам за напълно закономерно очертани и релевантни, в следствие на направените в дисертационния труд проучвания и анализи. Смятам още, че както отбелязва докторантът, изводите от настоящият дисертационен труд могат да послужат за бъдещи изследвания, както и на парктици от разбични области медии и комуникации, имидж мейкъри, прависти и социолози. Докторантът изясвява и работи с понятия като: „медийен образ“ и „медийна манипулация“, „цензура“, „имидж“, „обществено възприятие“ и други, опитва се да направи предложения и даде решения на дългосрочни проблеми в съдебната власт и медийното отразяване на фигурата на главния прокурор и присъствието на прокуратурата в медиите. .

Авторефератът е оформен изцяло според изискванията на ЗРАСРБ и изискванията на СУ, той отразява съдържанието на дисертационния труд.



Забележки и препоръки:

Всеки текст може да бъде подобряван и редактиран. Този текст също, но аз нямам особени забележки към цялостната му структура и общото му съдържание, изясняване и използване на основни за текста понятия, използването на източници и тяхното цитиране. Намирам систематизацията, анализа и обобщенията за релевантни на текста, а използваните изследователски методи удачни /аналитико-синтетичен модел, анализ на казуси (кейс-стъдис) и контент анализ, количествено проучване на представителна част от общественото мнение чрез онлайн анкетен лист, включващ 603 респонденти, качествено изследване на темата посредством дълбочинни интервюта с 15 специалисти и лидери на мнение в своята област, разпределени в три групи: магистрати и адвокати; медийно-политически и съдебно-криминални експерти; журналисти. Текстът е четивен, написан на добър професионален език, забележителна библиографска точност при описанието на публикации и материали, дати на споменаване на събития от обществения живот и историографията на споменатите казуси. Той може да е полезен за медийни специалисти, специалисти по връзки с обществеността и юристи, ако бъде редактиран и издаден.

Заклучение

Представеният дисертационен труд както по форма, така и по съдържание отговаря на изискванията, има качества на дисертационен труд, има включено собствено изследване, което видимо има резултати. Представеният труд е оригинално научно изследване, текстът е релевантен на темата, докторантът е формулирал научни и научно-приложни преноси от своето изследване, и аз, в качеството си на рецензент, предлагам на уважаемото научно жури да присъди на **Борислав Радославов Георгиев ОНС** „доктор” в професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“ по докторска програма „Медии и комуникации – Имидж в стратегическите комуникации“, както аз самата ще гласувам за това положително.

Проф. д-р Теодора Петрова