

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ “Св. Кл. ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ
КАТЕДРА “КОМУНИКАЦИЯ И АУДИОВИЗУАЛНА ПРОДУКЦИЯ”

РЕЦЕНЗИЯ

за дисертационния труд на **КРИСИТНА ДИМИТРОВА ДЕСПОТОВА**

за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научната специалност 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика - Телевизия) **на тема: PR КОМУНИКАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ (PR комуникация на български телевизии в социалните мрежи през периода 2015-2017 г.)** с научен ръководител доц. д-р Поля Иванова

1. Актуалност на тема и обща характеристика на дисертацията

Настоящата рецензия на дисертационния труд на Криситна Деспотова на тема: „**PR комуникация в интернет (PR комуникация на български телевизии в социалните мрежи през периода 2015-2017 г.)**” е върху труд, който е разработен съгласно изискванията на ЗРАСРБ, правилника за неговото приложение и университетските академични стандарти и изисквания. Научният труд отговаря на тематиката, критериите, изискванията и спецификата на научната специалност 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика - Телевизия научната програма и на изискванията за присъждане на образователна и научна степен „доктор”).

Дисертационният труд изследва PR комуникацията в сферата на интернет и по-конкретно на социалните мрежи в дейността на телевизиите. Целта на изследването е да бъде направен анализ на PR комуникацията на две български телевизии - БНТ и Нова телевизия в условията на използването на социалните мрежи от телевизиите. Анализирани са социалните платформи - Facebook и Twitter. Дисертационният труд показва професионални и научни познания на кандидатката в областта на комуникациите и телевизионната индустрия, проучванията на медийния пазар и социологическите изследвания на телевизионните програми, за съвременните тенденции за маркетирание на телевизионно съдържание в онлайн среда и инструментариума на връзките с обществеността. Показани са знания по отношение на

тенденциите в развитието на телевизията, процесите на управление на комуникациите, организацията и управлението на телевизионните оператори като доставчици на медийни услуги, потреблението на медийно съдържание, на иновациите, които телевизите прилагат по отношение на таргетиране на съдържание към отделни групи потребители и върху развитие на медиите като бизнес средата. Осъществени са научни изследвания и проучвания. Освен текста на дисертацията, докторантката подкрепя своите научни изследвания с няколко публикации, свързани с изследваната област, които показват професионална и научна експертиза. В дисертационния труд са използвани съвременни автори, цитирани са доказани научни изследвания, и мога да кажа, че посочената библиография съответства на характера на дисертационния труд. Докторантката показва способност да систематизира емпиричен материал, да обобщава и да формулира изводите си. Представеният от дисертантката Криситна Деспотова Автореферат отговаря на академичните стандарти и отразява същността на дисертационния труд. Научните приноси са коректно изведени. Несъмнена е актуалността на темата на дисертацията, днес когато нараства потреблението на социалните мрежи от страна на потребителите. Медиите все по-осезаемо ги ползват като PR инструмент.

2. Структура и съдържание на дисертацията

Върху напълно достатъчен обем от 359 печатни страници дисертантката развива своя текст.. Използваните източници включват 85 заглавия, от които 59 на български език, 15 на английски език, 6 - на немски език, 1 на френски език, 4- на руски език, както и 110 електронни източника на български език, английски и руски език. Периодът, който изследването обхваща е от началото на 2015 г. до края на 2017 г., един достатъчен за изследване период, от който дисертантката може да получи релевантни данни. Анализирани са литература в областта на публичните комуникации, журналистика, телевизионна журналистика, PR, както и за комуникации на социалните мрежи. За целите на изследването е проведено авторско онлайн емпирично анкетно проучване с участието на 595 респонденти за връзката между потреблението на социалните мрежи и телевизионните продукти на БНТ и Нова телевизия. Проведени са интервюта на авторката с 24 експерти в сферата на журналистиката, маркетинговите комуникации, онлайн медиите и PR за мястото на социалните мрежи в ежедневието на потребителите

и ефективността в работата на двете телевизии. Представените публикации на докторантката по темата покриват изискуемия обем за защита на дисертационен труд. Смятам, че представените научни публикации покриват изискванията за ОНС „доктор” и представят публикационната активност на докторантката.

Първа глава на текста включва терминологични определения, цели, задачи на изследването, изследвана е връзката PR, телевизия и социални мрежи, проследена е общата характеристика на глобализацията като процес и въздействието ѝ върху развитието на медиите, отделено е внимание на проблемите с доверието в медиите и етиката в комуникацията. Втора глава е посветена на тенденциите на развитие на PR комуникация на телевизията, мястото на вътрешни и външни цели публики на PR на телевизията, функции на PR отделите на телевизията мястото на уебсайта като задължителна част от PR комуникацията на телевизията и лицата на водещите като бранд на телевизията, мястото на телевизионните рейтинги и PR комуникацията за изграждане на положителния имидж на БНТ и Нова телевизия. Трета глава е посветена на анализа на PR комуникация на телевизиите и социалните, PR комуникацията и статистиките от рейтингите, резултатите от PR комуникацията на БНТ и Нова телевизия в социалните мрежи. Направен е контент-анализ на публикации за избрани телевизионни продукции от програмите на БНТ и Нова телевизия на уебсайтовете на телевизиите, в български традиционни и онлайн медии. Текстът е добре структуриран, главите са балансираны като обем, езикът е професионарен и четивен. Дисертационният труд включва задължителни елементи - обект и предмет, цели и задачи на изследването, основни хипотези, методология и научни приноси. В дисертационния труд са приложени съвременни методи и средства при изследване на проблемни задачи, формирана е система от критерии за оценяване на изследването, анализирани са резултатите от анкетите и интервюта. Правилно избраната методология на количествен и сравнителен анализ, качествен анализ, които дисертантката използва ѝ позволяват да достигне до коректни резултати, отговарящи на целите и задачите на дисертацията. Като постижения на текста бих подчертала използваните източници върху които е изграден текста, както и извършена научно-изследователска дейност – изследвания, анкети и интервюта, които могат да дадат релевантни резултати. Трето-възможността обобщените резултати и изводи да имат прикитико- приложен характер.

3. Научни приноси

Представената дисертацията е оригинално научно изследване, което по моя преценка, съдържа научни приноси, които са коректно формулирани и изведени от докторантката. Някои от тях са: за първи път е извършено съпоставително изследване на технологиите на PR за отразяване на терористични актове от онлайн медиите. По емпиричен път са доказани конкретни тенденции за формиране на онлайн медийни модели, за въздействие върху аудиторията чрез оказване на влияние, създаване на представи и нагласи и чрез изграждане на конкретна линия на медиен образ. Разработена е авторска система от критерии за анализ и са изведени нови проблеми, свързани с работата на PR специалистите на двете медии и присъствието на двете телевизии в изследваните онлайн платформи. В резултат на извършените изследвания дисертантката пише, че „можем да заявим, че изследователската теза е потвърдена. През анализирания период 2015 – 2017 г. социалните мрежи са успели да се утвърдят като комуникационен канал за PR специалистите в практиката на двете български телевизии – БНТ и Нова телевизия. PR отделите им са възприели социалните мрежи като съвременен комуникационен канал, който помага за постоянно и ефективно разпространението на актуална информация, свързана с дейността и продукциите на телевизиите”.

4. Препоръки към докторантката по темата на дисертацията.

Разбира се, всеки текст може да бъде подобряван. Според мен може да бъде редактиран като на места Текстът е добър и аз препоръчвам при преработка да бъде публикуван като усилията бъдат насочени към една по-голяма хомогенност, характерна за монографията или книгата.

5. Заключение

Представената докторска дисертация е оригинално научно изследване, което показва постигнатото от докторантката Кристина Деспотова. Дисертацията отразява нейните теоретични знания и уменията да бъде проведено авторско изследване в областта на медиазнанието. Тази дисертация разширява изследванията на практиките по отношение на работата на PR специалистите и присъствието на телевизиите в социалните

платформи. Като изхождам от всичко казано до тук, и подчертавам достойнствата на представения текст, убедено **препоръчвам** на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен **"доктор"** на **Кристина Деспотова**, редовен докторант в катедра „Комуникации и аудиовизуална продукция” на ФЖМК-СУ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.

София, 12.2018г.

Подпис:

Доц. д-р Теодора Петрова