

РЕЦЕНЗИЯ

От: доц. д-р Стела Константинова Ангова

УНСС, катедра „Медии и обществени комуникации“

Научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (онлайн медии)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по ПН 1.2 Педагогика (Медийна педагогика)

Тема на дисертационния труд: **„Ролята на връзките с обществеността (PR) във футбола за възпитаване на медийна грамотност“**

Автор на дисертационния труд: **Димитър Радославов Пенев**

Научен ръководител: **проф. д.н. Божидар Ангелов**

1. Обща характеристика на дисертационния труд

Структура, обем. Дисертационният труд е с общ обем 158 страници в pdf формат, от които основният текст е 129 страници. Организиран е в увод, четири глави, заключение и пет приложения. Използваните литературни източници са 105 – научна литература на кирилица и латиница, както и онлайн източници.

Коректно и ясно са дефинирани обект и предмет на дисертационния труд. Дадена е терминологична обосновка за понятия, важни за качеството на дисертационния труд: футбол, медии и комуникации, имидж, публичност и публично пространство, футболен клуб, имидж и публично пространство, медийна грамотност. Посочени са шест изследователски задачи, които отчитам като изпълнени. Добро впечатление прави визуалното представяне на параметрите на изследването.

Изследователската методология включва анализ на литературни източници, анкети с различни целеви групи – (1) PR специалисти на професионални футболни клубове, (2) спортни журналисти, (3) собственици, спонсори, членове на управителни и надзорни съвети, спортно-технически и изпълнителни директори на професионални футболни клубове, (4) играчи на професионални футболни клубове и (5) фенове. Намирам за правилен този подход – да бъдат допитани всички заинтересовани страни във футболната спортна комуникация, тъй като така се получава по-пълна картина на

изследвания проблем. Изследването е проведено в периода май 2019 г. – февруари 2023 г., като в него са се включили общо 278 случайно подбрани респонденти.

Актуалност на темата. Темата е дисертабилно дефинирана и предлага оригинален поглед към отговорността на публичните спортни комуникации за възпитаването в медийна грамотност. Досега не съм срещала медийната грамотност да бъде разглеждана през призмата на спортния (футболния) ПР, следователно налице е научен и практико-приложен принос. Съгласна съм с твърдението на автора, че футболът следва да се разглежда като социален феномен, намиращ се в центъра на нестихващ публичен и медиен интерес. Дисертантът обръща внимание на различни интереси (основно финансови) във футбола и как тези практики „предизвикват различни дискусии за посоката, в която се развива този най-популярен спорт и за промяната в неговите същностни характеристики“ (с. 4). Актуалността на темата може да видим и в започналия най-накрая разговор в България за отговорността на публичните личности при публично говорене и действия, както и за отговорността на създателите на съдържание, които нямат професионалното знание и образование за етично поведение, както и нямат осъзнаването за това, че известността носи последствия от необмислено поведение. Авторът логично набляга на ролята на информационните потоци и създаването на глобално информационно пространство (с. 5) и проблемите, произтичащи от свръхинформацията в контекста на медийната грамотност. За Д. Пенев от значение са етичните комуникационни практики, чрез които би се формирало доверие към организацията и нейните членове. Съвсем резонно той набляга на това, че изграждането на доверие изисква не само пълноценен двустранен комуникационен процес, но и достатъчно продължително и продуктивно натрупване на положителен опит от общуването с организацията или структурата, за да бъде възприета тя като достоверен източник и надежден комуникатор. И още нещо по отношение на актуалността – за мен докторантът поставя началото на сериозен разговор по темата за медийната грамотност и медийната отговорност в публичните комуникации, която може (и трябва) да излезе от рамката на спортния ПР и да се отнесе към всички останали практикуващи връзки с обществеността.

Първа глава е озаглавена „Програмна ориентация на изследването“ и в нея авторът изяснява атрибутите на труда – актуалност, предмет, обект, хипотеза, вид на научното изследване. Прецизно да дефинирани основните понятия в текста и са

аргументирани очакванията от анкетите с различните целеви групи. Тази глава е с общ обем 8 страници.

Втора глава предлага „Теоретичен анализ на проблемната област“. Ударението е поставено върху връзката футбол – публични комуникации – медийна грамотност. Тук авторът идентифицира тенденции и процеси, които влияят върху изграждането и поддържането на положителен имидж и положителна репутация. Особено от комуникационните стратегии за положителна репутация зависи и бизнес успеха на една организация. Направен е интересен паралел между поведенческите отклонения и нарушения и как те рефлектират върху вътрешно груповата динамика и върху равновесието на нейните представители. Констатацията на автора е, че в подобни ситуации ПР специалистът се явява в ролята на медиатор между футболистите и обществеността. Следователно, „той е важен фактор за стабилизиране на междуличностните взаимозависимости, обхващащи най-вече функционирането на отбора в тренировъчния процес и официалните състезания, съобразно с преследваните цели, т.е. ефективността на отборната дейност зависи в определяща степен от организационния и медиен комфорт на състезателите и обслужващите екипи на клуба“ (с. 48). Такива действия предполагат медийно грамотен ПР експерт.

Трета глава е озаглавена „Методически и организационни параметри на изследването“. Подобно на първа глава е с обем от 8 страници. В нея е аргументирана причината за провеждането на анкетите с различни целеви групи. Към всяка анкетна карта са посочени показателите с важност при съставянето на въпросите.

В *четвърта глава* е представен на анализ на резултатите от проведеното изследване („Анализ на резултатите от изследването“). Данните са представени чрез таблици и диаграми. Изследването и последващият анализ доказват хипотезата, че: „Предполагаме, 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. В този план, публичният имидж на футболните субекти е в пряка зависимост от степента на развитие на медийната им грамотност“ (с. 13-14). Важни са резултатите за това как ПР специалистите възприемат своята роля на медиатор в отношенията между клубовете, медиите и публичното пространство.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Приемам за коректни предложените научни приноси по отношение на теоретичната интерпретация на проблемната област, терминологичната обосновка на проблематиката и изследователските проекции. Без да пренебрегвам извършената работа в теоретично отношение, бих искала да посоча като значим принос разработената и апробирана авторска методика за проучване на ориентациите на различни групи респонденти. Друг безспорен принос е съставянето на „Наръчник на футболния PR“.

4. Критични бележки, препоръки и въпроси

Моите бележки са върху структурата, а не върху качеството на текста. Смятам, че мястото на метеорологическите атрибути е в увода на един научен текст. Това предполага още в началото на текста авторът да заяви своето изследователско намерение и как смята да го постигне. Първа глава, например, както и четвърта, биха могли да станат част от увода при едно евентуално издаване на текста като книга.

Моят въпрос е: „Какви конкретни мерки могат да предприемат футболните ПР експерти, за да развият медийна грамотност сред своите целеви публики?“

5. Заключение

Накрая отново потвърждавам актуалността на темата. Дисертационният труд е написан грамотно, на добър научен език. Критичният анализ и емпиричното проучване са проведени добросъвестно и са постигнати важни резултати, които биха били от полза не само за комуникационните специалисти, но и за всички целеви групи, засегнати в текста. Представените шест публикации надхвърлят минималните национални изисквания и са по темата на доктората. Авторефератът стегнато представя разработената тема. Поради тези причини ще гласувам положително за присъждането на образователната и научна степен „доктор“ на Димитър Радославов Пенев за неговия труд на тема „Ролята на връзките с обществеността (PR) във футбола за възпитаване на медийна грамотност“.

31.08.2023

Доц. д-р Стела Ангова