

# РЕЦЕНЗИЯ

*от:* доц. д-р Светлана Иванова Станкова, Софийски университет „Св. Кл. Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, катедра „Комуникация и аудиовизуална продукция“, Научна специалност „Управление на репутационни кризи“

*Относно:* дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление **3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Кризисен публичен рилейшънс)**

*Автор на дисертационния труд:* **Боян Стойчев Георгиев**

*Тема на дисертационния труд:* **„Политическата карикатура като комуникационен инструмент за управление на репутационни кризи“**

*Научен ръководител:* **проф. д-р Чавдар Христов**

*Основание за представяне на рецензията:* участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед на Ректора на СУ РД 38-417/17.09.2020 г.

## **1. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

*Информация за дисертационния труд.* Представеният за публична защита дисертационен труд е с общ обем 292 с., от които 269 с. основен текст. Съдържа 17 приложения. Състои се от увод, шест глави и заключение. В библиографията са посочени 206 източника, което е показател за отговорно отношение към предварителното проучване на научната литература и експертните публикации по темата на дисертацията. В работата се вижда и детайлен поглед към анализа и синтеза на събрания емпиричен материал. Резултатите от изследването са визуализирани чрез 17 авторови таблици, 2 графики и 17 диаграми.

Събран е и е анализиран голям обем емпиричен материал – седем знакови тематични казуса, свързани с политическата карикатура с локална, регионална и международна значимост за 14-годишен период (2005-2019). Използвани са различни изследователски методи (количествени и качествени) – дедуктивен, аналитичен, сравнителен метод, моделиране, контент анализ, кейс стъди, анкетни проучвания.

Коректно са посочени ограниченията на изследването – както методологически

предпоставени, така и време-пространствени, оставащи извън периметъра на изследването поради ключови трудности.

Фокусът е поставен върху изследваните седем кейс стъди, представящи различните вътрешнокултурни и международни проблеми, както и различното им възприемане от разнородна аудитория. По темата на дисертацията Боян Георгиев има 5 научни статии, публикувани в научни сборници и научни списания.

*Актуалност на темата.* Докторантът Боян Георгиев е избрал интересна и актуална тема. Той разглежда политическата карикатура като възможност за управление на комуникационните кризи, като възможност за противопоставяне и за отключване на негативни обществени нагласи. Темпоралният обхват на изследването е съсредоточен в последното десетилетие на XXI в., съобразно избраните седем анализа на случаи, най-емблематични от които са политическите карикатури на Юландс-Постен през 2005 г. и на Шарли Ебдо през 2015 г.

*Цел.* Авторът е разделил целите на изследването на основна и вторични цели. Те са дефинирани от него по следния начин: (1) установяване на структурните взаимодействия и връзки в един комуникационен процес, осъществен между политическата карикатура като комуникационен инструмент и управлението на дадена репутационна криза; (2) откриване на закономерност по отношение на действащите елементи (медия – политическа карикатура – аудитория – публично пространство – реализирана криза – нарушена репутация) в комуникационния процес (с. 9).

Считам, че Боян Георгиев се е справил успешно с това научно предизвикателство и благодарение на коректно дефинираните цели внася допълнително знание и интерпретация в комуникационната наука.

*Задачи.* Основната поставена задача на изследването е изолирането на системен модел, който да покаже управлението на политическата карикатура като комуникационен инструмент върху репутационни кризи. Авторът аргументира тази задача по следния начин: „Последователността на развитието на самите кризисни процеси и индикаторите, предопределени от участието на политическата карикатура в създаването и/или отразяването на репутационни кризи позволяват да направим подходящ модел, отговарящ на сходни признаци в изследваните кризи (с.27). Заедно с нея, Боян Георгиев извежда още девет работни задачи, които отразяват логиката на изследването, сред които бих открила с важността им последните две: „8./ Разработване на варианти за модел като диагностика и проследяване на развитието на репутационните кризи; 9./ Формулиране на конкретни изводи, препоръки и методики за научно-

практическа интервенция (с. 28).

Всички те са извършени успешно и водят до реални научни и практико-приложни резултати.

*Обект и предмет.* Обект на изследването е **политическата карикатура** като комуникационен инструмент, като част от определен комуникационен процес и в частност като отношение към неговите структурни компоненти и спрямо останалите социални и политически процеси. Предметът на изследването е **управлението**, влиянието на политическата карикатура като инструмент на политическата комуникация в контекста на репутационните кризи.

*Теза.* Заложената в изследването изследователска теза е, че политическата карикатура може да се използва като комуникационен инструмент за управление на репутационни кризи. Предвид големия обем емпиричен материал, който е изследван, авторът конкретизира актуални аспекти в съвременния политически дискурс и комуникационните взаимовръзки между карикатурата, репутацията и кризата. Този подход позволява да се направят изводи за факторите, които влияят върху ерозирането/увреждането на репутацията на институциите и публичните актьори у нас и по света.

*Методология.* 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. Основните методи на изследване са кейс стъди и анкетно проучване. Техниката на всеки метод е приложена в зависимост от особеностите на проучвания материал за изследване. Използвани са още наблюдение, проучване на резултати от дейност, допитване, сравнение, измерване, експеримент, интервю, анкета, анализ и обработка на емпирични данни. Най-общо – избраната научна методология е интегрална, релевантна на комплексността на избраната тема и тя респектира с извършеното задълбочено изследване и постигнатите научни резултати.

*Структура.*

Дисертационният труд е условно разделен в две основни части. Първата част се състои от четири глави, оформящи теоретичната основа на изследването, в която се обсъждат теории, подходи и проведени изследвания от различни дисциплини, изясняват се базови термини, понятия, различия и характеристики. Това е съобразено с различните интердисциплинарни аспекти спрямо политическата карикатура. Критическата линия е

осъществена в извършения подбор на материята за изследване, както и в сравнителния анализ на автори, изследвания, цитирания. Втората част е съставена от две глави, които представляват емпиричната част на изследването, в която се валидизират формулираните научни хипотези от страна на докторанта Боян Георгиев.

**Глава Първа „Политическата карикатура“** изследва възникването, историята, основните елементи, функции и характеристики на карикатурата и в частност на политическата карикатура; сродствата им с близки жанрове и сходни категории, тяхното разчитане и разбиране, споменати са и някои известни карикатуристи. Идеята на автора е да очертае хилядолетната историческа еволюция – от гротесковото изкуство на предварителните образци на карикатурата до визуалната сатира на съвременната политическата карикатура, показвайки и евентуалните ограничения за бъдещото ѝ развитие;

**Глава Втора „Политическата карикатура като комуникационен инструмент“** представя политическата карикатура като комуникационен инструмент, нейната роля в традиционния комуникационен процес и в политическата комуникация. Разгледани са елементите и функциите на политическата комуникация, значението на визуалната пропаганда; връзките, взаимоотношенията, степента на свързване между медиите и политиката. Разгледани са и концепциите за комуникацията и политическата комуникация; отношенията между медиите и политиката, които често се пресичат в сферата на политическата карикатура. Наред с това се прави оценка на ролята, характеристиките, свойствата и функцията на политическата карикатура;

**Глава Трета „Теория за кризите“** проследява репутацията и стратегическите кризисни отговори и решения, като разглежда и управлението на комуникациите по време на криза;

**Глава Четвърта „Методология“** очертава и изяснява методологичният изследователски апарат, избран за провеждане на проучването, както и контекстът на изследването и анализа. Авторът прави обосновка на променливите, критериите и индикаторите, които впоследствие формират емпиричен операционен модел на изследването явление;

**Глава Пета „Кейс стъди – Проучвания, резултати, анализи“** е изградена от седем казуса, които са структурирани, изследвани и съпоставени поотделно като конкретни случаи и след това са анализирани като цяло – за да отговорят на изследователските въпроси, поставени от автора. Така например, при изследване на репутационната криза (обхващане на целия процес) се използва кейс стъди; докато при

изследване на елементите и характеристиките на комуникационния процес (изследване на съдържание) е приложен контент анализ; изследването на ефекта от дадено въздействие се установява от статистически процедури. Представянето на някои от констатациите е направено в количествена таблица според честотата на поява на карикатурното съдържание и според проучените медийни елементи;

**Глава Шеста „Анкетни проучвания“** представя анализите и резултатите от реализираните шест анкетни проучвания с експерти – български политически карикатуристи. В заключение се представят аргументи, че политическите карикатури изпълняват съществена роля в управлението на някои репутационни кризи, като техния визуален коментар понякога предизвиква отключващото кризисно събитие.

## **2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати.**

Боян Георгиев е достигнал до резултати, които при други автори не виждаме в такава перспектива – както поради различният им изследователски фокус, така и поради липсата на достатъчно изследвания в точно това поле. Политическите карикатури се анализират от докторанта в няколко аспекта – като „съобщение“ и част от комуникационния процес, като част от културно-историческия контекст и като инструмент на политическата комуникация в контекста на репутационните кризи:

**21.** Авторът предлага детайлен прочит на историята, класификациите, структурата и функциите на политическата карикатура. Той прави обзорен преглед на редица теоретични постановки, дефиниции, данни. В резултат успява да изведе разбирането за политическата карикатура чрез интердисциплинарен подход, а също и измерването и оценяване на нейното въздействие. Ясно са открити дефицитите на налична „чиста“ теория (с.73) за политическата карикатура;

**22.** Предложен е системен модел на комуникационния процес с участието на политическата карикатура като комуникационен инструмент с няколко характеристики: зависимост от социално-политическия контекст; несиметричност на комуникационния процес; висока степен на неопределеност и разполагането във виртуална среда. Това позволява да се посочи и системата от критерии и показатели за функционирането на политическата карикатура и съответно на „представянето на политическите карикатури в медиите и някои от причините за тяхната популярност, както и механизма им на влияние като стратегии за убеждаване.“ (с.107);

**23.** Подбраните изследователски подходи са релевантни на целите на изследването. Всеки от тях позволява на автора да направи своя принос в теоретизирането на политическата карикатура като комуникационен инструмент, в

определянето на нейните социални и психологически функции. Анкетните проучвания с шестима експерти по политическа карикатура позволяват да се покаже какви са творческите подходи и нагласите на българските политически карикатуристи към тяхното собствено участие в медийния процес. Добро впечатление прави авторската позиция при анализа, която е изключително балансирана и лишена от излишна емоционалност и пристрастност;

**24.** Авторът описва използването на политическата карикатура от страна на медиите чрез различни стратегии, които предефинират дадени културни различия и реалности. Самостоятелно проведеното изследване на нагласите и възприятията на професионални карикатуристи допринася за емпиричната верифицируемост на изследването. Тази част на труда е особено ценна, предлагайки фактически материал и социологически данни, които подкрепят основните хипотези и виждания на докторанта.

### **3. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Като основен научен принос на дисертационния проект авторът посочва изграждането на актуален модел за управление/въздействие на политическата карикатура върху репутационната криза като комуникационен инструмент (с. 34), който преценявам като релевантен. Изследването представя надежден инструмент за усъвършенстване на политиката на карикатуристи, редактори, издатели, както и за изграждане на стратегии в публичните комуникации на политически субекти и комуникационни мениджъри. Моделът е формулиран достатъчно ясно и дава обяснение на досега неизяснен елемент в част от кризите на репутацията.

### **4. Оценка на автореферата**

Представеният автореферат, приложен към документацията е с обем 52 стр. и съдържа необходимите научни реквизити, а именно: обект и предмет на научното изследване, научни цели и научни задачи, получени научни резултати. Авторефератът отразява коректно същността на дисертационния труд, както от гледна точка на съдържанието, така и по отношение на изведените приноси.

### **5. Критични бележки, препоръки и въпроси**

На вътрешната защита бях отправила някои критични бележки от гледна точка на стилистиката и дизайна на изследването, с които авторът до голяма степен се е съобразил. Бих посочила като препоръка прецизиране на направените в края на всяка глава изводи, които представляват всъщност анотация на съдържанието на главата, а рецензентът е поставен в ситуацията да се пробва сам в осъществяването на обобщения. Въпросите, които бих искала да задам на докторанта са два:

1. В изводите си към глава Пета, той посочва, че „Задължително условие, за да се стигне до репутационна криза, е в изследваните казуси карикатурата да е на етноконфесионална тематика, която да нарани чувствата на дадено етнорелигиозно малцинство, което да протестира и да предприеме ответни мерки (дипломатически стъпки, бойкот, терористични действия и др.)“, с. 231. Същевременно разглежда казус № 5 „Чавдар Николов срещу „Бойко Борисов“, който очевидно не се отличава с подобни характеристики, именно като репутационна криза. На какво се дължи това?;

2. Защо според него качествените политически карикатури в България днес не успяват да провокират всъщност достатъчно силни репутационни кризи, които да доведат до важни за обществото промени?

## **6. Заключение**

Рецензираният труд запълва важно научно поле чрез изследване на политическата карикатура като комуникационен инструмент, показвайки причинно-следствените връзки между този инструмент и развитието на репутационните кризи. По него е работено детайлно, с внимание към различните аспекти, които да представят един по-пълен образ на изследваните тематични казуси. Проучването е проведено коректно. Изведените приноси моменти на изследването ми дават основание да предложа на уважаемото научно жури да присъди на Боян Стойчев Георгиев образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки – Журналистика, за дисертационния му труд му „Политическата карикатура като комуникационен инструмент за управление на репутационни кризи.“

16.11.2020 г.

доц. д-р Светлана Станкова