

СТАНОВИЩЕ

От: проф. д-р Чавдар Асенов Христов, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация; научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“.

Относно: дисертационен труд за присъждане на научната и образователна степен „доктор“ по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ (Журналистика – Кризисен публик рилейшънс) във ФЖМК на СУ "Св. Климент Охридски" .

Автор на дисертационния труд: Боян Стойчев Георгиев, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация

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

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № РД 38-417 от 17.09.2020 г. на Ректора на СУ "Св. Кл. Охридски".

1. Информация за дисертанта

Боян Стойчев Георгиев е завършил бакалавърска степен по „Връзки с обществеността“ и магистърска степен по „Реклама и публична комуникация“ във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Кл. Охридски“. Зачислен е за редовен докторант през 2016 г. и е отчислен с право на защита през 2019 г.

Докторант Боян Георгиев е работил в различни търговски организации като служител логистика, търговски агент и дистрибутор. Сътрудничел е на няколко вестника и радиостанции, бил е модератор и водещ в тях.

Като негов преподавател и научен ръководител имам много добри впечатления, които са формирани върху основата на положения от него самостоятелен изследователски труд и стремеж към научни знания. Отличава с прецизност, аналитичност, с акцент върху структуралисткия подход в изследователската си работа, което е видно и в представената за рецензиране дисертация.

Обща характеристика на представения дисертационен труд

Предоставеният дисертационен труд е структуриран в шест глави, увод, заключение, библиографска справка и приложения в общ обем 292 с., от които 270 с. е основният текст. Библиографската справка съдържа 206 източника, от които 101 на латиница и 105 на кирилица. Тематично е подкрепен с множество графики, диаграми, илюстрации и схеми.

Избраната тема е *актуална* предвид обстоятелството, че през последните две десетилетия на този век публикуването и онлайн разпространението на политически карикатури предизвикаха репутационни кризи с регионален и международен обхват. Някои от тях поставиха на оценка моралната дилема за свободата на изразяване и нанесената обида върху религиозни чувства. Същевременно предизвикаха протестен и терористичен отговор на засегнатите страни с негативни последици.

Основната *научна цел*, която си поставя докторантът в изследването, е да установи взаимовръзките между политическата карикатура и управлението на репутационни кризи в контекста на комуникационни процес. В тази връзка са формулирани *хипотези* относно различните ѝ възможности на въздействие в този процес.

Основната *задача* на изследването е да се изведе модел експлициращ политическата карикатура като комуникационен инструмент за управление на репутационни кризи. Формулирани са и задачи, които следват елементите на комуникационния процес и осигуряват изпълнението на основната задача.

Обект на изследването е политическата карикатура като комуникационен инструмент, а *предмет* – управлението/влиянието на политическата карикатура при репутационни кризи.

Въведени са необходимите *ограничения* на изследването, като основните са свързани с използваните изследователски методи, с подбора на казуси и политическия контекст, с времеви и пространствени граници – 2005-2019 г.

Методологичната рамка включва интердисциплинарни подходи, дискриптивен и сравнителен анализ, изследване на случаи и анкета. За целите на моделирането е използван алгоритъм от последователни аналитични стъпки, изведен от автора.

В *първата глава* представя подробно от теоретична гледна точка карикатурата и в частност политическата карикатура. Направен е кратък исторически преглед на възникването и развитието на карикатурата, нейните специфични особености, структура, функции и възможности за разнопосочно въздействие върху човешките нагласи, участието ѝ в политическия процес, ролята на традиционните и нови медии в тази посока. Дефинирани са основните работни термини. Обобщени са най-важните изводи от тази част на изследването.

Във *втората глава* е анализирана ролята на политическата карикатура в политическата комуникация. Изявени са функционалните особености и медийните аспекти на политическата комуникация, както и използваните политически инструменти във връзка с поставените цели на изследването. Очертано е полето на убеждаващо въздействие на карикатурата в посока формиране на масови нагласи, обществени мобилизации и протести. Проблемът е обвързан с теориите за определяне на дневния ред, за рамкирането и извеждането. Дефинирани са работни термини и са направени коректни изводи за политическата карикатура като комуникационен инструмент.

В *третата глава* анализът е насочен към теоретичните аспекти на кризисната комуникация. Подробно е изявен терминологичния и понятиен апарат, описващ разбирането за кризи, репутационни кризи и кризисна комуникация. Политическата карикатура е анализирана в посока на репутационните кризи и тяхното управление. Направени са необходимите обобщения и изводи в края на главата.

В *четвъртата глава* е описана методологическата рамка свързана с основната цел и задача на изследването на политическата карикатура като комуникационен инструмент за управление на репутационни кризи. Поставен е акцент върху инетрдисциплинарния подход, изследване на казуси (case studies), анкетно проучване и моделиране. Изработен е *авторски алгоритъм за изследване на казусите* съобразен с елементите на класическия комуникационен процес, както и *анкетна карта* за изследване на подходите и нагласите на изявени български политически карикатуристи. *Очертани са основните стъпки при конструирането на модел.*

В *петата глава* са изследвани седем казуса, които изявяват политическата карикатура като комуникационен инструмент между медии и публики (1), като стратегия за убеждаване чрез окарикуряване и сатиризация (1), като продуцент или

подкрепа на репутационни кризи (5). Казусите съдържат три български и четири чуждестранни случая, които имат широто национално или международно огласяване. Към казусите е приложен *еднакъв изследователски алгоритъм*, който дава възможност за изява на най-важните им общи характеристики, а именно: изобразяване на политически актьори, религиозни фигури и символи, които имат възможност да предизвикат репутационни кризи; основният комуникатор е конкретна медия/карикатурист; карикатурните съобщения са насочени, както към целева така и към масова публика; наличните разминавания в декодирането на съобщенията водят до криза в репутацията; създават опозиционни настроения, протести, цензура, терористични действия, трансформационни последици за част от медиите. В резултат е изведен *авторски модел на политическата карикатура като комуникационен инструмент за въздействие и управление на репутационна криза*. Допълнително при анализа на отделни казуси са апробирани *модели за анализ на политическа карикатура, за сравнителен анализ на теми и събития, отразени от политическата карикатура, както и операционен модел за разглеждане на репутационни кризи*. Прецизното изследване на подбраните казуси, общите им характеристики и изведените модели очертават значителен принос на тази част от дисертацията.

В *шестата глава* са анализирани резултатите от анкетното проучване на изявени български карикатуристи. Тяхното експертно мнение допринася към общата изследователска тема с очертаването на авторски подходи, нагласи и оценки като едни от основните комуникатори в конкретния комуникационен процес. Преобладаващите мнения са: карикатурата е сатира и коментар, актуално журналистическо средство; актуалността на събитието, неговата важност и разпознаваемост от обществото са в основата на продуцирането на карикатури; важни фактори за влиянието на политическата карикатура са персонализиране, емоционалност и изненада; подхода е критика, художественост и метафора, насочена към активиране на гражданска позиция; текста разширява аудиторията; политическата карикатура е подчинена на водещите събития, кризите и свободата на словото; критичните им авторски позиции подкрепят общественото развитие. По този начин е изявена взаимовръзката между граждански активните и опозиционно настроени журналисти с техните карикатури, оказващи влияние върху важни обществени демократични процеси.

Извършеното изследване показва много добро познаване на проблема не само от теоретична, но и от приложна гледна точка, което се аргументира от изведените в неговия край конкретни изводи, модели и потвърдени хипотези.

3. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Изразявам принципно съгласие с подробно формулираните от дисертанта научни и научно - приложни приноси, но бих искал да подчертая по-важните от тях:

- Изследван е проблем относно участието/влиятието на политическата карикатура като комуникационен инструмент при управлението на репутационни кризи, който не е разработван от българската научна общност;
- Изявена е специфичната роля на политическата карикатура в комуникационния процес свързан с репутационни кризи;
- Изведен е авторски модел на политическата карикатура като комуникационен инструмент за въздействие и управление на репутационна криза;
- Изведени са авторски модели за анализ на политическа карикатура, за сравнителен анализ на теми и събития, отразени от политическата карикатура, както и операционален модел за разглеждане на репутационни кризи, имащи практично приложение при изследване на подобни комуникационни феномени.

4. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът е представил *пет авторски статии* по изследвания проблем. Те са следните: Георгиев, Боян. *Карикатурата в списание като комуникационен инструмент*. // Newmedia21.eu. Медите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 08.08.2017. <https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/karikaturata-v-spisanie-kato-komunikatsionen-instrument/>; Георгиев, Боян. *Въздействието на политическата карикатура върху глобални репутационни кризи*, 155 – 182. В: Христов, Чавдар и др. Управление на репутационни кризи. Фак. по журналистика и масова комуникация, СУ „Св. Климент Охридски“, 2017; Георгиев, Боян. *Репутационна криза на държавните институции в сектора за сигурност в България – Бежанската криза като отключващо събитие*, с. 229 – 258. В: Христов, Чавдар и др. Управление на репутационни кризи. Фак. по журналистика и масова комуникация, СУ „Св. Климент Охридски“, 2017; Георгиев, Боян. *Възможности на политическата карикатура за*

управление на масовите възприятия: изследване на в. „168 часа“, в. „ПРАС-ПРЕС“, в. „Сършел“, ТВ предаване „Шоуто на Слави“, с. 257 – 295. В: Христов, Чавдар и др. Управление на масовите възприятия. Фак. по журналистика и масова комуникация, СУ „Св. Климент Охридски“, 2020; Георгиев, Боян. Биполярна доминация на емоционалните и поведенчески нагласи: изследване на сп. „Геополитика“, с. 319 – 346. В: Христов, Чавдар и др. Управление на масовите възприятия. Фак. по журналистика и масова комуникация, СУ „Св. Климент Охридски“, 2020. За отбелязване е, че последните четири публикации са глави от колективни монографии.

Публикациите отразяват постигнати научни резултати от изследваната проблематика, като част от тях са включени в дисертацията.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът отразява обективно и коректно съдържанието на дисертационния труд.

6. Заключение

В заключение с убеденост може да се твърди, че Боян Стойчев Георгиев е прецизен изследовател, с много добри теоретични знания и аналитични умения. Получените резултати от изследването се отличават с научна коректност и с теоретико-приложна стойност.

Предвид изложените основания препоръчвам на уважаемото жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ на Боян Стойчев Георгиев по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ (Журналистика – Кризисен пбблик рилейшънс).

15.11.2020 г.

Проф. д-р Чавдар Христов

София

Подпис: