



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

СТАНОВИЩЕ

От: **доц. д.н. Мария Александрова Попова**
Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, катедра „История и теория на журналистиката, Научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Теория на журналистиката и медиите)“

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (Медии и комуникации)“ в УНСС*

Автор на дисертационния труд: **Ирен Йорданова Бабачева**

Тема на дисертационния труд: **„Нови форми на ивент мениджмънта в структурата на връзките с обществеността (проблеми и перспективи в организацията и управлението на специалните събития във филмовото изкуство“**

Научен ръководител: **проф. д.н. Любомир Стойков**

Основание за представяне на становището: *участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 97/18.01.2024 г. на Ректора на УНСС.*

1. Информация за дисертанта

Ирен Бабачева се е обучавал по докторска програма към катедра „Медии и обществени комуникации“, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по научна специалност „Медии и комуникации“. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 2019-2022 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

2.1. Структура, обем

Дисертационният труд на Ирен Бабачева е с общ обем от 275 стр. и включва увод, изложение в четири глави, заключение, библиография, приложения.

2.2. Актуалност на темата

Дисертацията е посветена на актуалната и интересна тема за възможностите на ивент мениджмънта успешно и пълноценно да управлява провеждането на филмови събития като церемонии за връчване на награди, премиери на филми, публичното им представяне в традиционните медии и социалните мрежи.

2.3. Цели, задачи, обект, предмет и съдържание

В **увода** докторантът ясно е определил обекта, предмета и целите на своето

изследване. Като **основна цел** е посочено изследването на две значими филмови награди като „Оскар“ и „Златен глобус“ с оглед установяването на актуалните зрителски нагласи към подобни специални събития във филмовото изкуство. Като **обект** на дисертацията са заявени организацията и управлението на специални събития във филмовата индустрия. **Предмет** на изследването е оценка на спецификите и характера на ивент мениджмънта като част от процеса на изграждане на връзки с обществеността в рамките на различни филмови награди, церемонии и премиери на филми.

Първа глава очертава ключовите теоретични аспекти – определения и особености на връзките с обществеността, видове пиар и специфики на професионалната роля на пиар специалисти, значение на вербалната и невербалната комуникация, дефиниция, значение и видове имидж. Специално място е отделено на особеностите, вариантите и характеристиките на ивент мениджмънта като подробно са описани стъпките за създаване на специално събитие – избора на тема и цели, детайлите при подготовката и реализацията, оценка на провеждането. Обърнато е внимание на навлизането на новите технологии в публичната комуникация (използването на добавена реалност, 3D изображения, интерактивност, изкуствен интелект, разнообразни приложения), както и на съчетаването им с познати канали за въздействие като рекламата и имейл маркетинга.

Във **втора глава** се представят и оценяват спрямо тяхната ефективност няколко значими филмови събития. Те се определят от докторанта като „еталон за събитиен мениджмънт във филмовото изкуство“, поради това, че разчитат на „креативността и адаптирането към технологичното време и аудитория на PR агенциите, които създават тези кампании“ и включват „всички актуални техники и използват всички съществуващи канали за популяризирането им“ (с. 58). Това са кампаниите за промотиране на филмите „Черният рицар“, „Deadpool“ и „Семейство Симпсън“ разработени от компаниите „42 Entertainment“ и „Туенти Сентчъри Фокс“. Изграден е и по-широк контекст като са коментирани някои от ключовите техники за успех и социално влияние на киноиндустрия, киноразпространението и киножурналистиката. Интересна и подробна е частта, в която се анализират особеностите на филмовите награди „Оскар“ и „Златен глобус“ чрез извеждане на тяхната история, категории, механизъм на номиниране на филмите и гласуване, роля на организаторите (съответно Академията за филмово изкуство и науки и Асоциацията на чуждестранната преса), място на провеждане, церемония, отразяването им от телевизията, времетраене и рейтинг.

Трета глава представя различни примери на значимо публично влияние на филмовото изкуство чрез акцентирание върху творчеството на авторитетни кинорежисьори като Франсис Форд Копола, Мартин Скорсезе, Роман Полански, Стивън Спилбърг, Брайън де Палма, емблематични филми като „Волният ездач“, „Кръстникът“, „Булевардът на залеза“, „Артистът“, „Роди се звезда“, „Имало едно време в Холивуд“, „Лошият и красавицата“. Потърсено е и мястото на антигероите в киното, както и на някои проблематични формати на филмовите церемонии от последните години свързани с обвинения в комерсиализъм, расизъм, гафове и остракизъм, използването на знаменитости и тяхно скандално поведение, утвърждаване на женското движение „Me too“ и пр.

Четвърта глава отразява резултатите от проведените собствени социологически проучвания. Използвани са различни методи – визуално представяне на текстово

съдържание с използване на изкуствен интелект, анкетното прочуване, цитиране на статистически данни на компанията „Statista“. Представена е и собствена оценка относно степента на публичния интерес към специалните събития в областта на киноизкуството. Както заключава докторантът: „Глобализацията разшири пазара за холивудски продукции, но глобалната публика тласна бизнеса към по-опростен стил на разказване на истории, който се превежда по-лесно на различни езици и култури, с по-малко сложност и идиосинкразия и по-малко културни специфики. Зрелищни, впечатляващи кинематографии, но бедни на разказ. Интернет, компютрите и смартфоните персонализираха забавлението и го предоставиха бързо на зрителите, по начин, който разшири и потенциалната аудитория на Холивуд, но привикна хората към малките екрани, изолирано гледане и периодично гледане.“ (с.183-184). Любопитни са и собствените прогнози относно развитието на ивент мениджмънта през следващите години.

2.4. Използвана научна литература

Използвани са общо 361 източника, от които 39 източника са на български език и 322 източника са на английски език – както традиционни, така и онлайн – научни книги, статии и изследвания.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Дисертацията проблематизира актуална проблематика – предимствата на съвременния маркетинг да формира активен интерес от страна на аудиторията спрямо специфични събития като филмовите премиери и церемонните по награждаване на филмови продукти. Докторантът работи с голям библиографски обем от документи, формира интересни собствени заключения, предлага собствени класификации и прогнозни тенденции. Използвани са разнообразни изследователски методи – дедуктивен анализ, контент анализ, анкетно проучване, алгоритъм на изкуствен интелект.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Принос на изследването е изборът на интересна и актуална тема, която позволява да се наблюдават значими филмови събития през спецификите на ивент мениджмънта. Приносен характер има сегментирането на няколко основни зрителски профила, съобразно които могат да се позиционира представянето на филмови събития. Приносно значение имат и описаните разнообразни методи на формиране на интерес спрямо оригинални събития – както традиционни, така и нови, съобразени с технологичните иновации и дигиталните възможности.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът има три публикации по темата на дисертационния труд, публикувани в престижни български научни реферирани списания, които отговарят на заложените стандарти за качество.

6. Оценка на автореферата

Представеният автореферат е с обем от 41 стр. Той пълно и коректно отразява структурата и съдържанието на дисертационния труд.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

При възможност бих препоръчала известно реструктуриране на текста, така че да се получи по-добро изясняване от една страна на развитието на филмовата индустрия – история на киноиндустрията и киноизкуството, специфики в поведението на различни актьори и режисьори, водещи филмови заглавия, модели на филмови събития, а от друга на комуникационните и маркетингови методи за въздействие върху аудиторията и общественото мнение. Би било добре да се помисли за изграждането на по-добър баланс между представените разнообразни източници на информация и собствената позиция и авторски коментар. Това ще спомогне и за по-директното обвързване на теоретично формулираната проблематика с резултатите, получени от емпиричните изследвания.

Имам въпрос към докторанта: Въз основа на предложените от Вас прогнози за развитие и модернизирание на ивент маркетинга (използване на алтернативни пространства, нови визуални ефекти, персонализиране и интерактивност при представяне на информацията, включване на „диаграма на събитията“, на технологични иновации и изкуствен интелект, дигитализация и инструментализиране на социалните мрежи) може ли да очертаете някои механизми за релевантно представяне на наградите „Оскар“, така че те да бъдат увлекателни и позитивно оценени от съвременната аудитория?

8. Заключение

Дисертационният труд е посветен на интересната и актуална тема за възможностите на ивент мениджмънта да формира трайно и устойчиво въздействие върху аудиторията при представянето на филмови събития (церемонии по награждаване, премиери на филми) в условия на силно влияние на социалните медии и изменения в очакванията и поведението на зрителите. Затова въз основа на представения текст и отговорите на докторанта **бих препоръчала на уважаемото научно жури да присъди на ИРЕН ЙОРДАНОВА БАБАЧЕВА образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (Медии и комуникации)“.**

22.02.2024 г.

Подпис:
/Доц. д.н. Мария Попова/



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

OPINION

From: **Assoc. Professor Dr. Sc. Maria Popova,**

Sofia University „St. Kliment Ohridski”, Faculty of Journalism and Mass Communication, History and Theory of Journalism Department, Scientific field 3.5. Social Communications and Information Sciences (Media and Communications – Theory of Journalism and Media)

For: *Obtaining the educational and scientific degree "**Doctor**" in scientific field "Organization and management outside the sphere of material production (Media and Communications)" in the University of National and World Economy.*

Presented by: **Iren Yordanova Babacheva**

Topic: **„New forms of event management in the structure of public relations (problems and perspectives in the organization and management of special events in film art)”**

Mentor: **Prof. Dr. Sc. Lubomir Stoykov**

Reason: *The scientific jury has been established with an Order 97/18.01.2024 of the Rector of the University of National and World Economy.*

1. Information for the author of the dissertation

Iren Babacheva has studied doctoral degree program in the scientific field “Organization and management outside the sphere of material production (Media and Communications)”, offered by Media and Public Communications Department in Faculty of Economics of Infrastructure, University of National and World Economy between 2019-2022.

2. Evaluation of the qualities of the dissertation

a. Structure and size.

The dissertation of Iren Babacheva contains 275 pages, foreword, four chapters, conclusion, literature, and applications.

2.2. Relevance of the topic.

The dissertation presents the current and interesting topic of the event management possibilities successfully and fully to manage the conduct of the film events such as awards ceremonies, film premieres, their public display in the traditional media and in the social networks.

2.3. Aims, object, subject, and content.

In the foreword the author clearly defines the object, subject, and the aims of the dissertation. As the main **aim** is to analyze two significant film awards ceremonies like the “Oscars” and the “Golden Globes” considering to establishing the current viewer’s attitudes to the similar special events in the film art. As the **object** of the dissertation is declared the organization and management of the special events in the film industry. The **subject** of the research is an assessment of the specifics and the nature of the event management as a part of the process of building public relations within the various film awards, ceremonies, and film premieres.

Chapter One presents the main theoretical aspects – definitions and features of the public relations, types of PR and specifics of the professional role of PR specialists, the verbal and non-verbal communication meaning, definition, and types of the public image. A special place is separated to the features, types, and characteristics of the event management, and the steps for creating a special event are described in detail – the choice of the topic and the goals, the details of preparation and implementation, evaluation of the event organization. The attention is paid to the new technologies' introduction in the public communication (the use of augmented reality, 3D images, interactivity, artificial intelligence, various applications), as well as to their combination with the well-known influence channels such as advertising and email marketing.

In the **Chapter Two** are shown and evaluated according to their efficiency several significant film events. They are defined by the doctoral student as “a standard for the event management in the film art” because they rely on “the creativity and adaptation to the technological times and the PR agencies audiences that create these campaigns” and include “all current techniques and use all existing channels for their promotion” (p. 58). These are the promotion campaigns of the films “The Dark Knight”, “Deadpool” and “The Simpsons”, developed by the companies “42 Entertainment” and “Twenty Century Fox”. A wider context is also built by commenting on some of the key techniques for success and social influence of the film industry, film distribution and film journalism. Interesting and detailed is the part in which the peculiarities like “Oscars” and the “Golden Globe”. The film awards are analyzed by developing their history, categories, mechanism of the films nominating and voting, the role of the organizers (respectively the Academy of Motion Picture Arts and Sciences and Foreign Press Association), venue, ceremony, television coverage, duration, and rating.

Chapter Three introduces various examples of the significant public influence of the film art by emphasizing the work of the authoritative film directors such as Francis Ford Coppola, Martin Scorsese, Roman Polanski, Steven Spielberg, Brian de Palma, iconic films such as “The Free Rider”, “The Godfather”, “Sunset boulevard”, “The Artist”, “A Star is Born”, “Once Upon a Time in Hollywood”, “The Bad and the Beautiful”. The place of anti-heroes in the cinema is also searched, as well as some problematic formats of the award ceremonies in the recent years related to the accusations of commercialism, racism, blunders and ostracism, the use of celebrities and their scandalous behavior, the affirmation of the women's movement “Me too”, etc.

The **Chapter Four** reflects the results of the doctoral student's own sociological surveys. Different methods are used – visual presentation of the textual content using artificial intelligence, survey, citing statistical data from the company “Statista”. It also presents the own assessment of the public interest degree to the special events in the film art. According to the doctoral student: “The globalization has expanded the market for Hollywood productions, but the global audiences have pushed the business toward a simpler style of storytelling that translates more easily into different languages and cultures, with less complexity and idiosyncrasy, and less cultural specifics. Spectacular, impressive cinematography, but poor in narrative. The Internet, computers, and smartphones personalized the entertainment and delivered it quickly to the viewers in a way that expanded Hollywood's potential audience, but accustomed people to the small screens, isolated viewing, and periodic viewing.” (p. 183-184). The own forecasts regarding the development of the event management in the coming years are also interesting.

2.4. Scientific Literature.

The dissertation includes 361 sources, from which 39 are in Bulgarian and 322 are in English and other foreign languages – both traditional and online books, articles, and studies.

3. Evaluation of the scientific and applied scientific results.

The dissertation problematizes a current issue – the advantages of the modern marketing to form active interest of the audience towards specific events such as film premieres and award ceremonies. The doctoral student works with a large bibliographic volume of documents, forms interesting own conclusions, offers own classifications and predictive trends. A variety of research methods are used – deductive analysis, content analysis, questionnaire survey, artificial intelligence algorithm.

4. Evaluation of the scientific and applied-scientific contributions.

The contribution of the dissertation is the choice of an interesting and current topic, which allows to observe significant film events through the specifics of event management. The segmentation of several main audience profiles, according to which the presentation of film events can be positioned, has a beneficial character. The described various methods of interest formation in original events – both traditional and new, relative to technological innovations and digital possibilities – also have a contribution.

5. Evaluation of the publications and participation in scientific forums

The doctoral student has three scientific publications on the topic of the dissertation, which have been published in the authoritative Bulgarian scientific journals. All of them are prepared by the required quality standards.

6. Evaluation of the dissertation review

The presented abstract concludes 41 pages and it fully and correctly presents the dissertation's structure and content.

7. Notes and recommendations

If it is possible, I would recommend some restructuring of the text so, on the one hand, to obtain a better clarification of the development of the film industry – history of the film industry and film art, specifics in the behavior of the various actors and directors, leading film titles, patterns of film events, and on the other hand – communication and marketing methods to influence the audience and public opinion. Could be thought of building a better balance between the presented diverse sources of information and the author's own position and commentaries. This would more directly link the theoretically formulated topics with the results from the empirical research.

I have a question for the doctoral student: Based on your proposed forecasts for the development and modernization of the event marketing (use of alternative spaces, new visual effects, personalization and interactivity in the presentation of information, inclusion of an “event diagram”, technological innovations and artificial intelligence, digitization and instrumentation of the social media) could you outline some mechanisms for making the Academy Awards “Oscars” relevant so that they could engaged and positively evaluated from the contemporary audiences?

8. Conclusion

The dissertation is dedicated to interesting and current topic of the possibilities of event management to form a lasting and sustainable impact on the performance of the audience at film events (awards ceremonies, film premieres) under conditions of strong impact on social media and changes in the expectations and behavior of the viewers. According to the presented dissertation and the response of my question **I strongly recommend to the Honorable Scientific Jury to award to IREN YORDANOVA BABACHEVA the educational and scientific degree “Doctor” in the scientific field “Organization and management outside the sphere of material production (Media and Communications)” in the University of National and World Economy.**

22.02.2024 г.

Jury member:

Assoc. Prof. Dr. Sc. Maria Popova