



РЕЦЕНЗИЯ

От: проф. д.н. Любомир Димчев Стойков, преподавател в УНСС

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, професионално направление 3.5. *Обществени комуникации и информационни науки, докторска програма „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“*

Основание за представяне на рецензията: Заповед №1106 от 28.04.2023 г. на зам.-ректора по НИД доц. д-р Михаил Мусов.

Автор на дисертационния труд: Виолета Йорданова Николова

Тема на дисертационния труд: „Изграждане на имидж на политически личности в интернет (анализ на кандидат-президентските кампании 2006 - 2016 г.)“

1. Информация за докторанта

Виолета Йорданова Николова е родена на 30.08.1995 г. в София. Бакалавър е по политология и магистър по журналистика и връзки с обществеността. Докторант в катедра „Медии и обществени комуникации“ в УНСС. Темата на дисертационния й труд е „Изграждане на имидж на политически личности в интернет (анализ на кандидат-президентските кампании 2006-2016 г.) с научен ръководител доц. д-р Стела Ангова. В професионалната си реализация е заемала различни позиции, като специалист по обучение и развитие, ръководител на екип - Уиз Еър проект, Сиксти Кей ЕАД, ръководител на екип в Крипто / Форис Юръп, специалист

по обучение и развитие в ResultsCX Bulgariq PLC и др.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е съобразен с научните и законови критерии и съдържа 4 глави, увод, заключение, справка за научните приноси, библиография, научни публикации по темата на дисертацията и приложение в общ обем от 187 страници.

Уводът на дисертационния труд акцентира върху амбицията на докторанта да проучат и интерпретира стратегиите за изграждане на имидж на кандидат-президентите на България чрез анализ на кампании в периода 2006 - 2016 години. Коректно са посочени главните задачи: да се разгледа имиджът като категория в политическата и комуникационната науки и явление в практиката, като се идентифицират основните критерии за имидж на политически лидер; да се представят основните понятия за формиране на имидж на политически лидер; да се определи ролята на интернет в процеса на формиране на имиджа на политически лидер и да се направи анализ на въздействието на социалните медии върху формирането на общественото мнение за политическите личности; да се разгледат формалните и неформални платформи за политическо позициониране на Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев в социалните медии.

Точно и ясно е очертана актуалността на изследването, обекта, предмета, мотивацията, тезата и методологията на дисертационния труд.

Първата глава „Теоретични основи на изследването на проблема за имиджа на политическата личност“ правилно поставя акцент върху ролята и мястото на имиджа в съвременния политически процес, неговото формиране, политическата комуникация в медийната среда и ролята на масмедията за имиджовото конструиране. Авторката показва стремеж към

аналитичен и ясен подход към тази толкова важна тема.

Основателно **във втора глава „Процес на формиране на имиджа на политическия лидер“** фокусът е насочен към концепциите за формиране на политическия имидж на лидера, техниките за създаване на публичния образ на политика, създаване на имидж в хода на изборната кампания и ролята на политическата реклама и PR за създаването на политически имидж. Добро впечатление правят изводите в края на тази глава – както за идентифициране на представите на публиката за обекта, така и за разработването на стратегията за формиране на имиджа. Положителен факт е, че е отбелязано и значението да се следи веднъж изградения имидж и да се осъществяват необходимите дейности за неговото поддържане.

„Ролята на интернет за създаването на политически имидж“ е **заглавието на трета глава**, която има особена тежест в рецензирания труд, тъй като дигиталните техники и технологии днес са решаващи при конструирането и поддържането на публичния образ – при това не само на политическия лидер, но и на всеки друг имидж в корпоративен и персонален аспект, във всеки един сектор на връзките с обществеността. Правилно тази глава е структурирана в четири параграфа, които „покриват“ по-важните измерения на политическия имидж в онлайн средата: интернет като ефективно пространство за политически PR, интернет като фактор за формирането на общественото мнение за политическия живот, конструирането на политическия имидж в интернет и дигиталния имидж на политика.

Последната, **четвърта глава на дисертацията съдържа анализ на кандидат-президентските кампании 2006 – 2016 години и безспорно е квинтесенцията на този труд.** Наистина е много амбициозна задачата да

се изследват кампаниите на последните трима български президенти – Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев. Емпиричното изследване, което кореспондира с анализа на процеса на изграждане на политически личности в интернет, дава достатъчно ясна представа за съотношението на политическите сили и предимствата, и недостатъците на подходите на всеки един от кандидатите за президент. Много добре е открояна ролята на интернет в това отношение.

Заклучението звучи логично. Основателно в него се отбелязва: „Изключително важно бе да се разграничат двете страни на формирането на имиджа на лидера. От една страна, имиджът на лидера е отражение на неговата политическа дейност, насочена към постигане на конкретни резултати, а от друга страна, резултат от специални усилия за формирането му сред населението. В същото време, изграждането на имиджа на политически лидер е свързано не само с изпълнението на задачите за популяризиране на кандидата сред населението, насърчаване на неговата личност и кампании в полза на неговата програма за действие. В съвременното общество този процес все повече се превръща в механизъм за създаване на изкуствен лидерски имидж за обществото, който замества истинския политически лидер в съзнанието на хората.“ (с.161).

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Изводите и обобщенията в настоящата дисертация са релевантни на логиката на изследването. Правомерно авторката твърди, че публичното пространство получава неимоверна възможност за разширяване благодарение на интернет, на разширената социална среда и на новите комуникационни и информационни възможности в резултат на тези процеси. Ясно са посочени сходствата и дисонансите при конструирането

на имиджа на тримата кандидат-президенти: Румен Радев и неговата харизма и традиционализъм, Росен Плевнелиев и неговата по-умерена кампания, изградена с акцент върху положителните му качества и намерението за промени, Георги Първанов, който въпреки скромното по това време влияние на интернет, разчита на позиционирането на персоналните си качества редом с изтъкването на неговия авторитет и обаяние.

Резултатите от анкетното проучване, както основателно е отбелязано в дисертацията, сочат неизменна връзка между ефективното използване на интернет и резултатите от изборите: „Ефективен се е оказал интернет за Румен Радев и Георги Първанов. Тези резултати кореспондират с резултатите от изборите. Георги Първанов и Румен Радев печелят с голяма преднина, докато Росен Плевнелиев печели с 5%. Резултатите от изследването потвърждават хипотезата, че Интернет е комуникационен канал, който влияе съществено върху изграждането на политически имидж.“ (с. 148).

Положителен резултат е и обоснованото заключение, че социалните мрежи и най-общо – интернет, ще играят все по-голяма роля в политическите кампании и адекватното изграждане на политически имидж, като по този начин ще се осъществява пълноценно сближаване между политическите лидери и обществото, между политиците и електората.

4. Оценка на научните и научно-приложните приноси.

Признавам заявените от докторанта научни и научно-приложни приноси в неговия труд, като ще се спра на три от тях:

- Анализът на динамиката на научната концепция за политически имидж е съпътстван от формулирането на елементите за неговото

изграждане в интернет в контекста на българската политическа комуникационна практика.

- Съпоставителният исторически анализ на действията по изграждане на имидж е добра основа за дефиниране на корелацията политически комуникации – нови медии, която дава възможност да се изведат коректно общите закономерности в политическото имиджмейкърство.

- Установеният алгоритъм за медиатизиране на политическия имидж в интернет е предпоставка за ефективното изграждане на публичния образ на съвременния политик.

Несъмнена е и практическата полезност на дисертационния труд за PR специалисти, журналисти, редактори, продуценти, медийни експерти и маркетолози.

5. Оценка на публикациите по дисертацията.

Докторант Виолета Николова има публикувани три научни текста по темата на своята дисертация в научни издания, както следва:

- Изграждане на имидж на политически личности в интернет (анализ на кандидат-президентските кампании 2006-2016 г.). Сборник от докторантски семинар №3 на катедра „Медии и обществени комуникации“. УНСС, София, 2022;
- Управление на медиен имидж. Сборник от Докторантски семинар №2 на катедра „Медии и обществени комуникации“. УНСС, София, 2021;
- Сравнителен анализ като метод за изследване на имидж. Сборник от Десета юбилейна международна научна конференция за студенти и докторанти. УНСС, София, 2020.

Трите публикации са изцяло по темата на дисертационния труд, издържани са в духа на академичното писане и отговарят на научните и методологични стандарти.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът е коректно написан, има ясна и надеждна структура и в много висока степен отразява съдържанието на дисертацията.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси.

В ролята си на рецензент на вътрешната защита на Виолета Николова отправих множество препоръки и бележки към нейния дисертационен труд, сред които пропуски в дефинициите на ключови понятия; нарушен структурен баланс във втора глава; недостатъчно открояване на спецификата на дигиталния имидж; недостатъчен обем на дисертацията; липса на дълбочина в изводите, както и редица други пропуски, отстранени чрез съответните корекции и редакции. Четейки финалния вариант на този труд с удовлетворение констатирам, че докторантът е изпълнил всички или почти всички мои забележки и съвети.

Разбира се, няма 100% завършени и съвършени дисертации. И тази не прави изключение. Основните пропуски са свързани с частична еkleктичност, фрагментарност и донякъде размитост на възгледите и тезите. Имам забележки от техническо естество, както и препоръки за прецизирането на библиографското описание. Всички тези бележки обаче са от второстепен характер и не омаловажават цялостното много добро впечатление от този труд.

Ще задам два въпроса на Виолета Николова:

1. Какви грешки се допускат най-често при изграждането на политически имидж в контекста на нейната дисертация?

2. Кои са най-големите предимства, респ. най-големите недостатъци, на социалните мрежи спрямо традиционните медии в конструирането на имиджа на съвременния политик?

8. Заключение

Въз основа на написаното по-горе и на качествата на анализа в дисертационния труд, на отговорите на докторанта, както и на постигнатите научни резултати, моля членовете на уважаемото научно жури да **присъдят образователната и научна степен „доктор” на Виолета Йорданова Николова за нейния дисертационен труд на тема: „Изграждане на имидж на политически личности в интернет (анализ на кандидат-президентските кампании 2006-2016 г.)“**, професионално направление **3.5. Обществени комуникации и информационни науки, докторска програма „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“**.

05.06. 2023 г.

Подпис:

Проф. д.н. Любомир Стойков

REVIEW

From: Prof. D. Sc. Lubomir Dimchev Stoykov, lecturer at UNWE

Regarding: **Dissertation for the award of educational and scientific degree "Doctor"**, professional field 3.5. *Public Communications and Information Sciences, doctoral program "Organization and management outside the material production sector (media and communications)"*

Grounds for submitting the review: Order No. 1106 of 28.04.2023 by the Vice-Rector for Scientific Research Activities Assoc. Prof. Dr. Mihail Musov.

Author of the dissertation: Violeta Yordanova Nikolova

Dissertation topic: "Building the image of political figures on the Internet (analysis of presidential candidate campaigns 2006-2016)"

1. Information about the doctoral student

Violeta Yordanova Nikolova was born on 30.08.1995 in Sofia. She holds a Bachelor's degree in Political Science and a Master's degree in Journalism and Public Relations. She is a doctoral student in the Department of "Media and Public Communications" at UNWE. The topic of her dissertation is "Building the image of political figures on the Internet (analysis of presidential candidate campaigns 2006-2016)" with scientific supervisor Assoc. Prof. Dr. Stella Angova. In her professional career, she has held various positions, such as Training and Development Specialist, Team Leader - Wizz Air project, Sixt Key Ltd., Team Leader at Crypto / Foris Europe, Training and Development Specialist at ResultsCX Bulgaria PLC, and others.

2. General characteristics of the submitted dissertation

The dissertation complies with scientific and legal criteria and contains 4 chapters, introduction, conclusion, statement of scientific contributions,

bibliography, scientific publications on the topic of the dissertation and an appendix, in total of 187 pages.

The introduction of the dissertation emphasizes the ambition of the doctoral student to investigate and interpret strategies for building the image of presidential candidates in Bulgaria through an analysis of campaigns in the period 2006 - 2016. The main tasks are correctly identified: to consider the image as a category in political and communication sciences and as a phenomenon in practice, identifying the main criteria for the image of a political leader; to present the main concepts for forming the image of a political leader; to define the role of the internet in the process of forming the image of a political leader and to analyze the impact of social media on shaping public opinion about political figures; to consider formal and informal platforms for political positioning of Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev, and Rumen Radev on social media.

The relevance of the study, the object, subject, motivation, thesis, and methodology of the dissertation are accurately and clearly outlined.

The first chapter "Theoretical foundations of the study of the problem of the image of the political personality" rightly emphasizes the role and place of the image in the modern political process, its formation, political communication in the media environment, and the role of the mass media for image construction. The author shows a strive for an analytical and clear approach to this very important topic.

In the substantial **second chapter "Process of forming the image of the political leader"**, the focus is on the concepts for forming the political image of the leader, the techniques for creating the public image of politics, creating an image during the election campaign, and the role of political advertising and PR for the creation of a political image. The conclusions at the end of this

chapter are impressive - both for identifying the audience's perceptions of the object, and for developing the image formation strategy. It is a positive fact that the importance of monitoring the once formed image and performing the necessary activities for its maintenance is noted.

"The role of the internet in creating a political image" is the title of the third chapter, which has particular weight in the reviewed work, as digital techniques and technologies are decisive today in constructing and maintaining the public image - not only of the political leader, but also of any other image in corporate and personal aspect, in every sector of public relations. It is correct that this chapter is structured in four paragraphs, which "cover" the more important dimensions of the political image in the online environment: the internet as an effective space for political PR, the internet as a factor for shaping public opinion about political life, constructing the political image on the internet, and the digital image of politics.

The last, **fourth chapter of the dissertation contains an analysis of the presidential candidate campaigns from 2006 to 2016 and is undoubtedly the quintessence of this work**. Indeed, it is a very ambitious task to investigate the campaigns of the last three Bulgarian presidents - Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev, and Rumen Radev. The empirical study, which corresponds to the analysis of the process of building political personalities on the internet, gives a clear enough idea of the balance of political forces and the advantages and disadvantages of each candidate's approaches for president. The role of the internet in this regard is very well revealed.

The conclusion sounds logical. It is rightly noted in it: "It was extremely important to distinguish the two sides of forming the image of the leader. On the one hand, the leader's image is a reflection of his political activity aimed at achieving specific results, and on the other hand, it is the result of special efforts to form it among the population. At the same time, building the image

of a political leader is associated not only with the execution of tasks for popularizing the candidate among the population, promoting his personality and campaigns in favor of his action program. In modern society, this process is increasingly becoming a mechanism for creating an artificial leader image for society, which replaces the real political leader in the minds of people." (p. 161).

3. Evaluation of the obtained scientific and applied research results

The conclusions and generalizations in this dissertation are relevant to the logic of the research. The author rightly asserts that public space receives an incredible opportunity to expand thanks to the internet, the expanded social environment, and the new communication and information opportunities as a result of these processes. The similarities and dissonances in constructing the image of the three presidential candidates are clearly indicated: Rumen Radev with his charisma and traditionalism, Rosen Plevneliev with his more moderate campaign, built with a focus on his positive qualities and intention for changes, Georgi Parvanov, who despite the modest influence of the internet at the time, relied on positioning his personal qualities alongside the emphasis on his authority and charm.

The results of the survey, as rightly noted in the dissertation, indicate an unchanging connection between the effective use of the internet and the election results: "The internet has proven effective for Rumen Radev and Georgi Parvanov. These results correspond to the results of the elections. Georgi Parvanov and Rumen Radev win by a large margin, while Rosen Plevneliev wins by 5%. The results of the study confirm the hypothesis that the Internet is a communication channel that significantly affects the construction of a political image." (p. 148).

A positive result is the justified conclusion that social networks and the internet in general will play an increasingly important role in political campaigns and the adequate construction of a political image, thus achieving full convergence between political leaders and society, between politicians and the electorate.

4. Evaluation of the scientific and applied contributions.

I acknowledge the scientific and applied contributions claimed by the doctoral student in his work, and I will focus on three of them:

- **The analysis of the dynamics of the scientific concept of political image is accompanied by the formulation of the elements for its construction on the internet in the context of Bulgarian political communication practice.**
- **The comparative historical analysis of image-building actions is a good basis for defining the correlation of political communications - new media, which allows the correct general patterns in political image-making to be derived.**
- **The established algorithm for the mediatization of the political image on the internet is a prerequisite for the effective construction of the public image of the modern politician.**

The practical usefulness of the dissertation work for PR specialists, journalists, editors, producers, media experts, and marketers is also undeniable.

5. Evaluation of the dissertation publications.

PhD student Violeta Nikolova has published three scientific texts on the topic of her dissertation in scientific editions, as follows:

- Building an image of political personalities on the internet (analysis of presidential candidate campaigns 2006-2016). Collection of PhD Seminar №3 at the Department of "Media and Public Communications". UNWE, Sofia, 2022;
- Management of media image. Collection of PhD Seminar №2 at the Department of "Media and Public Communications". UNWE, Sofia, 2021;
- Comparative analysis as a method for studying image. Collection from the Tenth Anniversary International Scientific Conference for Students and PhD Students. UNWE, Sofia, 2020.

The three publications are entirely on the topic of the dissertation work, they are maintained in the spirit of academic writing and meet the scientific and methodological standards.

6. Evaluation of the abstract

The abstract is correctly written, has a clear and reliable structure and to a very high degree reflects the content of the dissertation.

7. Critical notes, recommendations, and questions.

In my role as a reviewer of the internal defense of Violeta Nikolova, I made many recommendations and notes to her dissertation work, including omissions in the definitions of key concepts; broken structural balance in the second chapter; insufficient highlighting of the specifics of the digital image; insufficient volume of the dissertation; lack of depth in the conclusions, as well as a number of other omissions, removable through appropriate corrections and edits. Reading the final version of this work, I am pleased to note that the doctoral student has fulfilled all or almost all of my comments and advice.

Of course, there are no 100% complete and perfect dissertations. And this one is no exception. The main omissions are related to partial eclecticism, fragmentation, and somewhat blurring of views and theses. I have technical remarks, as well as recommendations for specifying the bibliographic description. All these notes, however, are of a secondary nature and do not diminish the overall very good impression of this work.

I will ask Violeta Nikolova two questions:

1. What mistakes are most often made when building a political image in the context of her dissertation?
2. What are the biggest advantages, resp. the biggest disadvantages, of social networks compared to traditional media in constructing the image of the modern politician?

8. Conclusion

Based on the above and on the quality of the analysis in the dissertation work, the responses of the doctoral student, as well as the achieved scientific results, I ask the members of the esteemed scientific jury **to award the educational and scientific degree "doctor" to Violeta Yordanova Nikolova for her dissertation on the topic: "Building an image of political personalities on the internet (analysis of presidential candidate campaigns 2006-2016)", professional field 3.5. Social Communications and Information Sciences, PhD program "Organization and management outside the sphere of material production (media and communications)".**

June 5, 2023

Signature:

Prof. D. Sc. Lubomir Stoykov