



РЕЦЕНЗИЯ

От: проф.д-р Маргарита Йорданова Пешева, ВСУ, проф.направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки”;

Относно: дисертационен труд за присъждане на научна степен „доктор“ по *научна специалност 3.*”Социални, стопански и правни науки”;

Автор на дисертационния труд: Виолета Йорданова Николова, редовен докторант УНСС, катедра „*Медии и обществени комуникации*”;

Тема на дисертационния труд:”*Изграждане на имидж на политически личности в Интернет(анализ на кандидат-президентските кампании 2006-2016г.)*;

Основание за представяне на рецензията: участие като член на научно жури за присъждане на образователна и научна степен „доктор” за дисертационния труд на Виолета Николова, редовен докторант в катедра „Медии и обществени комуникации”.

1.Обща характеристика на представения дисертационен труд.

1.1.Структура на дисертацията

Дисертационният труд се състои от Увод, четири глави, Заключение, Библиография и Приложение.

1.2. Оценка за актуалност на темата, целта, задачите, обекта и предмета на научното изследване.

Дисертационният труд е особено актуален по няколко основни причини. **На първо място**, изграждането на политически имидж постоянно е във

фокуса на обществените очаквания, особено когато става дума за трима български президенти, които последователно заемат този пост. **На второ място**, изграждането на политически имидж се разглежда главно в Интернет и социалните мрежи, които разширяват и усложняват създаването на политически образи в хода на кандидат президентските кампании. Докторантката Виолета Николова много добре дефинира обекта и предмета на своето научно изследване, тя тръгва от общия теоретичен проблем за политическия имидж, и стига до изграждането на имидж на конкретен политик в отделна избирателна кампания. **Основната теза** на дисертационния труд е разработена в 4 глава- в нея, въз основа на проведено социологическо изследване, с авторска методика на докторантката е направен подробен анализ на три кандидат-президентски кампании- на Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев. Подобен цялостен научен анализ на трите последни кандидат-президентски кампании у нас, досега не е правен. Той е много актуален и полезен за развитието на политическия имидж у нас в дигитална среда- в условията на президентски избори.

1.3. Оценка за степента на познаване на научната литература и изследваната в дисертационния труд проблематика.

Докторантката показва познания относно проблема в научната литература- тя представя библиография от **183 заглавия**. В тях са посочени много важни научни изследвания по темата на дисертационния труд. Дисертационният текст съдържа многобройни цитати от известни научни изследвания, които показват познанията и професионалната компетентност на докторантката в научната област, която изследва.

2.Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

2.1.Основни резултати

Те могат да се сумират по следния начин:

-Подробно се разглежда развитието на политически имидж в световен контекст, представят се някои водещи концепции за изграждане на политически имидж и голямата роля на медиите (традиционни и онлайн) в този процес;

-Задълбочено са анализират техниките за изграждане на политически имидж, които се разширяват и проблематизират в онлайн среда. Именно

Мрежата създава нови възможности за бързо развитие на политическата реклама, за разширяване на диалога между известен политически лидер и неговите избиратели;

-Разглежда се особено важната роля на Интернет като дигитална среда, в която бързо се изграждат и умират публични образи на известни лидери, създава се благоприятно обществено мнение за конкретен политик, неговите идеи и практически действия;

-Въз основа на теоретичен анализ и проведено емпирично изследване, се анализират кандидат-президентските кампании на последните трима президенти в РБългария- Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев;

-Извършеното емпирично социологическо изследване на три кандидат-президентски кампании е първо по рода си в социологическите анализи по медии и политически маркетинг у нас.

2.2. Методология

Докторантката Виолета Николова използва комплексна методология- в хода на научния анализ тя прилага методи и средства от различни науки и научно-приложни области- *медиазнание, медиен и политически маркетинг, политическа реклама, имиджология в традиционна и дигитална медийна среда, социална психология, емпирична социология* и др. Използването на различни методически инструменти създава широка теоретична и емпирична основа на научното изследване, прави го интересно за широк кръг читатели- медийни анализатори, експерти по политически маркетинг и реклама, изследователи на изборни политически кампании, специалисти в областта на емпиричните социологически изследвания и др.

2.3. Основни задачи и цел на дисертационния труд.

Дисертационният труд постига своите основни задачи и научна цел:

-С теоретични и емпирични средства се разглежда изграждането на имидж на политически личности, като се изследва прехода от традиционните към дигиталните медии, които променят концепциите за политическия имидж, правят кандидат-президентските кампании по-

динамични, въвеждат коренно различни медийни техники за изграждане на публични образи , и налагане на нови политически идеи;

-С теоретични и емпирични средства се дефинира изграждането на имидж в хода на една избирателна кампания- нейните предимства, недостатъци и медийни опасности;

-Анализира се ролята на политическата реклама в процеса на създаване на политически имидж- нейните водещи елементи и средства;

-Основната цел на дисертационния труд- да изследва и анализира изграждането политически имидж в Интернет, върху практиката на три кандидат-президентски кампании у нас, в периода 2006-2016г., е постигната.

3.Оценка на научните и научно-приложните приноси.

3.1. Научни приноси:

-Научен принос е избраната комплексна методология на дисертационното изследване. Докторантката Виолета Николова въвежда методи и индикатори, взети от различни науки- медиазнание, дигитална комуникация,политически маркетинг и реклама, онлайн медии, политическа психология, емпирични социологически изследвания. Това придава панорамност и научна задълбоченост на извършеното дисертационно изследване;

-Научен принос е анализа на прехода в изграждането на политически имидж- от традиционните към новите дигитални медии. Политическата комуникация се разглежда върху много широка база- в традиционна медийна среда, а също и в средата на социалните мрежи, сайтове, лични страници и др. Това е много сложен медиен преход в развитието на политическата реклама в дигитална среда, нейното сериозно разширяване, създаването на нови форми на политически маркетинг и комуникация,по-висока ефективност и практическа полезност на рекламните послания и политическите образи.

-Научните приноси, посочени от докторантката се отнасят предимно до изграждане и формиране на политически имидж в интернет в контекста на българската комуникационна практика, а също извършения

сравнителен анализ на политическите комуникации в традиционна и онлайн среда. Тези приноси отговарят на научните изисквания, и могат да бъдат приети.

3.2. Научно-приложни приноси:

-Научно-приложен принос е емпиричното изследване с анкетна карта, проведено онлайн по авторска методика на докторантката сред респонденти, различни по възраст, образование и социален статус.

Получените резултати от това изследване показват обществените нагласи у нас по отношение на изграждането на политически имидж в онлайн среда, и с помощта на новите дигитални техники. Резултатите от това, първо по рода си, социологическо изследване, ще бъдат особено полезни за имидж мейкърите в следващи кандидат-президентски кампании, които ще анализират и надградят вече постигнатото.

-Изведените от докторантката научно-приложни приноси-доказани конкретни тенденции за формиране на политически имидж; идентифицирани стратегии за оказване на влияние върху общественото мнение за възприемане на посланията, които създават политическия образ в мрежата, идентифициране на основните имиджови характеристики на съвременния политически лидер, които формират общественото мнение, надграждат теоретичния анализ, и те отговарят на законовите изисквания.

4.Оценка на публикациите по дисертацията.

4.1.Докторантката Виолета Николова е представила няколко научни публикации, които отговарят на законовите изисквания.

5.Оценка на автореферата.

5.1.Докторантката е представила Автореферат, който съдържа всички необходими научни реквизити, съобразно изискванията на закона - актуалност на темата, основна теза на дисертационното изследване, обект и предмет на научното изследване, основни задачи, методология на изследването, съдържание на изследването по основни глави, научни и научно-приложни приноси и др.

6. Критични бележки, препоръки и въпроси.

6.1. Моята основна препоръка е свързана с известно разширяване на теоретичния анализ върху получените данни от проведеното изследване, и акцентирание върху позициите и оценките на младите респонденти, които са основните потребители на дигитална информация и изграждане на политически имидж в дигитална среда.

7.Заключение

Като имам предвид качествата на представения дисертационен труд, извършеното теоретико-емпирично сравнително изследване на изграждането на политически имидж в дигитална среда, въз основа на три президентски кампании- на Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев, което е първо по рода си у нас, проведеното социологическо изследване от докторантката, чрез нейна авторска методика, **напълно убедено** предлагам на уважаемите членове на научното жури да присъдят научната и образователна степен „доктор” на Виолета Йорданова Николова, редовен докторант в катедра „Медии и обществени комуникации” за нейната дисертация на тема: : *”Изграждане на имидж на политически личности в Интернет (анализ на кандидат-президентските кампании 2006-2016г.)”*, научна област 3.Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки.

София, 30 май 2023г.

Рецензент:
проф.д-р Маргарита Пешева



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

REVIEW

From: Prof. Dr. Margarita Yordanova Pesheva, VSU, prof. direction 3.5.

"Public Communications and Information Sciences";

Subject: Dissertation for the award of a scientific degree "doctor" in scientific specialty 3."Social, economic and legal sciences";

Author of the dissertation: Violeta Iordanova Nikolova, full-time doctoral student UNSS, Department of "Media and Public Communications";

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

Reason for presenting the review: participation as a member of a scientific jury for awarding the educational and scientific degree "doctor" for the dissertation work of Violeta Nikolova, a full-time doctoral student in the Department of "Media and Public Communications".

1. General characteristics of the presented dissertation work.

1.1. Structure of the dissertation The dissertation consists of an Introduction, four chapters, a Conclusion, a Bibliography and an Appendix.

1.2. Evaluation of the relevance of the topic, the goal, the tasks, the object and the subject of the scientific research. The dissertation is particularly relevant for several main reasons. First of all, the construction of a political image is constantly in the focus of public expectations, especially when it comes to three Bulgarian presidents who successively occupy this post.

Secondly, the construction of a political image is considered mainly in the Internet and social networks, which expand and complicate the creation of political images in the course of a candidate's presidential campaigns.

Doctoral student Violeta Nikolova very well defines the object and subject of her scientific research, she starts from the general theoretical problem of the political image, and reaches the construction of the image of a specific politician in a separate election campaign. The main thesis of the dissertation work is developed in chapter 4 - in it, based on sociological research, a detailed analysis of three presidential candidate campaigns - of Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev and Rumen Radev - was made with the author's methodology of the doctoral student. Such a complete scientific analysis of the last three candidate presidential campaigns in our country has not been done so far. It is very up-to-date and useful for the development of the political image in our country in a digital environment - in the conditions of presidential elections.

1.3. -Assessment of the degree of knowledge of the scientific literature and the issues investigated in the dissertation work. The doctoral student shows knowledge about the problem in the scientific literature - she presents a bibliography of 183 titles in which important scientific studies in this field are indicated. The dissertation text contains numerous quotations from well-known scientific studies that demonstrate the knowledge and professional competence of the doctoral student in the scientific field she is researching.

2. Evaluation of the received scientific and scientific-applied results

2.1. Main results

They can be summed up as follows:

- The development of a political image in a global context is examined in detail, some leading concepts for building a political image and the great role of the media (traditional and online) in this process are presented;

-The techniques for building a political image, which are expanded and problematized in an online environment, are thoroughly analyzed. It is the Internet that creates new opportunities for the rapid development of political advertising, for expanding the dialogue between a known political leader and his constituents;

- The very important role of the Internet as a digital environment in which public images of famous leaders are quickly built and die, favorable public opinion about a specific politician, his ideas and practical actions is created;

-On the basis of theoretical analysis and conducted empirical research, the candidate presidential campaigns of the last three presidents in Bulgaria - Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev and Rumen Radev are analyzed;

-The conducted empirical sociological study of three presidential candidate campaigns is the first of its kind in sociological analyzes of media and political marketing in our country.

2.2. Methodology

Doctoral student Violeta Nikolova uses a complex methodology

- in the course of the scientific analysis, she applies methods and tools from various sciences and scientific and applied fields

- media science, media and political marketing, political advertising, imageology in traditional and digital media environments, social psychology, empirical sociology and etc. The use of various methodological tools creates a broad theoretical and empirical basis for scientific research, makes it interesting for a wide range of readers - media analysts, experts in political marketing and

advertising, researchers of election political campaigns, specialists in the field of empirical sociological research, etc.

2.3. Main tasks and purpose of the dissertation work.

The dissertation achieves its main tasks and scientific goal:

- Using theoretical and empirical means, the construction of the image of political figures is examined, examining the transition from traditional to digital media, which change the concepts of political image, make presidential candidate campaigns more dynamic, introduce radically different media techniques for building public images, and imposition of new political ideas;
- Using theoretical and empirical means, the building of an image in the course of an election campaign is defined - its advantages, disadvantages and media dangers;
- The role of political advertising in the process of creating a political image is analyzed - its leading elements and means;
- The main goal of the dissertation work - to research and analyze the construction of a political image on the Internet, on the practice of three presidential candidate campaigns in our country, in the period 2006-2016, has been achieved.

3. Evaluation of scientific and scientific-applied contributions.

3.1. Scientific contributions:

- Scientific contribution is the chosen complex methodology of the dissertation research. Doctoral student Violeta Nikolova introduces methods and indicators taken from various sciences - media science, digital communication, political marketing and advertising, online media, political psychology, empirical sociological research. This gives panorama and scientific depth to the dissertation research;
- A scientific contribution is the analysis of the transition in building a political image - from traditional to new digital media. Political communication is considered on a very broad basis - in a traditional media environment, and also in the environment of social networks, websites, personal pages, etc. This is a very complex media transition in the development of political advertising in a digital environment, its serious expansion, the creation of new forms of political marketing and communication, higher efficiency and practical usefulness of advertising messages and political images.
- The scientific contributions indicated by the doctoral student primarily relate to the construction and formation of a political image on the Internet in the context of Bulgarian communication practice, as well as the comparative

analysis of political communications in traditional and online environments. These contributions meet the scientific requirements and can be accepted.

3.2. Scientific and applied contributions:

-A scientific-applied contribution is the empirical research with a questionnaire, conducted online according to the author's methodology of the doctoral student among respondents, different in age, education and social status. The results of this research show the public attitudes in our country regarding the construction of a political image in the online environment, and with the help of new digital techniques. The results of this first-of-its-kind sociological study will be particularly useful for image makers in subsequent presidential candidate campaigns, who will analyze and build on what has already been achieved.

- The scientific and applied contributions made by the doctoral student - proven specific trends for forming a political image; identified strategies for influencing public opinion to perceive the messages that create the political image on the web, identify the main image characteristics of the modern political leader that shape public opinion, build on the theoretical analysis, and they meet legal requirements.

4. Evaluation of dissertation publications.

4.1. Doctoral student Violeta Nikolova has presented several scientific publications that meet the legal requirements.

5. Evaluation of the auto-reference.

5.1. The doctoral student has submitted an Author's Abstract, which contains all the necessary scientific details, in accordance with the requirements of the law - relevance of the topic, main thesis of the dissertation research, object and subject of the scientific research, main tasks, methodology of the research, content of the research by main chapters, scientific and scientific-applied contributions, etc.

6. Criticisms, recommendations and questions

6.1. My main recommendation is related to a certain expansion of the theoretical analysis on the data obtained from the conducted research, and an

emphasis on the positions and assessments of the young respondents, who are the main users of digital information and building a political image in a digital environment.

7. Conclusion

Bearing in mind the qualities of the presented dissertation work, the theoretical-empirical comparative study of the construction of a political image in a digital environment, based on three presidential campaigns - of Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev and Rumen Radev, which is the first of its kind in our country, the sociological research conducted by the doctoral student, through her author's methodology, I am fully convinced that I propose to the respected members of the scientific jury to award the scientific and educational degree "doctor" to Violeta Iordanova Nikolova, a full-time doctoral student in the Department of "Media and Public Communications" for her dissertation on: "Building the image of political figures on the Internet (analysis of presidential candidate campaigns 2006-2016)", scientific field 3. Social, economic and legal sciences, professional direction 3.5. Public communications and information sciences.

Sofia, May 30, 2023. Reviewer: Prof. Dr. Margarita Pesheva