



СТ А Н О В И Щ Е

От: проф. д. н. Ивайло Христов Христов, УНСС

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

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.)**

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 1106/ 28. 04. 2023 г. на Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *катедра* „Медии и обществени комуникации, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по *научна специалност* „Организации и управление извън сферата на материалното производство“ съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС № 917/ 27.04.2020 г. Обучението е осъществено в *редовна* форма през периода 2020-2023 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Известна истина е, че находчивият избор на дадена тема определя в последна сметка и крайният резултат. Това с пълна сила важи за дисертацията на Виолета Николова, съсредоточена върху имиджа на политическите лидери като основен фактор за постигане на лидерски

успехи. Актуалността на темата е във всякакво съмнение, тъй като изграждането на положителния образ в обществото, независимо дали е персонален или колективен, е решаващ фактор за всеки партиен водач било то в изборната надпревара, било то в комуникацията му с различните институции. Текстът поставя на дневен ред редица важни въпроси: (1) за стратегическите подходи при конструиране на имидж, (2) за начина, по който се комуникират политическите послания, (3) за каналите, чрез които се комуникират политическите послания, (4) за ефекта на политическите послания и не на последно място (5) за наличието и съответно отсъствието на етични подходи при комуникиране на политически идеи. Всички те са обединени от идеята за персоналният имидж в политиката като залог за успешно кариерно развитие, ефективност на посланията и основен инструмент на доверие.

Стъпвайки върху тази основа Виолета Николова е концентрирала своето внимание върху ролята и механизмите на новите медии в изграждането на политическия престиж. Тезата на авторката е, че интернет предоставя широк медиен инструментариум на политическите личности за осъществяване на по-персонализирани стратегически комуникации за изграждане на имидж, чрез който да се повлияят изборните резултати. Изследването е интердисциплинарно и включва похвати от политологичната, комуникационната и социологическата науки.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Дисертационният труд е структуриран в четири глави. Първа глава задава теоретичната рамка на изследването. В нея имиджът се разглежда сложно когнитивно образувание, което представлява „свкупност от възприятия, впечатления, предубеждения, знания, идеи, настроения, опит, оценки и чувства, които формират общественото мнение”. Проследен е пътят на появата на понятието имидж и явлението е разгледано в контекста на политическите комуникации. Втора глава е фокусирана върху процеса на формиране на имиджа на политическия лидер. В нея са разгледани принципи на публичните комуникации, доколкото стратегиите и действията за изграждане на политически имидж се основават на концепциите за работа не само на връзките с обществеността, но и на

рекламата. Трета глава е съсредоточена върху принципите на политическите комуникации в интернет. Посочени са предимствата на мрежата като мултимедийна пратформа, където нужната аудитория може лесно да бъде идентифицирана и фрагментирана, да бъдат построени работещи послания, да бъде променена кампания в движение, да бъде проведен разговор с избирателите в реално време и т.н. Четвърта глава показва резултатите от анализа на кандидат-президентски кампании в социалните медии Facebook и YouTube. Акцентите са: първо да са опишат стратегиите за изграждане на имидж на кандидат-президентите Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев, и второ - чрез проведено анкетно проучване сред избиратели, да се проследи успешността на проведените кампании.

Без да подценявам останалите глави на дисертацията на Виолета Николова смятам, че безспорно приносен характер носи четвърта глава, насочена към политическата комуникация на Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев в интернет публичното пространство. Открити са разликите в създаването и управлението на съответния имидж. Те произтичат както от личностните им качества, така и от степента на въздействието на социалните медии. Ако при кампанията на Георги Първанов интернет каналите са сравнително ограничени, то при тази на Росен Плевнелиев те ускоряват своето значение. Ще се спра по-обстойно на политическия имидж на Румен Радев. Както отбелязва Виолета Николова, неговата кампания цели да предизвика положителни емоции като благоговение, уважение и т.н. Кандидатура му залага доста и на професията му, тъй като тя е популярна с положителни качества и способности. В сравнение с предишните президенти, които демонстрираха политическо поведение, опряно на идеологическото противопоставяне, Румен Радев се оказва приемлив за различните политическите кръгове и формации. В някакъв смисъл Румен Радев притежава двоен образ. Публичният образ на Радев се разминава в някаква степен с истинската му същност. Образът му пред обществото, не фалшив, но не и напълно автентичен. Това БСП не може да го обясни на своите избиратели. Този образ Румен Радев го изгражда, критикувайки Бойко Борисов. А това съвпада с негативното мнение и настроение срещу Бойко Борисов. Оттук се вдигна и рейтингът на Радев. Хорна откриват в образа му промяната. Така да се каже, Румен Радев е припознат като алтернатива на Бойко Борисов и затова печели и двете предизборни кампании.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Няма да повтарям приносите, очертани от докторантката. Искам да подчертая несъмнения факт, който ясно проличава в труда на Виолета Николова, че преходът от индустриална към информационна епоха определи водещото място на социалните медии и в обществото, и в публичното пространство. В някаква степен те се превръщат в катализатор на ефективна политическа и социална комуникация. Социалните медии заразява със съвременност, поставят човека в талвега на времето, държат буден социалния му пулс, обогатяват го емоционално и мисловно. И разбира се, създават благоприятна обществена нагласа. От тук нататък трудно можем да си представим успешна политическата кампания без участието на интернет.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантката е приложила три публикации, които са достъпни за присъждането на ОНС „доктор“. А именно:

1. Николова, Виолета. Управление на медиен имидж. В: Сборник с доклади от докторантски семинар №2 Изд. УНСС; ISSN 2738-8492.
2. Николова, Виолета. Изграждане на имидж на политически личности в интернет (анализ на кандидат-президентските кампании 2006-2016 г.). В "Сборник с доклади от докторантски семинар №3", Издателски комплекс – УНСС, ISSN 2738-8492.
- 3.** Николова, Виолета. Сравнителен анализ като метод за изследване на имидж. В Сборник с доклади от Десета юбилейна международна научна конференция за студенти и докторанти, Издателски комплекс – УНСС

6. Оценка на автореферата

Авторефератът отговаря на съдържането и структурата на дисертацията. В него присъстват всички необходими академични реквизити.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Теоретичната част е разтегната и в една бъдеща доработка би било добре да се съкрати.

Въпросът ми е следният: Кое прави по-успешен един политик – умението му да предизвиква позитивни емоции или пък способността му да се възползва от негативните нагласи на избирателите?

8. Заключение

За публична защита е предложена дисертация, която е написана задълбочено и аргументирано. Текстът приносен характер и засяга проблеми, които тепърва ще имат развитие. Представената документация за защита на докторантката е пълна, спазени са всички академични и процедурни изисвания. Всичко това ми дава основание да гласувам положително за присъждането на образователната и научна степен „Доктор” на Виолета Йорданова Николова и да призова уважаемо научно жури да стори същото.

Дата 30. 05. 2023 г., г
р. София/ място

Подпис:



STATEMENT

From: prof. D.Sc. Ivaylo Hristov Hristov, UNWE

Regarding: dissertation on awarding educational and scientific degree "**Doctor**" in *scientific specialty* "Organization and Management outside the sphere of material production" at the UNWE.

Author of the dissertation: Violeta Yordanova Nikolova

Thesis topic:

**Building the image of political personalities on the Internet
(analysis of the presidential candidate campaigns 2006-2016)**

Reason for submitting the opinion: participation in the composition of the scientific jury for the defence of the dissertation according to the Order № 1106/28. 04. 2023 of the Rector of the UNWE.

1. Information about the dissertant

The dissertant has studied on a doctoral program at the *Media and Public Communications Department, Economics of Infrastructure Faculty* of UNWE in the *scientific specialty* Organizations and Management Outside the Sphere of Material Production according to Order of the Vice-Rector on Scientific Research of UNWE No 917 / 27.04.2020. The training is full-time in the period 2020-2023.

1. General characteristics of the dissertation presented

It is a known truth that the ingenious choice of a topic ultimately determines the end result. This is especially true for Violeta Nikolova's dissertation, focused on the image of political leaders as a major factor for achieving leadership success. The topicality of the topic is beyond any doubt, as the construction of a positive image in society, whether personal or collective, is a decisive factor for any party leader be it in the election race, be it in his communication with different institutions. The text puts on the agenda a

number of important issues: (1) about strategic approaches to image construction, (2) about the way political messages are communicated, (3) about the channels through which political messages are communicated, (4) about the effect of political messages and last but not least (5) about the presence and therefore absence of ethical approaches to communicating political ideas. All of them are united by the idea of personal image in politics as a pledge for successful career development, effectiveness of messages and a major instrument of trust.

Based on this foundation, Violeta Nikolova has concentrated her attention on the role and mechanisms of new media in building political prestige. The author's thesis is that the Internet provides a broad media toolkit for political personalities to implement more personalized strategic communications to build an image through which to influence the election results. The study is interdisciplinary and includes techniques from the political, communication and sociological sciences.

1. Evaluation of scientific and applied research results obtained

The dissertation work is structured in four chapters. The first chapter sets the theoretical framework of the study. In it, the image is considered a complex cognitive entity, which is "a set of perceptions, impressions, prejudices, knowledge, ideas, moods, experiences, evaluations and feelings that shape public opinion". The path of the emergence of the concept of image is traced and the phenomenon is examined in the context of political communications. A second chapter is focused on the process of forming the image of the political leader. It discusses principles of public communications, insofar as strategies and actions for building a political image are based on the concepts of work not only on public relations, but also on advertising. A third chapter is focused on the principles of political communications on the Internet. The advantages of the network as a multimedia message form are indicated, where the necessary audience can be easily identified and fragmented, working messages can be built, a campaign can be changed on the fly, a conversation with voters can be held in real time, etc. The fourth chapter shows the results of the analysis of candidate campaigns on social media Facebook and YouTube. The highlights are: first, to describe the strategies for building an image of presidential candidates Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev and Rumen Radev, and secondly

- by conducting a survey among voters, to monitor the success of the campaigns.

Without underestimating the other chapters of Violeta Nikolova's dissertation, I believe that a fourth chapter on the political communication of Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev and Rumen Radev on the Internet public domain undoubtedly contributes. The differences in the creation and management of the respective image are highlighted. They stem from both their personal qualities and the extent of the impact of social media. If during Georgi Parvanov's campaign the Internet channels are relatively limited, then under Rosen Plevneliev's they accelerate their importance. I will dwell more closely on Rumen Radev's political image. As Violeta Nikolova notes, his campaign aims to evoke positive emotions such as reverence, respect, etc. His candidacy relies a lot on his profession, as it is popular with positive qualities and abilities. Compared to the previous presidents, who demonstrated political behavior based on ideological confrontation, Rumen Radev proved acceptable to the various political circles and formations. In a sense, Rumen Radev has a double image. Radev's public image differs to some extent from his true nature. His image in public, not false, but not completely authentic. The GOP cannot explain this to its constituents. This image Rumen Radev builds it, criticizing Boyko Borisov. And this coincides with the negative opinion and mood against Boyko Borisov. Hence Radev's rating. Horna finds in his image the change. That is to say, Rumen Radev is recognized as an alternative to Boyko Borisov and that is why he won both election campaigns.

1. Evaluation of scientific and applied research contributions

I will not repeat the contributions outlined by the PhD student. I would like to emphasize the undoubted fact, which is clearly evident in Violeta Nikolova's work, that the transition from industrial to information age has determined the leading place of social media both in society and in the public space. The man in the thalweg of time, keeps his social pulse awake, enriches him emotionally and mentally. And they broke down, create a favorable public attitude. From now on, it is difficult to imagine a successful political campaign without the participation of the Internet.

1. Evaluation of dissertation publications

The PhD student has attached three publications that are sufficient for the award of the NSA "Doctor". Namely:

1. Nikolova, Violeta. Media image management. In: Proceedings of the Doctoral Seminar No2 Ed. UNWE; ISSN 2738-8492.
2. Nikolova, Violeta. Building an image of political personalities on the Internet (analysis of the presidential campaigns 2006-2016). In "Proceedings of Doctoral Seminar No3", Publishing Complex – UNWE, ISSN 2738-8492.
3. Nikolova, Violeta. Comparative analysis as a method of image research. In Proceedings of the Tenth Jubilee International Scientific Conference for Students and Doctoral Students, UNWE Publishing Complex

1. Evaluation of the autoref

The autoreferate corresponds to the content and structure of the dissertation. It is attended by all the necessary academic requisites.

1. Critical remarks, recommendations and questions

The theoretical part is stretched and in a future rework it would be good to shorten it.

My question is this: What makes a politician more successful – his ability to evoke positive emotions or his ability to take advantage of the negative attitudes of voters?

1. Conclusion

For public defense, a dissertation was proposed, which was written thoroughly and argumentatively. The text is of a contributing nature and

concerns problems that are yet to be developed. The submitted documentation for the defense of the doctoral student is complete, all academic and procedural requirements are observed. All this gives me grounds to vote positively for the award of the educational and scientific degree "Doctor" to Violeta Yordanova Nikolova and to call on a distinguished scientific jury to do the same.

Date 30. 05. 2023, y
Sofia/ placeSignature: