



## С Т А Н О В И Щ Е

От: доцент д-р Мила Иванова Серафимова, Софийски университет, Факултет по журналистика и масова комуникация, Катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по научна специалност 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 зам.-ректора по НИД на УНСС.

### 1. Информация за дисертанта

Виолета Николова се е обучавала като докторант по докторска програма „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“ в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки. Тя е отчислена с право на защита и успешно е защитила своята дисертация на вътрешна защита в катедрата.

Темата на дисертацията е актуална, като се изследва един дълъг период – от 2006 до 2016 г. Представеният за рецензиране труд е с логически издържана структура и се състои от увод, три глави, заключение, използвана литература и приложение с основен текст 159 стр. и общо 178 стр. Целта на научно изследване е да се

проучат стратегиите за изграждане на имидж на кандидат-президентите на България чрез анализ на кампании в периода 2006-2016 г. Задачи на проучването са:

1) 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;

2) да се представят основните понятия за формиране на имидж на политически лидер;

3) 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;

4) да се разгледат формалните и неформални платформи за политическо позициониране на Георги Първанов, Росен Плевнелиев и Румен Радев в социалните медии.

Обект на изследването са политическите комуникации в интернет в предизборен период.

Предмет на изследването е процесът на изграждане на имидж на политически личности в интернет в периода 2006 – 2016).

Виолета Николова успешно защитава тезата, че интернет предоставя широк медиен инструментариум на политическите личности за осъществяване на персонализирани стратегически комуникации за изграждане на имидж, чрез който да се повлияят изборните резултати.

Авторът е проучил и анализирал литературата по темата на изследването, като изгражда успешно теоретична рамка на дисертационния труд.

Изследването е интердисциплинарно и освен комуникационните науки, в него са включени научни трудове и понятия от политологията и социологията.

Използваната научна литература се състои от 183 източника на български и английски език.

## **2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Постигнатите научни и научно-приложни резултати придобиват особена значимост на фона на дискусията за ролята и функциите на президентската институция. Поставените цели и задачи са изпълнени, като са приложени избраните методи.

## **3. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Приемам приносите на изследването, като основателно те са разделени на научни и научно-приложни. Съгласна съм, че те са приноси именно в контекста на българската политическа комуникационна практика и изграждането на имидж в България. обоснована релацията политически комуникации – нови медии. Разработен е алгоритъм за медиатизиране на политическия имидж в интернет. Научно-приложните приноси от изследването са свързани със собственото емпирично изследване, свързано с възприемането на посланията, които оформят политическия образ в интернет, идентифицирането на основните имиджови характеристики на съвременния политически лидер и конструирането на политическия имидж в интернет.

## **4. Оценка на публикациите по дисертацията**

Публикациите са по темата на дисертацията и допринасят за популяризиране сред научната общност и експертите по комуникация на резултатите от изследването.

## **5. Оценка на автореферата**

Авторефератът съответства на текста на дисертацията и коректно отразява съдържанието ѝ.

## **6. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Имам един въпрос: Потвърждават ли се резултатите от дисертацията в актуалната политическа ситуация и как може да бъдат приложени?

## **7. Заключение**

Убедено ще гласувам „За“ присъждането на ОНС „доктор“ на Виолета Николова.

02.06.2023 г.  
Гр. София

Мила  
Подпис: .Serafimova .  
доц. д-р Мила Серафимова

Digitally signed by Mila  
Serafimova  
Date: 2023.06.03 20:30:33  
+03'00'

# UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

## OPINION

By: Associate Professor Dr. Mila Ivanova Serafimova, Sofia, Faculty of Journalism and Mass Communication, Department of "Communication, Public Relations and Advertising"

Subject: Dissertation work for the award of an educational and scientific degree "doctor" in a scientific specialty at UNSS.

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)”

Grounds for presenting the opinion: participation in the composition of the scientific jury for the defense of the dissertation according to Order No. 1106/28.04.2023 of the Vice-Rector for NID of the UNSS.

### **1. Information about the doctoral candidate**

Violeta Nikolova studied as a doctoral student in the doctoral program "Organization and management outside the sphere of material production (Media And Communications)" in scientific field 3.5. Public communications and information sciences. She was awarded the right of defense her doctoral thesis and successfully defended her dissertation in front of the members of the

department.

The topic of the dissertation is current, examining a long period - from 2006 to 2016. The work submitted for review has a logical structure and consists of an introduction, four chapters, a conclusion, references and an appendix with a main text of 159 pages and 178 pages in total. The aim of the scientific research is to study the strategies for building the image of the candidate presidents of Bulgaria through the analysis of campaigns in the period 2006-2016. The tasks of the study are:

- 1) to examine the image as a category in political and communication sciences and a phenomenon in practice, identifying the main criteria for the image of a political leader;

- 2) to present the basic concepts of forming the image of a political leader;

- 3) to determine 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 the formation of public opinion about political figures;

- 4) to examine the formal and informal platforms for political positioning of Georgi Parvanov, Rosen Plevneliev and Rumen Radev in social media.

The object of the research is political communications on the Internet in the pre-election period.

The subject of the study is the process of building the image of political figures on the Internet in the period 2006 - 2016).

Violeta Nikolova successfully defends the thesis that the Internet provides a wide media toolkit for political personalities to implement more personalized strategic communications to build an image through which to influence election results.

The author has studied and analyzed the literature on the topic of the study, successfully building a theoretical framework for the dissertation work.

The research is interdisciplinary and, in addition to communication sciences, it includes scientific works and concepts from political science and sociology.

The used scientific literature consists of 183 sources in Bulgarian and English.

## **2. Evaluation of the obtained scientific and scientific-applied results**

The achieved scientific and scientific-applied results acquire special significance against the background of the discussion about the role and functions of the presidential institution. The set goals and objectives have been fulfilled by applying the chosen methods.

## **3. Evaluation of contributions**

I accept the contributions of the research, as they are rightly divided into scientific and scientific-applied ones. I agree that they are contributions precisely in the context of Bulgarian political communication practice and image building in Bulgaria. The relationship between political communications and new media is substantiated. An algorithm has been developed for the mediatization of the political image on the Internet. The scientific and applied contributions of the study are related to the own empirical research related to the perception of the messages that shape the political image on the Internet, the identification of the main image characteristics of the modern political leader and the construction of the political image on the Internet.

#### **4. Evaluation of dissertation publications**

The publications are on the topic of the dissertation and contribute to popularization among the scientific community and communication experts of the research results.

#### **5. Evaluation of the abstract**

The abstract corresponds to the text of the dissertation and correctly reflects its content.

#### **6. Criticisms, recommendations and questions**

I have one question: Do the results of the thesis hold true in the current political situation and how can they be applied?

#### **7. Conclusion**

I firmly state my opinion that Bogomila Koleva should be awarded the scientific and educational degree "Doctor" in scientific field 3.5 "Public Communications and Information Sciences", for which I will vote positively.

02.06.2023

Sofia

Mila  
Signature: .Serafimova

Digitally signed by Mila  
Serafimova  
Date: 2023.06.03 20:27:24  
+02'00'

Assoc. Prof. Dr. Mila Serafimova