

## **РЕЦЕНЗИЯ**

от

**Доц. д-р Вяра Александрова Ангелова**

**Катедра „Радио и телевизия“ на Факултета по журналистика и масова  
комуникация към Софийския университет „Св. Климент Охридски“**

**Професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни  
науки**

за

**дисертационния труд на**

**Десислава Атанасова Данкова на тема:**

**„Онлайн медии е публични комуникации“**

*1. Значимост на изследвания проблем в научно и научно-приложно отношение.*

Десислава Данкова се занимава с изследването на актуален феномен през последните години – социалните медии и тяхната употреба като инструмент за влияние от ПР-а, като комуникационен канал за общуване със специализирани публики и като възможност за промяна в стратегиите на търговските компании. Освен актуална, темата се нуждае от научно осмисляне дори само заради факта, че т.нар. „нови технологии“, по-специално „нови медии“, създават различни комуникационни връзки, които е трудно да бъдат оценени с категориите от миналото.

В този смисъл избраната темата има своето важно място в дневния ред на научните изследвания. Доколкото това място е значимо, е трудно да се твърди категорично, тъй като скоростта, с която „изгряват“ и „зализват“ новите технологии, е толкова ускорена и съгъстена, че част от изследваните от Данкова феномени може още утре да са вече забравена част от историята. В същото време обаче направеният преглед и изводи ще останат като маркиращи определен период от развитието на „новите медии“ и тяхната употреба.

В научно-приложно отношение дисертационният труд определено има своите еднозначни плюсове. Той дава поглед (включително и чрез направеното емпирично

изследване) върху ползите и възможностите, които бизнесът и ПР-браншът могат да извлекат от социалните медии. Конкретиката на наблюденията и съветите могат да бъдат от полза при сформирването на комуникационни политики. Много от опита на ПР-а като цяло идва от практиката „опит-грешка“, а не от разписаните правила, така че всяка аналитична разработка би била от полза за доусъвършенстването в тази сфера.

## *2. Точно формулирани цели и задачи на дисертацията.*

Авторката си поставя две основни цели, които вървят в две различни посоки. На първо място докторантката се стреми да докаже, че е вярна тезата ѝ, че колкото по-добре е развита комуникацията чрез новите канали за комуникация, толкова по-успешно се развива една организация. Тази теза звучи вярно и логично. Дисертантката я атакува с четири ясно формулирани задачи – научни (преглед на литературата и на развитието на „новите медии“); аналитични (открояване на съвременните тенденции) и емпирични (изследване на средата и представяне на резултатите). Не мога обаче да не посоча, че ако тази хипотеза се окаже вярна, то тя ще обезсмисли съществуването на друг клон от човешкото познание – икономиката. Икономиката твърди, че успехът на компанията зависи от крайния продукт, който произвежда, а не просто от имиджа, който създаваме. Изместването на ударението от производството към „говоренето за производството“ също е част от голямата тема за промяната, която настъпва с „новите медии“. ПР-ът като технология все повече излиза от рамките „общуване между публиките и организацията“ и се занимава с превръщането на фалша в истината. Чрез говорене за опаковката. Този аспект не влиза в изследването на докторантката, но въпреки това ще си позволя да се върна към него малко по-нататък.

Втората цел на дисертацията е да проучи промените, които настъпват в публичната комуникация, под въздействието на „новите медии“ и да предостави на специалистите в областта информация за най-новите практики, които се използват по света и у нас. Както самата авторка признава, така и ние трябва да подходим с известно разбиране към факта, че най-новата информация в тази сфера „от преди пет минути“ е вече стара. За разлика от колегите историци, които работят с неподвижни вече общества и факти, медийните и ПР-изследователи проучваме движещите се социални пясъци и сме под постоянната заплаха заключенията ни да се самовзривят, заради променения обект на анализ.

*3. Степен на познаване на състоянието на проблема и съответствие на използваната литература.*

Представената дисертационна разработка е изключително културно и съвестно написана. Авторката демонстрира много доброто познаване на тематиката, с която се занимава. Тя показва, че разбира логиката и употребата на „новите медии“ от първа ръка. Не на последно място докторантката затвърждава впечатлението, че работи с лекота с понятията „комуникация“, „комуникационни модели“, „публичност“, „хиперсоциалност“ и т.н. Дисертантката е работила с ключови автори като Хабермас, Лаш и Михайлов, което ѝ помага да вникне пълноценно в комуникационния аспект на темата. Допускам, че използваната литература по конкретиката на ПР-а е на същото високо ниво. Данкова показва качества не просто да анализира, но и притежава научната смелост да прогнозира какво ще е развитието на проблема в бъдеще.

*4. Коректност при цитирането на представителен брой автори.*

Докторантката показва вещина и коректност в работата с научни текстове. Библиографията съдържа 115 източника, на български и английски език, както и 59 интернет източника. Обемът на цитираните автори е напълно удовлетворителен за дисертационна разработка.

*5. Съответствие на избраната методология и методика на изследване с поставената цел и задачи на дисертационния труд.*

Докторантката е избрала два основни метода за изследване – исторически преглед на литературата върху проблемите на комуникацията-публичността и общностите, което ѝ позволява да разкрие „генезисът на проблема и неговата непреходност“ (с. 7) и емпирично изследване на използването на социалните медии и мрежи като канал за комуникация от български организации. При анализа на данните от емпиричното изследване за сравнение са използвани и данни от чужди проучвания. Комбинирането на двата метода разрешава на авторката да даде както историческия контекст, така и съвременните измерения на темата. Промените в парадигмите на комуникацията променят обществата, но и общественото развитие (тук особено важна роля изиграват технологичният и икономически напредък) предполага преосмисляне на начините на

комуникация и тяхното въздействие. Тази логика на мислене следва и Данкова, като посочва добавянето и отпадането на някои характеристики в процеса на масова комуникация, като естествени. Интересен е опитът да се търсят актуалните приложения на по-стари теории, което потвърждава тезата, че работещите теории не са зависими от времето, в което са формулирани (например, съвременното тълкуване на „Двустепенния поток на комуникацията“ на Лазарсфелд и Катц). Адмиравам научната уговорка на докторантката, че в текста си няма претенцията да разгледа всички теории на масовата комуникация (не това е и целта ѝ), а да се спре на най-значимите от тях. Направеният преглед е напълно достатъчен за целите на дисертационната разработка, за да покаже разнообразието от школи и възгледи към проблема.

Данкова се спира и върху дефинициите на понятието ПР и съвременните характеристики на професията, което е важно, за да може да го приложи в емпиричното си изследване.

Емпиричното изследване е основано върху онлайн анкетирането на ПР-специалисти и специалисти по маркетинг от български организации. Отговорите на 153-мата участници са подложени на количествен и качествен анализ. Прави впечатление заключението, че благодарение на социалните мрежи „публичността се ...завърна“ (с.165), което на пръв поглед може да звучи невероятно, но авторката го подкрепя с аргументи, даващи ѝ правото да говори за нов тип публичност, в която участници заемат равностойни роли. За целите на тематиката на проучването намирам за подходящо използването на онлайн анкетирането като инструмент, макар той да притежава някои несъвършенства и неудобства.

#### *6. Наличие на собствен принос при събирането и анализирането на емпиричните данни.*

Направеното емпирично проучване е изцяло авторски проект на докторантката, което несъмнено е приносно към нейната дисертация. Дисертантката е разработила анкетната карта с въпросник, обработила е отговорите с помощта на SPSS (програма, която изисква специално обучение и опит) и е анализирала получените резултати.

#### *7. Описание на приносите на кандидата и класифицирането им.*

От написаното по-горе става ясно, че еднозначната ми оценка е, че Десислава Данкова притежава задълбочени теоретични знания в областта на комуникационната наука, ПР-

а и онлайн социалните мрежи. Тя притежава способности за самостоятелни научни изследвания, което личи в представеното емпирично проучване. Във формулирането на приносите коректно са посочени нейните усилия в разработването на методика за проучване на ролята на онлайн медиите.

*8. Оценка на степента на лично участие на дисертанта в приносите.*

Всички приноси, формулирани в справката към дисертационния труд, подчертават ролята на дисертантката. Изложените заключения са плод на работата ѝ с литературата и собственото ѝ емпирично проучване.

*9. Оценка на съответствието на автореферата с основните положения и приносите на дисертационния труд.*

Авторефератът точно и коректно отразява дисертационния труд. Изведени са шест приноса на дисертационния труд, като сред тях бих открила научния принос (систематизация и анализ на специализираната литература) и научно-приложния принос (разработването на своеобразен „наръчник“ за ПР-специалисти чрез резултатите от емпиричното проучване).

*10. Преценка на публикациите по дисертационния труд: брой, характер на изданията, в които са публикувани.*

Докторантката е представила списък с шест публикации по темата на дисертацията, което е напълно достатъчно за придобиването на образователната и научна степен „доктор“. Пет от тях са публикувани в Годишника на департамента „Масови комуникации“ на НБУ, което е естествената трибуна на докторант от НБУ, който същевременно е и асистент в университета.

*11. Лични качества на автора.*

Познавам работата на Десислава Данкова като докторант от пролетните конференции на департамент „Масови комуникации“ на НБУ, в които ежегодно се включваме, а също и от съвместната ни работа със студенти в рамките на курса „Етика и

комуникации“. Впечатленията ми за нея са отлични. Тя е организиран, ведър и изпълнителен колега, с когото е приятно да се работи. Намирам, че тя притежава качества на изследовател, необходими за всеки университетски преподавател.

### **Мнения, препоръки и бележки**

В текст с такъв обем (170 страници) винаги могат да се открият редица несъвършенства. За мен в случая те не са непреодолими.

Ще си позволя да споделя обаче свое мнение, което може да бъде определено и като бележка, но не конкретно към авторката, а към цялата гилдия експерти, занимаващи се с комуникация. Изразявам неудовлетворението си от липсата на социална критичност към ПР професията в дисертационния труд (за това говорих и по-горе в *точка 2*). Преувеличаването на ролята на ПР-а (представен като едва ли не най-важен за всяка организация и индивид) намирам за вредно за общественото здраве. Пример за това са безкрайните „съвети“ на ПР-шамани (някои от тях цитирани и в тази дисертация), които създават абсолютно фалшив свят. Ще дам пример само с две такива правила: „Винаги бъдете позитивни“ и „Дръжте се приятелски“ (с. 135). Научната дистанцираност на всеки изследовател (макар и приложена към ПР-практиката) изисква усъмняването в подобни „мантри“ и вглеждането в тяхната реализация. В живота ни изобилства от фирми, които говорят на клиентите си на „Ти“, но иначе много позитивно го лъжат за качеството на услугата или продукта. Мисля, че текстът би спечелил ако докторантка се бе еманципирала от ПР-а на ПР-а, който използва.

Имам и една конкретна бележка. Тя е свързана с емпиричното проучване. Макар работата да е свършена прецизно, от текста не става ясно какви са били критериите, по които са подбрани организациите, които влизат в изследването (става ясно какви са те, но не и защо точно те, а не други, са обект на изследване). В анализа на резултатите липсва кръстосването на данните. Ето защо няма отговор на логичния въпрос дали влияе спецификата на организацията върху използването на социалните медии/ мрежи и как. Може би докторантката би могла да представи накратко мислите си в тази посока на публичната защита на труда си. Емпиричното проучване е добре визуализирано с цветни графики и не е било нужно авторката още веднъж да преразказва текста, който се вижда. Това опростява анализа, в който намирам иначе ценни моменти.

### **Заклучение**

Въпреки направените бележки, впечатленията ми от труда на Десислава Данкова са отлични и моята оценка е категорично положителна.

Предлагам на уважаемите членове на Научното жури да присъдят на Десислава Атанасова Данкова научната и образователна степен „Доктор“.

София, 08.01.2016 г.

Подпис:

(доц. д-р В. Ангелова)