



## СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р **Мария Пламенова Николова** от Университет за национално и световно стопанство за придобиване на образователната и научна степен „доктор” в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Връзки с обществеността) с дисертационен труд на тема: **„Глобални промени в PR бизнеса: ефективен мениджмънт на социалните медии”**, представен от **Максим Мончо Бехар**, свободен докторант в катедра „Комуникации, връзки с обществеността и реклама“ на Факултета по журналистика и масова комуникация с **научен ръководител: проф. д.н. Любомир Димчев Стойков**.

### I. Оценка на качествата на дисертационния текст

Дисертационният труд разглежда изключително актуален и значим преломен момент в областта на връзките с обществеността (PR), като изследва дълбокото въздействие на дигиталната трансформация, по-конкретно - на социалните медии върху PR бизнеса. Предметът и обектът на изследването са коректно дефинирани, а целите са изпълнени в хода на научната разработка. Въпреки новаторският ракурс на темата, дисертантът правилно е обобщил добре познатите теоретични концепции, дефиниции и модели на PR, разработени от Груниг, Хънт, Хейуд, Кътлип, Брум, Блек, Тодор Петев, Любомир Стойков, Здравко Райков и др. Теоретичните глави на дисертацията се основават на класически и съвременни източници като обхващат както основополагащи, така и нови теории в областта на PR, лидерството и дигиталните комуникации. В дисертацията тези теории са до известна степен надградени от обобщението на изводи от съвременни ситуационни проучвания на световни браншови организации и комуникационни компании. Дисертацията развива съществуващите вече концепции чрез собствени емпирични изследвания, които доказват как социалните медии променят лидерството, компетенциите и отговорностите на комуникационните специалисти.

Методологията на дисертационния труд комбинира качествени и количествени методи – две анкетни проучвания с български и чужди PR специалисти, експертни интервюта и анализ на случаи от практиката. Включването на дълбочинните интервюта със световни PR лидери помага за потвърждаването на съществуващи вече допускания за трансформациите на професията в контекста на съвременния PR пейзаж. Интересен е подходът на автора да извежда собствени дефиниции за PR, които се основават на непосредствения му световен комуникационен опит. В дисертацията са въведени и някои авангардни, напълно кореспондиращи с еволюционната природа на публичните комуникации концепции, като например PR в реално време и „ризомната“ структура на социалните медии, които са част от хипотезите на изследването. Максим Бехар представя определения, модели и теоретични обобщения предимно на чужди автори, но те са цитирани и систематизирани коректно. Това се отнася и за данните от проучванията на професионалните организации в сферата на PR, които също така са интерпретирани през собствения професионален опит. В този смисъл, събирането и анализът на емпиричните данни са методологически издържани. Емпиричната база, особено интервютата със стоте световни експерти, допринася за авторитета на изследването в дисертационния труд.

Респектиращо е, че Максим Бехар прави съпоставка между отговорите им днес и тези, които те са дали преди пет години, което допълнително обосновава резултатите от изследването относно съвременните реалности на индустрията. Смятам също така, а и оценявам високо, анкетните проучвания в периода януари-април 2024 г. с наши и чужди комуникационни експерти, които ясно показват доминацията на социалните медии в еволюционните промени на PR. В дисертацията се набелязват и аргументират нови факти за ролята на социалните медии, за промените в лидерството и комуникацията в областта на PR. Тези изводи отразяват начина, по който професията се адаптира към спецификите на дигиталната



среда. В дисертационния труд също така се потвърждават вече азбучни истини, особено тези, които се отнасят до професионалната етика в PR, като същевременно се описва как ценностите на професията са поставени на изпитание и преосмисляне след навлизането на изкуствения интелект.

Дисертационният труд съдържа 185 източника с книги, публикации и изследвания на наши и чужди автори в областта на публичните комуникации, комуникационния мениджмънт, лидерството, социалните медии и др. и са напълно достатъчни. Дисертационният труд е структуриран в увод четири глави, обобщения изводи, библиография и приложения в общ обем от 180 страници (без приложенията). Авторефератът отговаря на структурата и съдържанието на дисертацията.

Изследването е логически последователно, а всяка глава се основава на заключенията от предишната. Използваните източници са коректно и точно посочени под линия. Езикът и стилът на писане, макар и да не са научни, са разбираеми.

## II. Приноси на дисертационното изследване

Оценявам темата на дисертационния труд като фундаментална, тъй като поставя важни въпроси за трансформациите в професията както на стратегически, така и на оперативни нива. Изследването има смел прогностичен характер с различен хоризонт – авторът недвусмислено казва как според него новите технологии, и в частност социалните медии, ще променят професията ни изцяло. Текстът има иновативен принос в областта на връзките с обществеността, защото разглежда влиянието на дигиталната трансформация и социалните медии върху конкретни PR практики. По-специално Максим Бехар задава нови теоретични перспективи, като например концепцията за PR в „реално време“, която отразява и динамичния децентрализиран характер на дигиталния PR.

Адмирам подхода на автора да коментира, аналитично да преценява и критично да отхвърля или приема теоретичните определения за PR през призмата на собствения си професионален опит. Считавам този подход за важен, защото той обогатява вече съществуващото знание за бизнеса, а не преповтаря вече съществуващи постановки. Чрез емпирични данни от собствените изследвания авторът добавя дълбочина и релевантност на класическите разбирания за PR в светлината на предизвикателствата, които поставят социалните медии и комуникацията по отношение на кампании, кризисен мениджмънт и бранд позициониране.

Резултатите от дисертацията имат пряко практическо значение, защото те се основават на реалния опит. Чрез анализа на конкретни примери от практиката (case studies) и формулирането на препоръки, Максим Бехар дава полезни ориентири на специалистите по PR в пейзажа на социалните медии, помага им по-добре да осъзнаят значението на лидерството в дигитална среда и нуждата от прозрачност, честност и отговорност в комуникациите. Резултатите от изследванията подкрепят практическото прилагане на нови стратегии за комуникационен мениджмънт в социалните медии, а това поставя въпросът за способността на PR специалистите да се адаптират към вечно променящите се дигитални технологии и платформи.

Приемам така формулираните от автора приноси на дисертационния труд – те са значими и важни както за теорията, така и за практиката. Хипотезите на автора са проверени през комбинацията от количествени и качествени методи, които са приложени в дисертацията.

Научните публикации на Максим Бехар са три и са напълно достатъчни. Респектиращи са обаче деветте книги, които той е написал и които са посветени на различни теми, засегнати бегло или частично в дисертацията. Това повишава академичния и професионален авторитет на дисертационното изследване.

Възможностите за използването на научните резултати са както в академичната, така и в практическата сфера. Изводите от проучванията очертават теми, които са основа за по-нататъшни



академични изследвания в областта на дигиталната комуникация, връзките с медиите, комуникационното управление на социалните медии, лидерската роля на PR експертите, етичните и професионалните норми в практиката. Комуникационните специалисти могат да прилагат пряко тези знания при планирането и управлението на комуникациите в дигитална среда. Бих добавила също, че резултатите от дисертационния труд са важни и за студентите по комуникации, защото в тях са синтезирани и основните умения, които са нужни на един професионалист, за да се развива успешно.

### III. Бележки и препоръки

Дисертационният труд има нужда от стилистична редакция и изчистване на повторенията. Преводите от английски език на места не са ясни и могат да бъдат по-добре формулирани на български. Също така, обзорът на теоретични източници можеше да бъде по-задълбочен – през последните години има издадени доста нови книги за дигиталния PR и за комуникациите в социалните медии. Хубави изследвания за AI и неговото приложение в PR също са правени от големи агенции и компании, които предлагат софтуер за PR (като Muck Rack, Semrush и др.) Също така, изводите накрая на дисертацията не биха могли да компенсират липсата на солидно и качествено заключение. Напротив, смятам, че дисертацията, и в частност авторовият труд по същинското изследване, са леко омаловажени от липсата му. Това се отнася и за незадълбочените изводи от толкова важните и ценни анкетни проучвания и експертни интервюта – те заслужават по-качествен анализ на отговорите и на резултатите.

### IV. Публикации и участия в научни форуми

Максим Бехар представя три публикации по темата на дисертацията – една в научното списание „Медии и обществени комуникации“ и две в сборници от докторантски конференции във ФЖМК. Не без значение е и фактът, че той има девет книги, които косвено реферират също към темата на дисертацията. Изпълнени са изискванията на Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ за апробиране и оповестяване на резултатите от изследването според чл. 5, т. 5 и са покрити минималните национални изисквания по чл. 63, ал. 1, т. 4 и чл. 69, ал. 3.

### V. Заключение

Посочените бележки и препоръки не омаловажават достойнствата на представената за публична защита дисертация. Респектиращи са постиженията и приносите на Максим Бехар в PR бизнеса в България и по света и е неоспорима ролята му като председател, член и част от борда на директорите на различни професионални и браншови организации в България и по света. Искам също така да отбележа и участието му като лектор пред студенти по връзки с обществеността в редица университети.

Всичко това ми дава основания да **гласувам положително** за присъждане на ОНС „доктор“ в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Връзки с обществеността) на Максим Мончо Бехар с дисертационен труд на тема „Глобални промени в PR бизнеса: ефективен мениджмънт на социалните медии“.

Дата: 12.11.2024 г.

Рецензент: