



СТАНОВИЩЕ

От доц. д.н. **Мария Попова**, Софийски университет „Св. Кл. Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, катедра „История и теория на журналистиката“

за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ в научна област 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Бизнес комуникация)

с дисертационен труд на тема: **„Динамика и проблеми на секторния PR в неконвенционалната енергетика“**

представен от **Мария Теодорова Кръстева**, редовен докторант в катедра „История и теория на журналистиката“ на Факултета по журналистика и масова комуникация, Софийски университет „Св. Кл. Охридски“

с научен ръководител: **проф. д.н. Любомир Стойков**

I. Представяне на докторанта въз основа на подадената документация

Мария Кръстева е редовен докторант в катедра „История и теория на журналистиката“ в периода 2019-2024 г. Завършила е Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ като бакалавър по „Връзки с обществеността“ и Стопанския факултет на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ като магистър по „Икономика и управление в енергетиката, инфраструктурата и комуналните услуги“. Има значим опит в областта на публичните комуникации. Работила е за „Пъблик Сървисис“, издатели на сп. „Ютилитис“, а след това заема поста изпълнителен директор на Асоциацията за свободен енергиен пазар. Ангажирана е и като пиар консултант на няколко международни проекта свързани с енергийния сектор и финансирани по програми на ЕС.

II. Оценка на качествата на дисертационния текст

1. Структура и обем.

Дисертационният труд на Мария Кръстева е с общ обем от 351 стр. и включва увод, изложение в четири глави, заключение, библиография и приложения.

2. Актуалност на темата.

Дисертацията е посветена на актуалната и интересна тема за комуникационните методи за влияние върху общественото мнение при оценка на сложни и специфични икономически



дейности като развитието и разпространението на възобновяеми енергийни източници. Световните модели за декарбонизация и превенция на климатичните промени, въведената от Европейска Зелена сделка относно отказа за добив и използване традиционни енергийни ресурси, налагат информиране и подготовка на европейските общества относно особеностите на новите енергийни технологии с цел опазване на околната среда и преодоляване на технологичните, икономически и социални предизвикателства.

3. Цели, обект, предмет и съдържание.

Основната цел на изследването е да направи задълбочен анализ на секторния пиар в областта на неконвенционалната енергетика и конкретно производство на електроенергия чрез вятърни и слънчеви централи. Така може да се оцени неговата ефективност и да се посочат съществуващите комуникационни и медийни дефицити, които не отговарят на съвременните комуникационни стратегии и на актуалните потребности на аудиторията. **Обект** на изследване е дейността на организациите, които работят в областта на неконвенционалната енергетика. **Предмет** на изследване са използваните пиар модели от секторния пиар с посочване на позитивните и проблемните комуникационни практики.

В **първа глава** на дисертацията се описва развитието на комуникационната наука, елементите на комуникационния процес, историческото и теоретичното утвърждаване на пиара, неговите етапи и професионални модели. Посочени са някои от настоящите му особености като преминаването от реактивен към проактивен модел, адаптирането му към форми на консултиране и предлагане на управленски анализи. Сред основните предизвикателства, пред които е изправен съвременният пиар, са зависимостта от технологиите и от умножения брой комуникационни канали, влиянието на интернет, социалните мрежи, мобилните комуникации, изкуствения интелект, глобализацията. Изяснени са някои от мегатрендовете в развитието на пиара като нуждата от съобразяване с околната среда, оценката на значението на общественото мнение, социалните и културните трансформации, обществените движения, промените в живота на хората в резултат на пандемията от Ковид-19, намаляващото доверие към институциите и повишеното ниво на емпатия у хората, нуждата от чувство за част от общност и пр. Отделна част е посветена на същността и спецификите на секторния пиар, който изисква добро познаване на бизнес средата, особеностите на съответната индустрия, нуждите на различните групи заинтересовани страни, нормативните разпоредби и съществуващите ограничения, предпочитаните комуникационни канали.



Втора глава на дисертацията включва детайлен анализ на неконвенционалния енергиен сектор, чрез излагане спецификите на възобновяемите енергийни източници и техните варианти – соларна енергия, вятърна енергия, биомаса, геотермална енергия, водна енергия. Описани са разнообразни документи относно опазването на климата, ролята на бизнес организацията, сдруженията с екологична насоченост, националните и международните институции при въвеждането на националните и международните политики за насърчаване и технологично развитие на неконвенционалния енергиен сектор. Дефинирани са основните пиар проблеми, които, от една страна, са свързани с увеличаване на обществен интерес, породени от либерализацията на пазара на електроенергия, растящите цени на енергийните ресурси, сложните геополитически взаимоотношения, комплицираността на сектора, ниското ниво на обществена информираност и неразбирането на социалния интерес. А от друга страна са резултат от въведените неефективни пиар стратегии като представяне на едностранчива предимно позитивна информация за организацията в сектора, разпространението на нерегулярна, по-скоро кризисна комуникация, неизползването на цялостния потенциал на публичните комуникации (включително работа основно със специализирани, най-вече печатни медии), липсата на медиен интерес и експертиза от журналистите, допускането на разрастващата се манипулация и дезинформация в социалните мрежи. Както самата Мария Кръстева пише в автореферата: „Възобновяемите енергийни източници търпят динамично развитие и усъвършенстване и днес предимствата на тези неконвенционални технологии значително доминират над недостатъците, предоставяйки най-устойчивото решение за справяне с енергийните и климатични предизвикателства. PR дейностите играят критична роля за популяризирането, приемането и развитието на новите технологии, очертавайки нарастващото значение и отговорност на PR за цялостното развитие на ВЕИ и постигане на заложените амбициозни световни цели за борба с климатичните промени, зелен преход и декорбонизация.” (с. 18-19)

В трета глава са описани резултатите от проведеното собствено емпирично изследване по метода на контент анализ на комуникационните практики на различни национални и световни организации от областта неконвенционалния енергиен сектор. Позитивните стратегии включват: изработването на наръчник, който да се ползва от журналистите в процеса на работа; регулярно изпращане на прессъобщения, нюзлетъри, организиране на инфотурове и посещение на паркове, специални събития, конференции, изложения, форуми, уебинари, образователни събития, особено насочени към децата и по-младите граждани; използването



на интерактивни, атрактивни и креативни технологии като социални мрежи, подкасти, мобилни приложения, виртуална и добавена реалност, геймификация; представянето на подходяща информация – особено на истории, инфографики, видеоклипове, които да привличат интереса на целевите аудитории; използването на ролеви модели, инфлуенсъри, граждани, лидери на мнения, експерти; активизирането на взаимоотношенията с местните общности с цел преодоляване на местно недоволство и пр.

Четвърта глава съдържа още няколко собствени емпирични изследвания. Наблюдавани са два случая, при които има употреба на неефективни комуникационни стратегии, водеща до сериозен отпор на местната общност. Проведени са три собствени дълбочинни интервюта с български пиар експерти, които работят в компании от неконвенционалния енергиен сектор. Резултати потвърждават хипотезите на докторанта: необходимо е използването на повече комуникационни активности, с цел преодоляване на страха и скептицизма в аудиторията, породени от ниското ниво на информираност и разбиране на темата, разпространяващата се дезинформация. Има натрупан предишен негативен публичен имидж, както и съпротива от страна на конвенционалните производители. Липсват ясни говорители по темата от страна на секторните асоциации и държавните институции. И най-вече е необходимо да се работи активно със социалните медии и местните публики с цел изграждане на правилно ориентирани и разбираеми послания, които подчертават значението на енергетиката от възобновяемите енергийни източници за обществото – чистота на въздуха, околна среда, съхранение на природата, енергийна независимост на страната, ниска енергийна разходи. Проведено е и собствено непредставително изследване по метода на онлайн анкета с представители на 62 български компании. Резултатите показват, че пиар дейността се извършва със собствени вътрешни ресурси поради това, че секторът е прекалено комплициран, но и липсват специализирани пиар агенции, приоритизират се експертните канали и аудитории, за сметка на местните общности. В допълнение са проучени комуникационните политики на 12 водещи чуждестранни компании според дейността им в шестте социални мрежи. Основните изводи отново показват, че съществува сериозен пиар дефицит в България – не се провеждат специализирани пиар активности, не се осъзнава корпоративната отговорност за прозрачност и взаимодействие, разчита се на собствени вътрешни ресурси. Поради това организациите не могат добре да представят посланията си към масовата аудитория, както и да използват пълноценно социалните мрежи, липсват говорители на сектора.



4. Използвана научна литература.

Използвани са 298 източника, от които 59 статии, студии и монографии на български език, и 239 заглавия на чужди езици.

5. Автореферат

Представеният автореферат с обем от 39 стр. Той пълно и коректно отразява структурата и съдържанието на дисертационния труд.

III. Приноси на дисертационното изследване

Научните приноси на изследването се отнасят до цялостната систематизация и структуриране на нови подходи за разкриване същността и ефективността на секторния пиар. Категоризирани са основните пиар наративи на сектора с възобновяемите енергийни източници: модерен и прогресивен начин на живот, модерен и високотехнологичен сектор, принос към местната икономика, спестявания от въглеродните емисии, опазване здравето на хората, енергийна сигурност, ниски цени на енергията, създаване на нови работни места, ефективност на технологиите и пр. За първи път критично са преосмислени комуникационните недостатъци и са изведени ефективни комуникационни инструменти за подобряване на взаимодействието със заинтересованите страни. С такава цел е разработена авторска методология на основните пиар проблеми в неконвенционалната енергетика с цел идентифициране на основните комуникационни проблеми и разработването на ефективни стратегии. Научно-приложни приноси се отнасят до представянето на актуален инструментариум за практическо приложение на пиар в неконвенционалния енергиен сектор в България с оптимизиране на комуникационното портфолио и подобряване на връзките с обществото. Представени са авторски модели за класификация на ключовите групи, които влияят върху българските организации (общество, местни общности и експертна аудитория), както и за сегментиране на публиките във ВЕИ сектора, чрез подчертаване значението на местните групи (местна власт, местно население, местни лидери на мнение, местни бизнеси).

IV. Бележки и препоръки

При възможност бих препоръчала текстът да бъде публикуван, за да намери своя по-широк кръг читатели, които да се възползват от неговите теоретични и практически качества.



V. Публикации и участия в научни форуми

Докторантът има четири публикации по темата на дисертацията си в престижни български научни списания и сборници като „Годишник на ФЖМК“, сборникът „Медии и комуникации“, онлайн списанията „Медии и обществени комуникации“ (<https://media-journal.info>) и „Медиите на 21 век“ (www.newmedia21.eu). Всички текстове отговарят на заложените стандарти за качество, като са изпълнени 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.

VI. Заключение

Дисертационният труд е посветена на важната, интересна и актуална тема за същността и ефективността на секторния пиар в областта на неконвенционалната енергетика. Дисертацията е значима като обем, подробна като историческия, комуникационен и специализиран контекст. Теоретичното описание е допълнено от авторски коментари, с ясно изградена и компетентна собствена позиция. Използвани са много и разнообразни източници на информация, които се отнасят не само до тясната сфера на пиара и публичната комуникация, но и до особеностите на енергетиката и влиянието на медиите върху обществото. Демонстрирано е научно любопитство, умение за научна систематизация, много добро познаване на сектора и технологията за производство на електроенергия. Включени са множество емпирични данни, конкретни примери, има изведени изводи след всяка глава. Въз основа на представената дисертация **убедено препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди на МАРИЯ ТЕОДОРОВА КРЪСТЕВА образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Бизнес комуникация).**

Дата: 14.02.2025 г.

/доц. д.н. Мария Попова/