

Югозападен университет “Неофит Рилски”  
Правно-исторически факултет

---

**С Т А Н О В И Щ Е**

от доц. д-р Димитрина Стефанова  
на дисертационен труд на тема

**„ВРЪЗКИ С МЕДИИТЕ В КОРПОРАТИВНАТА PR  
ПРАКТИКА”**

За присъждане на образователна и научна степен „доктор”  
по докторска програма „Връзки с обществеността”,  
област на висшето образование 3. Социални, стопански и правни науки,  
професионално направление 3.5. Обществени комуникации и  
информационни науки

Автор: Милена Иванова Янкова, редовен докторант в катедра „Връзки с  
обществеността”

Научен ръководител: доц. д-р Асен Йосифов

Милена Иванова Янкова притежава завършена магистърска степен по връзки с обществеността. Работи вече две години като асистент към катедра „Връзки с обществеността” и води упражнения по „Основи на връзките с обществеността”, „Стратегии и тактики на връзките с обществеността“, „Медиазнание“ и др. Професионалният интерес по разработената тема е продиктува и подкрепена от факта, че докторантката работи повече от четири години като журналист и водещ в телевизия.

### **Обща характеристика на дисертационния труд**

Представената за обсъждане дисертация на Милена Янкова е в обем 175 стр., структурирана е в четири глави с увод и заключение с богата библиография на български и английски език, интернет материали и приложения.

В основата на настоящия дисертационен труд на анализ е поставена неразривната взаимозависимост между корпорациите и медиите с цел не само генериране на публичност, но и утвърждаване на публично доверие.

Актуалността на темата произтича от тенденцията, че във все повече комуникационни програми основно фигурират PR-дейности, предназначени за онлайн пространството. Освен това, конкретно за България, медиите сериозно губят своята независимост и трендовете не са в посока на излизане от тази „криза на плурализма“.

В изясняването на теоретичните постановки се наблюдава коректно и задълбочено от научна гледна точка ползване на богатите библиографски източници. Докторантката демонстрира качества на самостоятелни интерпретации и изводи, което допринася за индивидуалния акцент на получените резултати.

В увода Милена Янкова обосновава мотивите за всестранно и задълбочено изследване на избраната тема, добре са изведени и задачите, които произтичат от целта.

Дисертационният труд започва с теоретично изясняване на социалната технология „връзки с обществеността“, както и функционалните области на нейното приложение. Обърнато е внимание на спецификата на медиите и корпорациите като обособени категории институции с техните характеристики и особености. Постъпателно се навлиза във фокуса на взаимоотношенията бизнес-медии. Внимателно и от гледна точка на връзките с обществеността е описана ролята на медиите в съвременното общество с изричното уточнение, че те не са общодостъпен инструмент за

влияние, а специфична категория публики, която трябва да бъде прецизно опозната и разбрана. При работа с тях е необходимо да се следват определени строго специфични професионални стандарти. В отделна част докторантката много умело е успяла да обвърже организационните рискове, които е необходимо да се съблюдават при изграждане на взаимоотношения с разнородните публики на корпорацията и поддържането на диалог.

Специално място се отделя на критичните фактори за медиите, които им пречат да изпълняват всички очертани функции безпристрастно. Докторантката улавя тази тенденция и я коментира и от гледна точка на етичните стандарти в публичен рилейшънс, които са в основата на запазването на чистотата на медийните канали от специалистите по PR. Като цяло първа и втора глава са широки и богати от гледна точка на очертаната теоретична основа, необходима за по-нататъшното развитие на тезата. Тук добре проличава способността на Милена Янкова да интерпретира научните достижения в областта на медиазнанието и връзките с обществеността.

Третата глава маркира най-разпространените инструменти за работа с медиите. Обхванати са главните характеристики и концептуалната им същност. Тук би било удачно да се включи оценка на тяхната стойност като се допълнят с техните нови форми. Принос в тази глава са точките *Култивирането на взаимно полезни връзки с медиите – организационни усилия и похвати, дългосрочна стратегическа задача и Критерии за оптималност при работа с медиите*, които не предлагат неизменен списък с препоръки за работа с медиите, а похвати за изграждане на изгодни взаимоотношения, при които и двете страни извличат определени ползи, като спазват професионалните стандарти на своята работа.

След като в три глави се анализират и коментират различни постулати от теорията на корпоративните връзки с медиите, в четвърта глава е предоставен емпиричен материал от българската практика, който да подкрепи изложените тези в дисертацията. Макар и със съпътстващи ограничения, докторантката успява да направи необходимите изследвания на корпорации и техните медийни взаимоотношения. Откроява се фактът, че едната корпорация не е българска и вероятно нейният опит е привнесен и взимстван от медийната стратегия на компанията-майка. Въпреки това се проявява определена индивидуалност в работата с националната медийна среда.

Смятам, че разработката е актуална и отразява съвременни реалности и тенденции в управлението на комуникациите в аспект взаимоотношения с медиите. Изследването е насочено в две паралелно развиващи се области – връзки с обществеността и медии и взаимообвързаната им обусловеност.

### **Критични бележки, препоръки и въпроси:**

1. Струва ми се ползотворно, ако се разшири темата с работата с онлайн медиите. Така Милена Янкова ще има по-богата база за цялостната работа с медии. Това, разбира се, може да се включи в следващи изследователски трудове.
2. Работата би спечелила, ако се изведат и основните точки за разработване на медийна стратегия, защото текстът в дисертацията позволява тези изводи.
3. В изследването е обърнато внимание върху отразяването на продукти на организацията. Има ли докторантката наблюдения за други събития, които подкрепят изграждането на положителен образ чрез медиите?

### **Оценка на научните и практическите резултати и приноси**

Приносните моменти са разделени в три категории - в научно-теоретичен план и придобиване на ново научно знание, в плана на систематизация и допълнение на съществуващото знание и в научно-практически план. С повечето от тях съм напълно съгласна, макар че към някой изпитвам известни резерви относно формулировката. Това обаче не намалява стойността им.

### **Автореферат и публикации**

Авторефератът е отразява структурата и съдържанието на основния текст в дисертацията и е последователен като обобщава концентрирано по-важните аспекти на разработката, приносните моменти и публикациите.

По изследваната проблематика дисертантката е посочила три публикации. Всичките те представят моменти от настоящия труд.

## **Заклучение**

Дисертационният труд представлява самостоятелна и завършена и разработка, посветена на динамична област от комуникационния мениджмънт. Разработката изпълнява критериите и изискванията на законодателството за развитие на академичния състав и подзаконовите актове по неговото прилагане за разработване на дисертационен труд. Предлагам на научното жури да присъди на Милена Иванова Янкова научната и образователна степен „доктор”, професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“

01.09.2015 г.  
Благоевград

Подпис:  
доц. д-р Димитрина Стефанова