

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ”
ПРАВНО-ИСТОРИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”
БЛАГОЕВГРАД

СЛАВКА КОСТАДИНОВА ПОПОВА

**БЛОГЪТ – PR ИНСТРУМЕНТ ЗА
КОМУНИКАЦИЯ**

**(НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ НА ИНДИВИДУАЛНИЯ ПР
В ИНТЕРНЕТ)**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за присъждане на
образователна и научна степен „Доктор”

Област на висшето образование:

Шифър: 3. Социални, стопански и правни науки

Професионално направление:

Шифър: 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки

Научен ръководител:

Доц. д-р Асен Йосифов

Благоевград, 2012

Дисертационният труд е обсъден в катедра „Връзки с обществеността” на Правно-историческия факултет при ЮЗУ „Н. Рилски”, гр. Благоевград и е насочен за защита.

Дисертационният труд се състои от увод, основен текст в три глави, приложения, анкетна карта, таблици, диаграми и библиография и е с обем 140 печатни страници.

Публичната защита на дисертационния труд ще се проведе на 12.07.2012 г. от 14.30 ч. в

Материалите по защитата са на разположение на интересувашите се в стая 1354 на ЮЗУ „Неофит Рилски”.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

I.1. Актуалност на изследването

Проблемът за блоговете като инструмент за комуникация и новите възможности, които те предоставят за развитие на индивидуалния ПР в Интернет е изключително актуален за науката и обществената практика поради няколко причини:

Първо, бурното развитие на използването на Интернет мрежата въобще и на социалните медии, работещи чрез нея в частност (което е очевидно и безспорно през последните години) поставя поредица от проблеми и въпроси, свързани с принципните възможности, които създава мрежата за усъвършенстване, информационно осигуряване и развитие на множество специфични професионални дейности – такава например е ПР, с ефективността на използване на мрежата – например намирането на целевите публики при различни информационни цели, с правилата и закономерностите на работа на социалните медии – например блоговете. Случващото се във виртуалното пространство има следствие в реалния социум.

Второ, появили се през 1998г. блоговете днес вече наброяват над 60 милиона. България само за период от 5-6 години (2004-2010) вече надвишава няколко хиляди. По-голямата част от тях се ползват като средство за индивидуален ПР. Необходимостта

от научно и практическо осмисляне на този процес и просветено ангажиране с неговите многопосочни и многопластови резултати и следствия прави проблемът особено актуален.

Трето, като всяка автономна научна специалност ПР се развива в различни направления, решавайки комплексни проблеми, изискващи намесата и на други науки – например социология, информатика, теория на комуникациите, медиазнание, езикознание и други. Класическият ПР се променя, появяват се нови видове и се повишава значението на онлайн дейностите. Утвърждава се ПР-2 – онлайн ПР. Пример за това е появата и развитието на индивидуалния микро-ПР, който се осъществява главно чрез Интернет и новите социални медии. Така темата за блоговете е актуална и поради това, че в известен смисъл синтезира, отразява и изразява закономерностите на саморазвитието на ПР дисциплината.

I.2. Състояние и степен на разработеност на изследвания проблем

Изследваният проблем е изключително слабо разработен, както в българската, така и в световната научна литература.

Голяма част от съществуващите публикации са дело на автори на блогове или на малки колективи, създадени от мощни организации или Интернет фирми, за да регистрират и анализират пулсиращата

активност във виртуалното пространство, както и да броят посещенията и евентуално да разкриват мотивацията на посетителите на различните сайтове.

Естествено е публикациите на авторите на блогове да страдат от подчертан субективизъм и да могат да бъдат използвани за научни цели само фрагментарно и при определени условия. От друга страна, поради огромния и разширяващ се обем на виртуалното пространство, работите на споменатите колективи (Harvard University, Berkman Center for Internet and Society, Internet and Democracy Project, Pew Internet and American Life Project) също страдат от фрагментарност и обхващат само отделни области на блог пространството от твърде обща гледна точка. Детайлният анализ на блогосферата очевидно тепърва предстои и изисква усилията на много повече изследователи и организации.

Разбира се, могат да бъдат намерени и изключения. Такива са опитите да се направи карта на блогосферата в някои държави. В дисертационния ми труд е дадено предложение за подготовка на такава карта за България заедно с методическите стъпки, необходими за изпълнение на тази задача.

Самият факт, че регистрираните блогове в България менят своя брой към увеличаване (от 157 през 2009 до 3286 през 2011г.) говори, че процесът е незавършен и прогресивен. Българската блог-сфера е млада.

У нас първите блогове се появяват едва през този век. Спорно е, кой е първият създател на български блог, но със сигурност той е създаден през

2004г. Най-много нови блогове се появяват през 2008г. Именно тогава стартира и блог-платформата на някои от най-големите у нас онлайн медийни групи – например Log.bg и Blog.bg. Тласък на развитието на блоговете дава и появата на blogosfera.dnevnik.bg и блог-класацията Top-BlogLog. Чрез тях се развива блог-културата на потребителите и като цяло се популяризира блогването. През годините от създаването си до сега блоговете в България не само че не изгубват мястото си, но и тяхното значение нараства.

Ние наблюдаваме развитието на блог-сферата в България от 2007г. Тогава констатирахме, че преобладават предложенията за изработване на блог и не съществуват голям брой блогове. Този етап нарекохме първи.

През 2008г. блоговете в България не са подредени по категории, както в САЩ или Великобритания, а са хаотично разположени в мрежата. През този втори етап у нас се появиха някои категории блогове – на политици, лични, за култура, за бизнес, но те са относително малък брой.

През 2009 и 2010г. в третия етап от своето развитие блоговете се обособиха в 3 категории както посочва И. Мавродиева - лични, тематични и коментарни. Според нея по това време е „направен е опит да се групират видовете блогове по подкатегории”.

Комуникацията чрез този инструмент е една съвременна възможност, за каквато не можеше да се мисли преди Интернет ерата. Всеки човек е социално

ангажиран и заради това, както и заради вътрешната му необходимост да комуникира, той има нужда сам да представи себе си на другите чрез своите мисли. Да се чуе индивидуалното мнение е необходимо водещо начало за един обществен дебат, който е в основата на всяка демокрация.

Намираме, че е възможно форматът блог да се променя, доусъвършенства и да еволюира, но веднъж открили възможността за индивидуална изява, хората ще продължават да я използват, за да представят себе си, собствените си новини и за да формират мини блог-общества.

I.3.Основна теза на изследването

Основната теза на дисертационния труд се състои от три взаимно обвързани компонента, всеки със своя причинно-следствена логика. Формулираме ги както следва:

1. В резултат на развитието на социалните мрежи и социалните медии се разкриват нови възможности за ПР в резултат, на което се появява индивидуален микро ПР.

2. В по-широк обществен план блогът разширява аудиторията, стимулира социалната комуникация, защото чрез него собственото мнение, глас и стил стават обществено достояние. Чрез блоговете обществото става едновременно по-пълногласно, по-автентично, по-хомогенно (заради

постоянно отворената дискусия) и като цяло - по-демократично.

Индивидуалният ПР паралелно с изграждането на публичния имидж на блогъра (личността) допринася за професионалното му утвърждаване и реализация на лични, емоционални пристрастия, предпочитания и интереси. В личен план блогът създава емоционална удовлетвореност. Първо, защото чрез него хората разпръскват присъствието си по света. Второ, защото блогърът е пристрастен към своя обект. Той обича своята работа и това е разликата между него и професионалния журналист. Трето, защото като правило блогърът е изкусен от възможността да има собствена медия, в която може да бъде искрен докрай.

3. За да изпълни функциите си на индивидуален микро ПР блогът трябва да притежава ясно различим и подлежащ на определение набор от параметри и характеристики (езикови, стилови, културологични, естетически, етични и други), които взети в своята съвкупност гарантират неговата аудитория и неговата ефективност. Наличието на тези характеристики предполага предварителни познания, блогърски опит и професионална намеса.

На всяка от така посочените три части на дисертационната теза е посветена отделна глава.

Представени са данни от нарасналата през последните години българска и чуждестранна блогова практика. Данните са от български и международни релевантни изследвания, включително от

самостоятелно проведено от автора специално изследване за целите на дисертационния труд.

Предложен е и набор от интелектуални и научни аргументи в подкрепа на дисертационните ни тези – наши и на изтъкнати чуждестранни автори, работили в областта.

Блогът като ПР средство търпи изключително бурно развитие. Състоянието на нещата в модерните общества се мени много бързо. Това за нас е обективна трудност.

I.4. Научно-практическа значимост и ограничения на изследването

Научната значимост на изследването представено в дисертационния труд следва да бъде отчитана и оценявана в две направления. Първото направление е научното обяснение, разбиране, предвиждане и усвояване на индивидуалната активност и Интернет пространството в конкретния случай на работа на новите социални медии. Тук съществуват проблеми, отнасящи се в еднаква степен от първоначалните стимули, намерения и конкретни действия до крайния кумулативен, комуникационен и обществен ефект. Проблемите са свързани също със създаването, функционирането и приложението на социалните медии въобще и на блоговете в частност, както и със специфичните правила на тяхното съществуване. Второто направление, определящо научната значимост, както посочихме по-горе е

саморазвитието на ПР познанието и ПР практиката. Увеличаването на значението на индивидуалния ПР и откриването на нови възможности за неговата реализация, каквито са блоговете в мрежата придава нова роля и поставя на ново място индивидуалния микро ПР, който преди Интернет е бил само в далечната периферия на класическия.

Ограниченията, които естествено са поставени пред този труд са в голямата си част външно наложени. Условно можем да ги разделим на четири типа:

Първо, ограничения, произтичащи от обекта. Обектът на изследване е изключително мащабен (над 60 милиона в света, над 6 хиляди в България) и бързо развиващ се. Изчерпателният анализ е практически невъзможен. Това ни принуждава да се ограничим само върху някои техни общи характеристики. Същевременно си даваме сметка, че поради бързото развитие за някои от заключенията ни са с ограничена темпорална валидност. Дори само за времето докато читателят чете този труд блог-пространството вече претърпява изменения, които понякога биват и съществени.

Второ, ограничения, произтичащи от наличната систематизирана информация. Водещи учени от различни области още стоят далече от тази тематика, а релевантните публикации в областта са крайно ограничени.

Трето, ограничения, произтичащи от сложността и хетерогенността на проблема. Като всеки реален проблем, изследваният от нас е

комплексен по природа и изисква съчетаване на знания от различни области – теория на комуникацията, езикознание, ПР, културология, компютърни науки, психология и други. Естествено е един докторант, който е в началото на научната си кариера да е в състояние да може да обхване само частично подобно съчетание на знания.

Четвърто, значимостта на проблема обуславя и обществения интерес към него. Общественият натиск често е дисфункционален за научната работа. Например, блогърите са добър пример за това, че всеки, който поназнайва нещо по проблема (а в случая всички поназнайват) е готов да дава мнения и „компетентни” становища. Отсейването им е необходимо и създава нови условия за ограничения.

II. ОБЕМ И СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Трудът се състои от увод, три глави и приложения в общ обем 140 страници. Той е структуриран по следния начин:

Увод

Глава 1 Индивидуален ПР – поява и развитие

1.1. Индивидуалният имидж

1.2. Движение на ПР от организационно към индивидуално равнище

1.3. Видове и възможности на онлайн инструментите за индивидуален ПР

1.4. Механизми на формиране на социалните мрежи

Глава 2 Блоговете – инструмент за комуникация

2.1. Блоговете в Интернет – същност и характеристики

2.2. Блог-пространството в България

2.3. Туитърите – микроформа на блоговете

2.4. Вътрешни характеристики на блоговете

2.4.1 Езикът в блоговете

2.4.2. Текстуални признаци на блоговете

2.4.3. Прагматични правила при създаване и поддържане на блоговете

2.5. Юридически ограничения и етични норми при Интернет комуникацията

Глава 3 Комуникационните Интернет - средства в живота на студентската младеж (Емпирично изследване)

3.1.Предварителни предпоставки

3.2.Методика на изследването

3.3. Основни резултати

3.3.1 Използване на Интернет – актуално състояние и тенденции

3.3.2 Представа на студентите и реално състояние – съвпадение и разминавания

3.3.3 Бариери при ползване на мрежата

3.3.4 Познание за блоговете

3.3.5 Перспективи на ползването на Интернет

3.4. Основни изводи и препоръки

Приложения

1. Списък на български персонални Интернет страници на хора от избрани области проучени и/или цитирани в текста

2. Законодателни актове на Правото на информационните и комуникационни технологии или Е-правото

3. Анкетна карта от емпирично изследване

4. Таблици и диаграми от емпиричното изследване

5. Списък на одобрените от Министерството на образованието, младежта и науката учебници и учебни помагала по Информационни технологии

Библиография

II.1. Основно съдържание

В **увода** сме обосנוвали причината за разглеждането на този научен проблем – проблемът за блага ситуиран в обстановката на стремителното развитие на социалните мрежи, заради свободата на комуникацията в тях. Традиционните медии се респектират от новите – блоговете са в конкурентни отношения с традиционните медии.

Блогът се разглежда в контекста на теорията за комуникацията. Тук основната хипотезата е, че блогът е ПР инструмент за комуникация.

Представена е основната теза и методология на работа в дисертационния труд.

Обект на нашето изследване е дейността на участниците в блог-процеса и понятийните знания, правила, принципи, закони и закономерности, свързани и произтичащи от тях.

Използвали сме дедукцията (от общото към частното) от теорията към хипотезата, наблюдението и потвърждението предимно за описание на явленията в 1ва и 2ра Глава и индукцията (от частното към общото) от наблюдението към модела, хипотезата и теорията в 3та Глава.

В първа глава се разглежда подробно въпросът за индивидуалния ПР, неговите поява и развитие. За изходен пункт ни служи обстойното разглеждане на проблема за индивидуалния имидж. Индивидуалният имидж е систематизирана съвкупност от: представите на околните за индивида; техните предвиждания и очаквания за и към него; оценките за неговите качества, предимства и недостатъци и произтичащите от всичко това комуникационни предразположения (установки) към индивида.

На движението на ПР от организационно към индивидуално равнище е отделено специално място. Класическият ПР възниква по повод забелязаната необходимост от постоянен диалог между организациите (преди всичко бизнес организациите) и техните публики. Този диалог е необходим, за да се поддържа позитивния имидж на организацията, за да се представя нейната дейност като обществено приемлива и да се популяризира обществената полза и

обществената отговорност в дейността на всяка фирма.

Същевременно възможности на дигитализираните изяви в Интернет пространството за индивидуален ПР е един от ключовите проблеми тук. Описани са възможностите за обратна връзка, междуличностно комуникиране с цел убеждаване, събиране на факти от интервюта с цел набиране на повече информация за работа с конкретна личност, собствени самостоятелни изяви или участия в дискусии или дебати за изграждане на собствен имидж.

В механизмите на формиране на социалните мрежи са описани етапите на формирането на социалните мрежи с техните характеристики. Интерес представляват проявите им на микро, мезо и макро равнище.

Във **втора глава** намират място проблемите за историята и съвременното състояние на блоговете в Интернет и проблемът за блог-пространството в България,

Темата „блог” се появи във фокуса на общественото внимание тъкмо в последните години. Това е обусловено от тласък в развитието на човешките взаимоотношения. След ерата на алиенацията и първоначално лишената от емоциите на традиционното устно и писмено общуване електронна комуникация, на свой ред се появяват признаци на инкорпорация, приобщаване, обединяване по интереси, мнения, емоции и ценностни промени. Това

веднага намира израз в мрежата и мобилизира нейните принципи възможности. Добър пример са блоговете със своето специфично съдържание. се разглеждат блоговете като инструмент за комуникация.

Блоговете са персонифицирани страници в Интернет, които предлагат новини, становища и коментари, на които източник са не организации, агенции или професионални журналисти, а независими индивиди. Печелят аудиторията със своето разнообразие и автентичност.

В дисертацията особено внимание е отделено на някои вътрешни характеристики на блоговете като езикът в блоговете и техните текстуални признаци .

Прагматични правила при създаване и поддържане на блоговете е раздел, който подробно разглежда по-скоро философията на етиката при общуването онлайн в блоговете. В отделен параграф са коментирани изключително важните проблеми за юридическите ограничения при комуникацията в сайтовете.

В трета глава е направен анализ на данните от проведеното емпирично изследване в живота на студентската младеж във връзка с комуникационните Интернет средства. Тук са дискутирани предварителните предпоставки. Посочена е методиката на изследването и основните резултати.

Мрежата се цени високо от младите хора като информационен източник. Като цяло студентите оценяват използването на Интернет като бързо и

лесно. Причините за широкото използване на Интернет са достъпността, цената и удобството.

В проведеното изследване се обръща внимание на представите на студентите, съвпаденията с действителното използване на мрежата и някои разминавания. Разгледани са бариерите при ползване на мрежата.

Най-важно за нас е познание на младите хора за блоговете и затова описанието на тази проблематика заема централно място.

Посочени са перспективите на ползването на Интернет и са направени някои изводи и препоръки.

Изводите от изследването сочат:

1. Новите информационни технологии и тяхното систематично използване са вече част от делника на младото поколение. Студентите у нас масово ги ценят и използват.

2. В близко бъдеще този процес ще се развива ускорително, като включва нови форми и възможности.

3. Съществуват определени универсални и локални бариери пред увеличаването на потребителите на мрежата. Универсални са вирусите, кибернетичната сигурност и анонимността. Локалните са езиковите бариери, компютърната и мрежова грамотност и достъпа до мрежата. Голяма част от локалните бариери мога да бъдат чувствително снижени по пътя на обучението.

4. В общи линии студентите са запознати със същността и възможностите на блоговете. Предстои

да бъде осмислено тяхното създаване и използване за целите на индивидуалния ПР.

5. Интернет ще се използва все повече и неговият потенциал следва да бъде мобилизиран за ПР цели.

В заключение може да твърдим, че въпреки посочените предимства и недостатъци блогът може да се нарече успешен ПР инструмент за комуникация. Той е с възможности за извършване на индивидуален ПР, което е от особено значение в днешно време, когато чрез него могат да се намерят механизми за разпознаване на истината, свободно изразяване на демократични възгледи, укрепване на ценностите и морала в съвременното общество и осъществяване на солидарността. И всичко това в името на едно бъдеще, белязано от модерността на комуникацията в Интернет.

III. СПРАВКА ЗА ПРИНОСНИТЕ МОМЕНТИ В ДИСЕРТАЦИЯТА

А. В Научно теоретичен план и придобиване на ново научно знание

1. Развита и доказана е тезата, че блогът е съвременен инструмент за комуникация и ефективно средство за индивидуален ПР. Въведено е новото понятие – микро-ПР.

2. Изяснено е новото значение и роля на индивидуалния ПР в съвременното общество и е дефинирано неговото място в общата система на класическия ПР.

Б. В плана на систематизация и допълване на съществуващото знание

1. Разгледани са систематично блоговете в България и в чужбина, анализирана е същността им и е направен сравнителен анализ в аспекта на перспективите за индивидуален ПР в Интернет.

2. Към признака на текста „завършеност” е предложен изцяло нов под вид– неразвита завършеност, който е характерен и специфичен за блоговете.

В. В научно-практически план

1. Направени са предложения и препоръки за усъвършенстване на образователните програми във връзка с използването на Интернет и участието в социалните мрежи.

2. Проведено е самостоятелно емпирично проучване върху използването на НИТ и познанията за блоговете сред студентите от Югозападен университет „Н. Рилски” – Благоевград и са направени съответни изводи и препоръки на основание на данните от него.

IV. ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Popova S. (2009). Internet Blogs and Society Solidarity. article, page 211, Sociology and Law: The 150th Anniversary of Emile Durkheim (1858 - 1917), Cambridge Scholarship Publishing, Cambridge, UK

ISBN (10): 1-4438-0502-5

2. Попова С. (2008). Езикът в блоговете. Статия, стр.253. Сборник „Научни известия”. г.IV, кн. 2. Университетско Издателство „Н. Рилски”, Благоевград

ISBN 1312-6385

3. Попова С. (2007). Комуникацията във формата „БЛОГ”. Статия, стр. 247. Съюз на учените в България, Годишник „Наука – Образование - Изкуство”. Том I, част 1, Благоевград

ISBN 978-954-680-529-4

4. Попова С. (2007). Блоговете – медийна или ПР изява на ползвателите в мрежата. Електронно ръководство, Нов Български Университет, Департамент Масови комуникации. IX лятна школа по връзки с обществеността „ПР и медии в България – противопоставени или равнопоставени?”, <http://www.nbu.bg/>