
**УНИВЕРСИТЕТ ПО БИБЛИОТЕКОЗНАНИЕ И
ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ**

СТАНОВИЩЕ

От доц. д-р Борис Йорданов Борисов,

Университет по библиотекознание и информационни технологии

на дисертационния труд

на Вилиана-Мария Николова

на тема

**ОСОБЕНОСТИ НА ФОРМИРАНЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ НА
КОНЦЕПЦИЯТА ЗА КОРПОРАТИВНО ГРАЖДАНСТВО
(СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ НА БИЗНЕСА)**

В БЪЛГАРИЯ

за присъждане на образователна и научна степен „доктор”

**по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността)**

към катедрата на ЮНЕСКО

„Комуникация и връзки с обществеността”

София 2015

Докторантът Вилиана-Мария Николова е представила пред научното жури тема, носеща белези както на съвременните глобални стратегически визии по отношение на комуникационните теоретически постановки, така и спецификата на информацията по отношение на социалната отговорност на бизнеса в нашата страна. Динамиката на съществуващата информационна среда налага бизнесът да мултиплицира своите конкурентни предимства, балансирайки ги съобразно обществените очаквания и адаптирайки ги към предизвикателствата на активната гражданска среда. Така поднесената разнообразна палитра на съдържанието придава необходимата актуалност и значимост на темата.

В съвременния динамичен свят темата за предизвикателствата пред бизнес организациите изисква нови подходи в развитието на комуникациите. Като следствие от това, дисертантът посочва на стр.6, че се „появяват и потребностите от нарастващата социална отговорност, синтезирана в понятието „корпоративен гражданин”.

Основните причини, наложили засиленото внимание към корпоративните комуникации и към комуникационно-информационната проблематика, свързани с нарастващата динамика при бизнес процесите, които представляват предизвикателство пред всеки представител на бизнес сферата. Причината за това е необходимостта флексибилност в настоящето Информационно общество. Именно тази флексибилност е сред предпоставките за устойчивото задържане в богатия на алтернативи корпоративен сектор. Основната изследователска теза на докторанта е релативна с необходимостта да се прилагат най-новите и модерни комуникационни методи в областта на социално отговорния бизнес, защото той вече силно се влияе от специфичните особености на Информационното общество.

Актуалността на темата се обуславя и от това, че корпоративното гражданство е едно предизвикателство както към висшия мениджърски състав, който прави непрекъснати опити да се обединят и защитят както интересите на корпоративните субекти, така и тези на отделните граждани.

Направената по-горе фрагментарна аргументация, а и много други несподелени съображения от теоретично и практично естество, определят тематиката на представеният проект за дисертационен труд като полезна за днешния ден и перспективна за утрешния. Изборът на темата на дисертационния труд е похвално смело авторско начинание доведено до успешен финал.

Смятам, че докторантът е направила успешен опит за правилно оценяване на разглежданият проблем, въпреки неговото динамично развитие от комуникационна и културна гледна точка.

Предметната област на дисертационният труд отговаря на научна специалност: Обществени комуникации и информационни науки. Към дисертацията е приложен списък на използваната литература и седем широко обхватни приложения.

Във формулировките на главите и параграфите в съдържанието на дисертационният труд личи желанието на докторанта за по-широк обхват на изследването и стремежът му за решаване на съществуващите проблеми в областта на журналистиката и връзките с обществеността.

Още в увода на представената ни дисертационна работа, Вилиана-Мария Николова достатъчно пространно е представила своя критичен поглед върху общите научни постановки на функционирането на обществените комуникации при постигането на по-висока представителност по отношение на политиките на корпоративно гражданство. В своята основна теза тя посочва, че възприемането на принципите на корпоративното гражданство са една ефективна технология и предпоставка за дългосрочен корпоративен просперитет. Причините за това са заложи от необходимостта да бъдат удовлетворени обществените и индивидуалните потребности.

В първите две глави от дисертационният труд е представена и изяснена терминологията на изследването като същевременно е направен анализ на комуникационните и информационните подходи, както и на модела на Каръл за отговорностите пред бизнеса и модерните възприятия за обхвата и приложението на социалната отговорност на бизнеса. Докторантът разглежда спецификата на корпоративното гражданство и на модерните корпоративни комуникации, като посочва значението на теорията за заинтересованите страни в контекста на социалната отговорност на бизнеса. Вилиана-Мария Николова умело ни представя корпоративната култура, корпоративния имидж и корпоративните комуникации в ролята им на фактори при позициониране на бизнеса в публичното пространство.

Разгледана е еволюцията на корпоративното гражданство на Стария континент в контекста на:

- Влиянието на глобалните компании за развитието на корпоративното гражданство;

- Развитие на процесите за корпоративна социална отговорност в Европейския съюз;
- Концепцията за корпоративното гражданство в контекста на българската реалност.

Направен е сполучлив опит за системен анализ на етичните кодекси и стандарти за бизнес отговорност в европейската и в българската практика, както и възгледите за корпоративна социална отговорност от гледна точка на нейната ефективност. Във втора глава особено внимание заслужава направеният анализ по отношение на добрите практики за комуникиране на социалната бизнес отговорност и основните инициативи за популяризиране на социалната отговорност на бизнеса в България.

В глава трета, озаглавена „Изследвания върху състоянието на корпоративното гражданство в страната – подходи за интегриране на платформата от българските организации” докторантът е направила обстоен преглед на:

- Необходимост от проучване на общественото мнение в полето на пбблик рилейшънс;
- Изследване ефективността на комуникационните канали, по отношение на корпоративното гражданство;
- Комуникационни политика и моделите на управление на корпоративното гражданство;
- Комуникационните предизвикателства в сферата на корпоративната социална отговорност.

В същата глава авторът убедително защитава своята позиция, че е необходимо да бъдат проведени проучвания на общественото мнение в полето на пбблик рилейшънса.

В последната глава на дисертационния труд е изследван случай за разкриване на добри практики при прилагането на социална бизнес отговорност. Разгледани са основните предпоставки, релативни с взаимоотношенията между управлението на организационните комуникационни процеси, адаптивната комуникационна система и свободния поток на информация, които носят определени позитиви за корпоративните структури. Тук е отразен и контент анализ на някои публикации по инициативите за социална отговорност на организациите от пивоварния сектор.

Дисертационният труд завършва със стандартните заключение и препоръки, както и с няколко приложения. Докторантът е избрал методика за изследване, която е естествена за подобни случаи и дава отговор на предвидените и реализирани в дисертацията изследвания.

Като цяло, разработката се характеризира с логичност на изложението и добра степен на задълбоченост на направените анализи и изводите от тях.

Не установих плагиатстване и приемам, че трудът и приносите в него са лично дело на докторанта.

Авторефератът на дисертационният труд отразява еднозначно съдържанието на изследването. Притежава всички необходими атрибути и на него може да се гледа като на завършено научно произведение.

Представеният дисертационен труд не е лишен от допускането на известни слабости и грешки. Ето някои от тях:

- Не забелязах детерминиране на ограничения на изследването, които допълнително да рафинират неговата прецизност;
- Заключение на дисертационния труд се нуждае от по-ясно структуриране;
- Необходимо е да се посочи разширената методология и изследователските подходи;
- Удачно е да се разкрият и да се посочат основните комуникационни възможности при създаването на обща концепция по изграждането на корпоративния имидж.

Като препоръка трябва да се приеме и необходимостта от допълнителна редакторска намеса по отношение на въведените езикови норми в българския език, тъй като в момента се срещат някои грешки.

Изброените качества на представеният дисертационен труд, както и неговите научни приноси, са основания да му дам „положителна оценка” и да гласувам „положително” за присъждане на образователна и научна степен „доктор” на Вилиана-Мария Николова.

Рецензент:

доц. д-р Борис Борисов

гр. София
23.02.2015 г.