

СТ А Н О В И Щ Е

на доц. д-р Рада Пенева Кършакова
относно материалите, представени от
гл. ас. д-р СВЕТОСЛАВА ТОДОРОВА КОВАЧЕВА
за участие

в конкурс за заемане на академичната длъжност “доцент“
на

Софийски университет „Св. Климент Охридски“,
Факултет по журналистика и масова комуникация,

**по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки**
**(Връзки с обществеността – Стратегии и тактики на връзките с
обществеността)**

Гл. ас. д-р Светослава Ковачева работи в катедра „Комуникация и връзки с обществеността“ от 2014 г. Завършила е Висшето училище по журналистика в Лил, Франция, и магистърска степен по Връзки с обществеността във ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“. Придобива докторска степен по Социология във ФЖМК при СУ „Св. Климент Охридски“ и Института по социология при БАН през 2006 г.

Преди постъпването си като преподавател във ФЖМК е работила като редактор и водещ новини в Radio France Internationale – Bulgarie и Дарик радио, като ръководител на връзките с обществеността на "Лев Инс" АД, маркетингов директор в „Макс Телеком“ АД, търговски и маркетингов директор в „Транс Телеком“ АД, PR (ПР) специалист в шоу бизнеса, маркетинг анализатор на застрахователния сектор.

Такъв богат професионален опит безспорно се отразява положително за бъдеща академична реализация в сферата на социалните технологии и връзките с обществеността.

Представени материали за участие в конкурса

Кандидатката участва в конкурса с 1 монография, 1 учебник, 10 статии и доклади. Тя изнася доклад и на 12-тия Световен конгрес по семиотика, България, 2014. Статиите и докладите са публикувани в престижни национални и международни издания.

Учебна дейност

Д-р Ковачева започва да преподава още преди постъпването си във ФЖМК. През 2009 г. тя изнася лекционни курсове и провежда практикуми по Маркетинг в University of Wales International College, UK – Bulgaria.

Във ФЖМК д-р Ковачева води лекции и упражнения по Стратегии и тактики на връзките с обществеността, Комуникация по време на криза, Събитийен мениджмънт, както и упражнения по Маркетинг. Това са и предметните области на нейните научни интереси.

Учебникът ѝ „Пъблик рилейшънс стратегии и тактики“(2017 г.) е съставен в подкрепа на обучението на студентите в специалност „Връзки с обществеността“ по дисциплината „Стратегии и тактики на връзките с обществеността“.

В книгата се изяснява понятийният фундамент на дисциплината: практическата парадигма „стратегии – тактики – техники“, както и същността на основните ПР техники, използвани в комуникациите с вътрешните и външните публики, с медиите и при комуникациите в кризисни ситуации.

Авторката изяснява също значението и целите на календарното планиране в публичен рилейшънс; обсъжда основни въпроси на „Черния ПР“; извежда в сравнителен план отличителните характеристики на ПР и пропагандата като социални технологии. Специален раздел е отделен на ПР в дигитална среда – систематизирани са както възможностите, така и опасностите, които онлайн комуникацията предпоставя за практикуването на ПР.

Учебните теми са структурирани така, че да мотивират и въвлекат студентите в активна дискусия, което намирам за много добър дидактически подход.

Теоретични и научно-приложни приноси

По моя оценка в представените от д-р Ковачева научни трудове могат да се открият теоретични и приложни приноси.

Теоретични приноси

Смятам, че основен теоретичен принос представлява задълбоченото изясняване на понятийния апарат, свързан с термина „събитие“ в публичен рилейшънс. На еволюцията и съвременната интерпретация на проблематиката е посветена монографията „Събитийни комуникации от Бернайс до Фейсбук“.

В хронологичен план и от гледна точка на технологичното развитие на комуникационната среда авторката проследява различни теоретични гледни точки към дефинирането и практическото използване на събитието като водеща техника на ПР комуникацията:

- В труда е предложена собствена типология на събитията на основата на доста подробен и детайлен списък от признаци;

Може, разбира се, да се възрази срещу необходимостта от въвеждането на толкова много типологични характеристики при анализирането на събитийните комуникации. Но изследователката аргументира с множество примери/казуси от

световната практика тезата си относно взаимозависимостта между типологичния параметър, целта на събитийната комуникация и постиганите (или не) ефекти върху целевата публика. Изследваните казуси действително разкриват еволюирането на събитийните комуникации от времето на Бернайс до дигиталното ни съвремие.

- Обособява се предметното поле на термина „събитие“ – събитие, псевдосъбитие, специално събитие, събитийни комуникации, събитийен мениджмънт. Коректно и прецизно авторката извежда спецификите в целите и използването на различните видове събития в ПР, рекламата и маркетинга;
- В монографията се дискутират и най-важните предизвикателства пред ПР технологията в дигиталната среда.

Оценявам като теоретичен принос и съставителството на д-р Ковачева на сборника статии „Предизвикателства пред комуникацията в дигиталната епоха“(2017 г.), на който тя е научен редактор и участва с труда „Дигитален PR – ефективен или не“. Публикациите в него представят различни теоретични и приложни ракурси към най-актуалната в момента проблематика на ПР.

Приложни приноси

Като цяло, представените в конкурса статии и доклади са преобладаващо приложно ориентирани. Те интерпретират известна тематика, в която обаче авторката фокусира вниманието върху проблеми, които в повечето изследвания остават на заден план или биват подценявани.

В цикъла публикации, посветени на ПР комуникациите в кризисни ситуации, д-р Ковачева поставя водещ акцент върху вътрешните комуникации. Тя развива задълбочено тезата за ролята на организационната култура и нейната спояваща и мотивираща ценностна система като ключов фактор за успешно провеждане на комуникацията с външната среда.

Този проблем се дискутира и в глобален план, на примера на комуникациите в ЕС, където интеркултурните различия биват допълнително обременявани от политическите цели и съображения на отделните държави. Това превръща диалога в разноречие, генерира противопоставяния и дори конфликти, и в резултат – комуникациите са ниско ефективни. По този начин се размива обединяващата цел, изгубва се продуктивната установка на провежданите комуникации.

Друг пример е статията за ПР комуникациите във военизираните („високоерархични“) държавни институции, в която се анализират причините за ниското доверие на гражданите. Авторката предлага комплексна ПР стратегия от

тактики и техники за обезпечаване на доверието и подкрепа на репутационния статус на институциите, чиито услуги са толкова важни за обществото.

Заклучение:

Изследователската работа на д-р Светослава Ковачева е непосредствено обвързана с учебната ѝ дейност. Областта на научните ѝ интереси е широка и това се проектира в спектъра дисциплини, които преподава. Не мога да не отбележа и подкрепата на практическия опит, който д-р Ковачева има в събитийните комуникации и събитийния мениджмънт, в маркетинга, в корпоративния ПР. Мога да определя този факт като своеобразна „добавена стойност“ – мотиватор, който вярвам ще продължи да бъде такъв за бъдещите научни дирения и за усъвършенстване на образователните модели в дейността на кандидатката.

В заключение смятам, че нивото както на научната, така и на преподавателската работа на д-р Ковачева напълно удовлетворяват критериите и изискванията за академичната длъжност „доцент“.

Като изхождам от изложеното в становището си, предлагам на научното жури гл. ас. д-р СВЕТОСЛАВА ТОДОРОВА КОВАЧЕВА да бъде избрана на длъжността „ДОЦЕНТ“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Връзки с обществеността – Стратегии и тактики на връзките с обществеността).

20.03.2018 г.

доц. д-р Рада Пенева Кършакова