

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Венцеслав Бондиков

относно материалите, представени за участие в конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ в професионална направление 3.5.

Обществени комуникации и информационни науки

(Връзки с обществеността - стратегии и тактики на връзките с обществеността),

на гл. ас. д-р Светослава Ковачева

към катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“

при СУ „Св. Кл. Охридски“

Кратки данни за кандидата

Светослава Ковачева завършва 9-та Френска езикова гимназия „Алфонс дьо Ламартин“, София. Бакалавър е по журналистика от Лил, Франция. Завършва магистратура по Връзки с обществеността при ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“. От 2006 г. е доктор по социология. След спечелен конкурс през 2014 г. е главен асистент в катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“ при ФЖМК.

Подадените документи за участие в конкурса отговарят на изискванията за заемане на академичната длъжност „доцент“.

Преподавателска дейност

Гл. асистент д-р Светослава Ковачева чете лекции по дисциплините: „Стратегии и тактики на връзките с обществеността“ и „Комуникация по време на криза“ и води упражнения по „Маркетинг“ в бакалавърска степен. Ръководител е на магистърската програма „Реклама и публична комуникация“, в която води избираемата дисциплина „Мениджмънт на

събития“. Преподава и в магистърската програма „Креативна комуникация“ по дисциплината „Разрешаване на конфликти и управление на събития“. Има преподавателски стаж и в други висши учебни заведения в България – в Колежа по Маркетинг, мениджмънт и предприемачество. Към момента води комуникационни дисциплини в магистърски и бакалавърски програми във Факултета по пожарна и аварийна безопасност и защита на населението на МВР Академия.

Обща характеристика на представените за конкурса трудове

Общата научна продукция на д-р Светослава Ковачева включва:

1. Монографията „Събитийни комуникации от Бернайс до Фейсбук“, София, 2017, ISBN 978-619-90930-0-9
2. Учебник – „Пъблик рилейшънс стратегии и тактики“, София, 2017, ISBN 978 -619 -90930-1-6
3. Съставителство, научна редакция и предговор на Сборник „Предизвикателства пред комуникацията в дигиталната епоха“, София 2017, ISBN 78-954-92677-4-7
4. Статии и доклади в научни издания:
 - „Дигитален PR – ефективен или не“, Сборник статии „Предизвикателства пред комуникацията в дигиталната епоха“, с. 181 – 187, София 2017, ISBN 78-954-92677-4-7
 - „Съвременни тенденции в събитийните комуникации“, Годишник на Софийския университет „Св. Кл. Охридски“, ФЖМК, том 24, 2017 г., с. 127-138, ISSN: 1311-4883
 - „Интеркултурни различия и устойчивият процес на комуникация като условие за постигане на сигурност и стабилност в европейското публично пространство“, сборник с доклади и научни съобщения от международна кръгла маса „Европа през 21-ви век: регионалната

сигурности и необходимите реформи в ЕС“, поредица „Наука, образование, сигурност“, том 4, с. 398 – 403, НБУ, 2017, ISBN 978-954-535-953-8

- „Форми на диалогичност при комуникацията в условия на криза с вътрешните публики на организацията“, сборник научни доклади от Втора кръгла маса, „Проблеми на обществената комуникация“, с. 212-220, „За буквите - О Писменахъ“, 2016, ISSN 2534-9430

- „PR подходи за обезпечаване на доверие във високоерархични държавни институции“, Бюлетин на МВР Академия, Факултет „ПБЗН“, бр. 23, 2016, с. 203-215, ISSN 1318-6687

- „Приоритизация на комуникацията в условия на криза“, Knowledge in Practice, International Journal Scientific Papers Vol. 15.1, p. 207 – 212, 2015, ИКМ-Skopje, ISSN 1857-92

- „Имиджът на застрахователната организация като основен капитал“, Електронно научно списание Newmedia21, 2013, ISSN 1314-3794

- Светослава Ковачева, Димитър Димитракиев, Божанка Вуцова, „Използване на съвременни технологични стандарти на комуникационна свързаност в системата на образованието“, сборник научни трудове от осма международна научно-приложна конференция „Мениджмънт на иновациите“, стр.61-65, 2010, ISBN 978-954-635-004-6.

Всички научни публикации на кандидатката са в областта на стратегиите и тактиките на PR. Те имат теоретична, а така също и практическа насоченост.

Научноизследователска дейност на кандидата. Научни постижения

Анализираната проблематика в представените за конкурса от кандидатката научни трудове отразява не само нейните научни интереси, но е много тясно свързана с преподаваните от нея научни дисциплини.

Поради ограничения обем ще спра своето внимание само върху най-важните научни достойнства в представените за рецензия трудове.

Монографията „Събитийни комуникации - от Бернайс до Фейсбук“ разглежда съвременни актуални модели за комуникационно въздействие и взаимодействие чрез събития. Последните в настоящия труд са анализирани като техника в публичен рилейшънс, притежаваща изключителни по своята ефективност възможности за постигане на взаимодействие между организациите и техните публики – външни и вътрешни. Спокойно може да се каже, че в книгата понятията „събитийни техники“ и „събитийни комуникации“ обосновано придобиват теоретически и практически институционални и категориални значения и стойност за инструментариума на публичен рилейшънс.

Контекстуално разгледаните събития в зависимост от техните характеристики и признаци поставят основата на една нова за публичен рилейшънс технология, а именно типология на събитията.

В тази, на пръв поглед, твърде проучвана проблематика (от Бернайс до наши дни), да синтезиращ, да насочиш вниманието и в крайна сметка да търсиш новото, изисква не само професионален опит и компетентност, но и изследователски поглед и хъс.

Не случайно основният акцент в монографията е поставен върху събитието. В монографията от една страна, са представени идеите, концепциите на различните научни школи, но заедно с тях са изложени позициите на автора. Събитието е анализирано в зависимост от контекста

на случването му – самостоятелно или в рамките на паралелно протичащи такива. Предложен е систематичен подход към видовете планирани събитията според техните външни и вътрешни признаци. Изброени и анализирани са близо 18 признака, на основата на които събитията могат да се типологизират. Събитието, като комуникационна техника и използването му за взаимодействие с публиките, е проследено от времето на зараждането пбблик рилейшънс като социална технология до днес.

Вторият акцент в монографията е поставен върху възможностите на планираните и организирани събитията за достигане до определени целеви публики на организациите. На основата на утвърдени класификации за вътрешни и външни публики, са посочени начини за интегрирането на последните две групи посредством събитийни комуникации. Класическите техники в пбблик рилейшънс като спонсорства, меценатства, пресконференци, брифинги и други са разгледани от аспекта на предварително планирани, организирани и проведени събития с внимателно преценени и прогнозиран резултатност и ефективност. Също така са представени и актуални, нестандартни, но приложими и прилагани форми и формати на събития за вътрешни и външни публики. В тази част на монографията критично е анализирано адаптирането на събития за реализацията на маркетинговите цели на организациите.

Особено актуален е анализираният в монографията проблем за възможностите за надграждане, обогатяване и взаимодействия при онлайн и офлайн събития. Проследени и отличени са както предимствата, така и недостатъците на съвременните приложения на цифровата глобална среда за планиране и организиране на събития.

В монографията събитието, по принцип, се третира като ефективна техника за двупосочна и неопосредствана комуникация с публиките на организациите. В епохата на интернет специално внимание е обърнато на специфичните различия по отношение на ефективността на офлайн и

онлайн събитията. Онлайн събитията се категоризират като технически двупосочни в полето на комуникацията, но опосредствани от цифровата медийна среда, която респективно минимализира тяхната резултатност.

Принос на представената монография на д-р Ковачева е концептуализацията на основни класически и актуални, еволюирали спрямо съвременното техники за достигане до целеви аудитории посредством събитийни комуникации с цел постигане на максимална ефективност на взаимоотношенията организация – целеви публики.

Без да претендира за абсолютна изчерпателност, монографията „Събитийни комуникации – от Бернайс до Фейсбук“, може да се определи като заявка за бъдеща разработка в областта на така избраната и поставена проблематика.

Проблемът за събитието представлява огромно поле за анализи с различни сечения и пресечни точки, които от своя страна водят към нови зависимости и нива на разглеждане. В тази връзка моята препоръка към кандидатката е да развие и обогати анализирания информационен масив в посока на тенденциите за прилагането на събитията в областта на конфликтни и кризисни ситуации, ескалирани или разрешавани със специфични подходи на PR технологията.

Сигурен съм, че монографията „Събитийни комуникации от Бернайс до Фейсбук“ ще представлява интерес за различни групи – студенти, специалисти в областта на връзките с обществеността, както и на експертите по комуникация.

Вторият рецензиран от мен труд е „Пъблик рилейшънс стратегии и тактики“. Предложеният учебник съдържа 10 ключови теми, свързани със стратегическото и тактическо планиране в пъблик рилейшънс. Подтемите излагат съдържание, изясняващо детайли и тънкости при приложението на основните комуникационни техники в пъблик рилейшънс. В контекста на актуалното и модерното им приложение учебникът дава ясни определения

за стратегии, тактики и техники на пбблик рилейшънс. Всяка една отделна тема завършва с практически задачи и въпроси за дискусия, които имат за цел да предизвикат критични разсъждения, осмисляне и намиране на креативни подходи за разрешаване на потенциални усложнени практически казуси. Темите се допълват от литературни източници в полза на разширяването на познанията по тях от страна на студентите.

Както и в монографията, така и тук, като основна съвременна действаща и ефективно въздействаща техника на пбблик рилейшънс е определено събитието. Представени са основните външни и вътрешни признаци на събитията, като са разграничени характеристиките на псевдосъбитията. Не са представени обаче ясни модели на приложение на псевдосъбития и събития. В същото време събитието като дефинитивна техника на пбблик рилейшънс е разгледано със своите функционални и дисфункционални характеристики при използването му изцяло в онлайн или в офлайн среда. Съществен момент в концептуализирането на учебното пособие е синтезът и определянето именно на основни действащи в стратегически и тактически план похвати на пбблик рилейшънс спрямо важни и приоритетни за ПР субектите публики.

Отделна тема в учебника е посветена на предимствата и недостатъците при използването на различни ПР техники в дигиталното пространство. Ясно определени са действащите и приложими техники на пбблик рилейшънс за различните приоритетни публики – съответно външни и вътрешни. Специално внимание е отделено на спецификата на работа с медиите. Предложеното учебно помагало представя и синтезирани правила за стратегическо планиране и бюджетиране на комуникационните програми. Също така, в заключителната част са обобщени важни съответствия и несъответствия в инструментариума на двете ясно разграничени социални технологии – пропагандата и пбблик рилейшънс.

Приемам посочените от авторката приноси и считам, че действително представената монография „Събитийни комуникации - от Бернайс до Фейсбук“ представлява едно задълбочено изследване, в което обстойно се анализира приложението на теорията на мрежите в маркетинговата дейност и има своето място в българската научна литература и практика.

Също така считам, че разработените теми в представения учебник „Пъблик рилейшънс стратегии и тактики“ дават и ясна представа за действащи комуникационни техники и антитехники в тази социална дейност. В този смисъл то е едно необходимо учебно помагало на студентите от нашия факултет.

Като цяло давам висока оценка на научните и практическите резултати от нейната преподавателска и научноизследователска дейност в областта на връзките с обществеността и медиите.

Заключение

Представените научни трудове и преподавателската дейност на гл.ас. д-р Светослава Ковачева ми дават основание да дам положителна оценка за нейната кандидатура, както и да препоръчам на Научното жури да бъде избрана за доцент по Връзки с обществеността - стратегии и тактики на връзките с обществеността по направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.

Гр. София

14.03.2018 г.

Проф. д-р Венцеслав Бондиков