



## РЕЦЕНЗИЯ

за придобиване на образователната и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – управление на репутационни кризи)

с дисертационен труд на тема: „Управление на бизнес-репутацията при кризи с пандемичен характер (2020-2023)”,

представен от Богомила Василева Колева, редовен докторант в катедра Комуникация и аудиовизуална продукция на Факултета по журналистика и масова комуникация

с научен ръководител: проф. д-р Николай Михайлов

рецензент: проф.д-р, дсн Добринка Ст. Пейчева

### **1. Представяне на докторанта въз основа на подадената документация**

Богомила Василева е възпитаник на СУ “Кл. Охридски“. Завършила е бакалавърска степен по социология в СУ “Кл. Охридски“ през 2015 г. Продължава обучението си в магистърска степен във ФЖМК и през 2017 г. е вече магистър по Връзки с обществеността.

От 10 февруари 2020г до 10 март 2023 г. е редовен докторант отново във ФЖМК с първоначален научен ръководител проф д-р Чавдар Христов, а по-късно, поради неговата кончина - с научен ръководител проф. д-р Николай Михайлов.

Защитата се провежда на основание на изпълнение на всички законови изисквания-положени успешно докторантски изпити, успешна публикационна и научно-изследователска дейност, и на Заповед № РД 38-140 от 29.03.2023 на Ректора на СУ “Кл.Охридски“.

### **2. Оценка на качествата на дисертационния текст**

– (Актуалност и значимост на труда)



Дисертационният труд на Богомила Колева е успешно научно-приложно постижение. Изборът на темата е детерминиран от голямо присъствие на последични кризи, съпътстващи безпрецедентната пандемичната COVID-19 година.

Високата оценка на актуалността на темата на дисертационния труд се определя не само от самата актуалност на предизвиканата от пандемията криза, но и от допълнителни кризи и ефекти.

Актуалността се допълва и с предлагането на релевантни модели и добри практики за справяне с последиците от кризата в страната и чужбина.

Актуалността и е защитима и от факта, че макар и преминала своя апогей, все още научните трудове в тази тректория са незначителен брой. В този смисъл теоретизацията на кризисен комуникационен мениджмънт, свързан с корона-вируса и с преодоляването на съпътстващите го кризи, е изключително значим теоретичен ресурс.

Както сама споделя дисертантката, усилията и са продиктувани от нейната „мотивация за лансиране на теоретични и практически насоки за ефективното справяне на засегнатите организации, с цел да запазят доверието на важните си публики и за поддържане на добра репутация. Продиктувани са и от „убедеността и, че мениджърите трябва да положат значителни усилия както „за кризисното овладяване, което изисква координиран, бърз отговор, но и за осъществяването на по-дългосрочни стратегии, свързани с изповядваните ценности от страна на компаниите, тяхната експертност при вземането на решения, адекватното им представяне, и споделянето на ресурси, ценни за общността“.

Съдържайки всички задължителни атрибути – увод, цел, задачи, предмет, обект, научна теза, описана методология, дисертационен текст в структурирани глави, заключение и приложения на инструментариума, както и на самостоятелно подготвените и релизирани социологически изследвания, дисертационният труд, по моя оценка, е една успешна научно-приложна разработка в рамките на 202 страници с преобладаващо използване на релевантни български и чуждестранни автори.

Ролята на комуникаторите и на кризисните специалисти е видяна от дисертантката като основополагаща за извеждане на негативни последици от кризи в благоприятна за организацията посока, а натрупаното доверие в нейния експертен потенциал и непрестанната работа в тази посока, водят, отново според нея, до подкрепа и лоялност, като ценен ресурс за справяне с критични моменти и за задържане на лидерска позиция.



Разкривайки медиите като основен посредник между бизнес, държава и общество тя откроява тяхното значение като ключово за преодоляването на кризите. Точно в този план докторантката вижда основното предизвикателство за управление на информацията, която се изпраща, така че „да достигне до ключовите им публики коректно, без изкривяване,

Изследвайки начините за пренастройване на компаниите спрямо съществуващата кризисна реалност, включително съществуващите успешни практики за изграждане на релевантни управленски решения за справяне с кризи, авторката се е насочила към търсене и предлагане на конкретни качествени модели.

**Целта, която си е поставила** дисертантката е релевантна - да „разкрие ролята или спецификата на кризисния мениджмънт за изграждането на бързи, адекватни и релевантни решения за справяне в условия на кризата от страна на компаниите, съобразени със сферата, към която принадлежат“, като тезата и е, че

„управлението на бизнес-репутацията при кризи с пандемичен характер трябва да се основава на изграждането на ефективни комуникационни стратегии и процедури на кризисния мениджмънт - както за справяне с тях, така и за превенция на риска от повторното им възникване.

**Дисертантката си е поставила резонни ограничения, свързани с:**

- **времения интервал** - обхванат е периодът от 2020 до началото на 2023 г.

- **квотния принцип** - Разгледани са конкретни примери от практиката, които са свързани с изграждането на предимно успешни бизнес модели.

- **представителност** – **проведено е онлайн** анкетното проучване, поради пандемията.

Избраните медии са подходящи - обект на анализи са **комуникативни единици**, публикувани на интернет сайтовете на обществената телевизия (БНТ) и на двете най-гледани национални телевизии, а именно Нова телевизия и ВТВ, свързани със съответни кризисни ситуации и протести.

**Авторката е подхождала с едно завидно количество изследователските интенции**, които е опитала реализирала в дисертационния труд. Осъществила е :

1. Анализ на специализирана литература в областта на кризисния и комуникационния мениджмънт, управление на репутация в условия на криза, медиите и ПР-а, осъществени в първа глава, както и където е релевантно и в останалите глави.



Анализът е навременен и може да се разглежда като своеобразен наричник по темата за други докторанти и не само за тях;

2. Дълбочинни интервюта, свързани с проследяване на вътрешната динамика на компаниите за справяне с кризата.
3. Опит за анализ на документи. Имат се предвид свалените или резюмирни текстове на телевизионни репортажи, включени постове от соц. мрежи, интервюта и др. аудиовизуални продукти от трите медии, включително и някои авторски статии в тях, относно фактически реакции на бизнеса в условия на пандемичната криза като са търсени позитивни практики, свързани с тяхната репутация. (Отсъства научно обоснована структуризация на анализа)
4. Изследване и анализ на случаи (case studies) на реални кризи, превърнали се в репутационни.
5. Измерване на кризи (опити)
6. Анализ на резултати от проведеното онлайн проучване и графично представяне на изводи.

– **Използваните методи** в дисертационния труд са качествени и количествени, доколкото е осъществено онлайн анкетно проучване и вторичен анализ на съществуващи данни - доклади на Световната здравна организация, доклади на Световната и Европейската централна банка и др. **Постигната е висока степен на операционалност за изследване и анализиране и е достигната висока степен на коректност относно събирането, обработката и анализа на емпирични данни. Висока е и степента на съдържателна достоверност на материала, върху който се градят приносите на дисертантката.**

Богомила Василева е усвоила умения за самостоятелно съставяне на въпросник и за провеждане на дълбочинно интервю чрез прецизирана извадка, съобразена с профила на респондентите, подготвила и провела е „case study“ с фокус върху причинно-следствени връзки. Извела е и **релевантни работни понятия** - организация, криза, репутационна криза, кризисен мениджмънт, комуникационен мениджмънт, управление на репутацията, медийно. Отсъства обаче понятието *медийна публикация*, а във основа на него релизира анализи, извежда доказателства и изводи. Събирането на първична информация е изпълнено относително коректно, съобразявайки се както с предварителните изисквания, така и със самото събиране. Това се отнася както за провеждането на дълбочинните интервюта с мениджъри, изпълнителни директори на



фирми и пр., така и с изследването на случаи (case study) на действителни репутационни кризи, с провеждането на онлайн анкетно проучване в google forms, с анализа на получените резултати и извеждане на изводи и препоръки.

### **Библиографска осведоменост**

Докторантката разкрива добра *библиографска осведоменост* относно проучването на *теоретичните източници по темата* на дисертационния труд - както на българска, така и на чуждестранна литература.

Налице е съответствие на текста на автореферата с текста на дисертационния труд

*В дисертацията се открояват* нови подходи към съществени страни на вече съществуващи теории, модели и хипотези. С този труд се допринася за увеличаване на броя на изследванията в тази траектория.

### **Бележки и препоръки**

1. Не приемам за ограничение, че анкетното проучване си има своето времево ограничение по отношение на валидността на резултатите. Във всички изследвания валидността на резултатите е само за определения период

2. Методите не са изведени с наименовенията си, а по-скоро са вградени в описателен текст

3. Въпреки че се говори за глави в дисертацията в самото Съдържание на дисертацията, те са експлицитни по-скоро като части, отколкото като глави. По същия начин е представено съдържанието и в автореферта

4. В раздела Измерване на кризата в сектор Хотелиерство и ресторантьорство-Протестни действия от страна на ресторантьори (2020-2022 г.): свалените в сайтовете репортажи по телевизията са представени като публикации, които се анализират – Какво се има предвид под медийни публикации за протестите? Свалените и публикувани в писмен вид репортажи – публикация ли са? Комуникативните единици, от които се състои една телевизионна програма и се измерва въздействието и са ли телевизионни статии. Излиза че щом са свалени или резюмирани на тв сайта са станали статии

На стр. 88 от дисертацията отсъства операционализация на понятията медийно въздействие, въпреки че в автореферата и в дисертацията н стр 14 пише че е направена в раздел 1.7 .



## Приноси

Към самооценката на дисертантката за приносите имам известно притеснение есългсие с някои от тях . С първия че „в резултат на анализ на медийни публикации, относно реакциите на бизнеса в условията на пандемична криза, (които на са собствено идентифицирни какви са), са изведени най- разпространените успешни управленски стратегии за справяне с негативните последици от COVID-19.

Съгласна съм с втория изведен принос .

Допълвам още един принос - проведено е самостоятелно анкетно проучване, което има за цел да установи нивото на антикризисна култура на организациите в България, както и е аргументирана необходимостта от изготвянето на антикризисни стратегии, които трябва да са част от редовната управленска практика.

Към него като приноси могат да бъдат добавени и проведени дълбочинни интервюта, онлайн анкета сред 50 ръководни кадри, изследванията на случай и др.

## По темата н дисертцията дисертантката има 3 научни публикации

1. Колева, Богомила. Методи за справяне с рисковете от възникването на кризи в бизнеса. Статия за онлайн изданието за изследвания, анализ и критика- Newmedia21. Достъпно от: <https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/metodi-za-spravyane-s-riskovete-ot-vaznikvaneto-na-krizi-v-biznesa/>
2. Колева, Богомила. Стратегии за управление на бизнес организацията в условия на криза. В: Медии и комуникации- том 2/2022. Научен сборник на докторанти от ФЖМК, София: УИ Св. Климент Охридски, 2022, с. 89.
3. Колева, Богомила. Методи за справяне на бизнеса с кризата от COVID-19. В: Том 3 "Пътища към устойчивото развитие: подходи и приноси на социалните науки" Сборник Доклади на Националната школа за докторанти и млади изследователи в социалните науки. (in press, forthcoming article)

Дисертантката има и 4 участия в научни конференции :

1. Участие с доклад на тема: „Методи за справяне на бизнеса с кризата от COVID-19“ в обем от 14 стр. на Юбилейната международна научна конференция „Комуникацията и медиите на ХХІ век: образователни и професионални предизвикателства“, организирана от Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ 27-28 октомври 2022 г.
2. Участие с доклад в Научно-образователния докторантски семинар „Медии и комуникации“ на Факултета по журналистика и масова комуникация, проведен на 26



ноември 2021 г. в рамките на Климентовите дни 2021 г. на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

3. Участие с доклад на XIII Национална школа за докторанти и млади изследователи в социалните науки към БАН. "Пътища към устойчивото развитие: подходи и приноси на социалните науки" . Място: Институт за изследване на населението и човека. БАН, на 27.05.22г., с доклад на тема: "Методи за справяне на бизнеса с кризата от COVID-19"

4. Участие с доклад на Научно-образователния докторантски семинар на ФЖМК „Медии и комуникации“, който се проведе на 12 и 13 декември 2022 г.

Направините препоръки не намаляват научната стойност на дисертационния труд, която е висока, особено във време на здравни кризи

В заключение констатирам, че са изпълнени изискванията на Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ за апробиране и оповестяване на резултатите от изследването според чл. 5, т. 5 и дали са покрити минималните национални изисквания по чл. 63, ал. 1, т. 4 и чл. 69, ал. 3.,

и, че дисертационният труд на Богомила Колева “ Управление на бизнес-репутацията при кризи с пандемичен характер (2020-2023)” - редовен докторант в катедра *Комуникация и аудиовизуална продукция* на Факултета по журналистика и масова комуникация с научен ръководител проф. Николай Михайлов,

притежава нужните качества за придобиване на образователната и научна степен „доктор“, поради което обявявам, че ще гласувам с Да Богомила Василева Колева да получи образователната и научна степен „Доктор“ по Медии и комуникации – (Управление на репутационни кризи) в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Рецензент: проф. д-р, дсн Добринка Станчева Пейчева,  
Югозападен университет „Неофит Рилски“

Дата: 05.06.2023 г.