

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д.н. Николай Георгиев Палашев

**Университет по библиотекознание и информационни технологии
/УниБИТ/**

на
дисертационния труд на Вилиана-Мария Николова „Особености на
формиране и реализация на концепцията за корпоративно
гражданство /социална отговорност на бизнеса/ в България”,
представен за присъждане на образователна и научна степен „доктор”
по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността)

I. Обща характеристика на труда на кандидата

Дисертационният труд „Особености на формиране и реализация на концепцията за корпоративно гражданство /социална отговорност на бизнеса/ в България” от структурна и съдържателна гледна точка отговаря на тематиката, критериите, изискванията и спецификата на професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността) и за присъждане на образователна и научна степен „доктор”.

Дисертационният труд отразява достатъчно задълбочените научни достижения на кандидата в областта на обществените комуникации и в частност в аспекта за комуникационното и информационно подсигуриране на социалната отговорност на бизнеса и концепцията „корпоративният гражданин“. Наред с това, следва да се подчертаят задълбочените познания на дисертанта по отношение на сравнителния анализ при изследването на проблематиката, свързана с влиянията, осъществявани на основата на същността и характеристиките на т.нар. „корпоративен гражданин“, общественото мнение и спецификата на институциите.

Структурата, съдържанието и обемът /234 стр./, включително и приложенията, на дисертационния труд са подчинени на логиката на поставените цел и задачи, като тяхното разработване е изчерпателно и убедително. Избраните от кандидата подходи и методи на изследване са дали възможността за вникване и анализ в пълнота на проблематиката, свързана с разкриването на особеностите на т.нар. „корпоративно гражданство“. В този смисъл ще отбележа, че е очевидна компетентната консултация на научния консултант проф. Здравко Райков, който у нас за първи път разработва концепцията за „корпоративния гражданин“.

Проблемната област е ясно дефинирана, а именно – нарастващото значение на корпоративното гражданство, преди всичко като идея, но и като инструмент във връзка с устойчиво, креативно и отговорно присъствие на бизнес организациите в социално-политическите, а защо не и културологични процеси в контекста на глобализация се свят. Тук ще отбележа, че претенцията на дисертанта за защита на тезите в дисертационния труд се подкрепя от осъществените преди това публикации, а именно: „Корпоративната социална отговорност – психология на успеха в условията на криза на доверие“, 2001; „Връзките с обществеността за реализирането на корпоративната социална отговорност в условията на криза“, 2002; „(Не)стандартни ПР практики за корпоративен имидж“, 2012 и „Ролята на връзките с обществеността за преодоляването на актуални социални проблеми (Комуникационни кампании на СПБ за влияние върху обществените нагласи към употребата на алкохол от непълнолетни), 2012.

Предложената за рецензия дисертация притежава достатъчна актуалност и значимост, още повече в реалитета на противостоенето между

неоимперските и мрежови геополитически центрове по отношение на икономическото развитие и ново преразпределение на пазарни влияния. Като акценти в това отношение могат да бъдат посочени разработените тематични линии, а именно – преходът от „традиционен“ към стратегически подход при решаването на предизвикателствата пред корпоративния субект, приел за присъщи характеристиките на корпоративното гражданство; спецификата и влиянието върху култивирането на бизнеса вследствие въведените закони, разпоредби и правила, представляващи общоевропейска нормативна практика в рамките на ЕС; изследването на добрите практики в областта на социалната отговорност на бизнеса и корпоративната култура; фиксирането на новите характеристики, поведенчески модели и начин на мислене от страна на бизнес организациите, които могат да се определят като „корпоративен гражданин“.

Ползваната литература от кандидата е от автори, които са безспорни авторитети в своите проблемни научни области и в този смисъл считам, че посочената библиография, като имам предвид и нейния обем, напълно съответства на характера и спецификата на дисертационния труд.

Представеният от кандидата Автореферат отговаря на изискванията.

II. Обща характеристика и оценка на резултатите и приносите в дисертационния труд

Заложените тези от дисертанта в труда „Особености на формиране и реализация на концепцията за корпоративно гражданство /социална отговорност на бизнеса/ в България” се отличават с прилагане на интердисциплинарния подход спрямо анализ на многостранните проблеми, свързани, както с променящата се обществена и бизнес среда, така и по отношение на формиращата се нова същност на бизнес организациите, отразяваща се на публичния им образ, а от тук и по отношение на обществените нагласи. В този смисъл, при изследването на проблемните области, е отчетен фактът на сблъсъка между паралелно съществуващи в момента доктрини, а именно корпоратизма и корпоративността. Наред с това е поставен на анализ и въпросът за това доколко успешният изграденият публичен образ на бизнес организациите, определяни като „корпоративен гражданин“ влияе върху елиминиране на стереотипите, а оттук и върху разширяването на бизнес позициите им.

1. Научни области и проблеми, по които кандидатът е работил

Научно-изследователската и научно-приложната дейност на дисертанта напълно покриват научните полета, обобщени и заложили още в тематичното заглавие на дисертационния труд.

Като основни акценти в Първа глава, могат да се посочат: направения преглед и анализ на развитието на идеята за социалната отговорност на бизнеса; анализ на параметрите на концепцията за „корпоративния гражданин“ и нейното комуникационно-информационно обезпечаване в

публичното и медийно пространство; анализ на характеристиките и особеностите на „корпоративния гражданин“, разбиран като организирана структура. Заслужава интерес направеният анализ върху моделът на Каръл от гледна точка на българската интерпретация.

Във Втора глава ще отбележа като акценти следните разработени тематични линии: анализ на спецификата на социалната отговорност на бизнеса като процес в рамките на кооперирането на икономиката на страните членки на ЕС; анализ на ефективността на заложените бизнес стандарти при развитието на европейския и в частност българския бизнес; анализ на упражняваните влияния от страна на мултинационалните компании върху обществените нагласи и стандарт на живот; анализ на ефективните комуникационни практики и политики по отношение на социалната отговорност на бизнеса.

При Трета глава, акцентите, които ще отбележа като особено стойностни са: анализ на аспектите на публично фиксиране на действията и актовете, свързани със социалната отговорност на бизнеса; направения анализ за необходимостта от ефективни комуникационни политики на корпоративните субекти по отношение на корекции и влияние върху протичащите процеси в контекста на икономическата и социална среда в България; направения анализ по отношение на нагласите и начина на мислене при корпоративните субекти за социалната отговорност, а именно, че под „социална отговорност“ в масовия случай се разбира единствено дарителски и благотворителни акции, водещо до неустойчив социален ефект.

В Четвърта глава, като акцент ще посоча: направения анализ на добрите корпоративни практики по прилагане на реална социална отговорност на бизнес организациите; направения контент анализ на журналистически публикации във връзка с различните по вид и тип инициативи на социална отговорност; направения анализ на ефекта спрямо формирането на обществени нагласи от провежданите медийни политики от страна на корпоративните субекти.

2. Характеристики на научно-теоритичната и научно-приложната стойност на дисертационния труд

При прочита на дисертационния труд „Особености на формиране и реализация на концепцията за корпоративно гражданство /социална отговорност на бизнеса/ в България” установявам, че с достатъчно висока научна стойност е защитен предметът на изследването, отнасящ се до същността и спецификата на корпоративното гражданство по отношение на социално-икономическия живот. В този смисъл са разкрити влиянията и обвързаността между тезите на концепцията за „корпоративния гражданин“, комуникационно-информационните политики и практики и комуникационната култура, като част от промяната на бизнес средата в посока на устойчивост на общественото развитие.

Ще отбележа няколко момента в дисертационния труд, които считам, че са в подкрепа на претенцията на Вилиана-Мария Николова за придобиване на образователната и научна степен „дктор” по научна специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика–Връзки с обществеността).

Преди всичко това е добре разработеният въпрос за функционалността на „корпоративното гражданство“ по отношение на култивирането на отношенията и връзките между корпоративния субект и обществото като цяло. Тук особено важно е да се подчертае, че дисертантът е успял да очертае параметрите и характеристиките на ефективния публичния образ на бизнес организациите, възприемани като „корпоративен гражданин“, разбира се и като перспектива. Към това ще прибавя и посоченото по отношение на посоката, която би следвало да се следва от корпоративните субекти в името на една позитивна промяна на отношенията, връзките и средата в контекста на бизнеса. И в този смисъл е особено ценен анализът върху спецификите на провежданите политики в тази обществена сфера в България от една страна и от друга в ЕС. Ще отбележа и усвоения от кандидата терминологичен апарат, което говори за задълбочени познания в проблемната област.

На второ място, ми се струва, че е необходимо да се посочи направеният анализ върху аспектите и рефлексите от приложението на Европейската стратегия по отношение на корпоративната социална отговорност.

На трето място ще поставя задълбочено разработения въпрос за медийното моделиране на публичния образ на корпоративния субект по отношение на неговите политики за социална отговорност. Подчертавам достатъчно добре разработения въпрос за ефективността на комуникационните канали.

Като се има предвид посоченото, както и цялостта на изследването, установявам, че кандидатът е успял да постигне поставената в дисертационния труд цел. Необходимо е да се подчертае, че в подкрепа на това са и поместените графики и приложения.

3. Основни научни и научно-приложни приноси

Убедено приемам и потвърждавам стойността на посочените научни и научно-приложни приноси, а именно: претенцията за това, че дисертационният труд е един от малкото занимаващи се проблематиката на социалната отговорност на бизнеса и че на практика се явява като част от теоритичния фундамент на тази проблематика; защитеният научно теоритичен модел на публичния образ на корпоративния субект, припознаващ се като „корпоративен гражданин“; идентифицирането на факторите, оказващи влияние върху материализирането на концепцията за корпоративното гражданство; комуникационните и информационни аспекти на корпоративното гражданство, разгледани и научно доказани в

дисертационния труд, действително представляват привнасяне на нови стойности в областта на обществената комуникация, при това с ясно установено практическо приложение.

Като имам предвид казаното, то считам, че в дисертационния труд са намерени доказателства в подкрепа на заложените хипотези.

Посоченото по-горе е в подкрепа на мнението ми, че приносите на дисертационния труд са доказано авторски. Наред с това, тези приноси имат безспорна приложимост в областта на обществената комуникация и в частност на бизнес комуникацията.

III. Критични бележки

Считам, че дисертантът със своя труд разширява и задълбочава изследователските търсения в областта на обществената комуникация и в частност в областта на бизнес комуникацията, и поради това нямам особени критични бележки, освен:

Необходимо да се разработи по-обстойно въпросът за обратната връзка между медиите и корпоративния субект при третирането на информация, свързана със социалната отговорност. Това би могло да се позиционира в Глава втора, в рамките на т. 2.1.6.

Би следвало по-задълбочено да се изясни въпросът, отнасящ се до влиянието на публичния образ корпоративния субект при взимане на управленски решения от страна на овластените с политическа власт, като това може да се впише също в Глава втора, в рамките на т. 2.1.8.

И една препоръка – след съответна редакция и реструктуриране на дисертационния труд, да се популязират тезите и идеите на дисертанта като монография.

Разбира се, посочените тук бележки и критики в никакъв случай не намаляват научното и научно-приложното значение на дисертационния труд. Напротив, те са направени единствено в посока на неговото обогатяване и повишаване на научната му и научно-приложна стойност.

IV. Заключение

Като имам предвид посочените тук научни и научно-приложни достойнства на дисертационния труд на кандидата, както и направените приноси в областта на обществената комуникация и бизнес комуникацията, както и по отношение на същността и значението на въпроса за социалната отговорност на бизнес организациите, убедено предлагам на уважаемото жури да присъди на Вилиана-Мария Николова образователна и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността).

Рецензент:
(Проф. д.н. Николай Палашев)