

# С Т А Н О В И Щ Е

за научната и творческа дейност на доц. д-р Мила Иванова Серафимова и на д-р Боян Асенов Кутевски, кандидати за заемане на академичната длъжност „доцент” в СУ „Св. Климент Охридски” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на връзките с обществеността) в конкурс, обявен в ДВ, бр. 93 от 26 ноември 2019 г.

**Член на научното жури: проф. д.н. Любомир Стойков**

## 1. Данни за конкурса

Прегледът и анализът на представените документи показва, че настоящият доцентски конкурс е обявен правомерно от катедра "Комуникация, връзки с обществеността и реклама" на Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“ и обнародван в Държавен вестник, бр. 93 от 26 ноември 2019 г.

Конкурсната процедура е според изискванията на новия Правилник за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ, приет с решение на Академичния съвет на 31 октомври 2018 г., изменен и допълнен с решение на Академичния съвет от 29 май 2019 г., изменен и допълнен с решение на Академичния съвет от 17 юли 2019 г., изменен и допълнен с решение на Академичния съвет от 25 септември 2019 г., изменен и допълнен с решение на Академичния съвет от 30 октомври 2019 г., както и е съобразен с критериите в Закона за развитие на академичния състав на Република България. В настоящия конкурс за „доцент” документи са подали доц. д-р Мила Иванова Серафимова и д-р Боян Асенов Кутевски.

## 2. Данни за кандидатите

**Доц. д-р Мила Серафимова** е била редовен докторант в катедрата на UNESCO „Връзки с обществеността” във ФЖМК на Софийски университет „Св. Климент Охридски” в периода 1996 – 2000 г. Защитава дисертацията си на тема „Управление на медиите - етичен аспект“ през 2001 г. в Специализирания научен съвет по философия. През следващите години е хоноруван преподавател по медия мениджмънт във Факултета по журналистика и масова комуникация. Доц.

Серафимова е била преподавател по „Ефективна комуникация“ в занятията по връзки с обществеността с офицери от страни – членки на НАТО, респ. NATO School (SHAPE) - NATO Public Information Course. Главен асистент е в катедра “Лидерство” на Факултета “Национална сигурност и отбрана” във Военна академия “Г. С. Раковски” (2009 - 2010). През следващите десет години тя е доцент по публични комуникации в сигурността и отбраната в катедра “Лидерство” във Факултет “Национална сигурност и отбрана” на Военна академия “Г. С. Раковски”.

Мила Серафимова има специализации и допълнителни квалификации в редица престижни чуждестранни центрове и институти, като George C. Marshall European Center for Security Studies, Leaders of 21st Century Course, Гармиш-Партенкирхен, Германия; Defense Information School of the department of Defence, USA, Fort Meade – Diploma in Public Affairs Officers Qualification Course; Defense Language Institute, USA, Lackland Air Force Base, Texas – Diploma in Specialized American Journalistic Language Course; NATO School (SHAPE) - NATO Public Information Course и др. Професионалната кариера на доц. Серафимова свидетелства за натрупан добър опит в сферите на журналистиката и публичната комуникация, в т.ч. във в. „Стандарт”, в Пресгрупа „168 часа” и др. Тя е работила също така и като експерт по връзки с обществеността в Министерството на отбраната.

**Д-р Боян Кутевски** е бил докторант във ФЖМК в периода 2003 – 2007 г. Темата на неговата дисертация е “Функции на убеждаващото въздействие в пропагандата и пбблик рилейшънс”. От 2011 до 2013 г. е доцент в Колежа по мениджмънт, търговия и маркетинг в София, където преподава “ПР и управление на репутацията”, “Политически маркетинг” и “Бранд мениджмънт”. Има университетски преподавателски опит в Нов български университет – департамент „Кино, реклама и шоуубизнес“, където е главен асистент между 2012 и 2017 години. Там води в бакалавърската програма дисциплините „Копирайтинг“, „Управление на организационната репутация“, „Брандинг“, „Брифинг техники“, „Бранд мениджмънт“, а в магистърската програма - „Управление на връзките рекламна агенция - клиент“ и „Вътрешни и външни ПР

комуникации“. Бил е също програмен, политически и комуникационен консултант в различни професионални и академични структури.

Боян Кутевски притежава журналистически и редакторски опит в Нова ТВ, респ. в предаванията „Календар“ и „Лабиринт“, както и сериозен стаж на рекламен и маркетингов експерт и мениджър в Графити / БДВО, А-ТЕАМ Адвъртайзинг, Юро Ар Ес Си Джи София, МАГ Адвъртайзинг, Лавена мърчандайзинг “Летс ду” ЕООД, „Експлика“ - Агенция маркетингови изследвания и консултации и др.

### **3. Изпълнение на критериите за академичната длъжност**

Продукцията на **доц. д-р Мила Серафимова**, включваща монографии, студии, статии и др. публикации, съответства на необходимите количествени и качествени изисквания за участие в конкурса за заемане на академичната длъжност "доцент". Справката за изпълнението на минималните национални изисквания по чл. 26 от ЗРАСРБ (научна област 3. Социални, стопански и правни науки - професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки) показва, както следва – 50 точки (група от показатели А), 100 точки (група от показатели В), 270 точки (група от показатели Г) и 160 точки (група от показатели Д) или **общо 580 точки**, които са достатъчни за целите на конкурса. Приложената справка сочи, че са открити 18 цитирания на нейни публикации.

Научните трудове – монографии, студии, статии и други публикации, депозирани от **д-р Боян Кутевски**, отговарят на необходимите количествени и качествени изисквания за участие в конкурса за заемане на академичната длъжност "доцент". Справката за изпълнението на минималните национални изисквания по чл. 26 от ЗРАСРБ (научна област 3. Социални, стопански и правни науки - професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки) показва, както следва – 50 точки (група от показатели А), 100 точки (група от показатели В), 205 точки (група от показатели Г) и 60 точки (група от показатели Д) или **общо 415 точки**, които са достатъчни за целите на конкурса. Приложената справка сочи, че са открити 7 цитирания на негови публикации.

#### 4. Описание и оценка на научните трудове

Доц. д-р Мила Серафимова предлага сериозна продукция от научни текстове, депозирани конкретно за настоящия конкурс. Научно-изследователските ѝ публикации включват:

- 3 монографии, от които едната е хабилитационен труд;
- 8 статии, доклади и сборници (под нейно съставителство и научна редакция).

В трудовете на доц. Серафимова личат определено дълбочината на анализите, коректното използване на научните доказателства, оригиналността и логичността в интерпретирането на актуални комуникационни казуси и проблеми, както и екзактен академичен стил и научна лексика. Бих откरोил като особено показателни в това отношение следните ѝ трудове: Серафимова, Мила. PR в дигиталната ера, София: изд. "Ентусиаст", 2020; Серафимова, Мила. PR - теоретични основи и историческо развитие. София: изд. "Ваньо Недков", 2020; Серафимова, Мила. Основи на публичната комуникация – медия мениджмънт, София: изд. "Ваньо Недков", 2010; Серафимова, Мила. Стратегическите комуникации като инструмент на мениджмънта в сигурността и отбраната. Годишник на Военна академия "Г.С. Раковски", 1/2013, София: Военна академия „Г.С. Раковски”, 2013; Серафимова, Мила. Роля на правителствената пресслужба за осъществяване на стратегическата комуникация при кризи. В: Съвременни предизвикателства пред сигурността и отбраната. Сборник доклади от годишната научна конференция на Факултет "Национална сигурност и отбрана", 19 - 20 май 2016 г., втора част. София: Военна академия "Г.С. Раковски", 2017 и др.

Цитираните по-горе научни публикации на Мила Серафимова следва да се оценят много високо, тъй като тя професионално и обосновано съумява да очертае динамиката на връзките с обществеността в ерата на интернет и виртуалните комуникации, обогатява теорията и практиката на пиара, като поставя категорични демаркационни линии между качествената информация и дезинформацията, и не се колебае да рисува или загатва за бъдещето на дигиталния PR. Когато тя щрихира – по научен начин, разбира се, теорията и

историята на PR-а, насочва вниманието на читателите към своето схващане за оптимистична теория на връзките с обществеността, към фундаменталните принципи на пбблик рилейшънс, успоредно с новите измерения на взаимодействието между PR практики, медии и журналисти, кризисни комуникации и медийни пулове и пр.

**Д-р Боян Кутевски** заявява своите амбиции в настоящия конкурс за „доцент” със следните важни научно-изследователски трудове:

- 2 монографии, от които едната е хабилитационен труд;
- 3 студии;
- 6 статии.

**Интересни и значими са повечето текстове на автора**, сред които бих открил: Кутевски, Боян. PR – от пропаганда към мениджмънт на репутацията, София: Джей Пойнт Плюс, 2020; Кутевски, Боян. Интегрирани маркетингови комуникации. Преразглеждане, София: Джей Пойнт Плюс, 2019; Кутевски, Боян. Управлението на репутацията като нов възможен „център” на интегрираната маркетингова комуникация (ИМК) – втора част, Реторика и комуникации (онлайн), бр. 40, Юли 2019; Кутевски, Боян. Преразглеждане на концептуалната рамка за интегрирани маркетингови комуникации (ИМК) – част I, Реторика и комуникации (онлайн), бр. 38, Януари 2019; Koutevski, Boyan. Social Media Content as Stakeholder Mapping Tool. 12th CEECOM Conference 19-21 June 2019, FJMC, Sofia University и др.

Тези и останалите публикации, предложени за участието на Боян Кутевски в конкурса за доцент заслужават висока оценка. В тях авторът **компетентно и аргументирано, модерно и адекватно интерпретира** твърде значими и актуални аспекти на пропагандата, мениджмънта на репутацията, интегрираните маркетингови комуникации, филмовия брандинг, функциите на текста в търговската комуникация, рекламите на спортни стоки и др.

## **5. Научни приноси**

Представените за конкурса трудове на доц. д-р **Мила Серафимова** съдържат **значителни научни и научно-приложни приноси** към теорията и

**практиката на връзките с обществеността, комуникационната еволюция и динамика в контекста на новите дигитални технологии, анализа на дезинформацията и фалшивите новини, актуални репутационни проблеми и др.**

Признавам заявените от нея научни приноси, като по-специално ще открия това, че:

- Качествено и пионерски са обогатени и надградени теоретичните ракурси, обобщаващи промените на теоретичните модели и парадигми на публичен рилейшънс в дигитална среда;
- Успешно и навременно се стреми да преосмисли историята на връзките с обществеността;
- Адекватно е изследвана трансформацията на парадигмите в PR чрез компетентен анализ на инфлуенсърите, троловете, политическите ботове, самокомуникацията (self-communication) и др.;
- Прецизно са интерпретирани фалшивите новини и онлайн дезинформацията, чрез систематизиране на термините Fake/Noax-News, Clickbait, фабриките за фалшиви новини” и др.;
- Обогатява комуникационните и медийни науки, като дефинира ново поле в теорията на кризисния PR, свързано с противодействие на неверни твърдения онлайн и др.

**Уважение и признание заслужават и редица научни приноси, посочени от другия кандидат – д-р Боян Кутевски, сред които:**

- Добрият анализ на динамиката и промените в обществените комуникационни техники, в частност на пропагандата, ПР и мениджмънта на репутацията;
- Аналитичното и критично преосмисляне на концепцията за интегрираните маркетингови комуникации;
- Интересният и коректен ракурс към управлението на репутацията и брандинга в контекста на съвременното дигитално общество;

- Добрите изследователски опити теоретично да преразгледа интегрираните маркетингови комуникации с оглед на дефинирането на новите принципи на действие и очертаването на още по-надеждни насоки за ефективното им прилагане в комуникационната практика;

- Успешната нова стъпка към идентифицирането на значими компоненти от филмовия бранд, които могат да подействат положително на маркетинга на филма и да допринесат за ефективното брендиране на филмовата продукция с оглед на нейната резултатна публична реализация и др.

### **6. Заключение**

**Става ясно, че кандидатурите в конкурса за „доцент“ са на компетентни и уважавани колеги от комуникационния и медийния бранш, всеки от които предлага интересна и стойностна научна продукция. Особено е, че докато научните публикации на доц. д-р Мила Серафимова са по-ясно насочени и фокусирани върху теоретичните и исторически аспекти на връзките с обществеността (което пряко кореспондира със сегмента на професионалното направление), в документите и творчеството на другия кандидат – д-р Боян Кутевски, центърът е изместен по посока на интегрираните маркетингови комуникации, брендинга, отчасти – рекламата, пропагандата, търговската комуникация и пр.**

**Въз основа на всичко, изложено по-горе, както и на професионалните качества, академичната рефлексия, научните и практически приноси в сферата на теорията и историята на връзките с обществеността и на трансформацията на PR в дигиталната ера, както и на досегашната ѝ университетската и педагогическа дейност ще гласувам убедено доц. д-р Мила Иванова Серафимова да заеме академичната длъжност „доцент“ в СУ „Св. Климент Охридски“ в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на връзките с обществеността).**

26 април 2020 г.

София

Проф. д.н. Любомир Стойков