

РЕЦЕНЗИЯ

върху предоставената научна документация за избор на кандидат за заемане на академична длъжност Доцент в научно направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на връзките с обществеността) във връзка с обявен в ДВ, бр.93 от 26.11.2019 г. конкурс към ФЖМК

рецензент:

проф. дн Добринка Станчева Пейчева

В конкурса за заемане на академичната длъжност доцент са допуснати двама кандидати - доц. д.р Мила Серафимова и гл.ас.д-р Боян Кутевски.

1. Общи данни за кандидатите.

В конкурса участват двама кандидати:

- **Д-р Мила Иванова Серафимова**, е редовен „доцент“ във Военна академия „Г.С. Раковски“, Факултет „Национална сигурност и отбрана“, „Катедра „Лидерство“;
- **д-р Боян Асенов Кутевски**, е заемал академични длъжности „доцент“ до 2014 г. и „главен асистент“ до 2017 г. ;

2. Професионална квалификация

Доц. д-р Мила Иванова Серафимова е завършила през 1995 г. специалност Журналистика с профил Печат/Култура във ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“ както и степен „магистър“. През 1996 г., след спечелен конкурс, Мила Серафимова става редовен докторант в катедра „Връзки с обществеността“ на ФЖМК. През 2000 г. защитава дисертационен труд на тема: „Управление на медиите – етичен аспект“ и придобива ОНС „доктор“ - специалност „Журналистика“.

Придобива и допълнителни квалификации, свързани с разпространението и сигурността на публичната информация в страната и чужбина.

През 2010 г. гл.ас. д-р Серафимова е избрана за доцент по публични комуникации в областта на сигурността и отбраната в катедра „Психология и лидерство” към Военна академия Г.С. Раковски.

Д-р Боян Асенов Кутевски е завършил немската езикова гимназия „Проф. д-р К. Гълъбов“ в София. Завършва специалност „Връзки с обществеността“ в катедра „Връзки с обществеността“ във ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“ и придобива ОКС „магистър“ през 2002 г. Д-р Кутевски става редовен докторант в същия факултет и катедра през 2003 г., където след успешна защита през 2007 г. придобива ОНС „доктор“ по научна специалност „Политология“ с тема на дисертационния труд „Функции на убеждаващото въздействие в пропагандата и публичен рилейшънс“.

По време на докторантурата си д-р Кутевски е работил като репортер, главен редактор, специалист в PR отдел и пр. в различни български медии, професионално е ангажиран и с маркетингови комуникации.

3. Преподавателски опит

Преподавателската си дейност д-р Серафимова започва от 2001 г., водейки занятия като хоноруван преподавател във ФЖМК, СУ „Св. Кл. Охридски“. През 2009 г. заема длъжността главен асистент в катедра „Лидерство“, Факултет „Национална сигурност и отбрана“, Военна академия „Г. С. Раковски“.

Доц. Серафимова се включва активно в ръководството на бакалавърски и магистърски програми на Факултет „Национална сигурност и отбрана“, провежда ежегодни курсове по ПР за държавната администрация и местната власт, развива обучение по ПР за офицерите от Въоръжените сили. Титуляр е на дисциплините: „Връзки с обществеността“, „Кризисен ПР“, „Политически и институционален ПР“, „Медиа знание и медиа мениджмънт“, „Медиа тренинг за ръководители от държавната администрация“, „Медии и корпоративна сигурност“, „Медии и антитероризъм“, „Стратегически комуникации“ и др.

Доцент Серафимова е представила и документи за участие и организиране на конференции и дискусии и с български и чуждестранни специалисти по връзки с обществеността.

Квалификацията, образованието, преподавателската практика,, както и лекционните курсове, които води в академичните структури, в които е участвала и участва, са пряко свързани с тематиката и спецификата на обявения конкурс.

Д-р Кутевски е избран за доцент към Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг, София на 14.02.2012 г.

От 2011 г. до 2014 г. води курсове по „PR и управление на репутацията“, „Политически маркетинг“, „Бранд мениджмънт“, чиято тематика не е тясно свързана с тематиката на обявения конкурс.

От 12.05.2014 г. е главен асистент в НБУ по научна област 8 Изкуства, професионално направление 8.4. Театрално и филмово изкуство, на която позиция остава до 2017 г.

Към този момент д-р Кутевски заема мениджърски длъжности от висок ранг в консултантски компании, свързани с провеждане на политически, маркетингови и медийни проучвания и предлагане на решения.

Сравнението на справките за академичния/преподавателски стаж на кандидатите показва, че доц. Серафимова има значително по дълговременен преподавателски опит – над 10 години, според Служебна бележка и справка от Трудова книжка- 08.2010 – до сегашния момент), а д-р Кутевски – малко над 5 години.

4. Минимални национални изисквания за заемане на академичната длъжност Доцент

Според Правилника на Софийския университет за условията и реда за заемане на академични длъжности и във връзка със Закона за развитие на академичния състав, кандидатите трябва да отговарят на минимални

национални изисквания към научната, преподавателската им дейност за съответната научна област. Двата кандидати са предоставили попълнени справки/таблици съгласно с Правилника за прилагане на ЗРАСРБ (Област 3. Социални, стопански и правни науки, 3.5. ОКИН), като и двамата изпълняват необходимите минимални национални изисквания за заемане на длъжността „доцент“.

От справка за изпълнение на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност **доцент** в професионалното направление доц. Мила Серафимова има 580 точки . Броят им надхвърля значително изискуемия брой точки за заеманата длъжност

Боян Кутевски има общ брой 415 точки. Той също надхвърля изискуемия брой точки

Д-р Серафимова е представила справка за 24 известни на нея цитирания на нейни публикации., а д-р Кутевски е представил справка за 7 цитирания.

И двамата кандидати изпълняват минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност доцент.

5. Описание и оценка на научните трудове, предоставени за участие в конкурса.

Първи кандидат – доц. Мила Серафимова

В авторската справка за представените за участие в конкурса за доцент научни публикации, кандидатката доц д-р Мила Серафимова е включила по темата на конкурса 3 публикувани авторски монографии през последните 10 години: „Теория и история на връзки с обществеността: 1.хабилитационен труд "PR в дигиталната ера"на издателство "Ентусиаст"(2020, 184 стр.); 2.,,PR - теоретични основи и историческо развитие", издателство "Ваньо Недков"(2020 г. 211 стр.); “Основи на публичната комуникация – медия мениджмънт”, изд. "Ваньо Недков"(2010 г. 212 стр.), която е част от дисертационен труд.

Кандидатката представя за участие в конкурса и две колективни монографии, на които е научен редактор и съставител, две от които са публикувани едновременно в Берлин и София през 2016 г., - „, The Western Balkans on Their Path Towards EU/NATO accession: The Role of Media and (dis)information през 2019 г.

По темата на конкурса доц. Мила Серафимова е представила и 6 статии, както следва: The Bulgarian Path Towards EU/NATO accession: The Role of Media and (dis)information; “Стратегическите комуникации като инструмент на мениджмънта в сигурността и отбраната”; Институционалният ПР в България и анонимната администрация. Защо никой не иска да разговаря с призраци?; Медиите на ИДИЛ като оръжие и средство за формирането на държава.“; Информационни войни в ерата на постистината.“Роля на правителствената пресслужба за осъществяване на стратегическата комуникация при кризи“; "Интернет комуникация, медия комуникация, пбблик рилейшънс в дигиталната ера: теоретични дилеми".

Хабилитационният труд на доц. Серафимова е един значим опит за концептуализация на трансформацията на теоретичните модели и парадигми на пбблик рилейшънс.

В първа глава се прави преглед на историята на връзки с обществеността. Проследено е дефинирането на PR в историческа перспектива, теоретичните модели от 80-те години на миналия век до новите определения за PR от 2019 г. Преосмислени са основните моменти от историята на пбблик рилейшънс от гледна точка на промените в дигиталната ера и трансформацията на PR.

Втора глава "Традиционен PR vs дигитален PR" изследва тенденцията за еманципиране на дигиталния PR и отдалечаването му от теоретичния фундамент на тази приложна наука, което е оценено като вредно не само за професията, но и за клиентите в PR индустрията. Авторът защитава тезата, че скоро не-дигитален PR няма да има, което прави това разделение

изкуствено. Социалните медии, инфлуенсърите, спецификите на дигиталния PR са изследвани в монографията, като са формулирани три фактора, които променят природата на PR - социалните мрежи, крос-медията и гражданската журналистика.

Трета глава "PR в ерата на постистина" дефинира ново поле в теорията и практиката - противодействието с инструментариума на професията на неверни твърдения, разпространявани чрез дигиталните медии. Корпоративният PR и противодействието му срещу фалшивите новини води до промяна на теорията на кризисната комуникация. Трудността да бъдат еднозначно дефинирани фалшивите новини и използването на понятието за политически цели го дискредитира и то се отхвърля не само от журналистите, но и от изследователите.

Четвърта глава надгражда темата, като разширява изследването с термина "онлайн дезинформация" и проучва заплахите за изкривяване на моделите на PR, както е предприетите от Европейската комисия и НАТО мерки за противодействие на онлайн дезинформацията.

Пета глава е посветена на стратегическите комуникации като съвременен PR модел, дефинирани са техните специфики, принципи и поставянето на координацията в основата на ефективната комуникация.

На разработването на наративи като често от процеса на стратегически комуникации е отделена самостоятелна глава. В нея се концептуализира използването на наративи в PR. Освен дефинирането им, авторът изследва функциите им във връзки с обществеността.

Дигиталният PR променя в най-голяма степен теоретичните модели и практиките на институционалния PR, който е тема на осма глава.

Другата област на PR, която авторът оценява като особено силно засегната от промяната, която носят дигиталните медии и информационната среда, е кризисната комуникация, разгледана в осма глава.

В монографията е налице задълбочено познаване и собствена интерпретация на теорията и историята на PR - българската и чуждестранната. Езикът е академичен, разбираем, текстът се позовава на съвременни чужди и български литературни източници, които са коректно цитирани. Авторът се откроява с високи аналитични и прогностични умения, със собствени тези и умение да ги защитава аргументирано.

Във втората публикувана монография - "PR - теоретични основи и историческо развитие", София: изд. "Ваньо Недков", 2020 г., е налице преосмисляне на историята на PR като самостоятелен научен клон, бъдещето на който предстои.

Проследена е последователно появата и историята на PR, както и взаимодействията между теория и практика, които съпътстват всички етапи от развитието на връзки с обществеността.

В първа глава, с основен акцент историята на връзките с обществеността, като практика и социална технология и нейното развитие е направен аналитичен обзор на теориите от появяването на понятието „пбблик рилейшънс“ на дебатите за PR-а като социална технология и на съвременните трансформации на връзките с обществеността, Представени са първите теоретични модели на PR, както и историческите промени в теоретичните Разгледано е социологическото развитие на пбблик рилейшънс като приложна социална наука. Защитава се тезата за „синергията между теорията и практиката в PR като единствен възможен вариант за увеличаване на ефективността на дейността.“

Втора глава е посветена на процеса на осъществяването на етапите от дейността на специалистите по връзки с обществеността, дефиниран като „реципрочен процес, социално взаимодействие, символи и споделено значение.“ Изяснени са същностни комуникационни измерения, а именно: комуникационен модел, видовете комуникационни бариери, кодиране и декодиране на посланията, комуникационен канал; невербалните фактори

за комуникацията; спецификата на комуникацията в малки групи; ролята на контекста в комуникационния процес. Медиите са открити като важен фактор в дневния ред на обществото. Дефинирани са межкултурният контекст и межкултурните различия като задължително познание за PR-специалистите през последните 20 години. Описани са и теориите за същността на връзките с обществеността на организацията.

Като съществен елемент на PR са представени връзките с местната общественост, неправителствените организации, заинтересованите лица са разгледани като съществен елемент на PR. Посочена е необходимостта от „промяна в комуникационните тактики от повсемесното навлизане на интернет и задълженията пред PR експертите да отговорят динамично и адекватно на очакванията на вътрешните и външните публики при осъществяване на всяка идея, проект, стратегия“.

Третата глава на книгата е посветена на писмените умения и продуктови писмени форми на връзките с обществеността. Разгледани са и възможностите за обратна връзка. Описани са варианти за писмена комуникация с вътрешната аудитория, включително и подходът на обрънатата пирамида при журналистическото

Четвъртата глава „Връзки с обществеността при кризи - писмени форми на комуникация“ е посветена на реакции и водещи принципи на PR специалистите по време на кризи, инциденти, природни бедствия, терористични атаки и други екстремални ситуации от нашето ежедневие.

В пета глава са предложени работещи теоретични модели, относно подготовката и отговорите на журналистически въпроси. Описан е модел за правила за връзки с обществеността и необходимостта такива да бъдат разработени във всяка организация. В това число разработване на комуникационен план за действие. Описани са действащи форми – интервю, пресконференция и др.

Шеста глава „Кризисна комуникация и медийни пулове“ е посветена на възникването и същностните измерения на медия – пуловете. Анализирани са ситуациите, изискващи използването на пуловете за споделяне на определени кадри или изявления. Представени са причините, доказващи ефективността на медийните пулове. Серафимова описва концепцията за медия пуловете, като „пряко свързана с потребностите на медиите, което на свой ред поставя изискването пред PR специалиста да е запознат с функционирането им“. Включени са и темите за достъп до членство в медия пула, за изпълнението на неговата функция да осигури най- широко покритие на кризи за най-голяма аудитория (регионална, национална или международна).

В заключението се твърди че развитието на PR теорията и практиката предстоят.

В третата публикувана през 2010 г. монография, в чиято основа лежи защитен дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен "доктор", озаглавена **“Основи на публичната комуникация – медия мениджмънт”** е направен първи за времето опит за изследване на взаимодействие между медийния мениджмънт и журналистическата етика, базиран на чуждестранен опит и съотнесен към българските медии:

- Създаден е теоретичен модел за разглеждане на конфликтит между доминантите във функционирането и управлението на медиите – социална мисия и отговорност, както и преследване на бизнес цели, апробиран към функционирането на българските медии.

- Създаден е и модел, описващ конкуренцията между основните етични принципи в журналистиката.

- Направен е анализ на действащи в европейските страни и САЩ журналистически етични кодекси и се изследва ресурсите за прилагане на съществуващите професионални норми и стандарти в националните медии.

- В поредицата от споменати статии в двете колективни монографии и във включените сборници и списания са изведени принципи за работа с журналисти в райони на кризи и конфликти, модели за взаимодействие с медиите на експертите по връзки с обществеността и работа в опасни зони.

- Обобщен е опитът на България в комуникационните кампании от периода на кандидатстване за членство в ЕС и НАТО. Препоръчани са модели, които могат да се прилагат от страните в Западните Балкани за информиране на обществото, в противодействие на налична дезинформация.

Специално внимание е отделено на характеристиките на стратегическите комуникации и тяхното функциониране в сферата на сигурността.

- Изведени са и спецификите на институционалния PR в България и са предложени теоретични модели за повишаване на ефективността на дейностите по връзки с обществеността на българските институции и местната власт.

- Със значим характер е изследването, в една от статиите на кандидатката, на ролята на медиите като средство за утвърждаване на Ислямска държава в Ирак и Сирия, на техните пропагандни послания и тактики.

В статията „Информационни войни в ерата на постистината е дефинирано актуалното понятие „постистина”, изследвани са механизмите на легализиране на неверни твърдения чрез новите и традиционните медии. Направен е преглед на дейностите на ЕС и НАТО в областта на стратегическите комуникации като отговор на онлайн дезинформацията и фалшивите новини.

В статията "Интернет комуникация, медия комуникация, пбблик рилейшънс в дигиталната ера: теоретични дилеми" се изследват основни проявления на публичните комуникации в дигиталното ни съвремие, а именно - тролове, ботове, постистина, фалшиви новини, ехо

камери, самокомуникация (self-communication) Представят се кросмедийните метаморфози на медийното съдържание, които са изведени като водещи и предпоставки за фундаментална промяна в теорията и практиката на пбблик рилейшънс. Промените в парадигмите и теоретичните модели на PR съ свързани от серафимова с явлението гражданска журналистика и платено инфлуенсърство.

6. Приноси

Основен принос на хабилитационния труд е разкриването на историята и теорията на PR както и поставянето им в контекста на медийната трансформация. Кандидатът за заемане на академичната длъжност доцент във ФЖМК доцент Мила Серафимова преосмисля теоретичните модели на PR по посока на дигиталните рефлексии.

Монографията всъщност е преосмисляне на историята на PR от перспективата на съвременните му принципи и парадигми в дигиталната епоха.

Трансформирането на медиите от аналогови в дигитални променя и теоретизирането на PR и се пише новата му история. Само с този именно факт монографията на Мила Серафимова има приносен характер и заслужава да бъде оценена високо не само във връзка с темата на конкурса, а и по принцип.

Приносен момент е и дефинираното понятие „дигитален PR.”Защитена е тезата за изкуственото и вредно за теорията и практиката еманципиране и отдалечаване от така наречения традиционен PR. Аргументиран е изводът на авторката, че това са две измерения, които трябва да се хармонизират, още повече, че скоро не-дигитален PR няма да съществува.

Изведени са три основни фактора на промяната в теорията и практиката на PR – социалните медии, крос-медията и трансформацията на традиционните медии и гражданската журналистика. Релацията

„гражданска журналистика” – PR в онлайн среда е формулирана като ново поле за научни изследвания.

Трансформацията на парадигмите в PR е изследвана чрез анализ на явления като инфлуенсъри, тролове, ехокамери, политически ботове, нетизени, самокомуникацията (self-communication) . Промяната в теорията на PR е разгледана в контекста на новите генерации на интернет – Web 2.0 и социалните мрежи, които водят до дефиниране на понятия като PR 2.0.

Изяснени са терминологично фалшивите новини и онлайн дезинформацията, като са систематизирани понятия като Fake/Noax-News, Clickbait, „фабриките за фалшиви новини” . На тази основа е дефинирано ново поле в теорията на кризисния PR, свързано с противодействие на неверни твърдения онлайн.

Систематизирани са мерките за противодействие на онлайн дезинформацията на международни организации като ООН, ЕС, НАТО и на ниво правителствени политики на отделни държави.

Новост в изследванията у нас е наративът като промяна на парадигмите на PR. Изведен е на теоретично равнище и е представен в контекста на наратива за Европа. Формулирани са функциите на наратива в съвременния PR.

- Изведени са теоретични модели за ефективност на PR на базата на взаимовръзката между стратегическите комуникации, институционалния PR и кризисната комуникация в епохата на онлайн комуникацията.

Приносен момент на **втората монография** е аргументираното изложение на тезата за синергията между теория и практика. Тази т.нар. оптимистична теория за PR е подкрепена с примери от историята на пбблик рилейшънс:

- Систематизирани са фундаменталните принципи и теоретични модели на осъществяването на пбблик рилейшънс в няколко функционални области: контакти с медиите; вътрешна комуникация; връзки с местната

общественост, НПО и заинтересовани лица и организации; писмена комуникация за връзки с обществеността; типология и структуриране на прессъобщенията; писмена комуникация при инциденти и кризи; създаване и работа с медийни пулове при кризи.

- Дефинирани са критерии за избор на говорители на организацията в зависимост от информационния повод и е разработен модел за подготовка и осъществяване на успешно интервю и пресконференция.

Принос на **третата монография** е изследването на межкултурните различия при възприемане и прилагане в журналистическата практика на етични ценности, чийто корени са западния рационализъм и утилитаристката традиция. Проследен е механизмът на адаптирането им към реалностите в посттоталитарните източноевропейски общества и по-конкретно в средствата за масова информация.

Като цяло научно-изследователската дейност на доц. Мила Серафимова – монографии, студии и статии е пряко свързана с темата на конкурса. Приносите и ми дават основание да заключа че кандидатката напълно отговаря и дори надхвърля изискванията за заемане на академичната длъжност доцент.

Заключение:

Всички представени публикации се отнасят пряко до темата на конкурса.

Втори кандидат - д-р Боян Кутевски

Вторият кандидат д-р **Боян Кутевски предлага 2 самостоятелни монографии; 3 студии и 6 статии** за участието си в тематичното поле на конкурса.

Първата монография е със заглавие: „ПР – от пропаганда към мениджмънт на репутацията“

В този труд Кутевски разглежда еволюционното развитие на пропагандните техники за убеждаване, които в съвременното ни не рядко са

превъплътени в Пи Ар дейности, настоявайки за причисляване към тях и мениджмънтът на репутацията. Дебатира съвременната пропаганда и връзката между репутация и легитимност. Прави опит за интегрирането им в обща теоретична рамка.

Монографията е значим принос в теоретичното поле на убеждаващата комуникация и има частична връзка с темата на конкурса.

Втората монография на тема: Интегрирани маркетингови комуникации. Преразглеждане“ е опит за концептуализиране на интегрираните маркетингови комуникации (ИМК). Акцентирано е върху основните интегративни подходи основно в рекламата. Като нови възможни интегративни концептуални моменти са разгледани управлението на репутацията и брандингът в контекста на съвременното дигитално общество. Успешната комуникационна интерграция е визирана “около” брандинга и ефективно управляваната репутация.

Монографията е принос в теоретичната рамка на маркетинга. Няма пряко отношение към темата на конкурса.

В студиите „Преразглеждане на концептуалната рамка за интегрираните маркетингови комуникации (ИМК) – част I и „Управлението на репутацията като нов възможен „център” на интегрираната маркетингова комуникация (ИМК)- част 2 е направен успешен опит за вкарване на пропагандните и Пи Ар техники в интегрираната маркетингова комуникационна рамка.

Разглеждат се възможностите за репутацията и нейното управление като фокус, около който се изгражда моделът за интегрирания маркетинг. Налице е **преразглеждане на концептуалната рамка за интегрираните маркетингови комуникации (ИМК)**. Изследвана е възможността им да бъдат връзка между комуникациите и търговията.

Описани са възможностите новият фокус на концепцията за ИМК да бъде поставен върху бранда като комплексен и универсално приложим културен и пазарен конструкт.

В третата студия на тема: „Филмов брандинг – опит за формулиране на перспективите му за съвременното българско кино“ се прави успешен опит за идентифициране на онези елементи от филмовия бранд, които могат да допринесат за ефективно маркетингането на филма. Студиите на д-р Кутевски се отличават с оригиналност и дълбочинност и имат сериозен приносен характер сами по себе си, но не отнасят като цяло пряко до темата на конкурса - история и теория на ВО.

Включените статии в конкурса са продължение и конкретизация на откритите научни постижения и интереси на д-р Кутевски. Заглавията на статиите: „Използване на съдържание от социалните медии като инструмент за „картографиране“ на заинтересованите страни“; „Микробрандингът като печеливша концепция в съвременните интегрирани маркетинг комуникации“; Социалните медии като елемент от изграждането на филмовия брандинг“; „Ролята на текста като ефективен инструмент в търговски ориентираната комуникация (по примери от социалните мрежи Twitter и Facebook)“; „България е мястото! – един клип, който може да промени всичко... или нищо!“ и „Игровата ситуация в рекламите на спортни продукти, услуги и мероприятия“ разкриват, че кандидатът има трайни интереси и приноси в сферата на убеждаващата комуникация и концептуализирането на интегрираните маркетингови комуникации.

Всички публикации на д-р Кутевски имат приносен характер сами по себе си, но не се отнасят като цяло пряко до темата на конкурса - история и теория на ВО.

Историята и теорията на дадена научна дисциплина има характерни рамки, надхвърлящи превеса на единични, макар и много важни градивни теоретични елементи.

Запознаването ми с предоставените публикации на д-р Кутевски разкриват един нетрадиционен и креативен изследовател, склонен към иновативност и оригинални интерпретации, чиито научните интереси допринасят за обогатяване на проблематиката на убеждаващата комуникация и интегрираните маркетингови комуникации.

Заключение

Имайки предвид обявената тематика на конкурса - историята и теорията на ВО заключавам, че д-р Мила Серафимова отговаря по всички показатели в много по-висока степен от д-р Боян Кутевски. Препоръчвам доц. Серафимова да бъде избрана от Научното жури за заемане на академичната длъжност Доцент.

В заключение изразявам убеденост, че преподавателската дейност, научните публикации и приносите на доц. д-р Мила Серафимова отговарят напълно на темата на конкурса и допринасят за обогатяване на теорията и историята на ВО. Ще гласувам убедено с Да и апелирам към останалите колеги да гласуват с Да, за да бъде избрана доц. Мила Серафимова за заемане на академичната длъжност доцент по научно направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на връзките с обществеността) основно във ФЖМК на СУ“Кл.Охридски“.

Рецензент:

Проф.дн Добринка Пейчева

20.04.2020

София