

СТАНОВЩЕ

От: проф. д.ик.н. Желю Дечев Владимиров, Софийски университет „Св. Климент Охридски”, научна специалност: 3.7. „Администрация и управление”

На: дисертационния труд на Здравка Иванова Андонова *Управление на организационните комуникации в условия на криза (на примера на политически партии в България)* за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.7 Администрация и управление, научна специалност „Стопанско управление”

Основание за становището: Заповед на Ректора на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ РД 38-126/09.02.2018.

1. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представената дисертация се състои от Увод, три глави, Заключение, библиография и приложения в обем от 240 страници, от които основен текст 174 страници. Използвани са общо 174 литературни източника, сред които 65 на български език, 108 на английски и 1 на френски, а така също и интернет източници. Дисертацията включва 40 таблици и 8 фигури. Дисертационният труд е оформен съгласно техническите изисквания.

В **уводът** са разкрити актуалността на темата, основната цел и задачи, обектът и предметът на изследването, използваните методи. **Актуалността** на темата се определя от честите политически кризи, част от които са предизвикани от самите партии. В същото време няма достатъчно изследвания по управление на комуникациите в организациите (в случая партиите) в условия на криза. Поради това **предметът** изследването е управлението на кризисната комуникация на политическите организации, а **обектът** - двете най-големи партии у нас (ГЕРБ и БСП) и тяхната комуникацията.

Основната цел на изследването е да се провери дали тези две партии следват *конкретен модел* за управление на кризисната комуникация., като тази цел е конкретизирана в шест **задачи**. Защитаваната **теза** е, че политическите партии в България нямат система за добро управление на комуникацията по време на криза и не успяват да водят ефективна комуникация. Данните на изследването се основават на **дълбочинни интервюта** с вътрешни и външни наблюдатели, в т.ч. партийни членове и експерти, а така също политолози, социолози и комуникационни експерти.

Ограниченията на изследването се състоят в анализ на управлението на комуникацията на политическите организации само по време на кризата, а така също и в събирането на данните след приключване, а не по време на криза.

2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Първа глава очертава теоретичните координати на изследването. Направен е подробен преглед на литературата относно системата на комуникации в организациите и, в частност, на партиите; системите за комуникация в условията на кризи; ефективната кризисна комуникация на политическа партия; моделите на кризисна комуникация и използването на новите технологии. От този преглед е изведен *адаптиран модел* за ефективна кризисна комуникация на политическите партии.

Показано е, че комуникациите са от съществено значение за реализирането на организационните задачи, разкрити са главните функции на организационната комуникация (информативна, регулираща и интегрираща), а така също и други важни роли на комуникацията, на основата на които се изгражда репутацията на съответната

организация. Засегнати са основните видове организационна комуникация (вътрешна и външна) и съответните канали за тяхното протичане. Посочено е, че в контекста на управлението на организациите, комуникацията участва при целеполагането и планирането, вземането на управленски решения, ръководството, организацията, контролът и мотивацията на служителите. Ефективна комуникация на мениджъра на организацията е представена на Табл. 1 (с. 16). Специално внимание е отделено на комуникацията със заинтересованите страни извън организацията (Табл. 2 и Табл. 3, с. 17), а така също и на ролята на комуникацията според модела за организационно съвършенство на Европейската фондация за управление на качеството. Дефинирана е *ефективната комуникация* като съвременна, непрекъсната, позволяваща обратна връзка с вътрешни и външни заинтересовани страни, чрез която се реализират управленските функции и се изгражда доверие.

Като отделен вид организации, комуникацията при *политическите партии* съдейства за постигане на техните цели - печелене на избори и упражняване на власт. Нещо повече, чрез комуникацията политическите партии изпълняват основните си роли – издигане на проблеми, начини на решаване, мобилизиране на граждани и др. Дисертантът показва, че комуникацията на политическите партии се осъществява от лидера, активистите, експертите и други приближени или симпатизиращи лица, като тя е зависима в голяма степен от доминиращия лидерски стил. Подобно на другите организации, комуникацията на политическите партии също се дели на вътрешна и външна, но основните субекти тук са самите партии, медиите и гражданите. Каналите за политическа комуникация са представени добре на Табл. 4 (с. 25), а политическа комуникация според целите и заинтересованите страни - на Табл. 5 (с. 26). Обсъжда се и въпросът за политическата комуникация между опоненти и отразяването му от „състезаващи“ се медии. Предложени са критерии за ефективност на политическата комуникация (с. 28).

Като кризисни са определени комуникациите на организацията преди възникване на кризата, в условията на криза и след разрешаване на проблема. Последователно са анализирани същността и характеристиките на кризата, видовете кризи, фазите на тяхното развитие според критериите произход и предвидимост. Особено внимание е обърнато на управлението на кризата, антикризисните стратегии и моделите на кризисния мениджмънт. От съществено значение за изследването е анализът на управлението на кризисната комуникация преди, по време и след кризата. Разкрити са и ключови теории за кризисната комуникация (атрибутивна, ситуационна и теория на непредвидените обстоятелства). Обобщените действия и характеристиките на ефективна кризисна комуникация в организацията са представени на Табл. 11 (с. 45).

На основата на критериите за ефективност на комуникацията на политическите партии е изработена *матрица* за оценка на моделите за управление на кризисна комуникация (Табл. 12, с. 47). Направен е много добър анализ на шест модела за управление на кризисна комуникация, като са изведени техните положителни и негативни страни: моделът „Кризисна и спешна комуникация при риск“ (CERC); подходът „Най-добри практики в кризисната комуникация“; подходът „Три етапа на кризисна комуникация“; най-добрите практики в кризисната комуникация според атрибутивната теория (според отношението на засегнатите страни); ефективната кризисна комуникация (при корпорациите); и подходът „Контролен списък за кризисна комуникация“. Според авторката подходът „Три етапа на кризисната комуникация“ в най-голяма степен може да залегне в основата на модел за управление на кризисната комуникация на политическите организации. Отделно са представени преимуществата и недостатъците на модели за комуникацията в условията на криза, които залагат на *новите технологии*.

На базата на оценката на тези модели и тяхната приложимост за кризисна комуникация на партиите, авторката обосновава *адаптиран модел* за ефективна кризисна комуникация на политическите организации (в т.ч. партиите). Моделът съдържа дейности преди, по време и след кризата, насочени към вътрешни и външни публики, към политически опоненти, а така също и различни комуникационни канали (Фиг. 3, с. 78). Планът за управление на комуникацията по време на криза в съответствие с предложения модел е даден на Фиг. 4 (с. 79).

Втора глава представя характеристиките на собственото изследване на автора. На основата на изведените критерии за ефективна кризисна комуникация и адаптивния модел за работа на политическите организации се търсят добрите и лошите практики при управлението на кризисната комуникация на двете партии (ГЕРБ и БСП).

От литературния преглед и оценката на моделите са изведени изследователските въпроси в качеството им на понятийни индикатори на изследването, такива като: наличие на предварителен модел за управление на кризисна комуникация и план за действие; наличие на кризисен щаб; ефективна комуникация с вътрешни и външни публики; използване на адекватни комуникационни канали; адекватна комуникация с медиите; ефективна комуникация с опоненти и др. На базата на тези понятийни индикатори и уточняващите въпроси към тях са разработени и въпросите за провеждане на интервютата (Табл. 23, с. 87-93). Въпросите са задавани на вътрешни наблюдатели (зам.-председатели на партии, вицепремиери и PR експерти), експерти и външни наблюдатели на процесите, като са получени данни от общо 30 дълбочинни интервюта. Обобщеният въпросник за целите на изследването е представен на Табл. 24 (с. 94-98). Много добре са описани критериите при интерпретиране на резултатите, според които изследователската теза ще се счита за напълно или частично доказана, или отхвърлена (с. 99-100).

Трета глава съдържа получените резултати, техният анализ и последващи препоръки. Изключително информативни и професионално направени са: резюметата на отговорите (емпиричните индикатори) от вътрешните наблюдатели на ГЕРБ за понятиен индикатор 1; резюметата на отговорите от вътрешните наблюдатели на БСП за същия индикатор и резюмета на отговорите от външните наблюдатели на ГЕРБ и БСП за понятиен индикатор 1. Тези резултати са представени съответно в Табл. 25 (Анализ на резултатите за ГЕРБ, с. 108-110); Табл. 26 (Анализ на резултатите за БСП, с. 111-114). Изводите, съществените разлики и препоръките са обобщени на Табл. 27 (Сравнителен анализ на резултатите и изводи за ГЕРБ и БСП, с. 115).

По аналогичен начин обработени и анализирани данните относно отговорите от вътрешните наблюдатели на ГЕРБ за понятиен индикатор 2 (Табл. 28, с. 122-124); отговорите от вътрешните наблюдатели на БСП за понятиен индикатор 2 (Табл. 29, с. 124-126); и отговорите от външните наблюдатели на ГЕРБ и БСП за понятиен индикатор 2. Изводите, съществените разлики и препоръките са обобщени на Табл. 30 (Сравнителен анализ на резултатите и изводи за ГЕРБ и БСП, с. 126-127). Същият подход е приложен за проверка на понятийните индикатори 3, 4 и 5 за двете партии поотделно и сравнителния анализ между тях. На основата на тези данни са обобщени и *препоръките* от вътрешните и външните наблюдатели за подобряване на кризисната комуникация поотделно за двете партии (Табл. 40, с. 153). В допълнение са дадени изводите и препоръките по всеки отделен индикатор за всяка от двете партии (с. 154-158). Получените резултати показват, че изследователската теза е *частично доказана*, доколкото и двете партии нямат напълно изградени системи за добро управление на кризисната комуникация, но отговарят на някои от критериите за ефективна комуникация в условия на криза.

Трета глава завършва с някои насоки и конкретни препоръки за развитие на предложения модел за ефективна кризисна комуникация на политически партии (Фиг. 5,

с. 163-164), като към него се добавя и план за управление (Фиг. 6, с. 164-165).

В **Заключението** е посочено накратко какво е направено в дисертацията, като основно внимание е обърнато на получените изводи и изведените препоръки. Добре са разкрити целевите групи, които могат да се възползват от тези резултати, а така също и насоки за бъдещи изследвания по темата (главно за връзката между лидерският стил и организационната култура и управлението на кризисната комуникация).

3. Оценка на научните и научно-приложни приноси

В дисертацията са формулирани три приноса, с които съм напълно съгласен и които включват: (1) създаване и апробиране на работен *модел за изследване* управлението на комуникациите на политическите партии в условия на криза; (2) емпирично проучване за управлението на комуникациите в условия на криза на политически партии; (3) получаване на *нови данни*, позволяващи анализ на организационни практики, свързани с управлението на комуникациите на политически партии в условия на криза; (3) обосновани препоръки към партийните ръководства за изграждане на цялостна политика по управление на комуникациите на партиите в условия на криза.

4. Оценка на публикациите по дисертацията

Основните компоненти на дисертационния труд са апробирани в три публикации, сред които две статии в рецензирано списание „Психологически изследвания“ и една в годишника на Стопанския факултет на СУ.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът е в обем от 52 страници, разкрива основните моменти от дисертационния труд и отговаря на изискванията.

6. Критични бележки, препоръки и въпроси

Към дисертанта могат да се отправят **следните въпроси**: С какво се обяснява сравнително по-доброто представяне на едната партия в сравнение с другата относно управлението на кризисна комуникация?

7. Заключение

Авторът е извършил значителна работа по анализ на литературата относно управлението на кризисната комуникация в организациите, политическите организации и партиите. Направена е оценка на най-разпространените модели за управление на комуникацията в условията на криза, на основата на която са изведени критериите за ефективна политическо комуникация. Тези критерии са операционализирани в понятийни и емпирични индикатори, които в качеството си на въпроси са послужили за провеждане на 30 дълбочинни интервюта с вътрешни и външни наблюдатели на политическите процеси в изследваните партии. Получените резултати имат практико-приложно значение, доколкото ясно са посочени целевите групи, които могат да се възползват от тях (лидери, ръководители и кризисни екипи на политическите партии; медии; партийни членове и избиратели). Изведените приноси са лично дело на автора и добавят ново знание в изследваната област.

Всичко това ми дава основание да предложа на уважаемото жури да присъди на Здравка Иванова Андонова образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.7 Администрация и управление, научна специалност „Стопанско управление“

17.03.2018
гр. София

Рецензент:
проф. д.ик.н. Желю Дечев Владимир