

## СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Николай Кирилов Михайлов, ФЖМК

Катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“, СУ „Св. Кл. Охридски“ за материалите, представени за участие в конкурс за заемане на академичната длъжност „доцент“ в Софийски университет „Св. Кл. Охридски“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на връзките с обществеността), обявен ДВ, 93/26.11.2019

### 1. Общи данни за кандидатите.

В конкурса участват двама кандидати:

- **доц. д-р Мила Иванова Серафимова**, текуща академична длъжност „доцент“, Военна академия „Г.С. Раковски“, Факултет „Национална сигурност и отбрана“, „Катедра „Лидерство“;

- **д-р Боян Асенов Кутевски**, заемал академични длъжности „доцент“ към 2014 г. и „главен асистент“ към 2017 г. ;

**Доц. д-р Мила Иванова Серафимова** е завършила с отличие 34 ЕСПУ в София. През 1995 г. завършва специалност Журналистика с профил Печат/Култура във ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“ също с отлична диплома като придобива степената „магистър“. По време на следването си тя участва в различни курсове за повишаване на своята квалификация. През 1996 г., след спечелен конкурс, Мила Серафимова става редовен докторант в катедра „Връзки с обществеността“ на ФЖМК, където през 2000г. успешно защитава дисертационен труд на тема „Управление на медиите – етичен аспект“ като придобива ОНС „доктор“ с научна специалност „Журналистика“. От 2001 г. д-р Серафимова започва да води занятия като хоноруван преподавател във ФЖМК, СУ „Св. Кл. Охридски“ като заедно с това придобива допълнителни квалификации у нас и в чужбина, свързани с разпространението и сигурността на публичната информация. През 2009 г. заема длъжността главен асистент в катедра „Лидерство“, Факултет „Национална сигурност и отбрана“, Военна академия „Г. С. Раковски“, където постепенно в резултат на успешна академична дейност и публикационна активност израства като доцент по публични комуникации в сигурността и отбраната в катедра „Психология и лидерство“. В своята академична дейност д-р Серафимова е ангажирана с развитието и ръководството на бакалавърски и магистърски програми на Факултет „Национална сигурност и отбрана“, както и с провеждане на ежегодни курсове по ПР за държавната администрация и местната власт, обучение по военен ПР за офицерите от Въоръжените сили. Тя преподава като титуляр дисциплините: „Връзки с обществеността“, „Кризисен ПР“, „Политически и институционален ПР“, „Медия знание и медия мениджмънт“, „Медия тренинг за ръководители от държавната администрация“, „Медии и

корпоративна сигурност”, „Медии и антитероризъм”, „Стратегически комуникации” и др. Представени са и документи за значителната дейност на д-р Серафимова като съставител на сборници, активен участник на конференции, дискусии и разговори с български и чуждестранни специалисти по връзки с обществеността. Квалификацията на кандидата, неговото образование, професионалната му преподавателска практика, особено след придобиването на ОНС „доктор“, както и съдържанието на курсовете, които води в своята академична дейност са свързани основно с тематиката и спецификата на обявения конкурс.

**Д-р Боян Асенов Кутевски** завършва немската езикова гимназия „Проф. д-р К. Гълъбов“ в София. След това се насочва към изучаване на специалност „Връзки с обществеността“ в катедра „Връзки с обществеността“ във ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“, която завършва успешно през 2002 г. и придобива ОКС „магистър“. Според представените документи, д-р Кутевски през 2003 г. става редовен докторант пак в същия факултет и катедра, където след успешна защита придобива ОНС „доктор“ по научна специалност „Политология“ за своята докторска теза „Функции на убеждаващото въздействие в пропагандата и пбблик рилейшънс“. По време на следването си д-р Кутевски работи като репортер, главен редактор, специалист в PR отдел и др. в български медии, занимава се професионално и с маркетингови комуникации. По отношение на неговия академичен стаж като лектор и преподавател мога да отбележа, че са представени документи (и след проверка в Регистъра за академичния състав), чрез които се установяват доказателства за заемана академична длъжност „доцент“ в Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг от 2011 г. до 2014 г. с курсове „PR и управление на репутацията“, „Политически маркетинг“, „Бранд мениджмънт“, чиято тематика обхваща част от тази на обявения конкурс. След време д-р Кутевски печели още един конкурс, този път в НБУ за главен асистент, по Област 8 Изкуства, професионално направление 8.4. Театрално и филмово изкуство, на която позиция остава до 2017 г. До момента д-р Кутевски работи на високи мениджърски позиции, според данните, които е представил, в различни, основно консултантски компании, свързани с провеждане на политически, маркетингови и медийни проучвания и предлагане на решения. По време на своята докторантура според предоставените документи, д-р Кутевски проявява активна публикационна дейност, както на български, така и на английски език. Макар и със сигурност значими, не всички заглавия са по темата на конкурса, за който кандидатства д-р Кутевски. Сравнението на справките за академичния/преподавателски стаж на кандидатите показва, че доц. Серафимова освен че има по –голям опит (около 11 и

половина години за доц. Серафимова според Служебна бележка и справка от Трудова книжка- 08.2010 – до сегашния момент), около 6 години за д-р Кутевски (по справка от Трудовата книжка и РАС), е и титуляр на дисциплини, които обхващат почти целия спектър на темата на конкурса.

## **2. Изпълнение на минималните национални изисквания за заемане на академичната длъжност доцент.**

Според Закона за развитие на академичния състав и Правилника на Софийския университет за условията и реда за заемане на академични длъжности, 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“.

- **Доц. д-р Мила Серафимова** доказва сериозна научна активност, като освен необходимия брой точки по показатели, тя доказва и допълнителен. Така например общият брой точки по група показатели Г, свързан с публикационна активност изисква общо 200 точки, докато доц. Серафимова е доказала 270. Публикациите, както статиите, така и монографиите, въз основа, на които са доказани минималните изисквания са в тематиката на обявения конкурс. Останалите минимални показатели също са изпълнени, като справката, която направих ми дава право отбележа, че някои от точките, които доц. Серафимова е отчетала по показател Д - Цитирания или рецензии в научни издания, не са попълнени изрядно, както и според заб.9 от Постановление 122/29.06.2018 и ЗРАСРБ. В резултат заявения брой – 160 т., не е коректен. Но моята проверка показва, че минималните на брой точки според изискванията в тази област са надвишени (мин. 50 т., според моите изчисления- 85 т.) и доказани от кандидата. Като цяло са изпълнени условията за допускане до участие в конкурса въз основа на изпълнение на минималните национални изисквания.

- **д-р Боян Кутевски** също е предоставил доказателства за изпълнение на необходимите минимални национални изисквания за академична длъжност „доцент“. Доказаните точки по съответните показатели покриват и надвишават необходимите за участие в конкурс за академичната длъжност „доцент“, макар и да изразяват сравнително по-малки

числови стойности от тези на другия кандидат. Така например според показателите от група Г кандидатът д-р Кутевски е отбелязал доказани 205 т., при необходими 200, а в показателите от група Д – 60 т. при необходими 50.

**В заключение** справките за изпълнение на минималните национални изисквания, които са предоставени от двамата кандидати отговарят на изискванията по ЗРАСРБ и Правилника на Софийския университет за неговото приложение (ПУРПНСЗАДСУ) и изпълняват условията за допускане до участие в конкурса

### **3. Описание на научните трудове, предоставени за участие в конкурса.**

- **доц. Мила Серафимова** участва в процедурата с **една** самостоятелна хабилитационна монография по темата на конкурса, **една допълнително** публикувана монография, както и **още една** на базата на защитен дисертационен труд за присъждане на ОНС "доктор" (**общо три монографии**), **осем статии** (на български и английски език) и доклади в научни издания (някои в съавторство), както и **със съставителство** и научна редакция на сборник на английски език, в който взема участие и като автор. Според изискванията, предложените за рецензиране публикации са подготвени и издадени след успешната защита на дисертационния труд на доц. Серафимова (с изключение на една), т.е. след придобиването на ОНС „доктор“ през 2000 г. Също така предоставените за участие в конкурса публикации са издадени след 2008 – годината, в която доц. Серафимова е получила академичната длъжност „главен асистент“. Още на пръв поглед прави впечатление устойчивия и траен научен интерес на кандидата към анализиране и проследяване на историческото развитие на връзките с обществеността и тяхното теоретично разглеждане, изясняване на тяхната специфика и опит за установяване на тенденциите на тяхното бъдещо развитие по отношение на технологията, средата, начина на въздействие върху публиките и т.н. Отбелязвам и връзката на научните интереси на доц. Серафимова с преподаваните от нея дисциплини в сферата на понятието за връзки с обществеността и различните му социални съдържания.

- **д-р Боян Кутевски** е предоставил за участие в конкурса като хабилитационен труд **една** самостоятелна монография, плюс **още едно** монографично изследване (**общо две монографии**), **три** научни студии, както и **шест** статии. Една от статиите е на английски език. Всички публикации, с изключение на една са публикувани след 2012 г., т.е. след придобиването на ОНС „доктор“, както и на академичната длъжност „главен асистент“. Първоначалното ми запознаване с тематиката на научния интерес на кандидата, отразен

в неговите публикации показва, че тя често пъти не покрива изцяло заявената в конкурса, въпреки че формално изпълнява изискванията на чл. 105 (1), т.3 от ПУРПНЗАДСУ. Макар и съдържателни и демонстриращи високите научни качества на кандидата, някои са от области, различни от историческото и общо теоретично изследване на връзките с обществеността. Което може би е свързано със заниманията и преподаването на д-р Кутевски на дисциплини в други, макар и близки, но все пак различни от заявените в конкурса области.

#### **4. Оценка на научните трудове и научните приноси на кандидатите.**

- **доц. Мила Серафимова** в своите научни публикации демонстрира трайна и устойчива ориентация към историята на връзките с обществеността, изследване на понятията на дисциплината, историческата динамика на нейното развитие, систематизация на основните принципи и теоретични модели на осъществяването на връзките с обществеността, тяхната промяна предизвикана от развитието на технологиите. Основният хабилитационен труд на доц. Серафимова е озаглавен "PR в дигиталната ера". Още в началото на своето изследване авторът търси определението на връзките с обществеността като своеобразна и специфична форма на социално комуникационно взаимодействие. Самият метод на изследване – историко –теоретичен – дава възможност тематиката да се постави в рамка, която доказва качествата на автора като изследовател със задълбочени знания по темата. Основната задача, която си е поставила доц. Серафимова – извеждане на концептуализации в областта на традиционния и дигиталния PR, влиянието на съвременната социална среда, манипулативния потенциал на технологизираната комуникация, историческата промяна във възприемането и обяснението на феномена на връзките с обществеността, контекста на Web 2.0, който дава възможност потребителят сам да създава съдържание, появата на социалните мрежи – макар и амбициозна, е постигната в много голяма степен. Научните интереси на кандидата, ако се съди по монографията, са в пряка връзка с дългогодишната му дейност на лектор и преподавател, свързана с лекционни курсове по изучаване на връзките с обществеността, историческото им развитие, тяхната функция и модели. Макар и лично на мен да са ми известни и други български автори, които са посветили изследвания на промяната на връзките с обществеността в условията на цифровата култура и теоретично и като практика, то монографичното изследване на доц. Серафимова поне на този етап е се откроява сред тях, като в този обем и в тази перспектива е посветено на „трансформацията на теоретичните модели и парадигми на пбблик рилейшънс в

дигиталната ера“. По този начин представената монография освен, че доказва изследователските качества на автора – теоретична последователност, отлично познаване на литературата, умения за анализиране и формулиране на собствени тези, релевантност на аргументите, яснота на изложението – носи и сериозен принос в теоретичното изследване на връзките с обществеността, исторически задълбочава еволюцията им чрез последователно разглеждане на различните идеи и научните знания в тази сфера. Авторът възприема теоретико-аналитичен подход към връзките с обществеността: „без теоретичната основа на PR, в центъра на която е изграждането на доверие, и етичното комуникационно поведение всички тези [дигитално –технологични – Н.М.] новости не биха намерили своя функциониращ модел или не биха били PR“ (с. 39). Корените на идеите, довели до появата на връзките с обществеността като вид знание и практика на обществените взаимодействия са в социалните науки и следователно – монографията убедително доказва това – не е възможно пълноценно да мислим и да предлагаме модели за тяхното функциониране и развитие ако липсва сериозна теоретична основа за тяхното обяснение, нито пък е възможно включването им в курс по теория и история на връзките с обществеността. Едно от научните достижения на монографичното изследване е обогатяването на българското теоретично знание за връзките с обществеността, като неговата всеобхватност и акцент върху обяснението на съвременните форми на проявление на социално влияние описва профила на доц. Серафимова като утвърден и различим автор, отлично запознат с постиженията на комуникационното знание в тази област. Втората предоставена монография на кандидата - "PR - теоретични основи и историческо развитие" – също пряко кореспондира със заявената тема на конкурса. Основната област за изследване включва появата и историята на PR (както доц. Серафимова предпочита да обозначава връзките с обществеността), както и взаимодействията между теория и практика, като заедно с това изследването представя разсъждения върху теоретичните основи и историческото развитие на основните принципи и теоретични модели на реализацията на връзките с обществеността в различни социални полета. Водещият теоретичен принцип, който доц. Серафимова успешно използва е „синергията“ (съвместно действие) между теория и практика в обяснението, разбирането и описанието на механизмите на функциониране на връзките с обществеността. Такова определение, както смята и авторът е многостранно, защото „синергията между теория и практика в PR...е опасен процес. Тя може да увеличи ефективността на двете области, но може да унищожи и двете“ (с.17). Връзките с обществеността според монографията носят спецификата на приложна

социална наука, т.е. развитието и прилагането на тази практика има научна основа, като практическите и методи се основават на теоретико- научни достижения, които са в съответствие с потребностите на конкретните социални и културни условия. Много често в своите разсъждения доц. Серафимова се позовава на моделите на Дж. Груниг, който със сигурност е един от най-влиятелните теоретици в областта на връзките с обществеността. Като важно научно постижение мога да посоча успешния опит да се опишат и разграничат съдържателно и исторически различните теоретични модели на връзките с обществеността. Останалите публикации на доц. Серафимова, на които няма да се спирам подробно, изразяват нейните научни усилия и внимание върху промяната на теоретичното обосноваване на връзките с обществеността в епохата на цифровата култура, формите на тяхното въздействие, промените в понятията в сферата на интернет комуникацията, важни теоретични обзори и заключения, разделянето на лидери и последователи чрез появата на феномена на инфлуенсърството и т.н.

Ако се опитам да обобщя, бих казал, че доц. Серафимова предпочита един интегративен подход към изследване връзките с обществеността, като ги разглежда и като наука и като вид социално- практическа дейност като обаче успява успешно да „удържи“ в центъра на своите дирения теоретичните предпоставки и социално - историческите условия, в които се реализират те. Независимо от високата динамика на развитие, връзките с обществеността имат собствена научно – теоретична база и самостоятелна история, която ги разграничава от други комуникационни дисциплини – фундаментални или приложни. Това е важен извод, който следва от цялостния ми прочит на трудовете на кандидата. В подкрепа на значението на своите изследвания за теорията и историята на ВО, доц. Серафимова е представила като доказателства рецензии и отзиви на утвърдени учени в сферата на комуникациите, в които като принос се отбелязва успешния и опит да обогати категориално- понятийния апарат на дисциплината връзки с обществеността на теоретично и методическо равнище. Същото може да се каже и за справка с цитиранията, която показва научната „видимост“ на доц. Серафимова и аналитичността на нейните заключения като основа и аргументация в изследванията на други колеги. Подкрепям научните приноси, които е заявил кандидатът и смятам, че те са в областта и тематиката на обявения конкурс.

**д-р Боян Кутевски** също е представил обемна и значителна научна продукция за участие в обявения конкурс. Основният хабилитационен труд съдържа в заглавието си темата на обявения конкурс – „ПР – от пропаганда към мениджмънт на репутацията“ като отговаря

и на изискванията за самостоятелно монографично изследване. Още в началото на своя труд кандидатът отбелязва „Темата за приемствеността между пропагандата и ПР като обществени форми на убеждаващо въздействие е една от средишните за съвременните изследвания на комуникационната практика“ (с. 13). Това важно наблюдение очертава и по-нататъшния вектор, ако мога така да се изразя, към който се придържа д-р Кутевски в своето самостоятелно изследване. Вторият акцент в монографията е анализът на мениджмънта на репутацията, който според автора „се превръща във важна дейност при една тотално медиатизирана обществена среда, в която организациите се нуждаят от радикален подход за управление на комуникациите“ (с.18). Авторът полага усилия да проследи връзката между различните комуникационни форми на убеждаващо влияние в обществото, тяхната еволюция (*ПР отчита интересите на страните*, пише д-р Кутевски) и приемственост. Изложението следва историческия метод на изследване и включва обстоен преглед на пропагандата като обществена система чрез позоваване на различни автори, както теоретици, така и такива, които се познати чрез своята политическа практика. Анализът се основава на изясняване на съдържанието на понятията като основният акцент е върху такива феномени като пропаганда, манипулация, убеждаване, внушение и др. Основния когнитивен принцип, който следва д-р Кутевски тук е , че всички тези явления могат да въздействат и манипулативно, т.е. да управляват и контролират ценности, възгледи, да формират мнения и т.н. и да достигат ефективно дългосрочен резултат. В това отношение авторът споменава и често използваното сравнение за образованието като вид пропаганда. Макар че сякаш не забелязах този пример в монографията, през 1920 г. към Народния комисариат (министерство) на просветата в РСФСР е създаден всъщност съвет за пропаганда, наречен Главполитпросвет, сред чиито задачи са както масово ликвидиране на неграмотността, така и масово комуникационно въздействие в духа и идеалите на комунистическата партия. Тук става въпрос основно за политически и идеологически цели, каквито активно се стреми да реализира и т.нар. Министерство на информацията на Великобритания, създадено по време на Първата световна война и след това възстановено през 1939 г. Д-р Кутевски търси проекциите на тези практики и в съвременната комуникационна действителност и разсъждава до каква степен те присъстват – открито или не – в нея. Той очевидно е изключително добре запознат с темите, тенденциите и практиките в тази област, което говори за дълготраен научен интерес от негова страна към нея. Така например той отбелязва първоначалния замисъл на възникването на феномена на пропагандата със застъпването на висши цели –



разпространението на идеите и идеалите на католическата църква и на нейния вариант на християнската вяра. Макар, че едва ли „историята и развитието на пропагандата са неразривно свързани с религиозните вярвания и обособяването на водещите съвременни религии“ (с.52). Император Октавиан Август е настоявал и лично следял да бъде изобразяван върху римските монети като средство за пропаганда (разпространение) на влиянието на Империята и чрез неговия високо добродетелен (според него) лик. По същество това е идеологическо влияние, отново с политически, т.е съвсем „земни“ цели. По-нататък в своята работа, д-р Кутевски посвещава своето внимание на изследване на „дигиталната пропаганда“. Във важна за монографията част, авторът се занимава с това да опише модел на съвременните връзки с обществеността (д-р Кутевски предпочита термина ПР), като също така се изясни и съдържанието на самото понятие и вътрешната му еволюция. Това е изключително сложна задача, пред която са се изправяли и теоретици и професионалисти от практиката. „Ето защо за началото на историята на ПР като социална наука и практика може да говорим, само условно разделяйки го от пропагандата“ (с. 79) пише д-р Кутевски. Друг български автор, проф. З. Райков, смята, че преди почти 2000 години фермерите в днешен Ирак са издавали нещо като „информационни бюлетини“, за да облекчават живота на своите колеги, нещо, което правят и днешните „пиармени“ (изразът е на проф. Райков). Пиша това, за да оценя сериозността и комплексността на задачата, с която се е заел кандидата. В последните страници на своя монографичен труд, авторът се стреми да концептуализира понятието „мениджмънт на репутацията“, рамкиращата концепция на заинтересованите страни и т.н. Изводът е „ПР, на свой ред, достига своите граници на въздействие, не успявайки да изпълни изискването за комплексно управление на комуникациите и на свой ред бива „подпрян“ от мениджмънта на репутацията“ (с.111). А също така – „водеща и широко прилагана форма на пропагандата става дигиталната пропаганда“ (пак там), макар аз лично не се ориентирах дали това заключение важи за методите на пропагандата, които са възприети/еволюирали във връзките с обществеността (примерно политическата им форма) или изобщо за пропагандата. Безспорно изследването на д-р Кутевски ни представя профила на един задълбочен и ерудиран изследовател, изключително добре запознат с предмета и обекта на своите научни дирения, умеещ да изразява резултатите от своите сложни анализи на достъпен език, което е важно качество за целите на конкурса, за който кандидатства. Бих си позволил единствено да отбележа, че някои от многобройните автори, чиито идеи са цитирани, представляват по-скоро специалисти в други области и описват въздействието/влиянието в друг контекст от този, който е в

центъра на тематиката на заявения конкурс. Също така, според мен, научната оптика, чрез която д-р Кутевски изследва историята и теорията на връзките с обществеността донякъде обхваща, макар и много важна, интересна и необходима, само част от тяхната област.

В останалите научни трудове, с които д-р Кутевски участва в конкурса също така задълбочено и последователно се анализират проблеми, свързани с мениджмънта на репутацията, брандингът, търговски ориентираната комуникация, а също така е предложен и собствен научен поглед (преразглеждане, както се е изразил кандидата) върху интегрираните маркетингови комуникации. Връзките с обществеността, разбира се, имат своето място и изпълняват важни функции в бизнеса и в маркетинга. Още в началото д-р Кутевски добросъвестно заявява своята позиция – „че в комуникационните науки няма „чиста“ теория – приложният характер на идеите и концепциите *осмисля изцяло* тяхното съществуване“ (с.10). Разбира се, в никакъв случай комуникационното знание, а и не само то, не може да се сведе до „съзерцание на същности“ (Хусерл), ако така може да определим „чистата теория“ и в това отношение, аз напълно подкрепям д-р Кутевски. В монографията авторът отново излага тезата си, за „трансформацията на пбблик рилейшънс в още по-комплексен подход, наречен *мениджмънт на репутацията*“ (с.54). Следя научните изяви да д-р Кутевски и мога да кажа, че интересът му към изследването на ИМК е постоянен и защитен чрез публикации, формулиране на собствена позиция и сериозни изяви, не само в академичен план. И монографията и голяма част от студиите (като някои от тях смислово, а на места и съдържателно повтарят идеите на монографиите), които кандидатът е представил са посветени освен на комуникационната, също така и на пазарната среда, – брандинг, търговски процес, „сдбата“ на рекламата (тя е вид съвременна пропаганда) в новите социални и технологични условия, бранд (освен, че е ориентиран към пазара, той е изразител на принадлежност към ценности и желания, той не е само позиционирането на продукта и т.н.), задачите пред съвременните ИМК (да синхронизират различни елементи), появата на интернет като пазарна среда, ролята на социалните медии/мрежи в комуникационния микс и други интересни и аргументирани наблюдения. Теоретичната основа на тези разсъждения кандидатът търси в работите на „изследователи от различни школи“, като са посочени и интересни примери от дейността на световно известни компании. Без съмнение авторът притежава отлични качества да анализира и да прави изводи, да дава свои определения (напр. на с. 80 от „ИМК – преразглеждане“ за бранда), да сравнява и

проследява промяната чрез условията на развитие и съдържанието на ключови понятия. Но все пак в пропагандния подход, ако мога така да го нарека към връзките с обществеността (съзнателното и умело манипулиране на склонностите и вкусовете на масите, както започва книгата си „Пропаганда“ Бернайс), представен и тук към рекламата и към мениджмънта (управлението, т.е. контрола) на репутацията е необходимо, поне според мен, да се разграничи по- категорично индоктринацията и масовото въздействие от онова, което връзките с обществеността и рекламата в наше време търсят. Още повече в епохата на интернет, когато всяко твърдение може да се оспори незабавно и публично в мрежата чрез цяла армия от блогъри, сайтове, хакери, активисти, whistle - blowers и т.н. Не са много случаите, в които специалистите по връзки с обществеността осъществяват комуникация с масовата публика. „Най –напред ПР практиците трябва да се откажат от идеята за широката публика“, заявяват авторите на „Ефективен пбблик рилейшънс“ (ROI комюникейшънс, 2007). Когато обмислят своите професионални действия, тези специалисти се стремят да се насочат към „строго определени целеви публикации“.

В заключение от прегледа на предоставените трудове от страна на д-р Кутевски мога да заключа, че те представят научните интереси на един оригинален, последователен и изключително подготвен изследовател, чиито идеи са и резултат от опита, който е придобил като практик в сферата на публичната комуникация. Основните научни интереси на кандидата са основно в сферата на търговски ориентираната комуникация, изграждането и ефективното управление на репутация, промяната на начина на възприемане и въздействие от страна на публиките във връзка с развитието на дигиталната култура и цифровия обрат в комуникацията, пропагандата като тотална форма на постигане на контрол (управление) на предпочитания, ценности, мнения, извеждането на ново съдържание на понятията в областта на рекламата, бранда и др. Научната продукция на д-р Кутевски е тематично свързана в това отношение. Кандидатът е представил справка за цитирания, седем на брой, която показва, че неговите трудове са добре познати и използвани за позоваване в съчиненията на колеги, макар и в забележимо по- малка степен от тези на доц. Серафимова. Не успях да намеря в документите представени отзиви и рецензии, които да посочат техния научен отзвук. Като цяло мога да отбележа, че по- голямата част от представените материали и доказателства за научна и публикационна активност на кандидата, неговите безспорни приноси и оригинални формулировки, академичните му интереси и наистина сериозни

теоретични постижения са по- скоро насочени към изследване на част от тематиката на заявения конкурс, а именно –взаимодействие с бизнеса, стоките и услугите, които той предоставя, финансовия интерес на клиентите/потребителите или т.нар. stakeholders, комуникационното осигуряване на различните дейности на пазара, информацията за бранда, продукта или услугата, начина и на реализация и т.н.

#### **5. Преподавателска дейност.**

- **доц. Мила Серафимова** е представила справка, от която може да се направи заключение за нейния сериозен преподавателски опит в сферата и тематиката на конкурса. Тя е посочила своето участие в развитието и ръководството на магистърска програма „Публични комуникации”, преподавателския си опит по „Връзки с обществеността” в 10-те магистърски програми на Факултет „Национална сигурност и отбрана” на ВА „Г. С. Раковски“, а също и преподаването в ежегодни курсове по ПР за държавната администрация и местната власт и обучение по военен ПР за офицерите от Въоръжените сили. Кандидатът е отбелязал и 10 дисциплини, по които преподава в момента, като всяка от тях изучава една или друга страна от темата на заявения конкурс. Допълнително тя води курсове по същата тематика като титуляр и в други ВУЗ, както и е координатор на модул „Връзки с обществеността и медия тренинг на програма „Медии и комуникация” на Софийски форум за сигурност. Общият стаж на доц. Серафимова като преподавател по дисциплини от темата на конкурса е над 11 и половина години , според предоставената справка.

**д-р Боян Кутевски** , както вече отбелязах, според предоставените справки е заемал академични длъжности, свързани с преподавателска и лекционна дейност. Част от курсовете, които е водил, попадат в тематиката на конкурса, други са насочени към по-конкретни и практико – приложни области, различни от тези, заявени в неговата област (История и теория на връзките с обществеността) – напр. „Копирайтинг“, „Брандинг“, „Бранд мениджмънт“ и т.н. Общият стаж за заемане на академична длъжност според предоставените справки от страна на д-р Кутевски е около 6 години. Имам също така и чудесни впечатления от преподавателската дейност на д-р Кутевски като хоноруван преподавател един семестър в програмите на катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“.

От приложените документи мога да заключа, че доц. Серафимова представя доказателства за значително по-продължителен и сериозен преподавателски опит като титуляр по тематиката на обявения конкурс, който опит продължава и досега, а също

така и документи за участие в разнообразни курсове и получени квалификации у нас и в чужбина. Д-р Кутевски, въпреки безспорните си качества на лектор, има по-малък преподавателски стаж, като голяма част от него е в различна, макар и близка до тематиката на конкурса област.

#### **6. Заключение.**

Обявеният конкурс, в който участват двама високо квалифицирани кандидати, обхваща професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, област Теория и история на връзките с обществеността. Връзките с обществеността не могат да се развиват само чрез практиката, те трябва да имат и теоретична основа, а както знаем, историята на всяко знание е и част от неговата теория. Всяка теория трябва да предложи общ и достатъчно широк модел на идеи и логично свързани твърдения, който дава възможност да се възприема и осмисля цялостно даден обект или явление от действителността, в случая - социалната. Основна цел на конкурса е също така чрез образованието на студентите по теория и историята на връзките с обществеността да се установи и общото им понятийно разбиране за тях и да се подобрят шансовете им за реализация в тази област, като от основно значение тук е успешният преподавателски опит на кандидатите. Този принцип и приложението му според ПУРПНСЗАДСУ ще използвам при крайното си заключение за избора на някой от кандидатите в конкурса.

**Доц. д-р Мила Серафимова** представя доказателства за дългогодишни занимания, квалификации и научен интерес към теми, понятия и дейности, които покриват изискванията на конкурса и изпълняват потребностите на катедрата за преподаване в неговата област. И научните и приноси и дългогодишната и преподавателската и дейност са в рамките на необходимите за конкурса, публикационната и академична практика е значително по интензивна от тази на нейния конкурент. В количествено отношение доц. Серафимова убедително успява да докаже по-голяма активност и опит и в научен и в преподавателски план, което предполага и по продължителна работа със студенти, докторанти и курсисти. В качествен план не се наемам да твърдя, че тя е „по-права“ в своите научни постановки, но те показват един обобщаващ подход и описват модел и история на комуникация с публики и организации, които помагат да се очертаят и разберат механизмите на въздействие и влияние като цяло - в историческа перспектива и с опит за изграждане на модели на бъдещо развитие. Като цяло научно-теоретическите и практико-приложни дейности и приноси на доц. Серафимова, нейните публикации и справката за цитиранията и рецензиите на нейните трудове, изпълнението на

минималните национални изисквания, нейния преподавателски опит са в областта на заявения конкурс като обхващат различни нейни аспекти в забележимо по-голяма степен, отколкото това успява да докаже другия кандидат (чл. 112, ал.1- 2 от ПУРПНСЗАДСУ).

**Д-р Боян Кутевски** притежава много качества, които го определят като първокласен изследовател, практик и лектор. Неговият теоретичен подход към връзките с обществеността демонстрира ерудиция, носи своята специфика и оригиналност, със сигурност има и последователи. Но той не винаги попада изцяло в заявената тематика на конкурса, голяма част от неговите разработки, макар и много ценни сами по себе си и изразяващи сериозен практически опит, покриват само част на необходимата за конкурса област. Количествените показатели за научна продукция в областта на конкурса, публикационната му активност, стажът и опитът му като лектор, отзивите за неговата научна и академична дейност са забележимо по- малки от тези на доц. Серафимова (чл. 112, ал.1 от ПУРПНСЗАДСУ). Като цяло също така резултатите според чл. 112, ал. 1 - 2 от ПУРПНСЗАДСУ, когато се оценяват двама и повече кандидати, са в полза на другия кандидат.

В резултат на прегледа и оценката на цялостната дейност на кандидатите, предоставените от тях документи и доказателства, научните им приноси, научно-публикационната им активност в полето на конкурса, научния отзвук на техните трудове и академична дейност, стажът им като преподаватели и работата им със студенти, профилът им като лектори, участието им в различни проекти, дискусии и семинари, препоръчвам на уважаемите членове на Научното жури да **изберат** за академичната длъжност „доцент“ по 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на връзките с обществеността), обявен ДВ, 93/26.11.2019 за нуждите на Софийския университет „Св. Кл. Охридски“, **доц. д-р Мила Иванова Серафимова**.

Изготвил становището:

Проф. д-р Николай Михайлов, член на Научното жури, 20.04.2020 г.