



**РЕЦЕНЗИЯ**

От: проф. д-р, д.н. Добринка Станчева Пейчева.

*Научна специалност: Медии и комуникации*

*ВУ / научна организация Югозападен университет „Неофит Рилски“*

Относно: конкурс за заемане на академична длъжност „доцент“ в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, научна специалност Връзки с обществеността и комуникация в социалните медии, обнародван в “Държавен вестник”, бр. 4 от 12.01.2024 г.

**1. Информация за конкурса**

Конкурсът е обявен за нуждите на катедра: Медии и обществени комуникации факултет Икономика на инфраструктурата на УНСС съгласно Решение на АС № 6/13.12.2023г., участвам в състава на Научното жури по конкурса съгласно Заповед №625./11.03.2024 на Ректора на УНСС.

**2. Информация за кандидата в конкурса**

В конкурса е налице един кандидат – гл. ас. д-р Мария Николова от катедрата, обявяваща конкурса- катедра Медии и обществени комуникации на УНСС:

- *Кратка биографична справка*

Гл. ас д-р Мария Николова е завършила бакалавърска степен специалност Връзки с обществеността във ФЖМК, СУ “Кл. Охридски“ в Професионално направление 3.5. "Обществени комуникации и информационни науки“. Магистърската и степен е завършила отново в СУ Кл. Охридски“ през 2007г., специалност „ Публична комуникация“

През 2012 г. става доктор по научна специалност " Журналистика" (Медии и връзки с обществеността)

*В момента* кандидатът за доцент Мария Николова е главен асистент в катедра Медии и обществени комуникации факултет Икономика на инфраструктурата, Университет за национално и световно стопанство-София

*Заемани академични и други длъжности до момента*

Д-р Мария Николова е преподавател и главен асистент от 2012 и досега в Университет за национално и световно стопанство, София, Катедра "Медии и обществени комуникации" (катедра на ЮНЕСКО "Медийна и информационна грамотност и културни политики за устойчиво развитие". Дисциплините които води са тясно свързани с темата на конкурса : Кризисен PR, Връзки с обществеността, Бранд комуникация, Комуникация в социални мрежи, Култура и медии, PR Писане.

От 2013 г и досега д-р Николова е и хоноруван преподавател във Факултет по журналистика и масова комуникация, СУ "Св. Климент Охридски", със следните дисциплини: Бизнес комуникация, Писане за връзки с обществеността, Комуникация в социалните мрежи, Дигитална комуникация и иновации.

Други дейности, които характеризират научната и приложна ангажираност на д-р Николова:

-Стилов редактор на научното е-списание "Медии и обществени комуникации"

- Член на Комисията за професионална етика към Българското дружество за връзки с обществеността от 2016 – 2021 г.

Член на жури на наградите "ПР Приз" на Българското дружество за връзки с обществеността

Член на жури на студентския конкурс "Като Бернайс" на Българското дружество за връзки с обществеността

Член на европейската научно-изследователска комуникационна асоциация ECREA

Член на световната асоциация за медийни и комуникационни изследвания.- IAMCR

Член на Съюз на българските журналисти

Член на Българско дружество за връзки с обществеността

### **3. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност**

Кандидатът за доцент д-р Николова е с положително становище от Съвета по хабилитация на УНСС за участие в конкурс за доцент Тя е изпълнила всички количествени изисквания . Има почти двойно повече от изискуемите общ брой точки - *относно количествените изисквания и изпълнение на качествените изисквания.*

#### **4. Оценка на учебно-преподавателската дейност**

*(Оценяват се преподавателският опит и степенята на подготвеност на кандидата за заемане на академичната длъжност по конкурса).*

Д-р Николова има преподавателски опит в катедрата от 2013 г. В момента води успешно няколко дисциплини: Кризисен PR, Връзки с обществеността, Бранд комуникация, Комуникация в социални мрежи, Култура и медии, PR Писане. Има положителни оценки от студентското оценяване на преподавателския състав

В периода 2018-2023г. има успешно защитил 1 докторант и 24 успешно защитили магистри

Изпълнява и преизпълнява в пъти учебната си натовареност в УНСС, която включва 957 ч. лекции и 900 ч. упражнения в бакалавърска степен и 900 ч. упражнения в магистърска степен.

В СУ „Св. Климент Охридски“-ФЖМК в бакалавърска степен реализира 59 ч. лекции и 89 ч. упражнения.

Има изпълнена аудиторна заетост в УНСС или в акредитирани от НАОА висши училища (УНСС, СУ „Св. Климент Охридски“ – ФЖМК) – 307 часа.

54 са лекционните и часове на чужд език по програма „Еразъм“ .

Николова има 5 разработени лекционни курса в бакалавърска степен и 3 в магистърска степен.

Участник е в 4 научно-изследователски вътрешно-университетски проекта и в 2 международни.

Участва и в международна програма за обмен на United States Department of States - International Visitor Leadership Program on 21st Century ChangeMakers: NexGen Media Exposure Strategies for Ethical and Accountable Reporting (2021-2022 г.)

**Оценката ми за учебно-преподавателската дейност и степента на подготвеност на кандидата за заемане на академичната длъжност по конкурса е изключително висока.**

#### **5. Обща характеристика на представените научни трудове/публикации**

Кандидатът за доцент гл. асистент д-р Мария Николова се представя с общо 36 публикации по темата на конкурса за доцент, от които 2 монографични труда и 34 студии, статии и глави от книги. 8 от публикациите са публикувани в чуждестранни издания, а 2 от тях са индексирани в Скопус. 21 от публикациите са авторски, а 14 в съавторство с други учени.

**Няколко са основните направления** в изследователската дейност на гл. асистент д-р Мария Николова:

- кризисен мениджмънт в социалните медии и управление на кризи като цяло; кризисни ситуации, онлайн кризисен PR“ и „онлайн криза“ ;
- имидж на организациите и държавите; интеркултурна комуникация и модели на вътрешни и външни комуникации; мениджъри и комуникационни специалисти;
- медийна грамотностл.

#### **6. Обща характеристика на представените научни трудове/публикации**

В конкурса за доцент, кандидатката участва с 2 научни книги- монографията

„Управление на кризи в социалните медии“ с обем от 254 страници, публикувана от издателство „Авангард Прима“, София с ISBN: 978-619-239-865-1 и с публикувания и допълнен дисертационен труд на тема : Културният образ на Балканите. Изд.

„Авангард Прима, състоящ се от 211 стр. с ISBN: 978-619-239-917-7

В монографичния труд „Управление на кризи в социалните медии“е защитена тезата, че кризисният мениджмънт в онлайн среда, и в частност в социалните медии, запазва традиционните си етапи, в които се управляват вътрешните и външните комуникационни процеси, но спецификите на дигиталната среда и богатият инструментариум от комуникационни техники, дават на кризисните мениджъри и комуникационни специалисти повече възможности за оперативна подготовка, реализиране и оценка на кризисните послания; че управлението на комуникациите, като част от кризисния мениджмънт не само става все по-важен дял и от правилното

им стратегическо планиране, осъществяване и измерване но и детерминира пълноценното възстановяване на организацията.

Трудът е структуриран в пет глави с акцент върху социалните медии към 2024 г. Изследвани са Facebook, Twitter (X), и YouTube, като са систематизирани иманетнтните за социалните медии видове кризисни ситуации и са предложени релевантни стратегически подходи за евентуалното им управление в дигитална среда, движейки се от логично от предкризисната, кризисната и посткризисната фаза на оценка. Налице са няколко научни и научно-приложни реализации:

- направен обстоен обзор на теоретичните ресурси в кризисен мениджмънт, връзки с обществеността, онлайн PR, кризисни комуникации, онлайн комуникации, комуникация в социалните медии;

- проследена е еволюцията на социалните мрежи и мястото им в кризисните комуникации като са анализирани и посочени най-честозначимите използвани комуникационни техники за кризисен комуникационен отговор;

- генезисът на т. нар. „кризи 2.0“, заложен в развитието на социалните медии в рамките на изследването на институционалната комуникация по време на пандемичната криза, предизвикана от COVID-19 е свързан по един релевантен начин от кандидатката за доцент с темата за дезинформацията, инфодемията и тяхното влияние върху публичните комуникации. Трите стълба - децентрализация, разпространение на информация и собственост - на прогреса на Web 3.0 е видян в контекста за иновативни дигитални кампании, базирани на блокчейн технологията и на възхода на нематериалните токени (NFT).

Значима идея в труда е извеждането на една неизследвана досега тема – темата за кризисната грамотност, която е експлицирана в рамката на „знанията, уменията и способностите, които хората, организациите и общностите притежават, за да се подготвят, да реагират и да се възстановят от криза - разбиране на естеството и въздействието на кризите, както и на наличните стратегии и инструменти за смекчаване на последиците от тях.“

Онлайн комуникацията при кризисни ситуации е концептуализирана върху проактивност, прозрачност, честност и диалогичност за изграждане и поддържане на

доверие със заинтересованите страни по време на криза. Паракризата като вторичен проблем за организацията е иманентно включена в концептуализацията

Поредица от статии във връзка с тематиката на монографичния труд допълват или предхождат приносите на кандидатката за конкурса в първото от 3-те изведени по-горе направления. Имам предвид статията и от 2018 г. „Кризисният PR в епохата на постистина където се поставя въпросът до каква степен може да се говори за управление и стратегии за корпоративна комуникация в ерата на пост-истината и дали би било по-уместно да се включи стратегия за управление на слуховете в арсенала на стратегията за корпоративна комуникация“ Имам предвид и статиите „Crisis PR and Media: PR Tactics for Communication with Journalists and Media; «Дигитален разказ в контекста на кризисната комуникация: кампании в посткризисен период в моето е-списание Проблеми на постмодерността, ЮЗУ през 2020,“Управление на онлайн общности в кризисните комуникации“,,

Монографията „Културният образ на Балканите“ е централна за второто основно научно направление по което работи Николова като друг център, около който групирам публикациите и лекционната дейност на кандидатката. Интеркултурните комуникации са видяни и разгледани релевантно чрез образование, което е в основата за разбирателство и уважение към другостта; младежта и спорта във връзка с прилагане на интеркултурния диалог и културата като възможност за свързване на ценностни системи и естетически предизвикателства Допълнения в този план са статиите „Предизвикателства пред ПР в ерата на фалшивите новини; «Поддържане на онлайн репутация чрез бранд журналистика“ „Видеоинфографика“; „Виртуална реалност; Добавена реалност; Intercultural communication“ и пр. където е изяснено и значението на културните кодове и културните контексти, както и значението на социалните медии и дигиталната комуникация за създаване на представи за различни социални, етични и религиозни групи. Представен е и казус на българското медийно представяне на бежанската криза (2013-2015 г.), като акцентът е поставен върху дискриминационните стереотипи и предразсъдъци Направен е успешен опит да се обясни сложността на межкултурната комуникация и процеса на межкултурен диалог, да се изяснят особеностите на медийните репрезентации и механизмите за изграждане на образи, основани на стереотипи и предразсъдъци и да

се идентифицират ролята и влиянието на социалните медии за създаване на предпостави за уязвимите групи.

Относно третото научно направление на кандидатката - мед грамотност биха могли да се причислят и статиите на кандидатката Николова през последните години от рода на „ Политики и стратегии на ЮНЕСКО за развитие на медийната грамотност. Наръчник за политики и стратегии на ЮНЕСКО; „Национални практики в страните от ЕС и други национални държави (Люксембург, Малта, Нидерландия, Норвегия, Полша, Португалия“ ; „Формалното образование в България“ и пр.

Кандидатката има приноси и в едно следващо научно направление, което се разработва в катедрата, свързано с идентифициране на професията на ПР експерта от различни ъгли. Показателни в това отношение са съавторството и в почти всички колективни представления по тази тема на автори от катедрата

Оценявам високо научните и научно-приложни резултати в монографичния и труд и в останалите стоменати публикации на кандидатката.

Успешно защитилата и докторантка е още един атестат за научно-приложната и резултатност.

#### **7. Оценка на научните и научно-приложни приноси.**

Приемам самооценката на постигнатите приноси

- С монографичния труд, с останалите научни публикации и с академичната работа в УНСС Николова развива траекторията на кризисните комуникации, връзките с обществеността и комуникацията в социалните медии;

- За първи път в българските научни изследвания е направен опит за обобщаване на промените, които настъпват в кризисния комуникационен процес под влиянието на социалните медии. Изведени са измеренията на т. нар. „кризи 2.0“, които възникват и се развиват в социалните медии ;

- Анализирани и обобщени са специфичните комуникационни техники в пост кризисен период, които включват форми на дигитален наратив в три различни сфери – институционална, корпоративна и неправителствена;

- Предложени са авторски дефиниции за целите на монографичното изследване – „онлайн кризисен PR“ и „онлайн криза“, които са съобразени с развитието на дигиталната медийна екосистема;

- Систематизирани са традиционните и новите комуникационни техники в кризисното стратегическо планиране. Описани са трансформациите в онлайн среда на традиционните техники за комуникация по време на криза (пресинформация, пресконференция, официална позиция брифинг). Направен е опит да се картографират новите техники за комуникация в дигитална среда (временен кризисен уебсайт, дигитална информационни хъбове, имейл и нюзлетър, видеообръщение, онлайн официална позиция, приложения за кризисни комуникации).
- Предложена е структура и съдържание на кризисен комуникационен план, който обхваща единадесет стъпки, отразяващи стратегическото и тактическото планиране в трите фази на кризисния процес (предкризисна, кризисна и посткризисна фаза).
- Направен е примерен шаблон за структуриране на официална позиция на организация, изпаднала в криза.
- Съставени са четири модела за организиране на вътрешните комуникации при различни нива на тежест на кризисната ситуация. Моделите са структурирани на основата на две променливи – състояние или отключващо събитие, водещо до кризисна ситуация и кратък алгоритъм на уведомяването (кой, кога, какво).
- Предложена е работна дефиниция на понятието “регионален имидж”. Обособени са отличителните характеристики на регионалния имидж.
- Участието и в колективния монографичен труд и в статиите за медийната грамотност допринасят за проследяване, обобщаване и анализиране за първи път в България на политиките, стратегиите и практиките за въвеждането на медийната и информационната грамотност във формалното и неформалното образование на страните в Европа;
- Участието и в реализираното първо изследване в България, което откроява добрите практики и дефицитите в комуникационните стратегии на българските институции по време на COVID-19 криза позволява отчетането на приноса и в дефиниране на дефицити по отношение на стратегиите за онлайн комуникация - липсва ясно идентифициране на заинтересованите страни и уязвимите групи, качеството на създаденото онлайн съдържание е ниско, а в редица институции то липсва.

## **8. Критични бележки и препоръки**



Критични бележки нямам. Препоръката ми към кандидата за доцент Мария Николова е да продължи разработването на идеята и за кризисната грамотност като продължение на работата и за медийната и дигитална грамотност по принцип.

## **9. Заключение**

Високата ми оценка за учебно-преподавателската дейност и степен на подготвеност за заемане на академичната длъжност, високата ми оценка за публикационната дейност на д-р Мария Николова, както и високата ми оценка за научните ѝ, и научно-приложни приноси, ми дава основание убедено да гласувам с „Да“ за кандидатурата ѝ за доцент. Д-р Николова не само отговаря на всички изискуеми научни и научно-приложни показатели за заемане на академичната длъжност, но и надминава някои от тях в пъти. Препоръчам на останалите членове на Научното жури да гласуват с „Да“, както и на членовете на Факултетния съвет по Икономика на инфраструктурата към УНСС да гласуват с „Да“ за присъждането на академичната длъжност Доцент в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, научна специалност „Връзки с обществеността и комуникация в социалните медии“, на единствения кандидат гл. асистент д-р Мария Николова от катедра „Медии и обществени комуникации“.



**Рецензент:**

**проф.д-р, д.н. Добринка Станчева Пейчева**

22.04.2024

София

## UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

### REVIEW

By: Prof. Ph.D., DSc Dobrinka Stancheva Peicheva.  
Scientific specialty: Media and Communications  
South-West University "Neofit Rilski"

Regarding: competition for the occupation of the academic position of "associate professor" in professional direction 3.5. Public communications and information sciences, scientific specialty Public relations and communication in social media, published in the "State Gazette", no. 4 of 12.01.2024.

#### **1. Information about the competition**

The competition has been announced for the needs of the Department: Media and Public Communications, Faculty of Economics of the Infrastructure of UNSS, according to the Decision of the AC No. 6/13.12.2023. I participate in the composition of the Scientific Jury for the competition according to Order No. 625./11.03.2024 of the Rector of UNWE.

#### **2. Information about the candidate in the competition**

There is one candidate in the competition of the associated professor – Ph. D. Maria Nikolova from the Department announcing the competition - Department of Media and Public Communications of the UNWE

##### *Brief biographical reference*

Dr Maria Nikolova graduated with a bachelor's degree in Public Relations at the Faculty of Journalism and Mass Communication, SU "Kl. Ohridski" in Professional Direction 3.5. "Public Communications and Information Sciences" The Master's degree was completed again at the SU "Kl. Ohridski in 2007, majoring in "Public Communication"

In 2012, Maria Nikolova became a doctor in the scientific specialty of journalism" (Media and PR)

Currently, Dr Maria Nikolova is the main assistant in the Department of Media and Public Communications, Faculty of Infrastructure Economics, University of National and World Economy-Sofia.

#### **Academic and other positions held to date**

The associate professor candidate has been a teacher and chief assistant since 2012 at the University of National and World Economy, Sofia, Department of Media and Public Communications (UNESCO Department of Media and Information Literacy and Cultural Policies for Sustainable Development). The disciplines she leads are closely related to the contest theme: Crisis PR, Public Relations, Brand communication, Communication in social networks, Culture, and media, and PR Writing.

From 2013 until now, Dr. Nikolova has also been a part-time lecturer at the Faculty of Journalism and Mass Communication, SU "St. Kliment Ohridski", with the following disciplines: Business Communication, Writing for Public Relations, Communication in Social Networks, Digital Communication, and innovations.

Other activities that characterize the scientific and applied commitment of Dr. Nikolova:

-Style editor of the scientific e-journal "Media and Public Communications";

- Member of the Commission for Professional Ethics at the Bulgarian PR Society from 2016 – 2021.

Jury member of the "PR Prize" award of the Bulgarian PR Society;

Member of the jury of the student contest "Like Bernays" of the Bulgarian PR Society;

Member of the European Research Communication Association ECREA

Member of the World Association for Media and Communication Studies.- IAMCR

Member of the Union of Bulgarian Journalists

Member of the Bulgarian Society for Public Relations

### **3. Fulfillment of the requirements for occupying the academic position**

The candidate for associate professor, Dr. Nikolova, has received a positive opinion from the Habilitation Council of UNWE for participation in the competition for associate professor. She has fulfilled all the quantitative requirements. It has almost double the required total number of points - regarding quantitative requirements and fulfillment of qualitative requirements

### **4. Evaluation of teaching and learning activity**

The teaching experience and degree of preparedness of the candidate for the academic position under the competition are evaluated.

Dr. Nikolova has teaching experience in the department since 2013. Currently, she successfully leads several disciplines: Crisis PR, Public Relations, Brand Communication, Communication in Social Networks, Culture, and Media, and PR Writing. There are positive evaluations from the student evaluation of the teaching staff.

In the period 2018-2023, she was the Mentor of a PhD student who successfully defended and 24 successfully defended masters;

She has fulfilled his study load at UNWE, which includes 957 hours of lectures and 900 hours of exercise in the bachelor's degree and 900 hours of exercise in the master's degree.

In SU "St. Kliment Ohridski"-FJMK in the bachelor's degree realized 59 hours of lectures and 89 hours of exercises.

There is full classroom employment at UNWE or in NAOA-accredited higher schools (UNWE, SU "St. Kliment Ohridski" - FJMC) - 307 hours.

54 are lectures and classes in a foreign language under the Erasmus program.

Nikolova has developed 5 lecture courses in the bachelor's degree and 3 in the master's degree.

She is a participant in 4 scientific research intra-university projects and 2 international ones.

She also participated in an international exchange program of the United States Department of States - International Visitor Leadership Program on 21st Century ChangeMakers: NexGen Media Exposure Strategies for Ethical and Accountable

My assessment of the educational and teaching activity and the degree of preparation of the candidate for the academic position in the competition is extremely high and indisputable

### **5. General characteristics of the presented scientific works/publications**

The candidate for associate professor Dr. Maria Nikolova presents a total of 36 publications on the topic of the competition for associate professor, of which 2 monographic works and 34 studies, articles, and book chapters.

8 of the publications were published in foreign publications, and 2 of them were indexed in Scopus. 21 publications are authored, and 14 are co-authored with other scientists.

There are several main directions in the research activity of ch. assistant Dr. Maria Nikolova:

- crisis management in social media and crisis management in general; crises, online crisis PR' and 'online crisis';
- image of organizations and countries; intercultural communication and models of internal and external communications; managers and communication specialists;
- media literacy

#### **6. General characteristics of the presented scientific works/publications**

In the competition for associate professor, the candidate participated with 2 scientific books - the monograph "Management of crises in social media" with a volume of 254 pages, published by "Avangard Prima" publishing house, Sofia with ISBN: 978-619-239-865-1 and with published and supplemented dissertation work on the topic: The cultural image of the Balkans. Ed. "Vanguard Prima consists of 211 pages with ISBN: 978-619-239-917-7

In the monographic work "Crisis Management in Social Media" the thesis is defended that crisis management in an online environment, and in particular in social media, retains its traditional stages in which internal and external communication processes are managed, but the specifics of the digital environment and the rich toolkit of communication techniques give crisis managers and communication specialists more opportunities for operational preparation, implementation and evaluation of crisis messages;

that the management of communications, as part of crisis management, not only becomes an increasingly important part of their correct strategic planning, implementation, and measurement but also determines the full recovery of the organization.

The work is structured in five chapters with an emphasis on the social media ecosystem by 2024. Facebook, Twitter (X), and YouTube are studied, the types of crises immanent to social media are systematized, and relevant strategic approaches are proposed for their eventual management in the digital environment, moving logically from the pre-crisis, crisis, and post-crisis phases of assessment. Several scientific and scientific-applied implementations are available:

- she made a comprehensive review of theoretical resources in crisis management, public relations, online PR, crisis communications, online communications, communications in social media;
- the evolution of social networks and their place in crisis communications has been traced, and the most frequently used communication techniques for crisis communication response have been analyzed and indicated;
- the genesis of the so-called "crises 2.0", embedded in the development of social media within the framework of the study of institutional communication during the pandemic crisis caused by COVID-19 is related in a relevant way by Dr Nikolova to the topic of disinformation, the infodemic and their impact on public communications. The three pillars - decentralization, dissemination of information, and ownership - of Web 3.0

progress is seen in the context of innovative digital campaigns based on blockchain technology and the rise of intangible tokens (NFT).

A significant idea in the paper is the introduction of a hitherto unexplored topic - the topic of crisis literacy, which is explained in the framework of "the knowledge, skills, and abilities that people, organizations, and communities possess to prepare for, respond to and recover from crisis - understanding the nature and impact of crises, as well as the strategies and tools available to mitigate their consequences.'

Online crisis communication is conceptualized as proactivity, transparency, honesty, and dialogicity to build and maintain trust with stakeholders during a crisis. Paracrisis as a secondary problem for the organization is immanently included in the conceptualization

A series of articles in connection with the theme of the monographic work complement or precede the contributions of Dr Nikolova in the first direction. I have in mind the article from 2018 "Crisis PR in the post-truth era, where the question is raised to what extent one can talk about management and corporate communication strategies in the post-truth era and whether it would be more appropriate to include a rumor management strategy in the arsenal of corporate communication strategy" I also mean the articles "Crisis PR and Media: PR Tactics for Communication with Journalists and Media"; «Digital narrative in the context of crisis communication: campaigns in a post-crisis period in e-journal "Postmodernism Problems, in 2020; "Managing online communities in crisis communications".

The monograph "The Cultural Image of the Balkans" is central to the second main scientific direction of Nikolova's works as another center around which I group the candidate's publications and lecture activities. Intercultural communications are seen and considered relevant through education, which is the basis for understanding and respect for otherness; youth and sports are about the application of intercultural dialogue and culture as an opportunity to connect value systems and aesthetic challenges. Additions to this plan are the articles "Challenges to PR in the age of fake news; "Maintaining online reputation through brand journalism" "Video Infographic"; "Virtual Reality; Augmented Reality; Intercultural communication', etc., where the importance of cultural codes and cultural contexts, as well as the importance of social media and digital communication in creating representations of different social, ethical and religious groups, are clarified. A case study of the Bulgarian media presentation of the refugee crisis (2013-2015) is also presented, with the emphasis placed on discriminatory stereotypes and prejudices. A successful attempt was made to explain the complexity of intercultural communication and the process of intercultural dialogue, to clarify the peculiarities of media representations and the mechanisms for constructing images based on stereotypes and prejudices, and to identify the role and influence of social media in creating representations of vulnerable groups.

Regarding the her third research area - media literacy, Dr Nikolova's articles in recent years such as "UNESCO Policies and Strategies for the Development of Media Literacy" could also be considered. UNESCO Policy and Strategy Manual; "National practices in EU countries and other national states (Luxembourg, Malta, the Netherlands, Norway, Poland, Portugal"; "Formal education in Bulgaria" etc.

Nikolova also made contributions in a further scientific direction, which is being developed in the department, related to the identification of the Profession of the PR expert from different angles. The co-authorship in almost all collective presentations on this topic by authors from the department is indicative in this regard.

I highly appreciate the scientific and scientific-applied results in the monographic work and the other steel publications.

Her successfully defended doctoral student is another certificate for her high level of scientific and applied effectiveness.

**7. Evaluation of scientific and scientific-applied contributions. I accept the self-evaluation of the contributions achieved:**

- With the monographic work, other scientific publications, and the academic work at UNWE, Nikolova developed the trajectory of crisis communications, public relations, and communication in social media;
- For the first time in Bulgarian research, an attempt has been made to summarize the changes that occur in the crisis communication process under the influence of social media. The dimensions of the so-called "crises 2.0", which arise and develop in social media, are derived;
- The specific communication techniques in the post-crisis period are analyzed and summarized, which include forms of digital narrative in three different spheres - institutional, corporate, and non-governmental;
- Author's definitions are proposed for the monographic study - "online crisis PR" and "online crisis", which are consistent with the development of the digital media ecosystem;
- Traditional and new communication techniques in crisis strategic planning are systematized. The transformations in an online environment of traditional communication techniques during a crisis (press information, press conference, official position briefing) are described. An attempt has been made to map new communication techniques in a digital environment (temporary crisis website, digital information hubs, email and newsletter, video message, online official position, and crisis communication applications).
- The structure and content of a crisis communication plan is proposed, which covers eleven steps, reflecting strategic and tactical planning in the three phases of the crisis process (pre-crisis, crisis, and post-crisis phase);
- An example template was made for structuring an official position of an organization in crisis;
- Four models have been compiled for organizing internal communications at different levels of severity of the crisis. The models are structured based on two variables – a condition or triggering event leading to a crisis and a short notification algorithm (who, when, what);
- A working definition of the term "regional image" is proposed. The distinctive characteristics of the regional image are distinguished.
- Her participation in the collective monographic work and the articles on media literacy contribute to tracing, summarizing, and analyzing for the first time in Bulgaria the policies, strategies, and practices for the introduction of media and information literacy in the formal and informal education of the countries in Europe;
- Participation of Nikolova in the first research conducted in Bulgaria, which highlights the good practices and the deficits in the communication strategies of the Bulgarian institutions during the COVID-19 crisis, allows the accounting of the contribution in the definition of deficits about the strategies for online communication - there

is a lack of clear identification of stakeholders and vulnerable groups, the quality of online content created is low, and in several institutions, it is lacking.

#### **8. Critical notes and recommendations**

My recommendation to Dr Maria Nikolova is to continue her work towards the idea of crisis literacy as a continuation of media and digital literacy in general.

#### **9. Conclusion**

My high assessment of the educational and teaching activity and the degree of preparation for taking up the academic position, my high assessment of the publication activity of Dr. Maria Nikolova, as well as my high assessment of her scientific and scientific-applied contributions gives me reason to be convinced that I vote "Yes" for her candidacy for associate professor. Dr. Nikolova not only meets all the required scientific and scientific-applied indicators for occupying the academic position but also surpasses some of them many times over. I recommend to the other members of the Scientific Jury to vote "Yes", as well as to the members of the Faculty Council for Infrastructure Economics at UNWE to vote "Yes" for the awarding of the academic position of Associate Professor in professional direction 3.5. Public communications and information sciences, scientific specialty "Public relations and communication in social media", of the only candidate ch. Assistant Dr. Maria Nikolova from the Department of "Media and Public Communications".



Reviewer:

Prof. Ph.D., D.Sc. Dobrinka Stancheva Peicheva

22.04.2024  
Sofia