



## РЕЦЕНЗИЯ

От: *проф, д-р Александър Иванов Маринов*  
*Научна специалност Политически науки*  
*Софийски Университет „Св. Климент Охридски“*

Относно: конкурс за **професор** по научна специалност *Политология (теория и практика на политическата реклама) / научно направление 3.3 Политически науки в УНСС*

### **1. Информация за конкурса**

Конкурсът е обявен за нуждите на катедра “Политология” / Факултет „Международна икономика и политика” на УНСС съгласно Решение на АС № 5 / 04.12.2019 г. Участвам в състава на научното жури по конкурса съгласно Заповед № 356 / 14.02.2020 г. на Ректора на УНСС.

### **2. Информация за кандидатите в конкурса**

В конкурса участва един кандидат – доктор на политическите науки Георги Любенов Манолов, редовен доцент в катедра Политология – УНСС, редовен професор във Висшето училище по сигурност и икономика - Пловдив.

Дпн Георги Манолов е роден през 1958 г. Висше образование завършва през 1983 г. Работи в органите на местната власт, от 1989 г. започва педагогическата си дейност в Пловдивския университет „П. Хилендарски”, по-късно е доцент в ЮЗУ „Н. Рилски”; от 2003 г. и досега преподава във ВУСИ – Пловдив като доцент и професор. През 2007 г. е началото на научно-педагогическата му дейност в УНСС –

първоначално като хоноруван преподавател, а от 2010 г. – като редовен доцент по политология.

През 1996 г. получава образователна и научна степен „доктор по политология”, а през 2008 г. Специализираният научен съвет при ВАК му присъжда научната степен „доктор на политическите науки”.

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

#### *3.1. Изпълнение на количествените изисквания*

Съгласно представения документ „Карта за изпълнение на количествените изисквания за заемане на академична длъжност „Професор”, приет от Съвета по хабилитация на УНСС, кандидатът дпн Георги Манолов не само покрива, а чувствително (почти трикратно) надхвърля Националните минимални изисквания и Допълнителните изисквания на УНСС. Не е констатирано неизпълнение по някои от групите изисквания.

#### *3.2. Изпълнение на качествените изисквания*

Съгласно представения документ „Карта за изпълнение на качествените изисквания за заемане на академични длъжности „Професор” и „Доцент” , приет от Съвета по хабилитация на УНСС, кандидатът дпн Георги Манолов е представил убедителни доказателства за удовлетворяване на качествените изисквания, въведени от УНСС.

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

Дпн Георги Манолов има повече от 30 г. научно-преподавателски стаж, от които 13 г. в УНСС. Ползва се с авторитет сред своите студенти и колегите си в академичните звена. Бил е научен ръководител на трима успешно защитили докторанти.

Дпн Георги Манолов води редица лекционни курсове в бакалавърска и магистърска степен, като: „Политология”, „Структура и функции на съвременната държава”, „Глобализация, интеграция и национална държава”, „Политически имидж”, „Публична власт и политика”, „Съвременни политически теории”, „Политически

преход и промяна”, „Предизборни кампании”, „Изборни технологии и финансиране на партиите”.

Може да бъде направен изводът, че преподавателският опит и степента на подготвеност на кандидата, както и цялостната му академична компетентност съответстват на изискванията за заемане на академичната длъжност с оглед спецификата на конкурса (научна специалност и допълнителна конкретизация).

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

Основни области на научните изследвания на дпн Георги Манолов са: теория на политиката, елитарни политически теории, политически системи, политически мениджмънт, политически маркетинг, политическа реклама, избори и избирателни системи, предизборни кампании, финансиране на политическите партии и др.

Автор е на повече от 150 научни труда и публикации в страната и в чужбина (САЩ, Русия, Англия, Германия, Испания, Франция, Австрия, Испания, Гърция, Словакия, Турция, Сърбия и др.), от които осем монографии, седем учебника, четиринадесет студии и др.

Дпн Георги Манолов участва в настоящия конкурс с 30 научни труда, от които три монографии (от тях 2 публикувани в чужбина), един учебник, четири студии, петнадесет статии (от тях 7 публикувани в чужбина) и седем доклада от научни конференции. В съответствие с изискванията на ЗРАСРБ тези трудове не са били използвани за участие в други процедури за научна степен и академична длъжност.

Сред тях трябва изрично да бъдат отбелязани двете монографични изследвания:

**Политическата реклама – между реалността и манипулацията. Пловдив: ВУСИ, 2017, 515 с. ISBN 978-619-7343-06-9, и**

**The political elite. Theory, History, Leadership. Berlin, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019, с. 223. ISBN 978-613-9-46419-7**

Дпн Георги Манолов представя за участие в конкурса и десетки студии и статии. Сред тях (без да бъдат омаловажавани останалите) смятам за необходимо да бъдат

открити следните, най-значими и пряко свързани с конкретизираната област на конкурса:

- Политическата реклама в България (1878 – 1989 г.). – В: Политологически студии. Пловдив: ВУСИ, 2018, с. 385 – 457. ISBN 978-619-7343-02-1
- Финансирането на българската политическа реклама в медиите (2003 – 2018). – В: Научни трудове, УНСС, Том 1, 2019, с. 271 – 283. ISSN 0861-9344
- Illegitimate party financing: from „the boss system“ in the US to „vote trading“ in Bulgaria. – In: Scientific Conference „Topical questions of contemporary science“, Taunton, USA, 24.02.2017; Scientific Journal „Economics and Finance“, Conference Proceedings Citation Index, Social Sciences & Humanities, Thomson Reuters, 2017, p. 325 – 331. ISBN 978-0-9988732-1-3 (Нелегитимното партийно финансиране: от „системата на боса“ в САЩ до „търговията с гласове“ в България.)
- Internet Political Advertising. – In: International scientific conference „Strategic research directions“, 26.10.2018, p. 188 – 196. ISBN 978-2-5494-0322-5 Conference Proceedings Citation Index Social Sciences & Humanities – Thomson Reuters, Coventry, United Kingdom. (Интернет политическата реклама)
- Language manipulation strategies of the political advertising in Bulgaria. – В: Международни научни журнал Медиалингвистика, Санкт-Петербургский государственный университет, Т. 5, № 4, 2018, с. 545 – 556. ISSN 2312-0274 Российский индекс научного цитирования Science Index, European Reference Index for the Humanities and Social Sciences ErihPlus (Езикови манипулативни стратегии на политическата реклама в България)
- Българската политическа реклама в медиите: начин на издръжка или властова зависимост (след 10.XI.1989 г.). – В: Международна конференция на УНСС, катедра „Политология“, „140 години модерна българска държавност“, 1.06.2018, УНСС, с. 225 – 333. ISBN 978-619-232-151-2
- Българският модел на партийно финансиране. – В: Политически изследвания, бр. 1 – 2, 2015, с. 141 – 156. ISSN 0861-4830

- Партийното финансиране в България: проблеми и перспективи. – В: Социология и икономика, бр. 3, 2014, с. 3 – 11. ISSN 1314-3603

В цитираните и останалите представени за участие в конкурса публикации са постигнати следните основни **научни и научно-приложни резултати**.

Задълбочено са разгледани теоретичните аспекти на политическата реклама. Анализирани са езикът, стилът и техниките на тази реклама. Интерпретирани са най-съществените дискусии за политическата реклама през последните няколко десетилетия. Особено внимание е отделено на модерните форми на политическата реклама, като политическата реклама в интернет, която все по-масово се използва от различни субекти в политиката.

На специално научно изследване са подложени въпросите за финансирането на политическата реклама в контекста на партийното финансиране (легитимно и нелегитимно) в редица страни от Северна Америка, Западна, Централна, Източна Европа и др. Направена е ценна теоретична и приложна характеристика на манипулативния характер на политическата реклама и на някои от нейните най-разпространени форми (модели, инструменти), използвани за влияние върху обществото и в хода на предизборните кампании.

Разработен е подробен и задълбочен анализ на финансовите разходи на българските партии за предизборни кампании в медиите през периода 2003 – 2018 г. Изяснено е финансирането на т.нар. институционална реклама. Поставен е на солидна научна основа фундаменталният проблем за публичното финансиране на българските политически партии въз основа на разбиранията за същността на политическата реклама. Посочени са конкретни резултати във финансирането на партиите и медиите в България, което е подкрепено с разнообразен емпиричен материал.

Съществено внимание в рамките на настоящата рецензия заема преценката на монографиите, представени от кандидата дпн Г. Манолов за участие в конкурса.

Монографията **Политическата реклама – между реалността и манипулацията**. Пловдив: ВУСИ, 2017, наред с пространния теоретичен анализ на генезиса и развитието на рекламата в политиката, предлага оригинален прочит на

историческите корени и еволюцията на българската политическа реклама (1878 – 1989 г.), както и „ренесансът“ на този тип реклама от началото на прехода до 2017 г. Систематизиран е научният апарат на изучаването на политическата реклама, с концептуален акцент върху понятия като „политически маркетинг“, „политическа комуникация“ и „политически имидж“. Изяснява се тяхната връзка с категорията „политическа реклама“.

Монографията **The political elite. Theory, History, Leadership. Berlin, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019** е посветена на теоретичен анализ на понятията „политическа класа“ и „политически елит“ и на техните съдържателни измерения и класификации. Проследена е еволюцията от античните идеи за елита през Ренесанса до съвременните теории за неоелитаризма. Специално място е отделено на политическата олигархия като важен теоретичен феномен, на който все още не се отделя съществено теоретично внимание.

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

Първото направление в научните приноси на д-р Г. Манолов може да бъде обобщено чрез публикуването на първия монографичен труд у нас в областта на политическата реклама („Политическата реклама – между реалността и манипулацията“). В него са разгледани редица важни теоретични аспекти на политическата реклама, нейният автентичен генезис, историческо развитие и съвременно състояние. Изведена е и собствена дефиниция на понятието „политическа реклама“, класификацията на това явление, нейният език и стил, както и техниките на тази реклама.

На задълбочен критичен анализ е подложено партийното финансиране на политическата реклама, както и източниците на тяхното легитимно и нелегитимно набиране от политическите субекти. Тук определена приносна стойност има изследването на българския регламент за партийно рекламно финансиране след демократичните промени от 10.11.1989 г. до 2017 г. и оценката на резултатите от неговото практическо приложение в социалнополитическата практика.

Следваща област на важни научни приноси на кандидата представляват резултатите от изследването на предизборните кампании и използваните в тях политически реклами в България в различни исторически периоди.

В частност, особен интерес представлява анализът на слабо изучени периоди, като този от 1938 до 1946 г. От позициите на политическия маркетинг са разкрити острите идеологически и политически противопоставяния между политическите партии тогава. Изяснени са най-използваните форми на политическата реклама (предимно печатната) и тяхното пропагандно значение за въздействието върху избирателите.

Конкретен научен и научно-приложен принос се установява и в научното направление на политическия маркетинг в България. Към него могат да се причислят: разграничението между политическия маркетинг и политическия пазар, както и специфичните особености на българския политически маркетинг след демократичните промени и др.

Посочените и други приноси на д-р Г. Манолов са подобаващо оценени от научната общност, което личи от *интензивното цитиране на неговите публикации*. Броят на установените цитирания (в съответното точково изражение) надхвърля повече от четири пъти стандарта на минималните национални изисквания.

## **7. Критични бележки и препоръки**

Познавам д-р Георги Манолов от почти 15 години и имам отлични преки впечатления за неговите професионални и човешки качества. Нямам съществени критични бележки към учебно-педагогическата му дейност и представените за участие в конкурса работи.

## **8. Заключение**

Документите и материалите, представени от д-р Георги Манолов **отговарят** на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на УНСС. Кандидатът в конкурса е представил достатъчен и значителен брой научни трудове,

съдържащи оригинални научни и приложни приноси, получили национално и международно признание. Теоретичните разработки на дпн Георги Манолов имат практическа приложимост и са пряко ориентирани към учебната работа. Научната и преподавателската квалификация и постижения на кандидата са доказани и съответстват на стандартите на академичната общност.

Предвид представените в конкурса материали и научни трудове, тяхната значимост и съдържащите се в тях научни приноси, давам **положителна оценка** и **препоръчвам** на Научното жури да изготви доклад-предложение за избор на дпн Георги Любенов Манолов на академичната длъжност „професор” в УНСС по професионално направление 3.3. Политически науки (теория и практика на политическата реклама).

София, 05.04. 2020 г.

Изготвил рецензията:

(проф. д-р Александър Маринов)





## **REVIEW**

**By:** Prof. Aleksandar Ivanov Marinov, PhD,  
Sofia University „St. Kliment Ohridski”, Department of Public Administration,  
member of scientific jury, appointed by the Rector of UNWE,  
Order № 356 / 14.02.2020

**Regarding:** Competition for awarding the Academic Position  
“Professor” in Professional Field 3.3. Political Science  
(Theory and practice of political advertising)

In the competition takes part a sole candidate - Associate Professor  
Gueorgi Liubenov Manolov, Doctor of Science.

### **1. Assessment of fulfilling requirements for admittance to evaluation**

According Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria Act (DASRBA), to the evaluation stage of the procedure are admitted candidates, fulfilling the requirements, including fulfillment of the minimal national requirements. The verification of the file, namely the information regarding the mentioned fulfillment, accepted by the UNWE Commission, responsible for the check-up of the candidates in the competition, proves that Gueorgi Manolov, DSc is in line with the quantitative and qualitative requirements and should be admitted to the evaluation stage of the procedure.

## **2. General overview of the candidate's work submitted for evaluation**

The candidate Gueorgi Manolov, DSc has submitted for participation in the competition 30 papers, including 3 monographic studies (1 in Bulgarian, 1 in English and 1 in Greek). All submitted publications are admitted to evaluation, since none of them duplicates papers submitted in procedures for other scientific degrees and positions.

## **3. Brief outline of the candidate's scholar career**

Gueorgi Manolov, DSc, graduated with Master's degree in 1983. In 1996 he was awarded the PhD degree and in 2008 – the DSc degree. His academic career developed at Plovdiv University, later at South-West University – as Associate Professor, and since 2010 – at UNWE as regular Associate Professor.

The scholar profile of Gueorgi Manolov, DSc fully corresponds to the announced competition and presents him as a qualified candidate in the field.

## **4. Overview of the teaching and pedagogical activity of the candidate**

The teaching activity of Gueorgi Manolov, DSc at UNWE ranges over 13 years. At the present he teaches several courses in the bachelor and master programs of UNWE in Political Science which fall entirely in the field of competition: Politology, Structure and Functions of Modern State, Globalization, Integration and National State, Political Image, Modern Political

Theories, Electoral Campaigns, Electoral Technologies and Party Financing, etc.

Gueorgi Manolov, DSc is also a respected mentor and supervisor. He supervised three successful PhD students.

## **5. Evaluation of the theoretical and applied contributions of the candidate**

As mentioned, in this competition Gueorgi Manolov, DSc applies with 30 papers, including 3 monographic studies (1 in Bulgarian, 1 in English and 1 in Greek). The publications proposed by the candidate fully meet the requirements of the competition. None of them have been used for participation in other competitions.

In this review I devote special attention to the monographic studies:

**Политическата реклама – между реалността и манипулацията.  
Пловдив: ВУСИ, 2017, 515 с. ISBN 978-619-7343-06-9**

Includes a broad theoretical analysis of genesis and development of political advertisement, offering an original interpretation of Bulgarian political advertisement historical roots (1878 – 1989), as well of revitalizing of it throughout the Bulgarian democratic transition. A conceptual framework of political advertisement is elaborates, stressing on notions as political marketing, political communication and political image, clearing their relation to “political advertisement” category.

**The political elite. Theory, History, Leadership. Berlin, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019, с. 223. ISBN 978-613-9-46419-7**

In this work, the concepts of "political class" and "political elite", whose substantive dimensions - from nature and structure to their classifications - are also the main purpose of the scientific research. The analysis is expanded from the ancient ideas of the elite during the Renaissance to the modern theories of neo-elitism. Some understandings of the political elite and state leadership have also been criticized. A special place is devoted to the political oligarchy as an important social phenomenon, to which considerable theoretical attention has not yet been given.

Gueorgi Manolov, DSc is author – except of above mentioned monographic books - of multiple studies, articles and other publications, presented in this competition. Among this broad creative field, the following publications seem to me of particular significance, both theoretically and in applied context:

- Политическата реклама в България (1878 – 1989 г.). – В: Политологически студии. Пловдив: ВУСИ, 2018, с. 385 – 457. ISBN 978-619-7343-02-1
- Финансирането на българската политическа реклама в медиите (2003 – 2018). – В: Научни трудове, УНСС, Том 1, 2019, с. 271 – 283. ISSN 0861-9344
- Illegitimate party financing: from „the boss system“ in the US to „vote trading“ in Bulgaria. – In: Scientific Conference „Topical questions of contemporary science“, Taunton, USA, 24.02.2017; Scientific Journal

- „Economics and Finance“, Conference Proceedings Citation Index, Social Sciences & Humanities, Thomson Reuters, 2017, p. 325 – 331. ISBN 978-0-9988732-1-3 (Нелегитимното партийно финансиране: от „системата на боса“ в САЩ до „търговията с гласове“ в България.)
- Internet Political Advertising. – In: International scientific conference „Strategic research directions“, 26.10.2018, p. 188 – 196. ISBN 978-2-5494-0322-5 Conference Proceedings Citation Index Social Sciences & Humanities – Thomson Reuters, Coventry, United Kingdom. (Интернет политическата реклама)
  - Language manipulation strategies of the political advertising in Bulgaria. – В: Международни научни журнал Медиалингвистика, Санкт-Петербургский государственный университет, Т. 5, № 4, 2018, с. 545 – 556. ISSN 2312-0274 Российский индекс научного цитирования Science Index, European Reference Index for the Humanities and Social Sciences ErihPlus (Езикови манипулативни стратегии на политическата реклама в България)
  - Българската политическа реклама в медиите: начин на издръжка или властова зависимост (след 10.XI.1989 г.). – В: Международна конференция на УНСС, катедра „Политология“, „140 години модерна българска държавност“, 1.06.2018, УНСС, с. 225 – 333. ISBN 978-619-232-151-2
  - Българският модел на партийно финансиране. – В: Политически изследвания, бр. 1 – 2, 2015, с. 141 – 156. ISSN 0861-4830

- Партийното финансиране в България: проблеми и перспективи. – В:  
Социология и икономика, бр. 3, 2014, с. 3 – 11. ISSN 1314-3603

It should be mentioned that Gueorgi Manolov's ideas have been cited by a lot of researchers in the field – the registered citations amount to 37, including 7 in works published in foreign language.

There are at least three interrelated conceptual areas proving the ability of the candidate to ask and answer complex theoretical questions, following a very sound logic of scholar evolution.

*First.* A new theoretical approach, leading to the first monographic Bulgarian study in the field of political advertisement. Using this approach, the development and change of political advertisement are considered, including the analysis which of political advertisement language, styles and techniques.

Gueorgi Manolov studies the party financing of political advertisement – both legal and illegal. Clear scholar and applied contributions are identified in the area of Bulgarian party financing regulations after democratic changes began in 1989 (through 2017) and the evaluation of its application in political and electoral practice.

*Second.* Applying the above mentioned conceptual framework, Gueorgi Manolov offers an original interpretation of the genesis of political advertisement occurrence in Bulgaria between 1878 and 1944 when its initial implementations for gaining political power begin to appear. There is an emphasis on the first judicial regulations (a law in 1882) that aim at limiting the spread of “vote trading” in post-liberation Bulgaria. A theoretical analysis is performed on the basic roots and premises of “vote trading” for unveiling the scheme of the basic action axis for implementation of this phenomenon in Bulgaria. In this context it is very important to note the structure of the “vote

trading” notion, which consists of three elements: “money seller”, consumer of the “service” and “trade” of electoral committees.

*Third.* Stepping out of the structural framework, Gueorgi Manolov addresses some problems of illegitimate party financing. The mechanisms of this funding in the US („Boss System“) by the end of the 19th century and its analogues in Bulgaria are revealed. Particular attention is paid to definition, structure and manifestations of the phenomenon of „Trading Votes“ over the last 25 years in our country. The recent data on the size of „purchased“ vote in the last parliamentary (2014) and local (2015) elections in Bulgaria are presented.

## **6. Evaluation of the personal contribution and authorship**

The scholar texts and corresponding contributions are with no doubt personal work of the candidate Gueorgi Manolov, DSc. I accept entirely the self-assessment of the contributions.

## **7. Critical remarks and recommendations**

I know Gueorgi Manolov, DSc for 15 years and have a respect for his high personal standards for research, teaching and scholar moral. I have no significant critique on the publications submitted and the applicant's past activities.

## **8. CONCLUSION**

The scholar production and contributions of Gueorgi Manolov, DSc are entirely in line with the requirements of the Development Academic Staff in the Republic of Bulgaria Act (DASRBA) and other corresponding regulations. The qualification and performance of the candidate are solid and well proven.

These results give me compelling reasons to propose to the honorable scientific jury to vote unanimously for the awarding of the academic position “Professor” in the professional field 3.3. Political Science (Theory and practice of political advertising) to Gueorgi Manolov, DSc.

София, 05.04. 2020 г.

Prepared and signed by:

(prof. PhD Aleksandar Marinov)