

## РЕЗЮМЕ

### на представения законкурс монографичен труд и публикации на гл.ас.д-р Славянка Ангелова

#### 1. Ангелова Сл. (2011). ИЗМЕРЕНИЯ НА ОНЛАЙН PR. УИ Н. Рилски, Благоевград

Обществото непрекъснато се променя. Неговите социални, политически и културни подсистеми са динамични. Всяка една от тях е изградена от хора и социални структури, които изпълняват специфични функции, но в същото време са отворени, комуникират помежду си и си взаимодействат. Промените се случват с различна скорост през различните епохи.

Днес основен катализатор на процесите са новите информационни и комуникационни технологии. В съвременното общество от първостепенно значение не е количеството на информацията, натрупана през вековете, а начините за нейната бърза обработка, съхраняване и споделяне с членовете му.

Хората променят технологиите – създават, модифицират и рационализират, но и технологиите променят хората, техният начин на живот, социалните им взаимоотношения, измеренията на културните им постижения, политическата и икономическата реалност. Технологиите се превръщат в инструмент за иновации. Те не са самостоятелно съществуващи, те са част от социалната област.

**Първа глава** маркира социалните предпоставки за възникването на онлайн PR. Една от тях е състоянието на социалната среда, на обществото, което се определя като информационно. Концепциите на някои от най-известните социални теоретици описват трансформациите, които претърпява обществото, спомагат за тълкуване на ефектите от прогреса в развитието на технологиите и все по-важното място, което заемат в обществения живот. Промените, до които те водят, са обект на редица изследвания.

Проследява се пътят на развитие на онлайн пространството, за да се очертае еволюцията и да се разкрият възможностите на уеб приложенията. Познаването на тяхната природа е предпоставка за разбиране на все по-сложните взаимоотношения и връзки, които хората изграждат чрез тях, на общовалидните принципи и норми, които определят поведението на отделния човек и влияят върху развитието на обществото. Представени са нови измерения на ценностите, продиктувани от информационните и комуникационните технологии.

Във **втора глава** се разглежда същността на комуникационния процес, функциите на комуникацията от гледна точка на PR и особеностите на онлайн комуникацията, породени от естеството на мрежовите връзки. Успешното реализиране на комуникационните активности в голяма степен зависи от обекта, към който са

насочени. Познаването на характеристиките на интернет публиките е база, въз основа на която да се изберат подходящите канали за комуникация с тях, да се формулират най-въздействащите ключови послания.

Все по-голямото разпространение на онлайн комуникацията в ежедневието изправя PR–специалиста пред предизвикателства, преодоляването, на които изисква от него да притежава специфични електронни умения, знания и компетенции. Усилията за тяхното дефиниране и подпомагане на развитието им са обект не само на изследвания в професионалната област, но и на международни инициативи. Технологиите придават нови форми на междуличностните, корпоративните и дори международните комуникации, променят и професионалната дейност по PR. Тя придобива нови измерения в онлайн пространството.

**Трета глава** представя някои средства за онлайн комуникация, разкрива тяхната същност, характеристики и особености и възможните им приложения в цялостната комуникационна политика на дадена организация. Онлайн инструментите са разнообразни, с лесен интерфейс и всеки PR-специалист може да приложи различна комбинация от тях в своята работа, която да доведе до рационално изпълнение на поставените цели и задачи в цялостната фирмена комуникационна стратегия. Ефективното използване на средствата за онлайн комуникация изисква на първо място познаване на тяхната същност и специфика и на второ място - специален подход, изпълнение и управление.

Пред PR-практика се появява необходимостта да събира и анализира онлайн информацията за организацията, да следи виртуалното обществено мнение, да осъществява електронни комуникационни дейности за реализиране на поставените цели и задачи. И всичко това в една планирана и стройна последователност на дейности, които са взаимосвързани. Провеждането на гъвкава комуникационна политика от страна на организациите е необходимост в информационното общество.

Важен елемент е не само трезвата оценка на текущата ситуация, но и прозорливият поглед в бъдещето, и двете поставени на научна основа.

## **2. Стефанова, Д., Ангелова, Сл. (2011). РЪКОВОДСТВО ПО УЧЕБНА ПРАКТИКА ЗА СТУДЕНТИ ОТ СПЕЦИЛНОСТ “ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”. УИ Н. Рилски, Благоевград**

Образованието се явява едно от динамичните социални явления, което придобива все по-голямо значение за икономическия растеж и духовния напредък на обществото. То подпомага реализирането на заложените и интелектуалния потенциал на хората. Стимулира усъвършенстването както на професионалното, така и на личностно развитие на индивида.

България е част от в Европейския съюз и произтичащите от това изисквания рефлектират и върху практикуването на дейности в областта на връзките с обществеността.

Методите и формите на работа са специфични за всяка нация според културните и социалните характеристики. Това е сериозно предизвикателство към PR-специалистите, защото те трябва да работят по конкретни проекти в България, но същевременно с това да са в унисон с европейските стандарти. От тях се изисква не само солидна теоритична подготовка, но и овладяване на съвременните технологии, на комплекс от професионални стандарти.

Учебната практика позволява на студентите да приложат получените знания и придобити умения в реална работна среда в различни държавни, стопански, политически, обществени и културни структури, да ги превърнат в основа за изгаждане и натрупване на професионален опит.

Цел на настоящото учебно помагало е да предложи комплекс от дейности, които да улеснят в организационно отношение ползотворното протичане на стажантските програми. То включва седем модула, които са съобразени с действащия към момента учебен план на специалност “Връзки с обществеността” при ЮЗУ “Неофит Рилски” – Благоевград. В зависимост от вида на организацията, в която се провежда учебната практика, и от завършения курс, всеки студент сам избира тематичното направление на своя стаж. Това не изключва изпълнение на други задачи, възложени му от ръководителя на практиката.

Всеки модул задължава студента да обвърже теорията по определена тематика с реалната действителност, да направи адекватна и критична оценка, вземайки под внимание спецификата на организацията и факторите от вътрешната и външната ѝ среда.

Учебната практика, която съпътства теоретичната подготовка в университетското образование се явява важен етап в обучението на студентите за пряката им трудова дейност след дипломиране.

### **3. Ангелова, Сл., Стефанова, Д. (2011). ИЗИСКВАНИЯ НА PR ПРАКТИКАТА КЪМ УНИВЕРСИТЕТСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ. Годишник на СУБ – Пловдив**

Докладът се базира на данни от научно-изследователски проект на тема „Изследване на потребителите на кадри по PR”. Основната цел на проекта е изучаване на потребностите от квалифицирани специалисти в областта на PR и получаване на актуална информация за съвременните изисквания на практиката към тях. Експертното мнение на PR практиците и оценката на потребителите на кадри в България е база, на която да се предвидят коригиращи действия в процеса на университетското обучение.

Модерното висше образование по професионални комуникации може да бъде ефективно, когато е ориентирано към изискванията на пазара и има практическо приложение, когато образователните програми удовлетворяват потребностите на настоящето, но имат заложиени концепции и визия за бъдещето развитие на PR.

#### **4. Стефанова, Д., Ангелова, Сл. (2011). ВЛИЯНИЕТО НА МЕДИИТЕ - ТРАДИЦИОННИ И НОВИ. Годишник на Съюза на учените – клон Благоевград, том 5 (под печат)**

Медиите са съставна част от обществените комуникации, базират на широката структура на социални отношения. Изпълнявайки функциите си, медиите разпространяват и съхраняват необходимата за развитието на обществото информация, разширяват познавателните хоризонти на аудиторията. Те включват в себе си всяка форма на обществена връзка и на общуване и са неотлъчен спътник в ежедневието на човек. Медиите са поели ролята на напътственик в битката за формирането на общественото мнение и съзнание с умението си да поставят ударение на едни или други въпроси в публичната сфера, и така да подсказват на индивидите въпросите, заслужаващи внимание. В период на криза зависимостта на традиционните медии нараства под натиска на икономически и политически фактори. Това може да бъде и един от индикаторите за намаляващото въздействие на традиционните медии върху обществените групи и нарастващото ползване на новите медии, които са директен канал за комуникация. Все повече хора от целия свят използват Интернет като източник на новини и справочна информация; като средство за общуване, обучение, развлечение, бизнес. Най-големият притегателен център за интернет потребителите са социалните медии, защото в социалните медии потребителите определят дневният ред на обществото.

#### **5. Ангелова, Сл. (2010). СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ – ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ЕФЕКТИВЕН PR. сп. „Социология” бр. 1/2010, Институт по социология при БАН, София**

Комуникацията е в основата на PR дейността. В съвременното общество най-използваният комуникационен канал е световната компютърна мрежа. Боят на интернет потребителите по целия свят се увеличава с бързи темпове, като социалните мрежи са най-предпочитаното средство за общуване във виртуалното пространство.

Все по трудно може да се сложи граница между използването на социалните медии за лични и за професионални цели. Интерактивността на социалните медии, доверието между потребителите и осъществяването обратна връзка са предпоставка за реализирането на ефективен PR и други специфични професионални дейности. Пътят в

развитието им напред минава през онлайн комуникацията по принцип, и в част през общуването чрез социалните медии в различните им форми.

**6. Ангелова, Сл. (2008). ПРЕИМУЩЕСТВА НА НОВАТА МЕДИЯ ЗА PR. сборник Научни известия, г. IV, кн. 2, , Правно-исторически факултет, ЮЗУ “Н. Рилски”, Благоевград**

Преимството на Интернет като медия пред традиционните средства за масова комуникация е широко обсъждана тема, но рядко се обръща внимание конкретно на ползите за PR. Възможностите на новата медия за публична комуникация са от особена важност, защото позволява достигане до публики от цялото земно кълбо, до които традиционно съществува ограничен достъп; Хоризонталното направление на информацията създава по-голямо доверие; Обратната връзка е мигновена, по-често възникваща и по-емоционална; Налице е времева независимост на новата медия; PR-посланието достига до по-широка публика и има възможност за усилване на неговото въздействие чрез използване на различни изразни средства; Има възможност за мигновено актуализиране на публикуваната информация.

Общуването чрез Интернет е пряко и непосредствено, докато при традиционните средства за масова комуникация то се осъществява чрез посредник. Традиционните медии са допълнение към живота на човека, а Мрежата е среда, в която той живее.

**7. Ангелова, Сл. (2008). ЗА ИЛИ ПРОТИВ ВИРТУАЛНОТО ОБЩУВАНЕ. Годишник на Съюза на учените – клон Благоевград, том 2**

Светът, в който живеем се характеризира с бързи трансформации. Последните 20 години се определят като времето на новата информационна революция, която е следствие от бурното развитие на информационните и комуникационните технологии. Промените са навсякъде около нас- в бизнеса и административното обслужване, в обучението, в развлеченията и забавленията, във формите на социални контакти и други. Новият начин на комуникация чрез виртуалното пространство е може би най-яркият пример за значимостта и обхвата на тези промени. Виртуалното общуване, придобива все по-голяма популярност, поради географската си неограниченост, времевата независимост, свободата и правото на личен избор, социалното равенство и интеграция, които предлага.

Гласовете “против” новите форми на общуване в подкрепа на своята теза изтъкват аргументи като пристрастяване; липса на невербална комуникация;

минимизиране и технизиране на езика; зависимост от въображението и запълване на празнина от реалния живот.

В крайна сметка виртуалното общуване е между хора, които просто използват достиженията на науката и техниката. Получените резултати зависят от целите и намеренията, които потребителите поставят пред себе си. За или против виртуалното общуване – въпрос на личен избор.

**8. Ангелова, Сл. (2008). ПРОФЕСИОНАЛНАТА PR-ДЕЙНОСТ В УСЛОВИЯТА НА ИНФОРМАЦИОННОТО ОБЩЕСТВО. СБОРНИК Научни известия, г.IV, кн.1, Правно-исторически факултет, ЮЗУ “Н. Рилски”, Благоевград**

Световната мрежа е информационна среда, която дава неизмерим простор за творчество, фантазия и креативни решения. Тя вече не е само носител на информация в работата на специалиста по PR. Възниква нова технология, нова специализирана професионална дейност във виртуалното пространство, която се нарича “електронен PR” или “e-PR”. Тази технология притежава нови качества, най-важните от които са интерактивност и повишена скорост на изпълнение на мрежовите процеси.

Промените, които претърпява съвременният PR при наличието на Мрежата са в следните направления: 1) PR специалистът вече може да представи не просто “снимки” на съществуващи обекти, на структура и социални процеси между тях, той може да създаде нови комбинации между обектите, да изгражда нови причудливи светове и смислови пространства. 2) Цялата социална практика показва, че има най-малко две обединяващи тенденции, които могат да се различат в съвременните професии. Първата от тях е, че новите информационни технологии са “информационен” ускорител, а втората тенденция разглежда НИТ като “комуникационен” ускорител. 3) Чрез новите информационни технологии професията разширява социо-културните си граници, модифицира структурата, чрез която тя взаимодейства с обществената среда. 4) НИТ помагат да се тушират следствията на едно от главните негативни явления на новото време – разделянето на обществото на изолирани субкултури, между които има само видимост на връзката.

В резултат на съвместното развитие на професията PR и по-широката обществена система се променя взаимоотношението и взаимодействието между тях.

**9. Ангелова, Сл. (2007). НЯКОИ ПРИЗНАЦИ НА МОДЕРНОСТТА. Годишник на Съюза на учените – клон Благоевград, том 1**

В статията се разглеждат някои признаци на модерността от гледна точка на социалната наука. Първият белег, с който тя се характеризира е дистанцията от

природата, но не като пространствено, а като съдържателно отдалечаване. Вторият белег на модерността е рационализацията, която придобива ценностни измерения за обществото. Следващият характерен белег на модерността е информатизацията на обществото, който е процес в развитие. Като четвърта характеристика е разгледана универсализацията в няколко направления – общовалидност на резултатите и постиженията, разширяване на обществения обхват на приложимост на постигнатите резултати, възприемането на единни обществени критерии и стандарти, взаимната обвързаност.

**10. Angelova, Sl. (2007). VALUES OF THE SOCIETY IN THE INFORMATION ERA. “Scientific Research”, Volume 5, 2007, <http://press.swu.bg>**

Values are probably the most widely-used and the most frequently re-interpreted concept in the social knowledge. Social life is impossible without values. Values motivate the members of the society and the social movements and to a great extent define the way for integrating from the individual to the collective. Shared values are in the core of the social integration from the micro-level of the small group to the highest macro-levels of the social life.

From the elements of the widely held and thoroughly discussed the valuable system of the modern society in science literature in the text are discussed four values which on one hand are universal for different profiles and on the other hand are significant enough for the whole valuable system.

The cultural consumption and consequently the cultural socialization and education alters radically in having an access to the contemporary organized virtual space. Technology and electronics become the main factors defining the social explosions, habits variations, social structures as well as values of the society as a whole.