

РЕЦЕНЗИЯ

**За научните трудове и педагогическа дейност на
доц. д-р. Любомир Караджов по обявения от АМТИИ
конкурс за професор по
„Публични комуникации в изкуството“
8.1. Професионално направление
„Теория на изкуствата”**

От: доц. д-р Живка Бушева

По обявения конкурс за професор по „Публични комуникации в изкуството” на АМТИИ се е явил доц.д-р Любомир Караджов, който е и единствения кандидат.

Документацията, която доц. д-р Караджов е представил за обявения конкурс е пълна и изчерпателна. Тя включва списък с научни публикации, след хабилитацията му за доцент и по-конкретно монография, авторска книга с журналистически характер, статии в научни сборници, учебни програми, журналистически публикации в национални и регионални медии и професионални изяви и постижения като действащ PR на АМТИИ- Пловдив.

Любомир Караджов е възпитаник на в СУ Св. Климент Охридски Завършил е там българска филология. По-късно завършва и магистърска програма по финанси във Великотърновския университет.

Творческата и професионална биография на кандидата говори за сериозни постижения и управленски опит, както и за доказани умения в областта на журналистиката и PR. Бил е управител на медийната група „Евроком България“ ЕООД, директор на национална телевизия – Нова българска телевизия, ръководител на отдел „PR, анализи и комуникации“ в транспортна група „Никън Лайн“ и журналист в БНТ- Пловдив и др.

В АМТИИ Любомир Караджов започва дейност през 2012 г. като хоноруван преподавател по кризисен ПР и реклама в магистърските специалности ПР на арторганизации и Артмениджмънт.

От 2014 г. и до сега той изпълнява функцията на ПР мениджър за АМТИИ.

През януари 2014 след успешна защита получава образователната и научна степен „доктор“. През октомври 2015 г. е избран за доцент по Кризисен ПР на арторганизации, т.е. успешно се хабилитира.

Кандидат за професор Любомир Караджов сравнително бързо успя да се адаптира към академичните правила и изисквания и да превключи от журналистическа към преподавателска работа. Журналистическите умения помагат в комуникациите със студентите – магистри. Любовта му към журналистиката си е жива и той имат впечатляващо количество изяви в различни медии.

Дейността на професор в АМГИИ включва както научните и педагогически посоки, така и ПР дейност. В настоящата рецензия ще се ръководим от принципа за разделение на тези различни сфери, с акцент върху научното творчество и особено това свързано с монографията на кандидата за професор Любомир Караджов, „Публични комуникации в изкуството“.

Сред представената за рецензиране научна продукция на Любомир Караджов най-голям дял имат неговите изследвания в посока на ПР и в определена степен като цяло публичните комуникации в изкуството. В тази сфера на научни разработки попадат неговата монография и шест доклада от различни, проведени през последните три години научни конференции, основно в Пловдив.

Монографията на Любомир Караджов „Публични комуникации в изкуството“ е посветена на значима и актуална проблематика, към която се насочват сравнително малко автори. Към проблема за публичните комуникации в последните години са насочили интересите на много изследователи и специалисти, но на проблемите в сферата на изкуството обръщат внимание сравнително малко изследователи, въпреки че различните елементи на публичните комуникации за изкуството са изключително значими, като се има пред вид новите характеристики на бизнес средата, в която арторганизации и самостоятелно действащи творци – артисти, художници, музиканти, певци и други изпълнители трябва да функционират и да оцеляват.

Монографията може да се разглежда като сериозно авторово изследване на въпросите свързани главно с ПР и рекламата в изкуството, като засяга и други значими проблеми като лобизъм, синергичен ефект от

взаимосвързаността на отделните комуникации и действията им като интегрирано цяло.

В разработката си авторът свързва както теоретично изследване, така и практически примери и обобщен и осмислен личен опит, предимно от своята журналистическа и ПР практика. Приведени са значимо количество примери от реалната практика на действие на различни арторганизации. Присъстват и атрактивни препратки към интересите и позициите на студенти от Академията за музикално, танцово и изобразително изкуство Пловдив.

Монографичната разработка на Любомир Караджов е развита в три основни части, като всяка от тях включва по няколко отделни, логически обвързани глави. Проучени, използвани и анализирани са впечатляващо голям брой литературни източници.

Най-голямо внимание е отделено на ПР или връзките с обществеността, казано в български превод, както изтъква авторът. Последователно разгледани са проблемите за същността на ПР комуникациите, тяхните принципи и функции, изкуството като специфична среда за ПР комуникациите, присъства „кратка историческа разходка“, дискуссионният проблем за това дали ПР е изкуство или наука, както и къде е ПР-ът в изкуството в светлината на тази дискусия. Приведени са постановки и теоретични виждания на различни автори, но за съжаление малко липсва по-категорично изразена лична позиция на автора „нещо което е задължително за един кандидат за професор.

Разгледан обстойно е и въпросът за субект и обект на ПР в изкуството, като се изтъква значението на изкуството като субект на ПР и от друга страна като обект на ПР комуникациите. Отново са разгледани различни теоретични постановки на водещи на водещи автори, но липсва категорична авторова позиция. Към отделните глави има подходящо подбрани примери под формата на приложения, сред които следва да се изтъкне като особено интересен и значим за българската практика този за „Госпожа Опера“.

Поставен е и въпросът за лобизма, явление което като правило съществува в развитите демокрации. За съжаление в България той е нещо твърде ново, неразбираемо и като че ли е видоизменено и леко деформирано в посока на варианти на корупционни практики. Вероятно все още не е настъпил моментът за сериозно изследване на този специфичен вид комуникация.

Вторият раздел може да се определи като значим и сериозен анализ на рекламата в рамките на публичните комуникации, която се допълва и е в постоянна и неразривна връзка с ПР комуникациите, особено разгледана в светлината на интегрираните маркетингови комуникации.

За рекламата присъства осъществен кратък исторически поглед върху нейното възникване и развитие. При рекламата също е подложен на анализ дискуссионния въпрос за това доколко рекламата е наука и доколко е изкуство. Тук също бихме препоръчали по-ясна позиция на автора.

Много сполучливо и сериозно е анализиран и развит проблема за същността на релацията реклама и медийно партньорство в сферата на изкуството. Този въпрос е сравнително слабо анализиран в теоретичните и емпирични изследвания и разработки по отношение на изкуството в различните му проявления.

Последната, трета част на монографията на Любомир Караджов озаглавена „ Синергия на комуникациите в изкуството“ повдига и подлага на обстоен анализ един изключително значим проблем, а именно за синергичния ефект, който се получава при обединението и функционалното допълване на отделните видове публични комуникации, с акцент върху връзките между ПР и реклама.

Това е особено значим проблем, на който следва да се обърне по-задълбочено внимание особено от гледна точка на мениджмънта. Деността в посока ПР е вид управленска дейност, както изтъква и авторът на монографията.

Синергичният ефект се получава тогава когато има осъзнати, предварително планирани и системно изпълнявани съвместни дейности на отделните видове публични комуникации като единно цяло. Те „работят“ в полза на съответния субект на изкуството, но реално подпомагат дейността на управленския екип, така че заслужават по-задълбочено емпирично изследване и съответен анализ.

В светлината на тази релация се разглежда проблемът за продукта на изкуството в конкурентна среда. Отделя се нужното внимание на анализа относно връзката на социалните медии и синергията на ПР и рекламата в изкуството.

Като обобщение на изтъкнатото до тук, следва да отбележим, че монографичната разработка ще е много полезна и важна не само за специалисти по връзки с обществеността, маркетинг и реклама на арторганизациите, но и за ръководителите на тези организации, доколкото значимия синергичен ефект се получава не само от функционалното обединяване на отделните публични комуникации, но и в значителна степен от позициите и стратегическия подход на ръководството на съответните арторганизации.

Монографията ще бъде особено полезна и за студентите магистри, не само на магистри „Артмениджмънт“ и „ПР на арторганизации“ от АМТИИ, но и на други от аналогични специалности и в други висши училища.

Другите научни разработки на Любомир Караджов, а именно докладите от научни конференции разглеждат отделни подпроблеми на проблемите, включени в монографията, което показва, че авторът своевременно е направил своята „заявка“ за по-специално просъствие в избраната проблемна област.

Сред тези доклади може да се отдели по-специално внимание на озаглавеният: „Специфики на изкуството като среда за публични комуникации“ и на друг посветен на „Общественият консенсус за рекламата в изкуството“. Тези доклади като проблемна насоченост повдигат значими проблеми, свързани с реалната практика в сферата на изкуството.

Учебно-преподавателската дейност на Любомир Караджов е представена в предадените материали чрез разработените учебни програми, които засягат доста близка по съдържание проблематика, но носят и съответна специфика. Кандидатът се справя успешно с преподавателската дейност, за която му помагат уменията придобити в журналистическата практика. Необходима е повече организационна работа със студентите, които макар и възрастни хора, щом се озоват на студентската скамейка придобиват „ученическа“ психика.

Към представените материали се отнася и интересната монография на Любомир Караджов „Пътят на ктьора“, която е интересна, но е с определено публицистичен характер.

Наред с нея следва да отбележим и многото публикации в национални и регионални медии, които свидетелстват не само за „неувяхващата“ любов към журналистиката, но говорят и за висока енергичност и работоспособност, от които Любомир Караджов би могъл да се възползва по-полезно, ако ги насочи към научни изследвания.

Въз основа на всички гореизложено, давам определено положителна оценка на цялостните изследователско - теоретични и педагогически постижения на кандидата Любомир Караджов и считам, че той трябва да бъде избран за професор.

Доц.д-р Живка Бушева