

## РЕПУТАЦИОННИТЕ КРИЗИ ОНЛАЙН<sup>1</sup>. РЕЦЕНЗИЯ

Диляна Керанова

В монографията “Репутационните кризи онлайн“ на Пламен Атанасов е заложена хипотезата, че човешкото мислене и човешките отношения, включително и тези по оста общество-организация, винаги са били и продължават да бъдат едни от най-непредсказуемите и най-сложните в нашето битие. Голямата мрежа не само не ограничава изненадите в тази уникалност, но и категорично подпомага пренасянето им в едно още по-високо измерение. Езикът на автора е точен и изчерпателен, стилът му не е обременен с излишна терминология. Въпреки строго научното съдържание, материята е разкрита непринудено, с лекота и дава отговор на въпроси, които вълнуват все повече хора в глобалното ни, интензивно, но и многоаспектно съвремие. Доколко е изчерпателен този отговор е трудно да се каже, но това не само не е недостатък, а дори подчертава обстоятелството, че днешният свят е разширен до мегаизмерения и ние все по-сложно привикваме към него. Както пише авторът: „разширяването на днешното общуване води и до разширяване на потребността от информация, а информацията е реална и се управлява“. Вероятно това е ключът към едно такова изследване, където структурата на съдържанието е стройна, темите са завършени, но просторите на научното търсене остават отворени. Освен относно информационния мониторинг в организацията, в монографията няма конкретно упътване за мениджърски действия. За сметка на това са разкрити множество пренебрегвани или неподозирани до този момент „подмолни камъни“ в отношенията организация/публики и ясно са очертани адекватни управленски реакции. В размера на пет различни глави, книгата представя една завършена визия за етичните и морални предизвикателства пред репутацията, които чакат своето решение, заедно с развитието на уеб контекста в съвременната ни комуникация. Изследователското поле надхвърля ограниченията в една докторска дисертация, като мащабно представя тенденциите и очертаващите се подходи за изграждане и защита на публичното доверие в

---

<sup>1</sup> Монографията „Репутационните кризи онлайн“ излиза от печат през лятото на 2018 г. Издателството е „Авангард Прима“, а авторът Пламен Атанасов е доктор в професионална направление: обществени комуникации и информационни науки. Неговата дисертация е защитена във ФЖМК на СУ „Св. Кл. Охридски“ и изследва промените в предизвикването и овладяването на репутационни кризи, настъпили след активното имплементиране на КОК в ежедневието ни. Рецензенти са проф. д-р Чавдар Христов и доц. д-р Мариан Нинов. Научната редакция е на доц. д-р Милена Цветкова

---

организацията. Това е направено с множество примери от случващото се както у нас, така и в глобалния свят.

Монографията започва с конкретизиране на проблема в научното изследване. Той се засяга организационната репутация, т.е. социалната перцепция, която днес хората реализират относно мисията, визията и конкретните действия на корпорации, институции и граждански формирания. От тази гледна точка, в монографията е разкрито полето на кризисната материя. В него все по-контрастно се открояват заплахи не от пряко нанасяне на материални щети, а както от дезорганизиране на фирменото или на институционалното управление, така и от предизвикване на отлив на потребители и поддръжници. Освен това, стремежът към информационно доминиране в уеб пространството ражда още рискове за дисонанс в публичното разбирателство. С различията в репутационната уязвимост между търговски компании и административни или друг тип учреждения, в книгата е обоснована нехомогенността на този риск. По този повод, на преден план в една от подчастите е изведено общественото споразумяване за необходимостта, поради която възникват институциите. То е изтъкнато като причина за относително високия репутационен кредит, с който този вид организации разполагат. Логиката на показаната причинно следствена връзка привлича интерес, още повече, че само месец след отпечатването на книгата действителността ни осигури известно потвърждение: През лятото на 2018 г. у нас, в източните части на страната ескалира проблем с чума по животните. Тогава относителният имунитет на институциите „изненадващо“ спря действието си след значително събитие (необходимостта от евтаназиране на животни) и мащабно комуникационно разминаване (неясният императивен тон на в началото на кризата).

В края на първата глава е отредено специално място и за така наречените Теория за имиджо възстановяващия дискурс () и Ситуационна кризисна теория () - две концепции относно организационното поведение в екстремна ситуация, които са обобщени през средата на 90-те години на миналия век. Ясно е изведено обобщението, че относителната комфортност в отношенията между организациите и заинтересованите публики вече съществено е нарушена.

Монографията продължава със своеобразния ренесанс, преживян от репутационните кризи след иинвазията на информационни и корпоративни сайтове, блогове, форуми, социални онлайн мрежи и различни портали. Въпреки проблемното звучене онлайн дискурсът не е ограничен до ролята на източник на заплахи, а е разкрит и като поле за неподозирани възможности пред репутационния мениджмънт. Съвсем прагматично са

---

коментирани проблемни примери от практиката, а корпоративните сайтове са представени като мощен инструмент в ръцете на организационния мениджмънт. Авторът представя и конкретни насоки при избора на споделени онлайн услуги, каквито са облачните структури. Обосновано предупреждава за опасностите от подценяването на дигиталните архиви и на опасността от злоупотреба със споделеното в социалните мрежи съдържание. Любопитно е, че в книгата е отделено значително място за проблемността в работата на „Кеймбридж аналитика“ и това става в „окото на бурята“ от скандали около тази фирма. Вижда се, че материята е от дълго време е в полето на изследователско търсене. Съпадението от прогнози и събития навежда на мисълта, че разработки като тази монография притежават потенциал за ориентиране сред предизвикателствата на много от днешните проблеми, свързани с организационната репутация.

Следващите две глави в книгата запознават с организирането, поддържането и комуникационното поведение в корпоративните сайтове, за спецификите между малките и големите фирми, със сложния спектър на отенъци в амалгамата от бихейвиористични подходи и онлайн комуникиране, което е изнесено извън мерките за пространство и време. В разработката намират отговор редица въпроси за корпоративните връзки със средствата за масова комуникация и за балансираното разпределяне на организационните съобщения между новите медии и традиционните, електронни и печатни форми за публикуване. В страни от научния интерес не остава и аргументацията на основните положения в споменатото равновесие, която е изградена с примери за конкретна рефлексия върху търговията с ценни книжа по време на криза.

Последната част е посветена на многоликостта в съвременните комуникационни предизвикателства пред репутационния мениджмънт, както и на тенденциите за организиране на отношенията вътре и извън корпорации и институции. Изследвани са същността на компютърните вируси, действията на хакери и тролове, както и мотивите, поради които злоумишлено се използва тези инструменти. Всички тези фактори са обособени като външни заплахи от страна на уеб пространството. Паралелно с това не е подминат и въпросът за грешките в управлението и в отношенията между служителите и експертите в организацията. Авторът подчертава, че при днешната интензивна онлайн комуникация, грешките в мениджмънта на човешките ресурси изпъкват особено ярко като вътрешна репутационна заплаха за организациите.

Като поставя заплахите през уеб контекста на днешната комуникация, авторът ни представя едно от малкото достъпни научни изследвания за връзката интернет-репутация и

---

недвусмислено показва, че репутацията и репутационните кризи имат собствено място, което вече е и онлайн.

„Репутационните кризи онлайн“ е книга, която адекватно на съвременните условия допълва работата както на изследователи, така и на практики. При това актуалността е в един широк обхват от дейности – от комуникацията, през компютърното опосредстване и кризите, до репутационния мениджмънт. С точния, изчерпателен, научен, но и необременен с излишна терминология език, написаното е достъпно за разнообразна читателска аудитория. Обстоятелство, което прави монографията особено полезна за студенти, преподаватели и изследователи.