

ХАРАКТЕРИСТИКА НА СТИЛА НА КОМУНИКАЦИЯ НА БЪЛГАРСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ ВЪВ FACEBOOK¹

гл. ас д-р Милен Филипов
Бургаски свободен университет

FEATURES OF THE COMMUNICATION STYLE OF THE BULGARIAN UNIVERSITY IN FACEBOOK

Assistant professor Milen Filipov, PhD
Burgas Free University

***Анотация:** Пилотно изследване, по проект „Българският език в социалните медии“ (№ДН20/ 6; 11.12.2017) финансиран от Фонд научни изследвания, анализира характеристиките на комуникацията, която три български университета провеждат на техните Facebook страни. Целта на изследването е да разкрие комуникационно поведение и стил на университетите в социалните мрежи. Изследвана е цялата генералната съвкупност се състои от 205 поста за календарната 2018 година. Комуникацията на университетите е новинарска, монологична и дистанцирана. Използва се стилът на публичната информация.*

***Ключови думи:** университет, социални мрежи, Facebook, диалог, комуникация*

***Abstract:** The pilot study explored the social media communication of three Bulgarian universities. The purpose of the study was to find out the characteristics of the communication behaviour and style the Bulgarian universities perform on their Facebook walls. The whole research population of total 205 Facebook posts for the year 2018 was analysed. The three universities communicate with news and a monologue. The style of communication is a public information one. The research is part of the research project of Burgas Free university „Bulgarian Language in Social Media“ (№ДН20/ 6; 11.12.2017) funded by the National Science Fund of Bulgaria (BNSF)*

***Keywords:** university, social network sites, Facebook, dialogue, communication*

I. ВЪВЕДЕНИЕ

1.1. Глобални тенденции

Неотложните социални, икономически и екологични предизвикателства, изискват политическите и бизнес лидерите да „поемат в нови посоки, за да прилагат устойчиви и включващи икономически модели.“ [1] *Комисията за бизнес и устойчиво и развитие* (BSDC) формулира 17 Глобални цели за устойчиво развитие и прави прогноза, че постигането на Целите ще отвори бизнес възможности за най-малко 12 трилиона щатски долара годишно до 2030 година и то само в четирите изследвани

¹ Студията е разработена по проект „Българският език в социалните медии“ на Бургаския свободен университет, финансиран от фонд „Научни изследвания“ на МОН. The article is written as a part of the project „Bulgarian Language in Social Media“, funded by the National Science Fund of Bulgaria (BNSF)

икономически системи: храни и селско стопанство, градове, енергия и материали и здравеопазване. Тези нови реалности изискват ново мислене и професионални компетентности. Те поставят високи изисквания пред висшето образование, което да подготвя бъдещите кадри за глобалния устойчив пазар на труда. „Появата на глобалната икономика на знанието изпраща сигнал към висшите училища да се съсредоточат върху подготовката на студенти за пост-фордистко общество, в което технологични умения, нови форми на знание и гъвкавост са от ключова важност“ [2]. Самият сектор на висшето образование сектор се очаква също бързо да нарасне от сегашните 99 милиона студенти по света до 414 милиона“ [3] до 2030 година. Индивидуалното и общественото развитие правят висшето образование логичен избор пред стотици милиони потенциални студенти.

Университетът, изпълнява три взаимосвързани функции – образование, научни изследвания и обществен принос. „Научните изследвания правят възможно едно високо ниво на образование, а образованието, от своя страна, развива човешките ресурси за извършване на изследвания“ [4]. Приносът към обществото благо се изразява в разпространяването на натрупаните знания към пряко заинтересовани социални, икономически, политически и др. субекти.

Възможностите за реализация на глобалния пазар на труда мотивират студентите да търсят висококачествени учебни програми, отговарящи на изискванията на този пазар. Това е обвързано и с глобалните предизвикателства като развиване на интелигентна, приобщаваща и устойчива икономика, ориентирана върху индивидуален просперитет и обществен напредък. Способността българският университет да отговори на тези нужди може да гарантира виталността и полезността на университета като институция.

1.2. Национални реалности

Акредитираните висшите училища в България са 50-36 държавни и 14 частни [5]. Всички те се конкурират за студенти, финансиране и академичен талант. Висшето образование в България е „изправено пред сериозни предизвикателства, в т.ч. във финансов, кадрови, материален, качествен, нормативен и т.н. аспект“ [6]. За 2018 година заявената квота за студенти от петдесетте висши български училища остава незапълнена. В опитите си да привлекат студенти, за запълнят квотите си, университетите стигат до крайности в кандидатстудентските кампании. Отстъпка от такса, намаление на таксата при довеждане на кандидат-студент, запазване на място в предпочита на специалност, лаптопи, екскурзии и почивки в България и чужбина и др [7]. Отстъпката като маркетингова стратегия има за цел да стимулира повторна покупка. Определена специалност в бакалавърска степен е продукт, който се „закупува“ еднократно в рамките на срока на програмата. „Отстъпките не могат да обърнат спада на продажбите на бранда, да произведат значим брой нови потребители или да привлекат много тест потребители“ [8].

Подобни промоционални подходи не съответстват нито на икономическата, нито на социалната ценност на висшето образование, което е „определящ фактор за икономически растеж, заетост и доход в съвременните икономики, базирани на знанието“ [9]. Социалната му ценност се отразява в един здравословен, сигурен и обществено активен живот и добро управление [10]. Промоциите биха оказали кратковременен, относително, положителен ефект. В дългосрочен план, обаче, те негативно въздействат върху нагласите спрямо българското висше образование. Оказват разрушителен ефект върху поведението (мислите и действията) на потребителя спрямо репутацията на университета. Тя вече е отражение на евтин и некачествен доставчик на

социална услуга. „Същинският проблем е с последиците от тази ситуация върху качеството, а оттам и авторитета на висшето образование в България“ [11], както и в чужбина. А комуникацията, която българските университети провеждат в социалните медии, изгражда част от имиджа, който бъдещи и настоящи студенти, бизнесът и други заинтересовани публики виждат и върху който формират своето мнение.

II. Преглед на литература

2.1 Стил на комуникация

Понятието стил се използва в различни сфери на социално-икономическия и културния живот – стил на управление, стил на обличане, стил на поведение, стил на живот и т.н. В настоящото изследване на комуникацията в социалните мрежи стилът се разглежда като форма на разгръщането на текстови, аудио и визуални средства за мотивиране на двустранна комуникация, чрез изразяване и създаване на смисъл. „Стилът е преднамерена, умишлена организация на изразните средства...“ [12]. Тази форма преопределя начина на дефиниране на съобщението от получателя, от една страна. От друга, формата предполага и лингвистичните средства, които източникът ще използва за изграждане на самото послание. Интегрирането на двата аспекта формира и значението на посланието. Изхождайки от същността на Facebook – да създава и поддържа взаимоотношения, което се основава на двустранна комуникация в социалната мрежа, стилът като значение на посланието е в основата на функционалния стил на комуникация в социалните мрежи.

Функционалният стил изпълнява конкретно предназначение в провежданата комуникация, свързвайки разнообразни езикови средства и стилистични подходи в специфична единна система. Координацията, а не самите средства и подходи, оформят отличителните черти на стила на комуникация.

Стилът на комуникация има недвусмислено влияние върху идеята заложена в съобщението и нейното тълкуване от последователите в социалната мрежа. Изграждането на смисъла зависи от лингвистичните похвати (дължина на изречения, подбор на думи, визуализации и др.), които източникът използва. „Стилът като значение означава, че решенията, които [източникът] взема по отношение на изображения, метафори, звуци, дължина, синтаксис и пунктуация на допринасят допринасята към идеята, отколкото към просто изразяването й.“ [13]. Тези решения допринасят към функционалността на целия композиционен процес. Тълкуването на съобщението в социалните мрежи се определя от технологичните възможности на дигиталното устройство от една страна. От друга, то зависи от познавателните и интелектуалните компетентности на последователите в социалната мрежа, до които достига съобщението.

Социалната и функционалната определеност на стила, заедно с вътрешната кохерентност на съчетаване на различни лингвистични изрази средства, определят вида на функционалния стил на устната и писмената реч [14]. Четирите функционални стила са: научен, официално-делови, публицистичен, литературен и разговорен са детайлно описани.

Официално-деловият стил се използва в контекста на регулиране на деловите и правовите отношения между всички обществени или бизнес организации, както и отделни граждани, влизащи в правно-делови договорни отношения. Този стил се характеризира с висока степен на официалност, дистанцираност, задължителност, регламентираност и стандартизираност. Предназначението на официално-деловият стил е да опосредства енодзначно разбиране и на съобщението, което да резултира в бърза и недвусмислена комуникация.

Научният стил е специфичен за академичната и научната сфера. Характеризира се с обективно и научно-обосновано представяне на нови научни знания, предизвикващи разума. Това е стил с монологичен тип на общуване, който в прообладаващия случай е неспонтанен, официален и предварително подготвен. От гледна точка на стиловете специфики, научният стил изисква ясно и точно структурирано мислене боравещо с абстрактни понятия, способно обективно да извлече научно-валидни данни и да обобщава на база концептуална или емпирична информация.

Публицистичният стил се прилага от средствата за масова информация, за да бъдат задоволени нуждите на масовия консуматор на съдържание от навременна и важна за него/нея информация. Този функционален стил изобилства от теми покриващи всички сфери на обществения живот. Той е граничен стил. В публицистичния стил се залагат две цели за постигане – да се въздейства на рационалното мислене като се информира (подобна на официално-деловия и научния стил), предавайки факти. Второ, да се повлияе върху емоциите, като се провокира афективна реакция. Важно е да се отбележи, че гъвкавостта на публицистичния стил дава възможност за различна степен на когнитивно и афективно натоварване на съдържанието на съобщението. Тази дадедност обуславя едновременното прилагане на стандартни езикови и неезикови средства за оказване на информирано въздействие върху съзнанието и емоциите на читатели, зрители и слушатели.

Основни отличителни черти на този функционален стил е ефективното впитане в едно на конкретика, абстрактност и глобалност. Тези характеристики водят до формирането на гъвкав тип мислене, който позволява едновременното възприемане и обработване на разнообразни типове информация – фактологична, абстрактна, оценъчна и др. Общуването при публицистичния стил в повечето случаи е непряко, официално, монологично и неспонтанно, висока информативност. Изключения от правилото има при устните форми на този функционален стил, при които прекият контакт води до встъпване в диалог, което предполага по-ниска степен на официалност и по-висока спонтанност и експресивност.

Художественният стил се отличава от другите функционални комуникационни стилове по своята ясно изразена естетическа функция и специфични отличителни черти като художественост, образност, експресивност, индивидуалност и официалност. Той изисква предварително планирана структурата на съдържанието, което го характеризира като Предназначението му излиза извън пределите на провеждането на ефективна комуникация, и хоризонтът му достига до доставянето на естетическо удоволствие. Четири са признаците, които дефинират функционалността на този стил: а) *впитане на комуникативност и естетичност в единно цяло*, б) *богато разнообразие на стилистични похвати*, в) *активно използване на естетически изразни средства* и г) *демонстриране на авторската креативност*.

Разговорният стил се намира на границата между книжовните и некнижовните езикови форми на българския език. Този функционален стил се проявява, когато са удовлетворени комуникационните условия непринуденост, спонтанност и непосредственост на общуването. Основна характеристика на разговорния стил е нарушаването на книжовната норма на българския език. Други отличителни черти са емоционална натовареност и фамилиарност, прекъснатост на логическата последователност и др. В преобладаващия случай разговорният стил се проявява под формата на устен или писмен диалог. Силно влияние върху използването на този функционален стил оказва спецификата на ситуацията и контекста, в които се провежда общуването. Трябва да се отбележи, че разговорният стил е стил на комуникативни противополож-

ности. В изказа си той съчетава едновременно икономия и излишество, конкретност и обобщеност, унифицираност и индивидуалност и др., които се проявяват както в битово-разговорен, така и в професионално-разговорен контекст.

2.2. Бранд индивидуалност на университета

Българските университети функционират в силно динамична и агресивна среда. Онези от тях, които нямат ясно диференциран, комуникативен и диалогичен бранд, ще бъдат поставени ситуация на оцеляване. Дългосрочна бранд стратегия насочена към привличане на мотивирани студенти и преподаватели с доказан изследователски потенциал е от жизненоважно значение.

Брандът на университета е амалгама от рационалните възприятия (такса обучение, материална база и качество на обучението), както и емоционалните асоциации с позитивна, мотивираща и зареждаща дейност [15]. Ценен като актив бранд мениджмънтът изисква холистичен подход при прилагането на екшън и комуникационни интегрирани стратегии, което осигурява дългосрочната обвързаност със заинтересованите публики и виталност на университета. Ключов фактор в този процес на активна комуникация и диалог е бранд индивидуалността.

Бранд индивидуалността предоставя възможността на университета да се открие и да заяви себе си пред своите студенти, преподаватели, партньори и конкуренти като организация с човешко лице. В очите на заинтересованите си публики той добива различни по сила по *Скалата на бранд индивидуалността на университета* човешки черти като „престижен, искрен, привлекателен, жизнен, добросъвестен и космополитен“ [16]. Lowgie (2007) определя услугата образование, която университетите предлагат като неосезаема и неделима [17]. Това прави бранд индивидуалността конкретно и бранда на университета в неговата му цялост във фактори с много по-голяма важност в сравнение с продуктите брандове. Бранд индивидуалността има потенциала да улесни избора на потребителя, особено в случая с българските университети, в който услугата, която те предлагат, в същността си е идентична. „Когато вътрешно присъщите маркери са много сходни в конкурентните брандове, бранд индивидуалността може да изгради основа за разграничение“ [18]. Начинът, по който университетът комуникира, офлайн и онлайн, със своите заинтересовани публики отразява неговата бранд индивидуалност. Най-ясно това отражение се вижда в комуникациите в социалните медии, където комуникацията е публична и общодостъпна.

2.3. Социални мрежи и онлайн взаимоотношения

Социалните мрежи, от технологична гледна точка, са сайтове предлагащи уеб-базирани услуги. Boyd и Ellison очертават рамката на активностите, които потребителите могат да реализират в социалните мрежи като (а) развиване на профил (публичен или полу-публичен) в ограничена среда, (б) създаване на общност от последователи, и (в) преглеждане и навигиране сред връзките на другите в тази среда (2007). Основното предназначение на социалните мрежи е да опосредстват комуникативна или диалогична интеракция между членовете на нечия индивидуална или корпоративна общност. Те са много повече от онова, което Попова (2018) твърди, че социалните мрежи „удовлетворяват комуникационна потребност – желанието на хората да бъдат информирани по начин, различен от предлагания от досега съществуващите: незабавно, без цензурата на институциите, от мястото на събитието, от хора като тях, свидетели и участници в случващото се“ [19].

Точно обратно, социалната мрежа е среда, в която се изграждат и поддържат отношения от взаимен интерес, кои имат пряко влияние върху репутацията на универ-

ситета. Waters и Lemanski (2011) коментират, че „организациите трябва да осъзнаят силата на социалните мрежи и ролята, която те играят, когато става дума за развиване и поддържане на позитивна репутация“ [20]. Това надхвърля фокуса и ограничеността на социалната медия като доставчик на публична информация. Съобщения, коментари на създаден текст или споделени снимки, видеа, социални действия (харесване, споделяне, гласуване, и др.), микроблогинг, са комуникационни форми характерни и за социалните медии. Но, те приложението им в социалните мрежи задоволява потребността от „поддържането на индивидуални взаимоотношения“ [21]. Социалните мрежи опосредстват онлайн интерактивен контакт между създатели и консуматори на мултимедийно съдържание. Тази интеракция въвлича потребителите в един *създавателен кръг* (virtuous circle) на създаване, комуникация и консумация на текстово, фото, аудио или видео съдържание. В контекста на този *създавателен кръг* функционират различни модалности на комуникация, които „позволяват на потребителите да бъдат въвлечени в интеракция, която се простира върху общ интерес, споделени активности или артефакти, основана на географска, етническа или полова локация или дори диалог“ [22].

2.4. Комуникативност и диалогичност

Технологичните възможности на социалните мрежи, които човек използва в личното си общуване със своя социален онлайн кръг от приятели, показват, че университетът трябва на диалогичност, а не единствено на своята комуникативност. Комуникативността, тук, се разглежда като способността на университета да комуникира едностранно послания в социалните си мрежи, без структурно и целево те да формират диалогов акт. „Диалоговите актове са базови речеви актове, описващи основни действия като потвърждения или въпроси и аргументативни актове, които кодират различните функции, които един базисен речеви акт може да има в един по-широк контекст“ [23]. Такава асиметрична комуникация не създава благодатна почва за изграждането на взаимоотношения в социалните мрежи.

От своя страна диалогичността, като комуникация, която задоволява човешката нужда от социализация, предполага изграждането на взаимоотношения в социалните мрежи. Wilcox и Samron (2009) твърдят, че диалогичността е предпоставка за изграждане на взаимоотношения със заинтересованите публики, които са „активни, интерактивни и равни участници в един непрестанен комуникационен процес“ [24]. Равенството се изразява в равните възможности и права на участниците в диалога да комуникират своите послания без да бъдат санкционирани по отношение на коментарите (стига коментарите да не преминават границите на социално-приемливия тон). Диалогичността е комуникационната форма, в която събеседниците признават стойността на другия [25]. Комуникацията, която университетът провежда в социалната си мрежа трябва да бъде изградена като диалогична система, отколкото монологична политика [26].

На базата на диалогичната теория на Пиърсън, Kent и Taylor (2002) формулират пет характеристики на диалога: *взаимност* или признаване на организационно-обществените отношения; близост временност и спонтанността на взаимодействия с публиките; *емпатия* (съпричастност) или подкрепата и потвърждаването на целите и интересите на публиката; *риск* или желанието да се взаимодейства с отделни личности и публики според техните собствени условия; и накрая, *ангажираност* или степента, до която една организация се поддава на диалог, тълкуване, и разбиране в нейните взаимодействия с публиките“ [27]. Това са изходни позиции за успешна диалогична комуникация в социалните мрежи, която университетът успешно може да прилага.

III. МЕТОДОЛОГИЯ

Изследователската методология е система, изградена от конкретни правила и формиращи, процедурата, която провеждането на научното изследване трябва да следва. Освен това те се превръщат в онази, база за сравнение спрямо, която резултатите и знанието ще бъдат оценявани [28]. Kaplan (1973) коментира, че ефективната изследователска методология трябва да може успешно да дефинира резултатите и дейностите изграждащи изследователския процес. [29]

Към научното изследване се подхожда от конкретно философско гледище, което отразява основните възгледи на изследователя за света [30]. В полето на социалните науки тече дългогодишен дебат относно, кое от двете философски виждания позитивизъм и феноменология, е най-ефективно и надеждно за провеждането на научно изследване. За позитивистите, заобикалящият свят може да бъде опознат единствено чрез обективни методи на научно дирене. Феноменологията изследва света и реалността като социално-конструирани, необективни и имплицитни. Milliken (2001) заявява, че „реалността на изследванията включва много компромиси между чистите позиции. От гледна точка на практиката на научното изследване е видно, че дори най-ревностните последователи на тези подходи, не се придържат само към едната или другата позиция [31]. Настоящото изследване комбинира двете философски гледища, защото:

1) количествено е изследвана комуникационната активност на три български университета в социалната мрежа Facebook, отчитайки броя на постове, които те публикуват в рамките на една календарна година;

2) качествено е анализирана представителна съвкупност от всички постове на всеки един от университетите от гледна точка на тяхната жанрова и стилова специфика, което определя стила на комуникация на тези български висши училища.

3.1. Теоретични основи на изследването

Макро-теоретичната рамка на изследването се основава на Теорията за социално-медийната ангажираност (ТСМА). Изходната позиция на тази теория, е че по-активното въвличане на потребителите води до по-висока степен на ползване на социалната медийна платформа. Под употреба се разбира честотата, с която потребителят добавя, извлича или разглежда съдържание в социалната мрежа. Колкото по-често последователят е въвличен в разнообразни дейности, толкова по-ценна е социалната мрежа както за последователите, така и за самата организация, ефектът от което е съвместно създаване на стойност. Въвлечеността на потребителите е „менталната настройка на потребителя, която изисква повишена ангажираност и в резултат, на което води до лично значима полза (т.е. ангажираност за удовлетворяване на нужда). Това е предварителното условие, което оформя въввлечеността на потребителя и впоследствие го кара да действа“ [32].

На микро ниво изследването се прилага Критическия жанров анализ на Бхатия. В същността си анализът изследва експлицитните и имплицитните жанрови специфики, които отразяват персоналните интереси на представители на дадена общност. В тази връзка Критическият жанров анализ изследва както интертекстуалността, така и интердискурсивността, които формират „два типа взаимоотношения, включващи текст и контекст“ [33]. Бхатия описва интрестекстуалността като процес на трансформация на стари в нови текстове. Интердискурсивността, от друга страна, отазява интерак-

циите вътре в жанровете или между тях. Тя иновативен подход за създаване на хибридни или вградени жанрове, като се присвояват отличителни ресурси от даден жанр, за да се създаде друг.

3.2. Цел на изследването

Robson (1993) коментира, че научните изследвания в социалните науки имат три основни цели, именно *да проучват, описват и обясняват*. Проучвателските изследвания дават възможност да се разбере „какво се случва; да търсят нови прозрения; да задават въпроси и да оценяват явления в нова светлина“ [34]. Те са полезни, когато изследователят иска да допринесе за повишаване на разбирането на дадено явление или когато проблемът е нов и все още няма изследвания върху него, и има някой, който иска да даде начало [35].

Основната *изследователска цел* на настоящото изследване е да разкрие какво комуникационно поведение проявяват изследваните български университети в своите страници във Facebook. Изследването дава началото на изучаването на научен проблем, който е периферно изследван както в българската, така и в международната научна литература на английски език. Доколко българският университет е комуникативен и до каква степен той води диалог със своите ключови публики се проектира върху имиджа, репутацията и бранда на висшето училище. Въз основа на формулираната изследователска цел на настоящото изследване е откривателско по своята същност, поради което то не претендира да търси взаимовръзки между променливи.

3.3 Изследователски проблем и изследователски въпроси

Изследователският проблем – основните характеристики на комуникацията на българските университет във Facebook, е отражение на новите условия, в които университетите функционират и към които трябва да се адаптират. Проекциите на стила на комуникация, са пряко свързани с комуникационната интеракция между университета и последователите му във Facebook страницата на висшето училище. Тези проекции надхвърлят границите на непосредственото общуване и рефлектират върху имиджа, репутацията и бранда на университета. Това от своя страна е свързано с позиционирането и конкурентоспособността както на национално, така и на международно ниво. Facebook е най-предпочитаната социална мрежа в България.

Таблица. 1. Социалните медии в България март 2018 – март 2019

Социална мрежа	Facebook	Pinterest	YouTube	Twitter	Instagram
	94.46%	25.62%	20.42%	11.48%	5.475

Източник: Statscounter: <http://gs.statcounter.com>

Предходните данни напълно кореспондират с резултатите в доклада от представителното проучване *Българският език в социалните медии* (април – май 2019) на агенция Медиана, проведено за нуждите на научно изследователския проект на от Бургаския свободен университет *Българският език в социалните медии*, финансиран от Фонд научни изследвания. Докладът отчита, че 94% от българите използват Facebook като основна социална мрежа за общуване в онлайн пространството [36].

Системата на висшето образование е консервативна [37], което се проектира върху начина на общуване във Facebook. Тази социална мрежа дава възможност за изграждане на взаимоотношения между университета и неговите ключови публики. Същевременно обаче, степента на комуникативност и диалогичност определят включването на ключовите публики в общуването и рефлектират върху имиджа и репутацията на висшето училище. Изследователският проблем повдига следните изследователски въпроси свързани с комуникацията във Facebook на трите български университети Бургаския свободен университет, Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“, Варна и Технически университет, Габрово.

ИВ1. Каква е честотата на комуникационната активност на публикуване на текстово съдържание във Facebook страниците на Бургаския свободен университет, Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“, Варна и Технически университет, Габрово?

Първият изследователски въпрос има за цел да проучи доколко активно българският университет комуникира в страницата си в социалната мрежа Facebook. Отговорът на този въпрос ще даде представа за ефективните практики и пропусканите възможности за изграждане на взаимоотношения с ключовите публики – настоящи и потенциални студенти, бизнеса и др.

ИВ2. Каква е водещата жанрова категория на текстовите постове във Facebook страниците на Бургаския свободен университет, Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“, Варна и Технически университет, Габрово?

Вторият въпрос разкрива видовото разнообразие или еднообразие на тестовите постове, което изследваните университети предоставят на своите ключови публики. Разкриването на предпочитания жанр полага основата, върху която българският университет изгражда своя специфичен комуникационния стил.

3.4. Изследователски подход

Изследователският подход е свързан с две решения, които изследователят трябва да направи преди началото на изследването. Първият избор, основан на научната литература, е свързан с начина (индуктивен, дедуктивен или смесен), по който изследователят ще използва дадена теория. Вторият избор касае метода, който ще бъде използван за събиране на данни (количествен, качествен или смесен). Дихотомията при избора между индуктивен или дедуктивен изследователски подход е резултат от решението, което изследователят взема относно начина, по който теорията ще бъде използвана [38].

На база съществуващата научна литература на български език става ясно, че комуникационното поведение на българския университет в социалните мрежи и конкретно във Facebook страницата му, е почти бяло научно поле. Поради тази причина, в добиването на по-дълбоко разбиране на това явление се разчита на съществуващи изследвания в чуждоезикова научна литература. Липсата на фокусирани изследвания върху проблема на български език определи и дедуктивния подход на настоящото изследване. То включва в себе си прилагането както на качествен, така и количествен подход.

Количественият подход има „логическа и линейна структура“ [39], чрез който се търсят причинно-следствени връзки между променливите заложи в дадена хипотеза. Този подход може да обхване голям брой респонденти и да даде представителност на резултатите. Cresswell (1994) го описва като процес на формиране на разбиране на

обществен или човешки проблем, който процес рисува сложна, холистична картина, на базата на мнението на респондентите, което те изказват в естествена среда. Основният акцент се поставя върху статистически обосноващите мерки за валидност [40]. Въпреки предимствата си, количественият подход търпи критики като ригидност и линейност [41], времеемкост и трудност при разработването на въпросника, не висока ефективност при проучвателски изследвания и др.

Привържениците на качественият подход са на мнението, че едно явление не може да бъде осмислено, без да се вземат под внимание контекста и отношението на субектите, които въздействат върху или са повлияни от явлението. Качественият изследователски подход търси да открие сърцевината на проблема, без разбира се да го поставя в измерими и количествени параметри [42]. Според Bryman (1992b) количествените изследвания са „подход, който изследва социалния свят и се опитва да опише и анализира културата и поведението на индивидите и техните групи от гледна точка на онези, които са изследвани“ [43].

В основата на качественият изследвания стоят фактори като необходимостта изследователят да работи в среда, където социални или групови норми, роли и ценности съществуват; неспособността на респондента да формулира отговора си поради условието, което изследователят е поставил; изследователят не може да анализира поведението на респондентите без да разбере в контекста, в който те интерпретират своите мисли, чувства и действия [44].

Качествените изследвания, въпреки плюсовете си, имат своите ограничения като ограничен обем от данни, сложност при анализирането на данните, сложност на анализа, детайлност на класифицирането и гъвкавост и инерция на анализа. Настоящото изследване комбинира както количествен, така и качествен подход на изследване. Използваното количествено изследване щрихира макро рамката на комуникационното онлайн поведение на българския университет във Facebook. Качественото изследване помага да се разбере какви жанрове и какъв стил на общуване прилагат изследваните български университети в онлайн комуникацията си.

3.5. Изследователската стратегия и съвкупност

Изследователската стратегия на изследването се състои от два изследователски метода – контент анализ с неговите количествени измерения, които го правят гъвкав и многоаспектен изследователски метод. Krippendorff (2004), твърди, че „четенето на текстове е качествено, дори когато определени характеристики на текста, по-късно са превърнати в числа“ [45]. Той е изследователски метод за наблюдение подходящ за систематична оценка на съдържанието във всички комуникационни форми.

Генералната съвкупност се състои от общо 205 Facebook поста за календарната 2018 година. Изследвана е цялата генерална съвкупност. Причина за избора е целта за постигане на максимална представителност на пилотното изследване. По този начин се полага стабилна основа за последващото изследване на тона на бранд гласа на всички петдест български университети във Facebook. Втора причина е, малкият обем на генералната съвкупност ($n=205$), както и наличието на финансови средства, осигурени по проекта „Българският език в социалните медии“ (№ДН20/ 6; 11.12.2017) финансиран от Фонд научни изследвания.

3.6. Изследвани университети

3.6.1. Бургаски свободен университет

„Бургаският свободен университет (БСУ) в гр. Бургас е създаден с решение на Великото народно събрание от 18.09.1991 г. и е един от първите частни университети в страната. Университетът е акредитиран от Националната агенция за оценяване и акредитация и е носител на Международен сертификат за качество ISO 9001:2008. БСУ е модерен, иновативен и ориентиран към студентите и тяхната професионална реализация университет със значими академични постижения и утвърден международен статус” [46].

3.6.2. Технически университет – Габрово

„Техническият университет – Габрово успешно съчетава традициите на миналото с възможностите на настоящето в областта на образованието и науката. Той е престижен образователен и научен център, който предлага качествено обучение в съответствие с нуждите на пазара на труда по модерни широкопрофилни бакалавърски и съвременни магистърски и докторски специалности в областта на техниката и технологиите, стопанските и социални науки. Гаранция за това е дадената от Националната агенция за оценяване и акредитация институционална акредитация на университетни програмна акредитация на специалностите по професионални направления за *бакалавър* и *магистър* и на научните специалности за образователната и научна степен *доктор*. Системата за управление на качеството на обучението, научните изследвания и академичния състав на университета е сертифицирана по ISO 9001:2000 и ISO 9001:2008 от DQS GmbH и IQNet. Техническият университет – Габрово е акредитиран от Международното сдружение по инженерна педагогика IGIP и от Европейската професионална асоциация за инженери FEANI.” [47]

3.6.3. Висше военноморско училище „Никола Вапцаров“, Варна

„Висшето военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“ е най-старото техническо учебно заведение в Република България, а неговата история и настоящата му дейност го утвърждават като най-авторитетния център за подготовка на морски кадри. Традициите в българското морско образование датират от 1881 г., когато се открива Морското училище – първото техническо учебно заведение в България за обучение на машинисти и огняри.

От 3.12.1904 г. то е вече Машинно училище при флота – средно техническо училище за обучение на механици за военния и гражданския флот, държавните железници, въздухоплаването и др. През 1942 г. се преобразува във Военноморско на Негово Величество училище, с шестгодишен гимназиален и висш курс на обучение: във Висшия навигационен отдел се подготвят специалисти с висше специално морско образование, а във Висшия технически отдел (от 1943 г.) – и кадри с висше специално морско техническо образование. През 1949 г. приемникът на българската морскообразователна традиция става Народно военноморско училище „Никола Йонков Вапцаров“, а от 1956 г. му е даден статут на висше инженерно морско учебно заведение и неговото име е Висше народно военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“. От 1991 г. името на учебното заведение е Висше военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“ [48].

3.7. Процедура на изследването

За *ИБ1* механично бяха изброени всички публикувани, от всеки един от трите университета, постове на Facebook стените им, за периода 01 януари 2018-31 декември 2018. Отчитането на броя на постовете се извърши за ден, за седмица, за месец и за година. Целта бе да се проследи комуникационната активност на изследваните университети. Отчетен беше дали постът е със специално генериран текст (curated content) или е споделен от друг източник.

За *ИБ2* бяха анализирани жанровите особености на комуникацията на изследваните висши училища на Facebook стените им. Първата стъпка бе да се установи източника и типа на споделеното текстово съдържание. Първоначално бе проведен скрининг на всички Facebook постове за установяване на първичния източник на съдържанието. След локализиране на оригиналния източник на текста в страница *Новини* (БСУ, ВВМУ) или категория *Новини* (ТУГ) в уебсайта на университета, външен новинарски уебсайт или уебсайт на друга организация, бяха определени и общи структурни характеристики на текстовете. Изводът, който бе направен, че преобладаващата част от споделените постове имат структура на твърда новина.

Този предварителен анализ наложи разработването референтна рамка, спрямо която всеки текст да бе анализиран, за да бъде научно потвърдено, че споделяните текстове са новини. На база този резултатите бе определена и жанровата категория, в която споделяните текстове. За теоретична основа на референтната рамка бе използван модела на обърнатата пирамида използвана както от журналисти, така и от PR специалисти при създаването на новини. Blake (2007) описва концепцията на обърнатата пирамида по следния начин:

„Авторът приоритизира фактологичната информация, която трябва да бъде поднесена в новината, според нейната важност. Най-важната информация се поднася в първия ред, който се нарича лийд (или резюмиращ лийд). Той обикновено отговаря на на т.нар. -5К (*кой, какво, кога, къде, как*) и 1-3. По този начин читателят може незабавно да възприеме ключовите елементи на новината. Авторът след това предоставя останалата информация и допълнителни детайли в низходящ ред, според важността, като оставя най-маловажния материал за самия край“ [49].

Макар посочената формулировка да е точна по отношение на приоритизирането и поднасянето на информацията, тя не отчита технологичните реалности, които влияят върху публикуването на онлайн новини. Такава реалност е нелинейността на онлайн новината, която предоставя различни точки на вход и изход от новината. Нелинейното разказване (структуриране) на новината отчита, че читателите не следват структурната линия, спрямо която журналистът е подготвил материала на новината. Потребителя избира, кое от наличното разнообразно съдържание (текст, видео, аудио, визуализации и др.) в материала да консумира. „Това представлява предизвикателство за журналистите, тъй като те трябва да създават съдържание, което да допълва, а не да повтаря, други елементи от историята, които искат да разкажат“ [50]. Тази реалност се отнася със същата сила и до специалистите по връзки с обществеността.

Поради тази причина бе разработен макро теоретичен модел на *Обърната пирамида за мултимедийна нелинейна новина*. Всеки един от елементите в модела може да бъде както вход, така и изход от новината. Моделът включва доказани елементи от принт модела на обърнатата пирамида с различните входове и изходи от тялото на новината.



Фиг. 1. Модел на онлайн обърната пирамида на мултимедийна нелинейна новина

Този макро теоретичен модел бе използван като референтната рамка, за научната обосновка за поставянето на всеки един от постове в жанровата категория *новина* или в друго. Постове бяха налагани върху референтната рамка и фокусът на анализа бе насочен върху най-широката част на текста, а именно заглавие, (подзаглавие), лийд (директен или отложен).

За да бъде определен поста като новина бе изследван първия абзац на поста. Предварително определеното условие, за да бъде един пост категоризиран като новина абзацът трябваше да съдържа:

- заглавие;
- лийд;
- отговори на минимум два от журналистическите въпроси (*5K+13*);
- изображение;
- видео;
- аудио;
- тагове за споделяне на новината;

IV. РЕЗУЛТАТИ

ИВ1. Каква е честотата на комуникационната активност на публикуване на текстово съдържание във Facebook страниците на Бургаския свободен университет, Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“ – Варна и Техническия университет – Габрово?

През 2018 година Facebook променя своя алгоритъм, като поставя фокуса върху ангажираността между отделните потребители за сметка на ангажираността между потребителя със страницата на дадена организация. „Пренастройката на алгоритъма на Facebook има за цел да повиши ангажираността отделните потребители; стреми се да показва съдържание, което потребителите е по-вероятно да коментират във Facebook, отколкото да посетят уебсайта на организацията.

Тази промяна има пряко отношение и към същността на самата социална мрежа – да изгражда взаимоотношения. А отношенията са обвързани с честотата на общуване между университета и неговите ключови публики. Според резултатите в доклада на Buffer организациите, които постват във Facebook „пет пъти на ден, получават средно 2.466 реакции на пост.“ [51] Изчисленията в настоящото изследване са направени на база 52 седмици [52] за 2018 година и петдневна работна седмица. Това се равнява на 260 работни дни.

a – брой седмици

b – брой дни за работна седмица

b – брой работни дни за година

$$d = a \times b$$

$$52 \text{ (седм.)} \times 5 \text{ (дни)} = 260 \text{ (дни)}$$

p – брой постове на ден

y – брой постове за години

$$y = d \times p$$

$$260 \text{ (дни)} \times 5 \text{ (поста)} = 1300 \text{ (пост/год)}$$

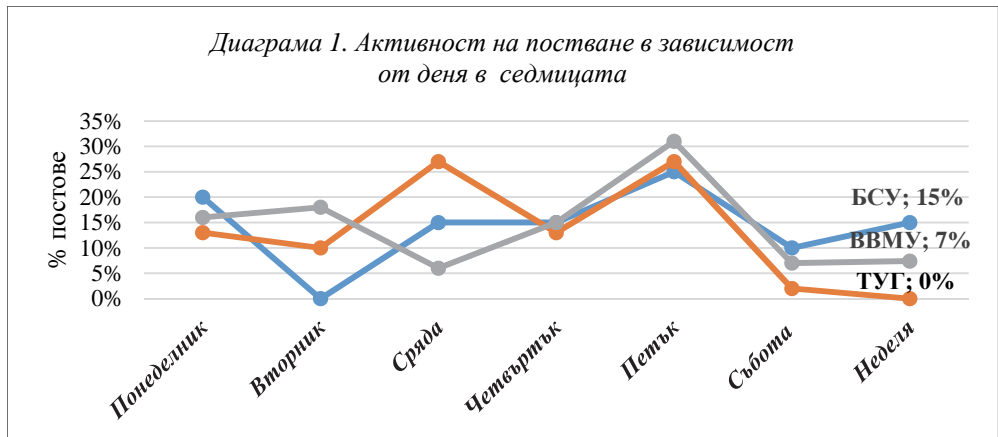
На годишна база това се равнява на общо 1300 поста, като за седмица това са по 25 поста, а на месец – по 100 поста. От гледна точка на броя постове и при трите университета се наблюдават сериозни отклонения от количествената норма. На Бургаският свободен университет му липсват 1280 поста на годишна база, за да покрие изискуемия минимум постове. На второ място се нарежда Техническият университет – Габрово с минус 1252 поста. На трето място е Висшето военноморско училище във Варна, на което му липсват 1163 поста. Резултатите демонстрират, че и трите университета не възприемат комуникацията във Facebook като важна и ефективна. Това е в драстичен разрез с данните в Доклада на агенция Медиана, които отчитат, че „потопени“ в социалните медии (четат няколко пъти дневно материали) са близо 2.5 милн. души.

Таблица 2. Общ брой на постове за 2018 г. по месеци за всеки от университетите

ВУ	МЕСЕЦ												ОБЩО
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	
БСУ	2	0	5	1	5	0	0	0	0	4	2	1	20
ТУГ	1	4	6	4	1	1	5	1	4	16	3	2	48
ВВМУ	1	3	5	5	14	21	11	9	17	18	13	18	137

Анализът показва, че на годишна база честотата на постване е далеч под критичния минимум. Така Бургаският свободен университет поства (комуникира) с едва 1.66 поста на месец. На Техническият университет в Габрово му липсват средно по двадесет и пет поста на месец, за да бъде ефективен във Facebook комуникацията си. Най-успешно представящият се университет е ВВМУ, чиято честота на публикуване е средно девет пъти под препоръчителната на месец спрямо другите две висши училища.

Освен минималният препоръчителен брой постове, втори ключов фактор за ефективна комуникация в социалните мрежи е равномерността на постването. Този фактор е свързан с тайминга на постване в рамките на деня и седмицата. Липсват ясно дефинирани времеви диапазони, но общите препоръки са постването да се случва между 13:00 и 14:00 часа във втората половина на седмицата [50]. Липсата на достъпни данни от Facebook Insights на страниците на изследваните университети възпрепятства анализа на времето на постване от страна на висшите училища. От гледна точка на постване в рамките на седмица данните отчитат липса на регулярност.



Бургаският свободен университет (БСУ) за цялата 2018 година е най-активен в началото и края на работната седмица. В нито един вторник за цялата година не е направен нито един пост. Срядата и четвъртъкът са равностойни като активност на постване. Същото се отнася и за неделята. Дните от седмицата, които Техническият университет – Габрово (ТУГ) предпочита да поства са сряда и петък. От работната седмица вторникът е най-слабо използван за постване. Не се наблюдава драстична разлика с постването в понеделник и четвъртък. За разлика от БСУ, ТУГ не поства в неделя. Висшето военноморско училище (ВВМУ) във Варна е най-активно в петъците. Понеделник, вторник и четвъртък също са предпочитани дни без драстична разлика, което може да се види в броя постове в Табл. 2. Прави впечатление че ВВМУ, в сравнение с другите два университета е най-активно през уикенда.

Втори важен момент в честотата на постването е броят на постовете за ден. И при трите университета преобладава по един пост на ден. Максимумът са седем поста за един ден от ТУГ. ВВМУ публикува най-много пъти, в сравнение с БСУ и ТУГ, по два и три поста на ден. Това показва липсата на изградена система на честота на постване на ден. Слабата честота на постване е и един от индикаторите за неефективността на

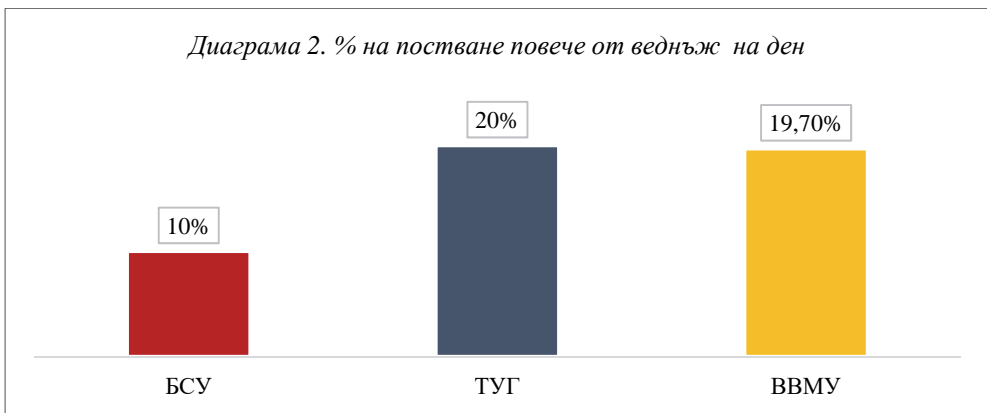
комуникация на висшите училища в техните Facebook страници. Все пак данните отчитат, че въпреки нерегулярното постване, университетите следват препоръката за постване във втората половина на седмицата.

Таблица 3. Брой на публикуване на постове на ден

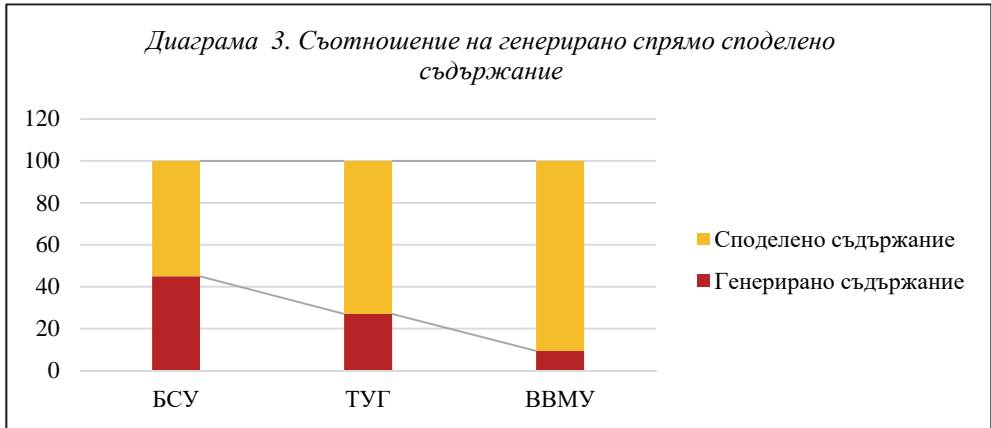
ВУ	1 пост/ден	2 поста/ден	3 поста/ден	4 поста/ден	5 поста/ден	5+ поста/ден
БСУ	18	1	1	0	0	0
ТУГ	40	6	1	0	0	1
ВВМУ	110	20	6	1	0	0

В процентно съотношение публикуването на повече от един пост на ден не надвишава 20% на фона на общия брой постове на всеки от университетите за 2018 година. Така например едва в 10% (2 поста от общо 20) от случаите Бургаският свободен университет публикува повече от един пост на ден. При Техническият университет – Габрово повече от един пост на ден се наблюдава само в 20% (8 поста от общо 48) от публикуваното съдържание. От всички 137 поста на Висшето военноморско училище – Варна за 2018 година едва близо 20% са повече от един пост на ден.

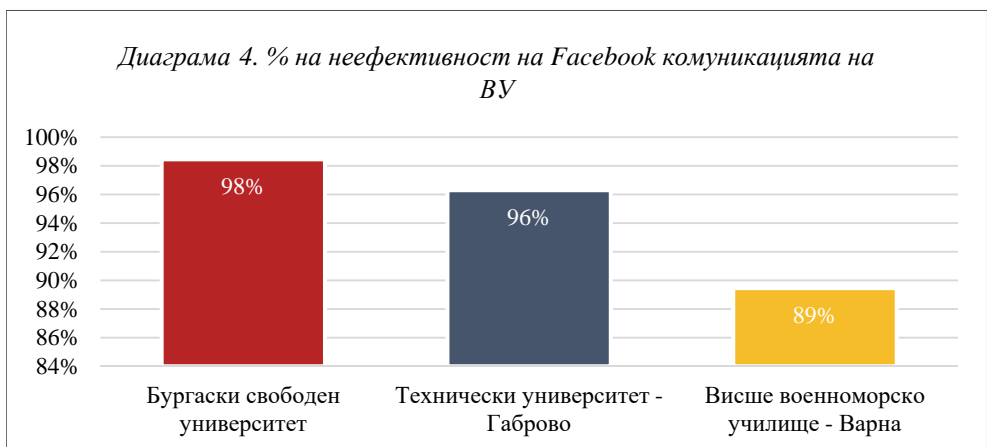
Диаграма 2. % на постване повече от веднъж на ден



Третият важен момент е съдържанието на генерираното от висшето училище съдържание в неговите постове. От всички постове на трите университета ($n=205$) постове с генерирано съдържание не надвишава 45%. В това отношение Бургаският свободен университет се представя най-успешно, въпреки ниската си публикационна активност. От общия брой постове 20 за 2018 година 45% ($n=9$) от постове имат генериран текст. Техническият университет – Габрово е подготвил текст на 27% ($n=10$) от всички 48 поста за 2018. Висшето военноморско училище – Варна е подготвило текст на едва 9.42% ($n=13$) от постове си.



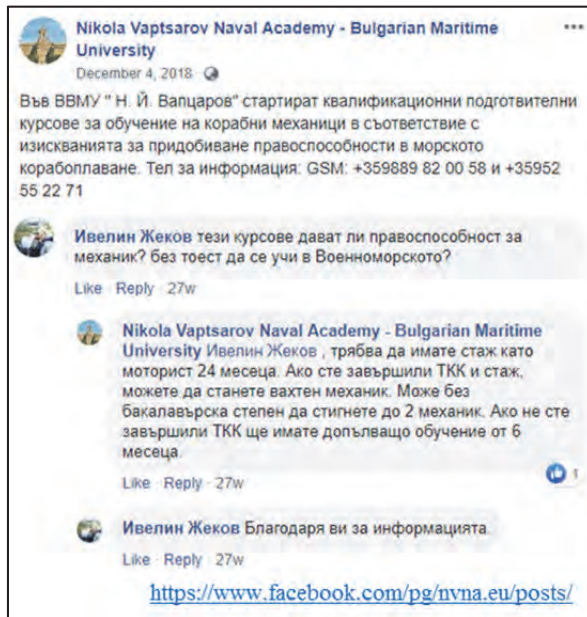
Междинният анализ на резултатите показват, че комуникационната активност на трите университета във Facebook е под препоръчителния за социалната мрежа ефективен минимум. Друг недостатък е липсата на установена регулярност на постване на ден, седмица и месец. Постването на повече от един пост на ден е спорадично. В някои случаи се характеризира с еднотипност, което прави комуникацията монотонна. И трите университета са пестеливи на специално подготвен текст на постове си. Предпочитат да споделят съдържание директно от уебсайтовете си или други източници. Това води до изключително неефективна комуникация и пропуснати възможности за ангажиране на ключовите публики на университетите.



ИВ2. Каква е водещата жанрова категория на текстовите постове на Facebook стените на Бургаския свободен университет, Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“, Варна и Техническия университет, Габрово?

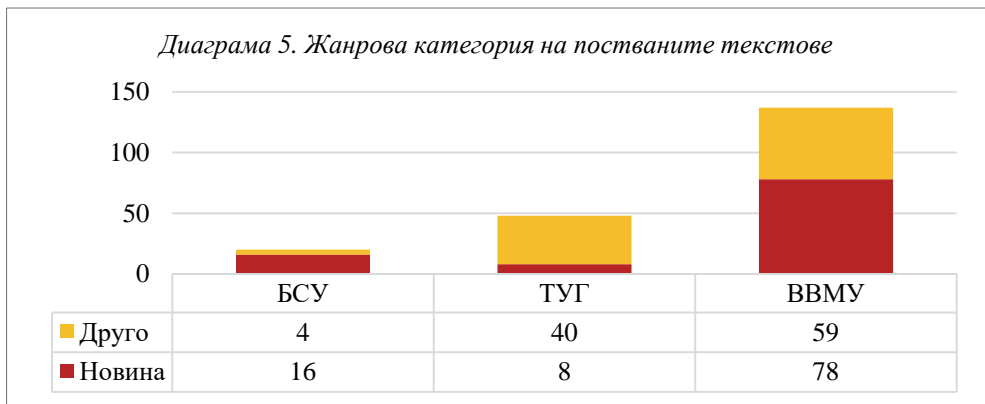
Преобладаващата жанрова специфика на споделените на Facebook стените текстове е новина и то твърда новина. Определянето на един текст като новина изискваше лийдът да отговаря на минимум два от журналистическите въпроси (5К+13: какво, кой, къде, кога, как, защо). От общо двадесет постнати текста от Бургаския свободен университет, 16 покриха изискванията за новина. Осем текста от общо 48 постнати от Техническия университет – Габрово отговориха на условията за новина. Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“ е постнало 78 текста, отговарящи на условието за новина. В категорията *Друго* попадат споделени новини от национални и регионални медии като телевизии, радиа и новинарски уебсайтове, както обяви, снимки, видеа постнати от самия университет (които не са обект на изследването), скръбни вести и др.

Диалогичността на Facebook комуникацията е сведена до минимум. Единственият диалогичен акт провежда Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“ на 4 декември 2018 година. В основата стои личният интерес на комуниката (Ивелин Жеков), който е мотивиран от поста с обявата за началото на курсове във висшето училище. Комуникаторът (ВВМУ) от своя страна придържайки се към комуникационния стил на публична информация анонсира началото на квалификационни подготвителни курсове. Липсва обръщение или зададен въпрос, които са едни от индикаторите за започване на диалог. Комуникантът се превръща в инициатор на диалогичния акт и активен участник. Първо, той „невербално“ реагира на отговора на ВВМУ с Like. След това писмено благодари.



Фиг. 2. Диалогичен акт между ВВМУ и Facebook последовател

На база определената референтна рамка резултатите демонстрират, че и трите университета публикуват новини свързани с тях като организации, но прилагат в преобладаваща степен традиционния *прес модел* на обрънатата пирамида при създаване на новини. Текстовете са фактологично наситени, акцентиращи върху конкретни цифри, географски обхват и специален гост, целейки да информират и в по-малка степен да въздействат. Това ясно се вижда в лийдовете на текстовете ясно вижда тази тенденция. В текстовете активно се използва страдателен залог, който е характерен за официално-деловия стил. Това прави изказа формален и дистанциран, което е в конфликт със същността на Facebook комуникацията. Тези реалности повдигат въпроса доколко администраторите на Facebook страниците на трите университета притежават адекватни компетентности да провеждат ефективна организационна комуникация в социалната мрежа и в уебсайта на висшето училище.



Така от генералната съвкупност от постове ($n=205$), сто и четири са споделени новини във Facebook от трите университета. Това на практика прави повече от половината от общия брой постове. В процентно измерение, това са 51% от цялото съдържание на трите висши училища във Facebook за цялата 2018 година. Разбивката за всеки един от университетите е както следва:

Бургаски свободен университет: 80% ($n=16$)

Тринадесет от лийдовете съдържат ключовите журналистически въпроси *Кой* и *Какво*. В структурно отношение обаче под половината започват с отговори на един от двата въпроса. Често е използвано начало с информация отговаряща на въпроса *Кога*. Два от лийдовете са отложени, т.е. започват с цитати, което е рядко използван похват в писането на твърда новина. Всички шестнадесет новини са поместени в страница *Новини* на уебсайта на университета, с дата на публикуване и са придружени със снимка. В новините липсват подзаглавия, видео, аудио, линкове и тагове за споделяне на отделната новина.

Примери

▪ ***„Връчване на дипломите на Випуск 2018***

Помнете, че всеки ще успее толкова, колкото пожелае. Знанието е власт. То е сила, самочувствие, предпоставка за успех...“ – каза в приветственото си слово към абсолвентите от Випуск 2018 проф. д.п.н. Галя Христозова, ректор на БСУ.

Над 300 абсолвенти от 15 бакалавърски специалности и от 28 магистърски програми получиха своите дипломи за завършено висше образование.“ (05/12/2018)

▪ **„Фулбрайт представя стипендии за студенти и за учени на БСУ**

На 13.11.2018 г. от 15.15 ч. в зала 208 на БСУ американската комисия „Фулбрайт“ ще представи възможностите за стипендии за студенти, за докторанти, за университетски преподаватели, за учени и професионалисти.“ (09/11/2018)

▪ **„Най-голямото морско събитие в Европа се проведе в БСУ**

БСУ домакинства годишния форум на високо равнище, посветен на Европейския ден на морето.“ (31/05/2018)

Технически университет – Габрово: 17% (n=8)

Шест от лийдовете отговарят на въпросите *Кой* и *Какво*. Структурно новините са публикувани в различни категории на уебсайта, което създава проблем при търсенето. При пет от новините липсва дата на публикуването и при само две има снимки и тагове за споделяне на новината. В новините липсват подзаглавия, видео, аудио и линкове.

Примери:

▪ **„Технически университет – Габрово, информационен ден по програма ЕРАЗЪМ+**

На 7 ноември в ТУ – Габрово се проведе Еразъм + Информационен ден, организиран от УЦМНПП в сътрудничество със Студентски съвет.“ (Неуказана дата на публикуване)

▪ **„Технически университет – Габрово получи институционална акредитация**

Националната агенция за оценяване и акредитация даде институционална акредитация на Технически университет – Габрово с обща оценка по критериите 9.08 за срок от 6 години валидна до: 21.12.2023 г.“ (8/10/2018)

▪ **„Над сто ученици, учители и родители участваха в европейската нощ на учените в Технически университет – Габрово**

На 28.09.2018 г. в Технически университет – Габрово се проведе инициативата Европейска нощ на учените.“ (1/10/2018)

Висше военноморско училище „Никола Вапцаров“: 57% (n=78)

Шест от всички 78 лийда отговарят на основните журналистически въпроси *Какво* и *Кой*. Водещата структура на ливовете следва отговаряне на двойката въпроси *Кога* и *Къде* (n=24). Когато се добавят и други комбинации, при който водещ е въпроса *Кога*, това прави общо шестдест и пет от ливовете. Има лийдове, които започват с отговор на въпроса *Защо*. Има и безглаголен лийд, което е в противоречие с професионалното писане на новини. Всички новини са придружени със снимка и тагове за споделяне. В една от новините има вградено видео, а две са придружени с галерия снимки и при една новина липсва текст, защото текстът е в изображение. Липсват подзаглавия и линкове в самите новини.

Примери:

▪ **„Награди за победителите в четвъртото издание на „Вапцарови дни“**

Изключително интересни и многоцветни бяха изпълненията на провеля се Четвърти национален поетичен конкурс-рецитал „Вапцарови дни“. (2/12/2018)

▪ **„Курсанти участваха в опознавателен преход**

С цел повишаване на патриотичния дух от 30.05. до 1.06.2018 г. се проведе ежегодният преход във военни формирования от състава на Българската армия и културно-исторически обекти в страната.“ (3/06/2018)

▪ **„Баскетболният отбор на Военноморско училище стана шампион**

Баскетболният отбор на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ стана шампион за 2018 година в аматьорската баскетболна лига – зона „Изток“. (27/05/2018)

▪ **„Международно изложение за отбранителна техника „Хемус“ 2018**

На 30.05.2018 г. в град Пловдив президентът Румен Радев откри Международна изложба за отбранителна техника „Хемус“ – 2018.“ (30/05/2018)

Освен новината като жанр във Facebook комуникацията на трите университета се откриват и текстове от други жанрове споделена във Facebook страниците им. Бургаският свободен университет и Техническият университет – Габрово използват и текстова реклама (промоционални текстове).

▪ **„Кандидатствай и ти в #БСУ - до края на месец март.“ (БСУ, 10/03/2018)**

▪ **„Покана за участие в студентски танцов ансамбъл „Общество за фолклор“ при Технически университет – Габрово**

Уважаеми студенти,

Станете част от Студентски танцов ансамбъл „Общество за фолклор“ при Технически университет – Габрово. Ако желаете да танцувате, но сте начинаещи, изберете Клуб за народни танци!“ (ТУГ, 27/07/2018)

На база водещата жанрова категория – твърда новина можем да определим и функционалния комуникационен стил, който изследваните университети използват в комуникацията на Facebook стените си. Преобладаващо университетите използват публицистичен стил на комуникация в частност подстила на публичната информация. Въвеждаме подстила на публичната информация, изхождайки от еволюционистичния теоретичен модел на връзките с обществеността на Груниг. Подстила на публичната информация се отличава от вестникарския по целта и структурата на подготвения текст. „Характеризира се с по-голяма достоверност на информацията, протичаща от организацията към нейните публики. На практика обаче, отново става дума за PR специалисти, които са „вътрешни журналисти, разпространяващи акуратна, но обикновено изгодна информация за техните организации“ [53].

Текстове постнати във Facebook са неспонтанни, официални и монологични като структура. Въпреки двойната цел на този стил на комуникация, а именно да информира и да въздейства, информирането като текстова специфика е водещо като цел. Това поставя текстовите постове в категорията на информационно-актуалния стил „с жанрове – информационна бележка, новина, хроника, кореспонденция, интервю и др. При този подстил преобладава информацията и по своите езикови особености той се сближава с официално-деловия стил“ [54]. Текстовете следват формулата на обърнатата пирамида, която е характерна за журналистическия жанр твърда новина. Но трябва да се отбележи, че особено в случая на Военноморското училище „Никола Вапцаров“ преобладаващата част от текстовете започват с маловажна информация като времето на случване (*Кога?*) и мястото на провеждане (*Къде?*). Това противоречи на професионалните журналистически и PR стандарти на писане на новинарски текст. *Какво* и *Кой* са водещите въпроси, които изискват да получат отговор в лийда на новината. Изключение правят случаите когато времето или мястото са необичайни или важни.

V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От проведеното пилотно изследване се наблюдава тенденция, в която българският университет комуникира изключително пасивно и монологично. Честотата на комуникиране (постване) е далеч от препоръчителния оптимален минимум. Това от своя страна ограничава възможностите на университетите да изграждат взаимоотношения със своите настоящи и бъдещи студенти, бизнеса и други ключови публики, важни за висшето училище като институция.

Видно е, че българският университет използва по превратен начин възможностите на социалната мрежа Facebook. Страниците на изследваните университети са превърнати в информационни табла, на които се публикуват твърди новини. Висшите училища залагат основно на новията като жанр. Това в много голяма степен изгражда един силно дистанциран и асиметричен стил на комуникация. При такъв начин на общуване не е изненадващо, че подкрепата „отвътре“ за университетите е изключително ниска, което води до такива маркетингово необосновани подходи като награди и томболи. Това може да бъде отдадено на недIALOGИЧНАТА комуникация, която университетите провеждат в своите Facebook страници.

Стильт на комуникация на изследваните висши училища се характеризира с ясно изразена формалност и дистанцираност на изказа, много близка до вестникарския подстил на публицистичния стил. Но самата структура и съдържание на преобладаващата част от споделените на Facebook стените текстове отговаря на изискванията на стила на публичната информация. Наблюдават се случаи на използването на официално-делови стил с обръщение към последователите на Facebook страницата, но източникът е конкретно лице, а не висшето училище. В преобладаващата част от случаите се наблюдава просто споделяне на съдържание от уебсайта на университета, без да бъде генериран текст на самия пост. Втори източни на споделено съдържание са публикации в национални или регионални медии.

Ето защо вместо прилагането на масов маркетинг, университетите трябва да преформулират стила си на комуникиране от пресагентски към персонализиран диалог. Това би довело до изграждането на дългосрочни взаимоотношения и увеличаване на възвръщаемостта в позитивен имидж, репутация и силен бранд. По този начин българските университети биха възвърнали полагащото им се водещо място в съзнанието на бъдещите, настоящите и бившите студенти.

Основните ограничения, с които това пилотно изследване се сблъска бе липсата на директна връзка със студентите и представителите на университетите, за да направи сравнителен разрез на мненията на едните и другите относно стила на комуникацията на университета. Научната база, която това пилотно изследване изгради, ще бъде отправната точка за едно всеобхватно изследване. То ще включи всички петдесет български университети и представители на настоящите студенти. Едно такова цялостно изследване ще даде пълна и цялостна картина, къде и как стои българският университет в неговата социална комуникация във Facebook. Това от своя страна ще спомогне за преосмисляне на комуникационните практики, които българският университет прилага спрямо тотално различен модел на комуникиране.

Литература:

1. Business Sustainable Development Commission (2018). Better Business, Better World, http://report.businesscommission.org/uploads/BetterBiz-BetterWorld_170215_012417.pdf
2. Portnoi, L., Bagley, S & Rust, V. (2010). Mapping the Terrain: The Global Competition Phenomenon in Higher Education. 10.1057/9780230106130_1.
3. OECD (2018) The future of education and skills Education 2030. [https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20\(05.04.2018\).pdf](https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20(05.04.2018).pdf)
4. FIC/JICA (2005). Approaches for Systematic Planning of Development Projects: Agricultural and Rural Development, February. http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11788932.pdf
5. Ministerstvo na obrazovaniето i naukata (2019). Registrar na visshite uchilishta, <http://rvu.mon.bg/>
6. Zareva, I., Matev, M. & Kirova, A. (2014). Vissheto obrazovanie i naukata w Bulgaria: ikonomicheski, sotsialni I dzhender izmereniya, Institut za ikonomi`eski izsledvaniya, S. akademichno izdatelstvo "Prof. Marin Drinov".
7. Actualno.com, (2018). Universitetite v lyuta bitka za student – predlagat im tableti, laptopi I ekskurzii https://www.actualno.com/education/universitetite-v-luta-bitka-za-studenti-predlagat-im-tableti-laptopi-i-ekskurzii-news_672208.html
8. Shimp, T. & Andrews, C. (2013). Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, Ninth Edition, Cengage Learning
9. Woessmann, L. (2014). The Economic Case for Education, EENEE Analytical Report No. 20, European Commission, Brussels. http://www.eenee.de/dms/EENEE/Analytical_Reports/EENEE_AR20.pdf
10. Blomquist, G., Coomes, P., Jepsen, C., Koford, B., & Troske, K. (2014). Estimating the social value of higher education: willingness to pay for community and technical colleges. *Journal of Benefit-Cost Analysis*, 5(01), pp. 3-41. doi: 10.1515/jbca-2013-0009
11. Mihailov, G. (2018). Elate, hilyadi student, Retrieved 7 September, 2018, from https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/2018/09/07/3306745_elate_hiliadi_students/
12. Videnov, M. (2012). On the Concepts of Style and Register, *Journal of Bulgarian Language and Literature*, Volume 54, Number 4, pp. 295-300, <https://azbuki.bg/editions/76-bulgarian/bel-2/645-#art01>
13. Ray, B. (2015). *Style: an introduction to history, theory, research, and pedagogy*. South Carolina, USA: Parlor Press & WAC Clearinghouse.
14. Ali-Choudhury, R., Bennett, R., & Savani, S. (2008). University marketing directors' views on the components of a university brand. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 6(1), pp. 11-33. doi: 10.1007/s12208-008-0021-6.
15. Todorova, B. (2014). *Stilistika na Bulgarskiya ezik*, University publishing house „Neofit Rilski”, Blagoevgrad, ISBN: 978-954-680-957-5.
16. Rauschnabel, P., Krey, N., Babin, B., & Ivens, B. (2016). Brand management in higher education: The University Brand Personality Scale. *Journal of Business Research*, 69(8), pp. 3077-3086. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.01.023.
17. Lowrie, A. (2007). Branding higher education: Equivalence and difference in developing identity. *Journal of Business Research*, 60(9), pp. 990-999. doi: 10.1016/j.jbusres.2007.01.024

18. Freling, T., & Forbes, L. (2005). An empirical analysis of the brand personality effect. *Journal of Product & Brand Management*, 14(7), pp. 404-413. doi: 10.1108/10610420510633350
19. Popova, D. (2018). Shto e to sotsialna media?, *Contemporary Humanitaristics*, Burgas Free University, 14(1), pp. 12-22.
20. Waters, R., & Lemanski, J. (2011). Revisiting strategic communication's past to understand the present. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(2), pp. 150-169. doi: 10.1108/13563281111141679.
21. Sosik, V., & Bazarova, N. (2014). Relational maintenance on social network sites: How Facebook communication predicts relational escalation. *Computers in Human Behavior*, 35, 124-131. doi: 10.1016/j.chb.2014.02.044.
22. De Choudhury, M., Sundaram, H., John, A., & Seligmann, D. (2010). Analyzing the Dynamics of Communication in Online Social Networks. *Handbook of Social Network Technologies and Applications*, 59-94. doi: 10.1007/978-1-4419-7142-5_4.
23. Kreutel, J., & Matheson, C. (2003). Context-dependent interpretation and implicit dialogue acts. *Perspectives on Dialogue in the New Millennium*, 179-192. doi: 10.1075/pbns.114.11kre.
24. Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2009). Public relations strategies and tactics (9th ed.). Boston, MA: Pearson Allyn & Bacon.
25. Buber, M., & Smith, R. (2010). *I and Thou*. Mansfield Centre, CT: Martino Publishing.
26. Pearson, R. A. (1989). A Theory of Public Relations Ethics, doctoral dissertation, Athens, Ohio, Ohio University.
27. Kent, M., Taylor, M. (2002) *Toward a dialogic theory of public relations*, *Public Relations Review* 28 (2002) 21–37
28. Frankfort-Nachmias, C., & Nachmias, D. (1996). *Research methods in the social sciences*. New York: St. Martin's Press.
29. Kaplan, A. (1973), *The Conduct of Enquiry*, Intertext Books
30. Morgan, G. (1979), „Response to Mintzberg”, *Administrative Science Quarterly*, 24(1), pp. 137-139
31. Milliken, J. (2001), „Qualitative research and marketing management”, *Management Decision*, 39(1), pp. 71-7.
32. Di Gangi, P., & Wasko, M. (2016). Social Media Engagement Theory. *Journal of Organizational and End User Computing*, 28(2), 53-73. doi: 10.4018/joeuc.2016040104
33. Bhatia, V. (2015). Critical Genre Analysis: Theoretical Preliminaries. *HERMES - Journal of Language and Communication in Business*, 27(54), 9. doi: 10.7146/hjlc.v27i54.22944.
34. Robson, C. (1993), *Real World Research*, Oxford, Blackwell. ERF
35. Neuman, W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches: Pearson New International Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
36. Mediana Agency (2019). *Bulgarian Language in Social Media: Measuring the Linguistic Competence of Bulgarians, their Attitude toward the Language in Social Media and their National Identity, Cultural-Historical Heritage and Social Environment*, (April – May 2019), Burgas.
37. Georgieva, T. (2011) Innovation ecosystem of the higher education in Bulgaria, In *Higher Education in Bulgaria and the Europe 2020 Strategy*, IBS press, pp. 51-65
38. Saunders, J. and Watters, R. (1977), „Branding Financial Services”, *Journal of Marketing*, Vol.11,

39. Eldabi, T, Irani, Z., Paul, R. J. & Love, P. E. (2002), „Quantitative and Qualitative decisions
40. Creswell, J. (1994), *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*, Sage, Thousand Oaks, CA
41. Bryman, A. (1992a), Quantitative and Qualitative Research: Further Reflections on their integration in J. Brannen (Ed), *Mixing Methods: Quantitative and Qualitative Research*, Aldershot: Avebury
42. Iran, Z., Ezingear, J.N., Grieve, R.J. and Race, P. (1998), „A case study strategy as part of information systems research methodology: a critique,” *The International Journal of computer Applications in technology*, Vol.12, No.2, pp. 190-198
43. Bryman, A. (1992b), *Quantity and Quality in Social Research*, Routledge, London
44. Marshall, C. and Rossman, G. B. (1999), *Designing qualitative research*, Sage, Thousand Oaks, CA 3rd Edition
45. Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage
46. Burgas Free University (2018) Za BSU, <https://www.bfu.bg/bg/statut-misiya-akademichen-profil>
47. Tehnicheski Iniversitet-Gabrovo (2018) Za Nas, https://www.tugab.bg/index.php?option=com_content&view=article&id=83&Itemid=300&lang=bg
48. Vishe voennomorsko uchilishte “Nikola Vaptsarov” (2018) Zza nas, <http://www.naval-acad.bg/about-us-bg>
49. Blake. K. (2007, June 4). Inverted pyramid story format. Available: [http://kelab.tamu.edu/SPB Encyclopedia/data/Inverted%20pyramid%20story%20format.pdf](http://kelab.tamu.edu/SPB_Encyclopedia/data/Inverted%20pyramid%20story%20format.pdf)
50. Filak, Vincent F. *Dynamics of News Reporting and Writing: Foundational Skills for a Digital Age*. Thousand Oaks, California: CQ Press
51. Read, A. (2018). Best Time to Post on Facebook: A Complete Guide. Retrieved from <https://buffer.com/library/best-time-to-post-on-facebook>
52. <https://www.epochconverter.com/weeks/2018>
53. Markov, S. (2011). Simetrichniyat model na James Grunig: Vazhod i upadak na edna paradigma v pablik rileishans teoriyata. In: *Newmedia21.eu. Mediitena 21 vek: Online izdanie za izsledvaniya, analizi, kritika* [online]. Available from: <https://www.newmedia21.eu/analizi/simetrichniyat-model-na-dzheym-s-grunig/>
54. Krejčová, E. (2014). *Příručka pro výuku bulharské stylistiky*, Brno, Masarykova univerzita.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А: Генерирано съдържание на Facebook постове на БСУ, ТУГ и ВВМУ

A1: Бургаси свободен университетОбщ брой на постове с генерирано текстово съдържание:
45% (n=9)Общ брой постове:
(n=20)

1. Връчване на дипломите на Випуск 2018 (6/12/2018)
2. Чл. кор. проф. Александър Янков с Национална правосъдна награда (19/11/2018)
3. Американската комисия „Фулбрайт“ ще представи възможностите за стипендии за студенти, докторанти, университетски преподаватели, учени и професионалисти (12/11/2018)
4. Земя и Космос – NASA Space App Challenge 2018 в БСУ (26/10/2018)
5. NASA Space Apps Challenge отново в БСУ (12/10/2018)
6. БСУ на глобалната карта на инициативата на ЕК „Дни на Еразъм“ (4/10/2018)
7. Церемонията по връчване дипломите на абсолвентите от Бургаския свободен университет се излъчи в национален ефир от телевизия СКАТ (25/05/2018)
8. Кандидатствай и ти в #БСУ – до края на месец март. (10/03/2018)
9. Поздравления на всички ученици за успешното представяне! (3/03/2018)

A2: Технически университет – ГабровоОбщ брой на постове с генерирано текстово съдържание:
27% (n=10)Общ брой постове:
(n=48)

1. ПОКАНА²
Уважаеми настоящи и бъдещи колеги, Фирма „Мехатроника“ в партньорство с Технически университет Габрово и Община Габрово Ви кани на „Карниерен панаир“ ... : (28/11/2018)
2. По случай Деня на народните будители ректора на Технически университет – Габрово проф. д-р инж. Райчо Иларионов награди с грамота за³:
 - дългогодишна преподавателска и научно-изследователска дейност и принос в развитието на ТУ – Габрово (2)
 - научно развитие ... за придобиване на образователна и научна степен: „доктор“ (2), „доцент“ (2), „професор“ (1); (31/11/2018)
3. Списъци за стипендии по ПМС № 90/2000 за зимен сем. 2018/2019 уч. година. (17/10, 2018)
4. Фейсбук група на Технически университет – Габрово (12/10/2018)
5. Технически университет – Габрово се включва в инициативата „Дни на Еразъм“ (ErasmusDays) с фотоизложба на тема „Моят Еразъм +“ На 12 и 13 октомври 2018 г. Ректорат 2-ри етаж.
Всички участници / крайни ползватели по различните дейности по програмата (студенти, преподаватели, служители) се насърчават да споделят техните истории, свързани с Програма „Еразъм+“ в социалните мрежи с хаштаг #ErasmusDays. (11/10/2018)
6. Информация за работата на хотела към УК 6 на ТУ – Габрово 2018 <https://www.tugab.bg/index.php...> (2/09/2018)
7. Уважаеми приятели, колеги, преподаватели на Технически университет – Габрово приближава крайният срок за регистриране в седмата национална конференция по електронно обучение в Боровец. Моля, участвайте в технологиите на бъдещето!⁴ (13/04/2018)
8. Уважаеми преподаватели от Технически университет – Габрово! Вече е достъпно за изтегляне и мобилно приложение за iPhone с възможност за преглед на разпис на аудиторната ви заетост⁵. (13/04/2018)

² Повтаря дословно текста на поканата от поместеното изображение³ Основата на текста е идентична за всичко 7 поста.⁴ Алдениз Рашидов; (13/04/2018)

9. Уважаеми студенти от Технически университет Габрово, вече е достъпно мобилно приложение за iPhone с възможност за преглед на разпис на занятията и получените оценки!⁶ (12/04/2018)
10. НПСС стартира конкурса „Носители на просветата“ за 2018 г.
Националното представителство на студентските съвети стартира процедура за прием на кандидатури в конкурса „Носители на просвета“ за 2018 година...⁷ (30/03/2018)

A3: Висше военноморско училище – Варна

Общ брой на постове с генерирано текстово съдържание:
9.42% (n=13)

Общ брой постове:
(n=138)

1. В навечерието на 2019-та година бе избран „Студент на годината – 2018“, а той е курсант мичман Петър Генов от ВВМУ „Н.Й.Вапцаров“.
Интервю на Мария Кордон и операторът Петър Петров (28/12/2018)
2. Интервю на Мария Кордон и операторът Петър Петров (26/12/2018)
3. Във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ стартират квалификационни подготвителни курсове за обучение на корабни механици в съответствие с изискванията за придобиване правоспособности в морското корабоплаване. Тел за информация: GSM: +359889 82 00 58 и +35952 55 22 71; (4/12/2018)
4. https://www.md.government.bg/.../20181112_Obyava_procedura_na...
Процедура за набиране на курсанти и студенти от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ за обучение във Военноморското училище в САЩ, с начало от учебната 2019/2020 година. (19/11/2018)
5. Отборът на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ стана шампион в градското първенство по плажен футбол! (21/6/2018)
6. Благодарствен адрес (15/06/2018)
7. *Днес честваме Световния ден на океана*
Всяка година на 8 юни се отбелязва Международният ден на океана с подкрепата на 700 аквариума, зоологически градини, музеи и организации за опазване на околната среда. Тази година темата е „Здрави океани – здрава планета“.
Отбелязването на Световния ден на океана цели да информира обществото за всекидневните проблеми, свързани с опазването на океаните, и как всеки един от нас може малко да помогне. Според учени и еколози от цял свят климатичните промени вече са реалност и оказват своето влияние върху живота на цялата планета. Океаните имат регулиращо въздействие върху климата на Земята, защото поемат част от топлината на Слънцето.
Прогнозите са, че глобалното затопляне, топенето на ледовете и покачването на нивото на Световния океан ще продължат и в световен мащаб ще предизвикат катаклизми, свързани с достъпа до питейна вода, с температурата и чистотата на въздуха, така че грижата за чистотата на океаните се явява животоспасяваща за околната среда. (8/06/2018)
8. Наградиха отбора по мини футбол на Военноморско училище (1/06/2018)
9. Бъдещ курсант на ВВМУ „Н.Й.Вапцаров“ ще дари средства на фондация „Деца на Българската армия“ (25/05/2018)
10. Съвместно обучение на МУ – Варна и ВВМУ. (25/03/2018)
11. Поради лошите метеорологични условия в страната и произтичащите от това проблеми за изработване на служебни бележки от училищата за кандидатстване се удължава втория етап на ранно записване до 10.03.2018 г. (1/03/2018)
12. DivSea Event Invitation (9/02/2018)
13. Срокът за плащане на таксите за приетите по първи етап на ранно записване се удължава до 28.02.2018 г. (2/02/2018)

⁵ Алдениз Рашидов; (13/04/2018)

⁶ Алдениз Рашидов; (12/04/2018)

⁷ С изключение на заглавието, текстът е изцяло взиман от съобщението на НПСС. <http://nositeli.npsb.bg/index.php/component/k2/item/502-np6>; (30/03/2018)

Приложение Б: *Текстове от уебсайта на ВУ споделени във Facebook страниците*

Б1: Бургаси свободен университет	
Текстове ($n=16$) с лийд отговарящ на минимум два от журналистическите въпроси (5К+13: какво, кой, къде, кога, как, защо). Източник https://www.bfu.bg/	
<p>1 Връчване на дипломите на Випуск 2018 „Помнете, че всеки ще успее толкова, колкото пожелае. Знанието е власт. То е сила, самочувствие, предпоставка за успех...“ – каза в приветственото си слово към абсолвентите от Випуск 2018 проф. д.п.н. Галя Христозова, ректор на БСУ. Над 300 абсолвенти от 15 бакалавърски специалности и от 28 магистърски програми получиха своите дипломи за завършено висше образование (05/12/2018)</p>	<p>1. Колко? 2. Кой? 3. Какво? <i>отложен лийд</i></p>
<p>2 Чл. кор. проф. Александър Янков с Национална правосъдна награда Членът на Настоятелството на БСУ и носител на почетното звание Доктор хонорис кауза на Бургаския свободен университет чл.кор. проф. Александър Янков е удостоен с Гран При на Националните правосъдни награди. (15/11/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво?</p>
<p>3 Фулбрайт представя стипендии за студенти и за учени на БСУ На 13.11.2018 г. от 15.15 ч. в зала 208 на БСУ американската комисия „Фулбрайт“ ще представи възможностите за стипендии за студенти, за докторанти, за университетски преподаватели, за учени и професионалисти. (09/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>4 Квалификационен курс по здравен мениджмънт Бургаският свободен университет предлага програма за следдипломна квалификация по „Здравен мениджмънт“ с хорариум 200 учебни часа, в съответствие с §3 от Наредба №9/2000 г. на Министерство на здравеопазването. (26/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Кой?</p>
<p>5 Земя и Космос – NASA Space App Challenge 2018 в БСУ На 20 и 21 октомври 2018 г. Бургаският свободен университет отново беше домакин на най-големия хакатон в света NASA Space App Challenge, провеждан всяка година в над 200 локации в целия свят. (26/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>7 БСУ на глобалната карта на инициативата на ЕК „Дни на Еразъм“ Бургаският свободен университет и Техническият университет – Варна са единствените български висши училища, представени на глобалната карта на „Дните на Еразъм“ https://www.generation-erasmus.fr/erasmusdays2018-en/. (4/10/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво?</p>
<p>8 Най-голямото морско събитие в Европа се провежда в БСУ БСУ домакинства годишния форум на високо равнище, посветен на Европейския ден на морето. (31/05/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво?</p>
<p>9 Победители от ХАКАТОН @ БСУ В работата на хакатона взеха участие над 80 студенти и ученици от 4 университета и от 5 гимназии, които в рамките на денонощие търсиха софтуерни и бизнес решения за цифровото градското развитие и териториите с водни пространства. (30/05/2018)</p>	<p>1. Колко? 2. Кой?</p>
<p>10 Еврокомисар Мария Габриел откри хакатона „Цифровият град и аз“ На 28 май 2018 година в Бургаския свободен университет стартира хакатонът „Цифровият град и аз“. (28/05/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво?</p>
<p>11 Промоция на Випуск 2018 „Скъпи колеги, от днес стартираме нов етап в живота си! Изправени сме пред нови възможности. ...“ – каза по време на тържествената церемония д-р Галя Стоянова... Над 300 абсолвенти от 15 бакалавърски специалности и от 25 магистърски програми получиха своите дипломи за завършено висше образование. (23/05/2018)</p>	<p>1. Колко? 2. Кой? 3. Какво? <i>Отложен лийд</i></p>

<p>12 Връчване дипломите на випуск 2018 на БСУ На 23 май 2018 година, сряда, от 10 часа в атриума на БСУ ще се състои тържествената церемония за връчване дипломите на випуск 2018 на Бургаския свободен университет. (30/04/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>13 Академичният съвет избира зам.-ректори и декани на БСУ На заседание от 9 март 2018 година Академичният съвет избира зам.-ректорите и деканите на БСУ. (9/03/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>14 Студенти от БСУ се докоснаха до най-съвременните ИТ технологии Студенти от магистърските програми „Съдебни инженерно-технически експертизи и техническа безопасност“, „Интегрирани компютърни системи и комплекси“ и „инженеринг и експлоатация на енергийни системи“ на ЦИТН, под ръководството на доц. Камен Сейменлийски проведеха практическо обучение в „Централно диспечерско управление на електроенергийния системен оператор“, „Института за космически изследвания“, „Института по металознание“, „Институтът по информационни и комуникационни технологии“ към Българската академия на науките, както и в най-големия в България център за обработка и съхранение на данни – EQUINIX. (8/03/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво? 3. Къде?</p>
<p>15 В БСУ се проведе ученическо състезание по икономика На 24.02.2018г. Центърът по икономически и управленски науки проведе Ученическо състезание по икономика със средношколци от 11-ти и 12-ти клас от професионалните гимназии в сферата на туризма и търговията. (3/03/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво</p>
<p>16 Проф. д.п.н. Галя Христовова – преизбрана за Ректор на БСУ На свое заседание от 28 февруари 2018 година върховният орган за управление на БСУ, Настоятелството, преизбра с пълно единодушие проф. д.п.н. Галя Христовова за Ректор на Бургаския свободен университет. (1/03/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>

Б2: Технически университет – Габрово

Текстове (n=8) с лийд отговарящ на минимум два от журналистическите въпроси (5К+13: какво, кой, къде, кога, как, защо). Източник <https://www.tugab.bg/>

<p>1 Технически университет – Габрово, информационен ден по програма ЕРАЗЪМ+ На 7 ноември в ТУ – Габрово се проведе Еразъм + Информационен ден, организиран от УЦМНПП в сътрудничество със Студентски съвет. (Неуказана дата на публикуване)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Кой?</p>
<p>2 Покана за Информационен ден по програма ЕРАЗЪМ+ Университетски център за международни и национални програми и проекти при Технически университет – Габрово организира провеждане на Еразъм + Информационен ден. (Неуказана дата на публикуване)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво?</p>
<p>3 ТЪЖНА ВЕСТ – Почина проф. Весел Савов – първият Ректор на Технически университет – Габрово На 95-годишна възраст почина първият Ректор на Технически университет – Габрово – проф. Весел Николаев Савов (р. 30.10.1923 г. - п. 24.10.2018 г.). (Неуказана дата на публикуване)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво?</p>
<p>4 Технически университет – Габрово получи институционална акредитация Националната агенция за оценяване и акредитация даде институцио-</p>	<p>1. Кой? 2. Какво? изображ.</p>

нална акредитация на Технически университет – Габрово с обща оценка по критериите 9.08 за срок от 6 години валидна до: 21.12.2023 г. (8/10/2018)	<i>Tweet/Like</i>
5 Над сто ученици, учители и родители участваха в европейската нощ на учените в Технически университет – Габрово На 28.09.2018 г. в Технически университет – Габрово се проведе инициативата Европейска нощ на учените. (1/10/2018)	1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?
6 Тържествено откриване на новата академична 2018/2019 г. На 17 септември в Технически университет – Габрово беше проведено тържествено откриване на новата академична 2018/2019г. (Неуказана дата на публикуване)	1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?
7 Свободни места за прием на студенти, окс „бакалавър” За учебната 2018-2019 г. Технически университет – Габрово обявява свободни места за прием на студенти, окс „бакалавър,” по следните специалности: ... (Неуказана дата на публикуване)	1. Кой? 2. Какво?
8 Съобщение за стипендии по ПМС № 90/2000 г. Технически университет – Габрово обявява допълнителен прием на документи за стипендии по показател „среден семестриален успех” на студенти, обучаващи се в специалности по приоритетни професионални направления през летния семестър на 2017/2018 учебна година. (25/05/2018)	1. Кой? 2. Какво?

Б:3 Висше военноморско училище „Никола Вапцаров“

Текстове (n=78) с лийд отговарящ на минимум два от журналистическите въпроси (5К+13: какво, кой, къде, кога, как, защо). Източник <http://www.naval-acad.bg>

1 Курсантите отбелязаха с бал края на годината На 18.12.2018 г. във Висшето военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“, се проведе коледно-новогодишен курсантски бал, на който гост беше контраадмирал Митко Петев – командир на Военноморските сили на Република България. (19/12/2018)	1. Кога? 2. Какво? 3. Кой?
2 Курсант-мичман Петър Генов – „Студент на годината за 2018“ На 17.12.2018 г. под патронажа на министъра на образованието и науката се проведе официалната церемония „Студент на годината за 2018-а“, на която бяха обявени носителите на националния приз на националното представителство на студентските съвети. (17/12/2018)	1. Кога? 2. Какво?
3 Коледен базар в името на благотворителна кауза Всяка година през месец декември, в навечерието на коледните празници, в района на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се провежда коледен благотворителен базар. В рамките на два дни, 13. и 14.12.2018 г., курсанти ще продават собственооръчно приготвени и опаковани сладки и солени изкушения в името на една благотворителна кауза – за Диана Христова. (15/12/2018)	1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?
4 45 години катедра „Информационни технологии“ На 13.12.2018 г. се състоя тържествено събрание по повод навършването на 45 години от създаването на катедра „Информационни технологии“ към ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (13/12/2018)	1. Кога? 2. Какво? 3. Защо?
5 Иновация при изнасянето на публична лекция за заемане на академична длъжност На 6.12.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ бе изнесена публична лекция за заемане на академична длъжност „доцент“ в катедра „Корабни и силови уредби“ от к-н III р. доктор Ивайло Бакалов. (6/12/2018)	1. Кога? 2. Какво? 3. Защо? 4. Кой?

<p>6 Коледният дух завладя всички служители и обучаеми от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ На 6.12.2018 г. грейна коледното дърво във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (6/12/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Къде?</p>
<p>7 Награди за победителите в четвъртото издание на „Вапцарови дни“ Изключително интересни и многоцветни бяха изпълненията на проведени се Четвърти национален поетичен конкурс-рецитал „Вапцарови дни“. (2/12/2018)</p>	<p>1. Какъв? 2. Кое?</p>
<p>8 Годишни поименни награди – 2018 На 30.11.2018 г. в сградата на Община Варна се проведе тържествена церемония, на която бяха връчени Годишните поименни награди за 2018 г. (30/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>9 Награждаване на победителите в турнири „Купа 8 декември“ На 23.11.2018 г. в залата на Юнашкия салон се проведе официална церемония по награждаване на победителите в студентските турнири „Купа 8 декември“, които за поредна година Община Варна, студентските съвети и академичните звена, отговарящи за спорта в университетите, организираха по случай 8 декември – празника на българските студенти. (24/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Кой? 4. Защо?</p>
<p>10 Второ междукепажно състезание На 23.11.2018 г. в района на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се проведе второ междукепажно състезание с курсанти. 8 отбора се състезаваха в дисциплините: бягане, плуване, слоббяване и разглобяване на автомат, морски възли, шведска стена и издръжливост. (24/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Защо? 4. Кой?</p>
<p>11 БТК стимулира обучението по мобилни комуникации във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ През ноември тази учебна (2018/2019) година започна провеждането на съвместни занятия с БТК „Виваком“ за студентите от специалност „Информационни и комуникационни технологии“. (16/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво?</p>
<p>12 Студент от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ създаде уникален проект за учебен кораб 4 в 1 В рамките на Международната асамблея на морските университети (IAMU), която се проведе в Барселона, студент от 4-ти курс, специалност „Корабни машини и механизми“ към ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – Светослав Георгиев, представи своя уникален проект за учебен кораб. (10/11/2018)</p>	<p>1. Какво? 2. Къде? 3. Кой?</p>
<p>13 Студенти и служители от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ със сертификати от НАСА На 13.11.2018 г. флотилен адмирал проф. д.в.н. Боян Медникаров връчи сертификатите от НАСА на екип от студенти от Студентското астрономическо общество и Студентското космическо общество – за участие в All Bulgaria Asteroid Search Campaign. (13/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво? 4. Защо?</p>
<p>14 Национални поетични празници „Вапцарови дни“ От 1 до 7 декември 2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – гр. Варна, ще се проведат Националните поетични празници „Вапцарови дни“. (8/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Защо? 4. Кой?</p>
<p>15 Световноизвестен експерт по антитероризъм изнесе лекция във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ На 6.11.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ на официално посещение бе полк. Амир Горен, световноизвестен експерт по въпросите за антитероризма, участвал в 8 войни и стотици специални операции. (6/11/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Кой?</p>
<p>16 Франкофонски пътуващ салон на образованието – 2018 Традиционно и тази година на 29.10.2018 г. Пътуващият салон на образованието – 2018, бе организиран от Institut français de Bulgarie (Френски институт в България) съвместно с Френския институт в Солун, Френското посолство в Косово, Френското посолство в Албания, Френския институт в Босна-Херцеговина, Френския институт в Сърбия и със съдействието на Агенция Campus France – Париж, в следните градове: ... (30/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Кой?</p>

<p>17 Участие в „Международна конференция за моряците и морските кариери в Гдиня“. В периода от 22.10- 27.10 във Военноморската академия на Р Полша в гр. Гдиня се проведе второ събитие по проект MENTORESS E2: „Работна среща по проблемите на равнопоставеността на половете за трудова заетост и проблеми, възникнали по време на изпълнението на задълженията“. (28/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Защо? 4. Кой? - пряк лийд</p>
<p>18 Семинар на началниците на висши военни учебни заведения: EMACS – 2018 От 24.10. до 27.10.2018 г. началникът на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – флотилен адмирал проф. д.в.н. Боян Медникаров, и заместник-началникът по учебната и научната дейност на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – капитан I ранг проф. Калин Калинов, участваха в Семинар на началниците на висши военни учебни заведения (ВВУЗ) от Европа (EMASC-2018). (27/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>19 Бронзов медал за студентите от Морско училище В периода от 26.10. до 28.10.2018 г. в курортен комплекс Пампорово се проведе Седмата национална студентска олимпиада по компютърна математика „Акад. Стефан Додунев“. (29/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>20 Уроци по японски език във ВВМУ „Н.Й.Вапцаров“ На 23.10.2018 г. започва курс по японски език за курсанти, студенти и служители на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (18/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво?</p>
<p>21 ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ домакин на празника на Съвръзочните войски На 11.10.2018 г. Морско училище бе домакин на част от честванията по случай 140 години от създаването на Съвръзочните войски и органи за комуникационно и информативно осигуряване. (11/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>22 Среща по проект „Младежки посланици на НАТО“ в Морско училище На 10.10.2018 г. в района на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се проведе среща с курсанти във връзка с проект „Младежки посланици на НАТО“. (10/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво? 4. Кой?</p>
<p>23 Презентация на Старгейт Маритайм (8/10/2018)</p>	<p>- Текст в изобразж.</p>
<p>24 ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – лидер във военнообразователната система Акредитационният съвет на Националната агенция за оценяване и акредитация към Министерския съвет даде институционална акредитация на най-старото техническо училище в страната – Висшето военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“, с обща оценка 9,59 и срок на валидност 6 години. (4/10/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво? -изобразж.</p>
<p>25 Нова лаборатория „Клетъчни мрежи“ бе открита във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ На 1.10.2018 г. с откриването на академичната 2018/2019 година в катедра „Електроника“ на Навигационния факултет бе открита нова лаборатория – „Клетъчни мрежи“. (2/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво?</p>
<p>26 Официално откриване на новата академична 2018/2019 година На 1.10.2018 г. от 10:00 ч. в зала „Вапцаров“ тържествено бе открита новата учебна 2018/2019 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (1/10/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>27 Комисията по отбрана посети ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ На 30.09.2018 г. Комисията по отбрана към Народното събрание на Република България бе на визита във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (30/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>28 Морско училище участва в празник на водните спортове В събота, 29.09.2018 г., ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се включи в един истински празник на водните спортове, който се проведе в Яхтклуб „Кап. Георги Георгиев – Порт Варна“. (29/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Къде?</p>

<p>29 Посещение на министъра на риболова на Република Ангола На 27.09.2018 г. на официална визита във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ пристигна министърът на риболова на Република Ангола, госпожа Виктория Франциско Лопес Кристовао де Барос Нето. (27/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Кой?</p>
<p>30 Годишна среща по проект „Интегрирана информационна система за управление и мониторинг на бреговата зона“ На 25.09.2018 г. на официална визита във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ бяха представители на Министерството на външните работи на Норвегия, Министерството на външните работи на Исландия, Посолството на Норвегия в Букурещ, Националното координационно звено и Министерството на финансите на България, които се явяват страни донори във връзка с проекта „Интегрирана информационна система за управление и мониторинг на бреговата зона“. (25/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Къде? 4. Кой? 5. Защо?</p>
<p>31 Завърши курс по програмата на НАТО DEEP – Ukraine В периода 26.08. – 24.09.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се проведе курс по английски език за военнослужещи от Украйна. (24/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>32 Посланикът на Кралство Нидерландия на визита във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ На 21.09.2018 г. на официална визита във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ бе посланикът на Кралство Нидерландия, Beredina Maria Ten Tusscher. (21/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Къде? 4. Кой?</p>
<p>33 Тържествен ритуал по полагане на военна клетва във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ На 21.09.2018 г. от 10:00 ч. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се проведе тържествен ритуал по полагане на военна клетва с курсантите от Випуск 2023 за Военноморските сили и Випуск 2024 за Военномедицинска академия – София. (21/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво? 4. Кой?</p>
<p>34 Военна клетва На 21.09.2018 г./петък/ от 10.00 ч. в района на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ ще се проведе тържествен ритуал по провеждане на военна клетва от курсантите от „Випуск 2023“ за Военноморските сили и „Випуск 2024“ за Военномедицинска академия. (20/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво? - видео</p>
<p>35 Старт на академичната учебна година за военните лекари На 17.09.2018 г. в Медицински университет „Проф. д-р Параскев Стоянов“ – Варна, с официална церемония и водосвет за здраве, отслужен от Варненския и Великопреславски митрополит Йоан, бе даден стартът на академичната 2018/2019 учебна година. (17/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>36 Началникът на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ посети Грузия От 10. до 14.09.2018 г. началникът на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – флотилен адмирал професор д.в.н. Боян Медникаров участва в работата на Грузински международен морски форум – 2018 (GIMF – 2018), в гр. Батуми. (14/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво? 4. Къде?</p>
<p>37 Оперен концерт в Планетариума На 10.09.2018 г. в Звездната зала на Планетариума на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ за първи път гостува известната американска оперна певица Ейми Пфимер. (11/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Кой?</p>
<p>38 Михаил Йонов навърши 70 години На 6.09.2018 г. капитан I ранг о.р. Михаил Йонов отпразнува своята 70-годишнина. (7/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>39 Завърши лагерът „Лидерска подготовка“ За трета поредна година в периода от 1. до 5.09.2018 г. във войсков район „Карантината“ и акваторията на Варненския залив се проведе лагер „Лидерска подготовка“ с курсантите от втори до пети курс на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (5/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>

<p>40 Откриване на учебната година в Професионалния старшински колеж На 3.09.2018 г. (понеделник) бе открита новата учебна година в Професионалния старшински колеж към ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (3/09/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Къде?</p>
<p>41 Златен медал за отбора по пляжен волейбол на Морско училище В периода от 25.08. до 29.08.2018 г. се проведеха Седмите летни университетски игри в Санаторно-оздравителния комплекс „Камчия“. (29/08/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Къде?</p>
<p>42 Завърши курсът „Начална военна подготовка“ В продължение на 4 седмици 33-ма младежи от различни краища на страната по собствено желание взеха участие в курс „Начална военна подготовка“ във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (17/08/2018)</p>	<p>1. Колко? 2. Кой? 3. Как? 4. Какво? 5. Къде? - галерия</p>
<p>43 Промоция на Випуск 2018 На 11 август 2018 г. (събота) от 10:00 ч. в Зала 1 на Фестивалния и конгресен център – Варна, се състоя тържествена церемония по връчване на дипломите на студентите от Випуск 2018 на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (11/08/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво? 4. Защо? - галерия</p>
<p>44 Посрещане на Випуск 2023 На 10.08.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се състоя церемония по посрещането на курсантите от Випуск 2023. (10/08/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>45 Закриване на флотската Спартакиада – 2018 На 9.08.2018 г. в района на Морска гара се проведе церемония по закриване на флотската Спартакиада по морски спортове, посветена на 139-годишнината от създаването на Военноморските сили. (9/08/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>46 Комисия за разпределение на длъжности на бъдещите офицери Във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ на 6.08.2018 г. заседава комисия за разпределение на курсантите от Випуск 2018. (6/08/2018)</p>	<p>1. Къде? 2. Кога? 3. Кой? 4. Защо?</p>
<p>47 Бяха приети бъдещите военни лекари На 31.07.2018 г. комисия, председателствана от заместник-началника по учебната и научната дейност на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – капитан I ранг професор доктор Калин Калинов, извърши прием на бъдещите военни медици. (31/07/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>48 76 години от разстрела на Никола Вапцаров На 23.07.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ с официална церемония по полагане на венци и цветя бяха отбелязани 76 години от разстрела на големия български поет Никола Вапцаров – име, което заслужено се е превърнало в свещен символ на Училището и на духа на българския моряк. (23/07/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Как? 4. Какво?</p>
<p>49 Във Военноморско училище стартира обучението на студенти от Република Ангола По поръчка на Министерството на риболова на Република Ангола е бил извършен подбор на младежи сред лидерите в областта на математиката и физиката в страната... На 16.07.2018 г. флотилен адмирал проф. д.в.н. Боян Медникаров поздрави студентите от Ангола с началото на тяхното обучение и им пожела здраве и успехи по време на учебния процес. (16/07/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво? 4. Защо? - отложен лийд</p>
<p>50 Изкуственият интелект – митове и реалност На 13.07.2018 г. в Звездната зала на Планетариума на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ проф. Артур Кордон изнесе лекция на тема „Изкуственият интелект: митове и реалност“ пред студенти, преподаватели и ученици. (13/07/2018)</p>	<p>1. Кога 2. Къде? 3. Кой? 4. Какво?</p>

<p>51 Курсантите положиха последните си държавни изпити На 6.07.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ курсантите от специалност „Организация и управление на военните формирования на тактическо ниво“ положиха последните си държавни изпити. (6/07/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Кой? 4. Какво?</p>
<p>52 Курсанти от Морско училище участваха в програма за културен и езиков обмен В периода 19.06. – 4.07.2018 г. курсанти от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ и техни колеги от САЩ, Полша, Румъния и Македония участваха в програма за културен обмен и езикова практика – Culture and language immersion summer deployment (CULP). (4/07/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво? 4. Кой?</p>
<p>53 Прием на курсанти за Военноморските сили На 5.07.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ заседава мандатна комисия за определяне на приетите курсанти и резервите в специалност „Организация и управление на военните формирования на тактическо ниво“ по специализации за учебната 2018/2019 г. (5/07/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Кой? 4. Защо?</p>
<p>54 Повишаване на военнослужещи във военно звание На 2.07.2018 г. със заповед на Началника на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ бяха повишени следните военнослужещи: лейтенант Сейко Сейков – във военно звание „старши лейтенант“; старшина I степен Ивелина Янчева – във военно звание „главен старшина“. (2/07/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Как? 3. Какво? 4. Кой?</p>
<p>55 Стартира приемът за специалност „Военен лекар“ С голям интерес във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ на 29.06.2018 г. стартира кампанията за прием на кандидат-курсанти за специалност „Военен лекар“. (29/06/2018)</p>	<p>1. Как? 2. Къде? 3. Кога? 4. Какво?</p>
<p>56 Нови звания за офицери от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ На 15.06.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ бе обявена заповед на министъра на отбраната Красимир Каракачанов. (15/06/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>57 Бъдещи старшини полагат държавен изпит На 12.06.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се проведе държавен изпит в Професионалния старшински колеж, директор на който е офицерски кандидат Свилен Савов. (12/06/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво?</p>
<p>58 Началникът на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ участва в конференция на НАТО В периода от 5 до 7 юни се проведе 9-ата годишна конференция на Центъра на НАТО за подготовка по военноморски операции по контрол на корабоплаването (NATO Maritime Interdiction Operational Training Centre). (8/06/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво?</p>
<p>59 Студентка от Морско училище – на Европейска купа по ветроходство Бъдещият навигатор от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ – Мариела Николова, ще участва след броени дни на Европейска купа по ветроходство. (7/06/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво?</p>
<p>60 Академик Георги Марков представи новата си книга На 4.06.2018 г. по инициатива на Съюза на запасните офицери и Община Варна, с цел популяризиране на българската история, академик Георги Марков и г-н Стоян Райчевски представиха новите си книги. Книгата на академик Георги Марков е посветена на събитията от Втората световна война, а поредицата на Ст. Райчевски отразява живота на българските бежанци. (4/06/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Защо? 3. Кой? 4. Какво?</p>
<p>61 Курсанти участваха в опознавателен преход С цел повишаване на патриотичния дух от 30.05. до 1.06.2018 г. се проведе ежегодният преход във военни формирования от състава на Българската армия и културно-исторически обекти в страната. (3/06/2018)</p>	<p>1. Защо? 2. Кога? 3. Какво? 4. Как?</p>

<p>62 Отбелязваме Деня на Ботев На 2.06.2018 г. ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ се включи в тържественото отбелязване на Деня на Ботев и загиналите за националната свобода и независимост на България, както и 142-годишнината от гибелта на поета революционер. (2/06/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>63 Визита на началника на Полската военноморска академия На 2.06.2018 г. на посещение във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ бе делегация, водена от началника на Полската военноморска академия – капитан I ранг проф. Томас Шубрихт. (2/06/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво? 3. Кой?</p>
<p>64 Завърши курсът за морска сигурност 1.06.2018 г., последният ден от курса „Предизвикателства пред сигурността в морските зони на Европейския съюз“, бе отделен за провеждане на практически упражнения. (1/06/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кое? 3. Какво?</p>
<p>65 Баскетболният отбор на Военноморско училище стана шампион Баскетболният отбор на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ стана шампион за 2018 година в аматьорската баскетболна лига – зона „Изток“. (27/05/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво?</p>
<p>66 Международно изложение за отбранителна техника „Хемус“ 2018 На 30.05.2018 г. в град Пловдив президентът Румен Радев откри Международна изложба за отбранителна техника „Хемус“ – 2018. (30/05/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Кой? 4. Какво?</p>
<p>67 Висше военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“ е домакин на курс по морска сигурност На 28.05.2018 г. във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ започна курс по морска сигурност под наслов „Предизвикателства пред сигурността в морските зони на ЕС“, който ще се проведе под егидата на Българското председателство на Съвета на Европейския съюз и ще продължи в рамките на 4 дни, от 28.05. до 1.06.2018 г. (28/05/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Кое?</p>
<p>68 Военноморско училище отбеляза 24 май С поднасяне на цветя на Алеята на преподавателите започна честването на 24 май – Деня на българската просвета и култура и на славянската писменост, във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“. (24/05/2018)</p>	<p>1. Как? 2. Какво? 3. Къде?</p>
<p>69 Курсанти от ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ участваха в курс по метеорология и океанография в Полиа От 14 до 18 май 2018 г. в Полската морска академия в Гдиня се проведе международен курс по метеорология и океанография METOC – 2018 (Meteorology and Oceanography). (21/05/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Къде? 3. Какво? 4. Какво?</p>
<p>70 Завърши състезанието по морски многобой за Купата на Началника на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ и Кмета на град Варна – 2018 г. В изпълнение на плана на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ и за усъвършенстване на професионалните умения на курсантите и студентите по морско дело, от 18 до 20 май 2018 г. в гр. Варна се проведе състезание по морски многобой. (20/05/2018)</p>	<p>1. Защо? 2. Кога? 3. Какво?</p>
<p>71 Турнир по морски многобой – временни резултати Временно класиране след края на втория състезателен ден (19.05.2018 г.) от турнира по морски многобой за Купата на Началника на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ и Кмета на град Варна. (19/05/2018)</p>	<p>- безглаг. изреч.</p>
<p>72 Започна регата за Купата на Началника на ВВМУ „Никола Йонков Вапцаров“ На 18.05.2018 г. започна състезанието по морски многобой, което се превърна в ежегодна проява. (18/05/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Какво?</p>

<p>73 Делегация на Алжирската народно-демократична република гостува във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ От 30 април до 5 май 2018 г. на официално посещение в нашата страна е военна делегация от Алжирската народно-демократична република. (2/05/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Защо? 3. Къде? 4. Кой?</p>
<p>74 Международна студентско-курсантска научна сесия във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ 53-ма студенти и курсанти взеха участие в провела се на 27 април 2018 г. в Морско училище международна студентско-курсантска научна сесия. (27/04/2018)</p>	<p>1. Колко? 2. Кога? 3. Какво?</p>
<p>75 Йордан Йовчев консултира развитието на спортната база в Морското училище Ръководството на ВВМУ „Н.Й.Вапцаров“ предприема серия от консултации за бъдещото развитие на спортната материална база в училището и поставянето на качествено по-високо ниво на спортно-тренировъчния процес в подготовката на курсантите и студентите. (5/04/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво? 3. Защо?</p>
<p>76 Проследяване на движението на китайския спътник TIANGONG 1 Работна група от преподаватели, астрономи, курсанти и студенти на ВВМУ „Никола Й. Вапцаров“ следи движението на падащия към Земята китайски спътник TIANGONG 1. (1/04/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво? - видео</p>
<p>77 Представители на ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ почистиха територии около храмове в града На 17 март 2018 г. за втора поредна година курсантите и студентите от Висшето военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“ с подкрепата на духовниците от Варненска и Великопреславска света Митрополия осъществиха една благородна идея. (17/03/2018)</p>	<p>1. Кога? 2. Кой? 3. Какво?</p>
<p>78 Първи ранен прием на кандидат-курсанти във ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ Комисия, назначена със заповед на Министъра на отбраната, се събра на 8.02.2018 г., за да определи приетите кандидат-курсанти в специалност „Организация и управление на военни формирования на тактическо ниво“ – специализации „Корабоводене за ВМС“, „Корабни машини и механизми за ВМС“ и „Военноморски комуникационни и радиотехнически системи“, през учебната 2018/2019 г. (8/02/2018)</p>	<p>1. Кой? 2. Какво? 3. Кога? 4. Защо?</p>