

РЕЦЕНЗИЯ

За дисертационния труд на ЕКАТЕРИНА НИКОЛОВА АНГЕЛОВА за присъждане на образователната и научната степен „доктор“ по 3.5. ОКИН Медии и комуникации – Връзки с обществеността на тема: „ПЕКИДЖИНГ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ НА МЕДИЙНИ ПРОДУКТИ. ПОДХОДИ В ПРОДУЦИРАНЕТО НА ФИЗИЧЕСКИ ФОРМАТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ“ с научен ръководител ДОЦ. Д-Р МИЛЕНА ЦВЕТКОВА

ОТ ПРОФ. Д-Р ВЕСЕЛИНА ВЪЛКАНОВА

ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДОКТОРАНТА

ЕКАТЕРИНА НИКОЛОВА АНГЕЛОВА е зачислена като редовен докторант по научната специалност „Медии и комуникации – Връзки с обществеността“ в направление 3.5. ОКИН на 01.03.2015 г. с научен ръководител ДОЦ. Д-Р МИЛЕНА ЦВЕТКОВА. След като е изпълнила всички дейности по индивидуалния учебен план докторантката е отчислена с право на защита от 01.03.2018 г. На 3 октомври 2023 г. дисертационният труд беше обсъден в Катедрата „Комуникация и аудиовизуална продукция“ и единодушно насочен към публична защита.

През последните 13 години г-жа Николова е главен редактор на списанията „Полиграфия“ и „РГОРАСК“ на компанията Принт енд Пъблишинг ЕООД, специализирана в издателска дейност и комплексното обслужване на бизнеса с дизайн, рекламни артикули, промоционални подаръци и уеб комуникации.

Автор е на над 100 статии в научно-техническото списание за техника, технология, организация на редакционно-издателския процес и печатното производство „Полиграфия“ и в специализираните издания

„ПРОГРАФИКА“ и „ПРОРАСК“. Участва като експерт и представител на Съюза на печатарската индустрия в България в ежегодни работни срещи по проблемите на образованието.

Научните ѝ интереси са в областта на приложната психология, пекинг дизайн и печатните комуникации. Г-жа Николова е доказала трайно изследователско отношение към комуникационния аспект на пекинг дизайна (опаковането) чрез участията си на множество международни професионални форуми в България и чужбина: професионални академии, семинари за реклама, дигитални продукти и дигитални печатни технологии, международни конференции и изложения.

Изследванията и изявите ѝ на научни и професионални форуми са фокусирани върху актуалните теории за функциите на опаковката като комуникационно средство, към новите решения при печата на опаковки в полиграфическата индустрия, към дигитализацията и хибридните формати при опаковането и референциите на всичко това към промените в публичните комуникации.

Дисертационният труд свидетелства за прецизно селектирана научно-информационна база на изследването. Световните приноси по темата за пекинг комуникациите и пекинг дизайн са проучени чрез:

- реномираните научни списания *Packaging Technology and Science*, *Journal of Communication Management*, *Journal of Marketing Communications*, *Journal of Marketing Theory and Practice*, *Journal of Product and Brand Management*,
- професионалните обединения EPDA (European Brand & Packaging Design Association), ECMA (European Carton Makers Association), Graphic Packaging International (Consumer Packaging Solutions for Inspired Packaging), Pro

Carton (European Association of Carton and Cartonboard manufacturers),

- браншови организации като Book Industry Study Group,
- специализирани компании за услуги в издателската дейност като Westchester Publishing Services, Ingram Publisher Services и др.

ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДИСЕРТАЦИЯТА И АВТОРЕФЕРАТА

Дисертационният труд „ПЕКИДЖИНГ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ НА МЕДИЙНИ ПРОДУКТИ. ПОДХОДИ В ПРОДУЦИРАНЕТО НА ФИЗИЧЕСКИ ФОРМАТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ“ е с общ обем от 315 страници, структурирани в предговор, седем глави, заключение, библиография от 333 заглавия, от които 83 на български и 250 на чужди езици, справка за научните приноси и списък на публикациите, свързани с темата на дисертационния труд. В основния текст са включени 2 таблици, 20 фигури, 37 диаграми и 50 илюстрации. Трудът е придружен от 1 приложение.

По темата на дисертацията Екатерина Николова има 5 научни публикации в специализирана периодика и научни издания, 16 научнопопулярни публикации в професионални издания, дисертацията е апробирана на 9 академични и бизнес форуми, с което удовлетворява изискванията за комуникиране на резултатите от научните изследвания за ОНС „доктор“.

Авторефератът, приложен към документацията по защитата, е с обем 41 страници и представя дисертационния труд чрез описание и анализ на: структурата на дисертационния труд, неговата обща характеристика – актуалност и разработеност на темата, теоретична и практическа необходимост от изследването, мотивация за избор на темата. Очертани са обектът и предметът на изследването, формулиран е основният научен

проблем и водещата изследователска теза, както и проверените хипотези, целите, задачите, ограниченията, подходът, методите, методологията, структурата на дисертационния труд, неговото съдържание, приноси и обобщения.

Авторефератът е адекватен на дисертацията, отразява по същество структурата, подхода и основните обобщения и отговаря на изискванията за автореферирание на дисертационен труд.

ПРЕЦЕНКА НА АКТУАЛНОСТТА НА ПРОБЛЕМА

Темата на представения за разглеждане дисертационен труд е актуална и важна: В съвременния материален свят въздействието на марката върху потребителско поведение, върху комуникационната среда и, в крайна сметка върху обществените нагласи и вкусове е извън всяко съмнение, а установените култури на марките и търсенето на все по-нови технически и естетически подходи и предизвикателства в опаковъчния инженеринг и в бранд комуникацията детерминират до голяма степен визуалната комуникация и среда, рекламата и маркетинга. Комуникацията и идентичността на бранда разчитат на опаковъчния дизайн, изграждащ самоличността на продукта чрез „двойна ресурсна база“ на медиатизираното и субективно преживяното, оттук и мощната роля на опаковката в предаване на символи, образи и значения, свързващи марката с потребителя и с обществената среда.

Затова още в началото искам да подчертая, че без съмнение изборът на тази оригинална изследователска тема и фокусът върху медиатизираната роля на опаковката, върху съвременните пекиджинг формати за писмена комуникация допълва и разширява комуникационните изследвания с тази толкова съществената страна на маркетинговите комуникации.

Приветствам още подхода и научната амбиция на автора да обоснове и въведе аргументиран бизнес модел за продуциране на пекиджинг медийни формати, валиден в съвременната дигитална, конкурентна пазарна среда, подход и амбиция, напълно „покрити“ от сериозните теоретични натрупвания и от солидния професионален опит на докторанта. Да добавя: В целия текст са демонстрирани заявеният интерес на 2-жа Екатерина Николова към културата и развитието на опаковъчната индустрия и нейните трансформации в новата технологична и индустриална среда, както и много широкият ѝ поглед върху изследвания, практики, модели, развития в България и по света.

ПРЕЦЕНКА НА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В дисертацията прецизно са формулирани обектът, предметът на изследване, поставен е основният научен проблем на изследването. Трябва да се отбележи ясният научен проблем, теза на изследването и 10 хипотези, задаващи не формални дилеми или риторични въпроси, а даващи основа на дисертацията с проучените източници по темата, със собствените открития и изследване, и, в крайна сметка предполагащи формулиране и обосноваване на лична научно-теоретическа и практическа гледна точка и позиция по изследвания обект.

За изпълнение на целите и поставените задачи докторантката се опира на интердисциплинарна методология, включваща както знания, така и методи от междузнанието, книгознанието, мениджмънта, социологията и социалната психология, които, заедно с общонаучните методи: дедукция, анализ, синтез, комуникационен анализ, анкетно онлайн проучване и др. дават на дисертационния труд както теоретична плътност, така емпирична тежест и приносен характер.

Първата глава на дисертацията „ПЕКИДЖИНГЪТ КАТО МАРКЕТИНГОВА КОМУНИКАЦИЯ“ детерминира основните понятия и терминологичен апарат на изследването. Ценни са проучванията върху диахронното развитие на опаковката и връзките, които докторантката прави с историческото развитие на репродукцията и всички технологични предпоставки на обекта на изследване. Още тук са обосновани медийният характер на опаковката и мястото ѝ в рекламата и комуникацията. Безспорно приносно съдържание на първата глава са типологизациите на опаковките по определени критерии и признаци, операционални за изследването и за следващи изследвания по темата.

Във Втората глава „ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ПОДХОД В МАРКЕТИРАНЕТО НА ПРОДУКТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ“ последователно, систематично, задълбочено са изяснени водещи понятия от психологията и психологията на възприемането, разкрити са значенията и символната роля на опаковката. Нещо повече, в тази част докторантката, отчитайки специфичния културен, демографски, социален и икономически контекст, анализира йерархичния модел на поведение – изходен за разбирането на реакциите и поведението им, като акцентира върху формалните и информационно опосредстваните връзки, семейната и социална среда.

В тези две части са демонстрирани ясно изследователските възможности на Екатерина Николова и уменията ѝ за научна интерпретация по темата на дисертацията на базата на задълбочени теоретични натрупвания и широки познания върху изследвания проблем с неговите страни, връзки и закономерности в широк времеви и тематичен обхват.

Научна и теоретична плътност на изследването добавя третата глава „СЕМИОТИЧЕН ПОДХОД В МАРКЕТИРАНЕТО НА ПРОДУКТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ“. Тук личат стабилната теоретична подготовка, както и

научната рефлексия на докторанта да интерпретира класически и нови теории и концепции и да ги свързва с изследвания обект, да дава нова обосновка, свързана с актуални маркетингови стратегии и кампании.

На свой ред четвъртата глава „ПАЗАРЕН ПОДХОД КЪМ ИНОВАЦИИТЕ В ПРОИЗВОДСТВОТО НА ПЕКИДЖИНГ ФОРМАТИ – ФАКТОР В МАРКЕТИНГА НА ПРЕЖИВЯВАНИЯТА“ се посвещава на актуалните тенденции при производството на опаковъчни продукти, на иновациите в сферата на печатните технологии, консумативите и материалите, на автоматизацията и дигитализацията на производството. Отчетен е дълбоко промененият потребителски профил на потребителя, анализирани са тенденциите на европейския печатен пазар, обобщени са добри световни практики.

Важна за изследването е петата глава „МЕДИЕН ПОДХОД КЪМ ПЕКИДЖИНГА НА МЕДИЙНИ ПРОДУКТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ“, в която Екатерина Николова, на базата на анализ на теоретични източници и собствени наблюдения и анализ, дава дефиниции за медийната и субмедийна природа на опаковката, обобщени са дейностите по създаване на нови информационни ресурси.

Същностни за доказване на тезите са шеста глава „ПОТРЕБИТЕЛСКИ ПОДХОД КЪМ ПЕКИДЖИНГ ПРОДУКТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ: ЕМПИРИЧНО ПРОУЧВАНЕ“ и седма глава „ТЕОРЕТИЧНО-ПРИЛОЖНА РАМКА ЗА КОМУНИКАЦИОНЕН ПЕКИДЖИНГ НА ФИЗИЧЕСКИ ПРОДУКТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ“. В тези части се установяват нагласите на българските потребители към пекиджинг форматите за писмена комуникация чрез онлайн анкета на тема „Избор на пекиджинг продукти за писмена комуникация“; предлага се нова класификация на пекиджинг продуктите за писмена комуникация и се дефинира целевата група на продуцентските проекти в креативната индустрия на пекиджинга.

КАЧЕСТВА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В разработката са демонстрирани много ярко професионалната рефлексия на докторантката и трайният ѝ интерес към изследователското поле, на което се е посветила.

Текстът се чете с интерес и лекота, налице е подчертана аналитичност. Задачите на изследването са точно и конкретно формулирани, научният проблем е заявен в предговора, формулирани са ясни научни хипотези и теза, направените предположения и въпроси се изследват и доказват в главите. Библиографията е точна и прецизна, както и цялостното оформяне и представяне на дисертацията. Обемът е значителен. Частите са логически и смислово свързани. Получените резултати са описани и анализирани изчерпателно, доказано е изпълнението на поставените задачи.

Дисертацията представлява определен принос към изследваната област. Изследването и тезите са оригинални и авторски, докторантката е демонстрирала високо ниво на критично мислене и оригинални интерпретации към изследвания проблем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- С интелигентните си интерпретации върху онтологичните характеристики на опаковката и теоретично-приложната ѝ рамка на медиатизиран обект;
- С изведените подходи за продуциране на полиграфическите опаковъчни дейности – исторически, психологичен, семиотичен, пазарно-маркетингов, медиен, потребителски и комуникационен;

- С изследването на опаковъчните дейности и опаковката като физически медиен продукт;
- С анализите си върху понятието „комуникационен пекиджинг“;
- С типологизациите си върху пекиджинг продуктите за писмена комуникация;
- С емпиричното проучване върху нагласите на потребителите

настоящият дисертационният труд има определен научен и научно-приложен принос в областите: обществени комуникации и информационни науки, връзки с обществеността, реклама, визуална комуникация, интегрирани маркетингови комуникации.

Изведените по-горе приноси моменти на изследването ми дават основания ДА ПОДКРЕПЯ ПРЕД УВАЖАЕМИТЕ ЧЛЕНОВЕ НА НАУЧНОТО ЖУРИ ПРИСЪЖДАНЕТО НА ОБРАЗОВАТЕЛНАТА И НАУЧНА СТЕПЕН „ДОКТОР“ НА ЕКАТЕРИНА НИКОЛОВА АНГЕЛОВА ЗА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД НА ТЕМА „ПЕКИДЖИНГ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ НА МЕДИЙНИ ПРОДУКТИ. ПОДХОДИ В ПРОДУЦИРАНЕТО НА ФИЗИЧЕСКИ ФОРМАТИ ЗА ПИСМЕНА КОМУНИКАЦИЯ“.



16.12.2023 г.

Проф. д-р Веселина Вълканова