

СТАНОВИЩЕ

ОТ

ДОЦ. Д-Р ДОНКА ГЕНЧЕВА ПЕТРОВА,  
СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“,  
ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ, КАТЕДРА „РЕТОРИКА“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен  
**„доктор“** по 2.3. Философия (Реторика)

Автор на дисертационния труд: Борис Огнянов Ценов

Тема на дисертационни труд: *„Реторически стратегии на НАТО в България. Информационната политика на Алианса, изпълнявана през уеб-базирани комуникационни канали, в периода 2016-2021 г.“*

Основание: *утвърждаването ми като член на научното жури със заповед РД 38-104/19.02.2024 г.*

*Общи впечатления: Докторантът Борис Ценов е оставил у мен положителни впечатления в хода на своята работа – първоначално като редовен, а след това като задочен докторант в катедра „Реторика“. През целия период на своята докторантура той е демонстрирал сериозно и отговорно отношение, както и задълбоченост в своя подход към изследваната тема, към която той е показал интерес още на ниво магистърска теза. В хода на този процес той е участвал регулярно в конференции и събития на катедрата, както и е подготвил очакваните публикации по темата на дисертацията, показвайки умения за изготвяне на научни текстове, както и стремеж да популяризира своята дейност и изводите от нея. Разработката успешно е преминала и процедурата за проверка на оригиналност, действаща в СУ. За изготвянето на настоящото становище се запознах с дисертационния труд и автореферата към него.*

Дисертационният труд е създаден по правилата на научния жанр. Включени са всички задължителни методологически атрибути. Текстът е написан на научен език и е

ориентиран към широка аудитория. Има своето значение за теорията, практиката и обществото. Проведеното изследване е осъществено с научно внимание.

Уводът (стр. 3-7) очертава широката рамка на изследването и предлага обосновка за избора на конкретния времеви период, попадащ във фокус – 2016 – 2021 г., а именно непосредствено преди стартирането на кампанията на НАТО WeAreNATO до момента преди руската инвазия в Украйна, която несъмнено променя подхода на Алианса спрямо комуникацията и би предположила отделно изследване. Уводът представя и мотивацията на докторанта за избор на темата – липсата на подобен тип изследване на комуникационните стратегии на Алианса в България, както и проблематичните аспекти на тези стратегии, намиращи отражение в ниски нива на обществено доверие дори след години членство. Коректно са описани предмета (кампании на НАТО) и обекта на изследване (реторическите стратегии, залегнали в основата на тези стратегии, нормативните документи и политики, които ги определят). Целта на докторанта е да изследва причините за неефективност на тези комуникационни стратегии, като спрямо тази цел са заложили конкретни задачи, свързани с теоретичен и съдържателен анализ и извеждане на препоръки.

Първа глава разглежда политическата и военнополитическата реторика в теоретичен план. Тук се срещат идеите и трактовките за реториката на автори от древността като Цицерон и такива от 20-ти век, като Перелман. Във фокус попадат идеите за политическата реторика на Хю Ранк, които са представени в по-голяма дълбочина, в съответствие с ролята им на основа на много от последващите анализи. Друга ключов теоретичен модел, който намира място тук, е този за рамкирането (framing) – уместен подход от страна на Борис Ценов от гледна точка на това, че мисловните модели, или рамки, през които възприемаме и осмисляме различни феномени в света, подлежат на оформяне и променя, често под медийно влияние. Така докторантът задава подходяща теоретична основа за по-нататъшните си анализи, като тук е отчетен и теоретичния принос на български автори като Андрей Тошев, Донка Александрова, научния ръководител Нели Стефанова.

Във втората част от първата глава се разглеждат по-детайлно не толкова теоретични постановки, колкото комуникационните системи и политики, действали (или

действащи) при различни видове държавно устройство и управление (тоталитарни и демократични общества). Бих казала, че теоретичната основа, която докторантът полага, е добра и стабилна спрямо целите му, като изтъкването на комуникациите, публичната дипломация и публичните дейности като приоритети на НАТО е от голямо значение в тази посока.

Втора глава представя и подлага на критичен анализ рамковите документи по публични комуникации на НАТО като цяло и в частност – тези, които определят насочеността на комуникационните дейности на отговорните военно-политически институции в България. Докторантът показва отлично познава на тези документи, като извежда и обосновани критики към тях – например в извода, че комуникационните дейности не следва да се разглеждат като формално-изпълнителски, следващи определен шаблон и вертикални императиви, а творчески, изискващи гъвкавост и адаптация спрямо контекстите. На критичен прочит е подложена и липсата на документи, задаващи политиките за комуникация на национално ниво, у нас. Друга значима слабост, изведена в анализа, е невъзможността на Алианса да повиши осведомеността на групи като младите хора и жените, които традиционно по-слабо се интересуват от военни дела – това са групи, съответно, изискващи по-различен подход и специфично таргетиране.

Трета глава, която е и най-подробно развита, е посветена на реторически анализ на конкретните комуникационни дейности на НАТО, реализирани посредством уеб-базирани канали. Тук докторантът отново и по-обстойно обосновава избора на времеви период, който е избрал да обхване, след което критично анализира кампанията WeAre NATO – на текстово и визуално равнище. Тук се засягат аспекти на визуалната реторика, така че работата би спечелила и от кратко разясняване на нейната същност и специфика в по-общ план. Плакатите са разгледани като своеобразни ентимеми, в които на целевата аудитория е оставено да допълни заключението в съзнанието си. По сходен начин се анализират и снимкови материали, обръща се внимание и на цветовете, като погледът на автора се насочва към сравнителен анализ на ползването им в СССР в миналото и в натовските страни днес. Тук очакването ми бе и за повече илюстративни материали в текста. Също тези части, ориентирани към ролята

на плакати, фотографски и други изображения, във военно-политическата реторика, биха могли да намерят място в предните теоретично насочени глави, а тази да остане само за конкретните анализи.

След това вниманието се насочва към комуникационните дейности на МВНР и МО, свързани с членството на България в НАТО. Разгледани са статии, публикации в социални мрежи и във видео платформата youtube, а ефективността на тези дейности е отчетена спрямо социологическите данни за доверие в Алианса в този времеви период. Тази част от работата е богато илюстрирана и са изведени редица слабости в провежданите дейности, включително липсата на допълнителни усилия за повишаване на общественото доверие при наличие на ясни индикатори, че то е ниско.

В заключението докторантът продължава своя анализ – по-конкретно тук на причините за описаната от него като апатичност на българските аудитории. Това са важни акценти в цялостния анализ, но доколкото те въвеждат нова информация и теоретични обосновки, смятам, че имат място в предходната глава. От особен интерес е за мен изводът, който прави докторантът – че неспазването на определени реторически канони и принципи води до неефективни кампании и комуникационни дейности, а именно: липса на ясно формулирани цели; неотчитане на спецификите на таргетираните аудитории; следователно недостатъчно въздействащи послания и комуникационни канали; липса на проучване на ефективността – всичко това прави кампаниите и дейностите по-скоро формални, повърхностни и изискващи сериозна ревизия. На базата на тези идентифицирани слабости Борис Ценов формулира и практически препоръки, които са приносен елемент на дисертацията. Самият докторант е формулирал четири приноса: 1) разработката е първо подобен анализ на комуникационните стратегии на НАТО у нас; 2) този анализ като предпоставка за реторическо осмисляне не само на вече правеното, но и на бъдещи дейности и кампании; 3) изтъкване значимостта на националния контекст за успеваемостта на дейностите и кампаниите и 4) както бе вече отбелязано от мен, самите дадени препоръки към практиката.

Относно съдържанието на разработката мога да отбележа, че то е задълбочено и видимо добре проучено и внимателно анализирано. Докторантът ползва богата научна

терминология и разнообразни теоретични източници. Тук мога да добавя, че наред със стереотипите и тяхната промяна, по сходен начин в работата би намерила място темата за нагласите, тяхната същност според съвременните разбирания на социалната психология и тяхната промяна, което е обичайно целта на големи кампании. Също така у мен буди интерес темата за лидери на мнение и как такива фигури потенциално биха могли да повлияят промяната на стереотипи и нагласи, както и до каква степен противоположно влияние на натовските кампании пък оказват други форми на информация, дезинформация и дори пропаганда в нашата реалност.

Използваните източници са разнообразни и на няколко езика (български, английски, руски), като 58 са печатни и 94 – електронни. Приложенията в обем от 48 стр. включват значими за темата стратегически документи на НАТО.

Подготвеният автореферат ясно и целенасочено представя най-значимите акценти в работата и обръща особено внимание на приносните моменти и препоръките. В него обаче не са посочени публикациите на докторанта по темата на дисертацията.

Като цяло и дисертацията, и авторефератът следват правилата на научния жанр и изискванията към подобни текстове. Текстът е едновременно написан на научен език, но и достъпен и понятен и за по-широки аудитории. Анализът е внимателен и задълбочен, а приносите имат подчертан научно-приложен и цялостно приложен аспект.

Въз основа на всичко това давам **положителна оценка** за дисертационния труд на **Борис Огнянов Ценов** на тема *„Реторически стратегии на НАТО в България. Информационната политика на Алианса, изпълнявана през уеб-базирани комуникационни канали, в периода 2016-2021 г.“* препоръчвам да му бъде присъдена образователната и научна степен “доктор” в ПН 2.3. Философия/Реторика (Политическа реторика).

Доц. д-р Донка Петрова: .....

София,

23.05.2024 г.

