



СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р **Александър Христов**, Университет за национално и световно стопанство

за придобиване на образователната и научна степен „доктор” в научна област 3.5.
Обществени комуникации и информационни науки.

с дисертационен труд на тема:

Модели на убеждаваща комуникация при налагането на кулинарни брандове

представен от **Антония Иванова**, редовен докторант в професионално направление „3.5. ОКИН Медии и комуникации – Убеждаваща комуникация“ във Факултета по журналистика и масова комуникация, с научен ръководител доц. д-р **Мила Серафимова**.

I. Представяне на докторанта въз основа на подадената документация

Съдържанието на подготвената дисертация, останалите документи, а също и постиженията на Антония Иванова показват, че тя е изследовател със значим опит в сферата на комуникациите. Представените публикации и нейния кариерен път допринасят както за нейното развитие, така и за усъвършенстването на бранша. Всичко това създава предпоставки за изследвания със сериозна стойност.

II. Оценка на качествата на дисертационния текст

Дисертационният труд на Антония Иванова е посветен на пръв поглед на частна, но в същото време на изключително важна тема. Изграждането и управлението на лични и кулинарни брандове е симптоматично за реализацията на успешни кампании въобще, не само защото в тази сфера случващото се е легендарно, а и защото това касае и привлича вниманието на много хора.

В този смисъл определено изследването на тази сфера носи ползи не само за нея, а и за комуникациите в бизнеса и при знаменитостите въобще.

Нещо повече, динамиката в кулинарната сфера е значима и всеки добър опит за външен поглед дава полезна „моментна снимка“, е важен за изследователите, а и за практиците. В съвременния свят на динамично разпространяваща се информация и непрекъснато усъвършенстващи се концепции, това поставя важни основи и допринася за дълбочината на познанието.



С това може да бъде отбелязана актуалността на темата на дисертационното изследване, която по всяка вероятност ще нараства все повече.

Работата притежава всички необходими формални характеристики на сериозен дисертационен труд, характеризира се с интердисциплинарен характер, комбинирайки знания и методология от различни области, най-вече от две основни – комуникация и кулинария. Позициите, особено тези по отношение на развитието на кулинарните брандове, са представени изключително ясно и аргументирано и са подредени в добра последователност. Текстът не страда нито от прекален патос, нито от прекалена критичност, което го прави балансиран, смислен и полезен. Съдържанието на автореферата показва добро съответствие с текста на дисертационния труд. Всичко това допринася за високата степен на приложимост на резултатите в практиката.

По отношение на методологията – избраната комбинация от проучване с количествен и с качествен метод, анкета и дълбочинни интервюта, създава съществени предпоставки за обективност и релевантност, а и е достатъчно отговорно като изследователски подход. Емпиричните данни са обработени с необходимата отговорност и обективност.

И в двете съставни теми на дисертационното изследване – комуникации и кулинария – библиографията е изключително богата и напълно релевантно приложена в текста. Разнообразието от типове източници, в частност влиятелни монографии, материали от периодични издания и от онлайн ресурси, създава предпоставки да бъдат обхванати максимално много гледни точки, което е чудесно. При това обаче в първата част, представяща темата за убеждаването и влиянието, сериозен и интересен превес имат вижданията на Робърт Чалдини и на Чавдар Христов, които, макар и авторитетни изследователи, наклонят везните на текста в една посока, все пак без да може да се говори за каквато и да било едностранчивост. Темата за убеждаването и влиянието – или за убеждаващата комуникация по термина в темата на дисертацията – е сложна и многоаспектна и би било прекрасно, ако се включат и други гледни точки на изследователи в комуникациите и маркетинга. Особено втората сфера предполага, че влиянието при брандовете не се случва толкова лесно.

III. Позитиви на дисертационното изследване

В съдържателен план, могат да бъдат открити няколко изключително важни предимства на дисертационното изследване, реализирано от Антония Иванова.

Първо – и това може би е най-важният принос, отбелязан като трети в справката – текстът е постигнал една достатъчно амбициозна цел, свързана с изследването на развитието на публичния имидж / персонален бранд на знаменитости в сферата на кулинарията. Очевидно то се характеризира с уникални особености, които са отлично и достатъчно задълбочено представени в текста. Като част от това постижение е и извеждането на понятието „визуална реторика“, което от своя страна е ключов елемент от представянето на кулинарните постижения, отбелязани в текста. Този модел може да стане основа за извеждане на теоретични съждения от по-високо ниво, които да бъдат използвани в широк спектър от човешкото познание.



Второ, с необходимата точност и прецизност са представени аспектите на брандинга, особено в частта с взаимоотношенията на бранда с потребителите. На тази основа изключително добре е вплетена частта с развитието на кулинарията и – бих я нарекъл – нейната публична част, или както го дефинира авторката, „кулинарното шоу“, свързано с ролята на знаменитите готвачи.

Трето, изследването представлява самостоятелна ценност, личи както ангажираността, така и достъпа до ключови лидери на мнение в сферата. Интерпретацията на събраните данни в хода на изследването е отлична.

Четвърто, разработката е прагматична, консистентна и прави изключително точни референции към комуникационната действителност. В текстовете ясно личи отличното познаване на комуникационната среда, познанията в двете сфери са безспорни, а позициите са представени с необходимата прецизност. Специално внимание е обърнато на социалните цели на кулинарията, което важно предвид необходимостта от повече внимание към тази тема.

Пето, в заключителната част добре са отразени основните изводи от изложението, което дава достатъчна завършеност по отношение на структурата и съдържанието. Това дава сериозно основание да се потвърди, че дисертационният труд се характеризира с обхватност и пълнота.

IV. Бележки, препоръки, насоки за по-нататъшна работа

Заедно с всичко това, могат да се маркират две бележки и препоръки, на които може да се обърне внимание по-нататък.

Първо, в дисертацията се отбелязва развитието на персоналния бранд (особено на стр. 59, 65 и 66), при все това обаче би било чудесно в теоретичната част вниманието да се насочи и към персоналния имидж, за което има изследвания както на авторитетни наши, така и чужди автори. Разбирането за персоналния имидж и неговото управление би било ценно допълнение, именно защото известните готвачи са знаменитости, звезди, към които обществото има завишени изисквания за представяне, както се видя от реакцията при противозаконната проява на Андре Токев. Вплитането на принципите на управление на персоналния имидж би обогатило теоретичната част и би допринесло за по-добрата интерпретация на резултатите от изследването.

Второ, основната хипотеза на изследването е достатъчно разтегната. По-голяма прецизност би могла да се постигне, ако формулировката се ограничи до причинно-следствената връзка на използваните техники и постигнатите имиджови резултати при готвачите, създадени и развиващи се като публични личности.

Насоките за по-нататъшна работа са ясни – постоянно внимание и актуализация на постановките по отношение на развитието на комуникациите в кулинарията и начините, по които се изграждат знаменитости и се управлява техния имидж.



Посочените бележки категорично не намаляват изключително положителната оценка за дисертацията и значимостта на посочените научни постижения. Текстът представя автора като изследовател с много добри познания и умения в тази сфера.

V. Публикации и участия в научни форуми

От предоставените документи личи, че са изпълнени, изискванията на Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ за апробиране и оповестяване на резултатите от изследването, както и минималните национални изисквания за присъждане на образователната и научна степен „доктор“.

VI. Заключение

Като се вземат предвид достойнствата на разработката, актуалността и спецификата на изследваните проблеми, възможността за тяхното приложение в практиката, доброто теоретично равнище на изследваните и анализирани проблеми и всичко останало, цялостната ми оценка за дисертацията е положителна. В тази връзка бих искал напълно убедено да препоръчам на уважаемото научно жури да присъди на Антония Иванова образователната и научна степен „доктор“ в научна област 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.

Дата: 12.08.2024 г.

Рецензент:

Доц. д-р Александър Христов