

РЕЦЕНЗИЯ

за дисертационния труд на Веселина Любенова на тема „Публичният образ на организациите за защита на потребителите в България 2007-2012 г.“ от проф. дфн Христо Кафтанджиев

Преподавал съм на Веселина и съм с отлични впечатления от нея като студентка. По време на работата ѝ по дисертацията също съм я консултирал.

Темата на дисертацията е важна, тъй като България е определено държава на политическата мафия и на олигарсите. При това положение правата ни като потребители са почти същите както и по времето на фараоните.

Обемът на дисертацията е 256 страници, а и има и приложение с почти същия обем. Веселина е написала дисертацията в по-голям обем от необходимото. Но това все пак е в границите на добрия вкус и е далеч от графоманията, като се има предвид някои дисертации достигат и до 400 и кусур страници.

В библиографията са цитирани 19 нормативни документа и 247 научни труда – от тях 188 са на български и 59 - на английски език. Веселина е използвала най-важните трудове на български и на английски по темата на дисертацията. В това отношение дисертацията отговаря напълно на изискванията за такъв научен труд.

В началото са уточнени прецизно практическо приложение на труда; целта му; предметът на изследването; обектът на изследването; изследователската хипотеза; изследователските задачи и изследователският метод. Това е доказателство за качествен дисертационен труд.

Дисертацията е структурирана в 3 глави.

Първата е посветена на организациите за защита на потребителите. В нея са изследвани следните неща:

- необходимост от защита на потребителите и потребителските права;
- видове организации за защита на потребителите;
- световни практики - до XVIII век и от XVIII век до днес;
- политика на защита на потребителите в ЕС;
- политика на защита на потребителите в България.

Много добре са анализирани основните неща по отношение на некачествените стоки и неравнопоставеността на потребителя в сравнение с търговеца.

Тези аспекти са анализирани и в диахронен план – в древна Индия, Елада, Рим, през Средновековието. Основно вниманието тук е насочено към щатското законодателство и към това в Обединеното кралство.

Хубаво впечатление прави и анализът на политиката на защита на потребителите в Европейския съюз.

Докторантката демонстрира и отлични знания по отношение на българското законодателство – както по отношение на Закона за защита на потребителите от 2006 г., така и по отношение на органите, които го прилагат - Министерството на икономиката и енергетиката, Комисията за защита на потребителите и общинските звена за защита на потребителите, Българска национална асоциация „Активни потребители” и Федерацията на потребителите.

От изложението в първа глава личи, че докторантката познава добре тези аспекти и може да ги анализира и интерпретира задълбочено.

Втората глава е посветена на връзките с обществеността, изграждането на имидж и на потребителското общество. В нея подробно и задълбочено са анализирани следните феномени:

- връзките с обществеността – същността им и американската традиция и европейската традиция в това отношение;
- функциите на публичен рилейшънс и професионални компетенции;
- ролята на публичната комуникация по отношение на организацията/институцията и медиите;
- изграждането на образ - същност на понятието; корпоративен имидж; корпоративен ПР и класификации на имиджа;
- консуматорско общество - правен статут и правна защита на потребителя; теоретичната интерпретация на консуматорското общество; американската и европейската традиции в това отношение;
- изследователската практика в България.

В началото са анализирани задълбочено различните определения на пиара. Изследвани са в сравнителен план дефинициите на българските, американските и европейските учени в тази област. Докторантката е демонстрира, че познава най-важните изследвания в тази област и, че мисли критично.

Лично аз за пръв път чета толкова подробен и критичен анализ на различните определения на пиара. Поради тази причина смятам, че това е една от най-силните части на дисертацията. Тази част е доказателство и, че Веселина е развила капацитета си на учен.

Подробно и задълбочено са анализирани и някои от най-важните аспекти на имиджа.

Немалко внимание в тази глава е отделено и на консуматорското общество. Анализирани са задълбочено основните аспекти на американския и на европейския консюмеризъм.

Европейският подход е да създава възможно най-качествения продукт и той да просъществува колкото се може по-дълго.

Американците пък непрекъснато купуват по-новите модификации на продукта.

Добро впечатление в случая прави фактът, че докторантката е анализираща и психологическите школи на Мезлоу и Лазърсфелд в контекста на докторантурата си.

Тук са разгледани и други важни понятия и постулати, които влияят върху теорията на консюмеризма – терминът „просамър“ на Алвин Тофлър. Много полезна в случая е и тезата на Тофлър, че пазарът не е само икономическа структура. Той е „начин на организиране на хората, начин на мислене, на култура и споделен набор от очаквания“.

Важно е и, че докторантката е анализираща понятията „потребителско общество“ и „проактивни потребители“. Както е отбелязано в дисертацията „С втория термин... се легитимира онзи проактивен потребител, в чиято власт е да налага промени на пазарни механизми посредством упражняването на личната си воля.“

Това е много важно по отношение на мафиотизираното и псевдо-пазарно българско общество - взело най-лошото и от социализма, и от капитализма. В него потребителят от гледна точка на управляващите ни от всякакъв цвят и идеология е роб, който трябва да плаща безропотно убийствените монополни цени на стоките - продукти и услуги.

Интересен и анализът на потребителя в светлината на постмодернизма. Добро впечатление прави, че са изследвани автори като:

- Липовецки - по отношение на културата на всекидневието, която подчертава идеите за хедонизма, консумирането, употребите на свободното време и благополучието.

- Пиер Бурдийо - по отношение на консуматорското общество и на дисциплината „поведение на потребителите“.

- Жан Бодрийяр - за двете природи на потреблението - физическата употреба на продукти, стоки и услуги и процеса на тълкуване на знаци и символи при потребяването на стоки и услуги.

Интересни са и изводите по отношение на „ефекта на Дидро“ по отношение на стоките.

Според докторантката за съжаление в България няма имена, които да формират някаква теоретична база за потребителско общество. Темата е важна и много се надявам Весела да развие именно тази тема в големия си докторат вместо да анализира Маркс.

Третата глава е посветена състоянието на организациите за защита на потребителите в България. Направен е профил на изследваните печатни медии; анализирана е необходимостта от провеждане на изследването;

методологията на изследването; основните единици на анализа; регистрацията на текстове и регистрационната карта.

Анализът е направен за 2007 и за 2012 година. Изследваните печатни медии са „24 часа“; „Монитор“; „Сега“ и „Стандарт“.

Въз основа на обобщените изводи Весела е направила важни препоръки за по-ефективна комуникационна програма от организациите за защита на потребителите към техните публики. Препоръките са в три направления - към:

- Министерството на икономиката и енергетиката и Министерството на образованието и науката.;

- неправителствените организации.;

- медиите.

Изследователската работа, която е свършила докторантката, е впечатляваща. Анализирала е 219 публикации за двата изследвани периода, както следва - през 2007 година те са 129 броя и през 2012 година – 90 броя.

Направени са важни изводи в две направления:

- Първото е какъв публичен образ изграждат организациите за защита на потребителите в България за периода 2007-2012 година в изследваните четири вестника.

- Второто направление в изводите е как вестниците лансират внесеният в публичното пространство образ – променят ли звученето на основното послание и изместват ли фокуса му.

Важен и анализът на имиджа на националната асоциация „Активни потребители“. Според докторантката с действията и с общуванията тази асоциация е изградила положителен имидж като защитник на потребителите.

Интересен и анализът по отношение на комуникативните слабости на тези организации – например намаляването в публичния дневен ред на активната ангажираност на неправителствените организации „Активни потребители“ и Федерацията на потребителите и др.

Отлично впечатление прави и проектът на Веселина за комплексна PR-програма към Комисията за защита на потребителите и Министерството на образованието и науката. С тази програма докторантката доказва, че не само може да прави задълбочени научни анализи, а е в състояние и да приложи в практиката теоретичните постановки.

Комуникативната платформа е в няколко направления:

- от КЗП към медиите - навременно предоставяне на материали за извършени секторни проверки и секторни анализи на проблемите; предоставяне на материали от срещи на Комисията с други организации по проблеми, касаещи по-голямата част от населението – брифинг, официални изявления, информационни кампании, коментар на социологическа информация и др.

- на КЗП към гражданите - разработване на програма за популяризиране на дейността на Комисията за защита на потребителите и т.н.

Приносите са изведени коректно и са доказателство за научната стойност на дисертацията.

Веселина е публикувала седем научни статии, а това е много повече от необходимото.

Имам и няколко критични бележки:

- Не е лошо да се анализът по отношение на постмодернизма и потребителите да стане по-детайлизиран. Причината е, че нормалният потребител живее пълноценно и щастливо единствено в постмодерната култура.

- Във връзка с първата ми бележка за мен би бил интересен анализ до каква степен българският потребител продължава да е в предмодерната и в модерната епоха.

- Би било много полезно предложената комуникативна стратегия да излезе от прокрустовото ложе на пиара и да се да се направи кампания на интегрирани маркетингови комуникации.

Тези критични бележки обаче не влияят в никакъв случай на положителното ми отношение към дисертационния труд на Веселина.

Определено смятам, че дисертационният труд е достатъчно качествен и отговаря на критериите на задълбочено научно изследване. Затова ще гласувам без никакво колебание на Веселина Любенова да бъде присъдена научната титла „доктор“ и се надявам, че и другите членове на Комисията ще постъпят по същия начин.

05.04.2014

Подпис:

проф. дфн Христо Кафтанджиев