

СТАНОВИЩЕ

- От:** доц. д-р Саша Владимирова Тодорова, УНСС
- Относно:** дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен доктор по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки
- Основание** за представяне на становище: участие в състава на научно жури по защита на дисертационен труд, съгласно Заповед № РД-80/13.02.2004 г. на ректора на СУ „Св. Климент Охридски”
- Автор** на дисертационния труд Веселина Любенова Любенова
- Тема:** Публичният образ на организациите за защита на потребителите в България 2007 – 2012 г.

1. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Формирането на определен публичен образ на организациите за защита на потребителите в България е от изключителна важност пораде агресивността на капитала и неравнопоставеността на потребителите спрямо него. В тази връзка дисертантката с основание отбелязва механизма на формирането на волята на гражданите, посредством общодостъпна комуникация и ролята на културните рамки за превръщането на комуникатора в посредник. Приведената аргументация, че липсата на комуникация води до понижаване на доверието в институциите и потребителските сдружения и организации има не само теоретично значение, но и приложно такова за формирането, моделирането и трансформирането на техния образ в публичното пространство.

Дисертационният труд е в обем на 232 страници. Съставен е от три глави, чието съдържание е насочено към доказване на докторската теза, а именно, че „публичните комуникации на организациите за защита на потребителите в България за периода 2007 – 2012 г. са недостатъчно ефективни и се нуждаят от подобрене”. В резултата на това се наблюдава ниска информационна и потребителска култура. В увода наред с докторската теза ясно са формулирани и предмета и обекта на изследването. Посочени са и изследователските задачи. Поставени са и три ограничения и те са, че няма да се изследва цялостната дейност

на организациите, че ще се изследват само медии и четири национални ежедневника.

Дисертантката умело е комбинирала историческия метод с метода на изследване на документите, сравнителния анализ, моделирането и анкетата. При описанието на методите е допусната неточност – като методи са представени вида на проучваните документи (законодателни, икономически, информационни и пиар техники). Използвани са различни информационни източници от различни научни области, което усложнява анализа, но пък го прави по-задълбочен и съответстващ по своето многообразие на реалната практика.

2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Съдържанието на дисертационния труд и осъщественият анализ фокусират върху организациите за защита на потребителите и изграждането на техния образ и потребителското общество. Разкрита е функцията на публичен рилейшънс за постигането на определено състояние на тези организации. Търсенето и разкриването на тези връзки и взаимодействия разкриват социологическият подход на изследването, чиято евристичност дисертантката умелко използва.

Теоретичните граници на анализа се разширяват по отношение на развитието на пазарните отношения, фетишизирането на пазара в определени случаи и създаването на условия за произвеждането и реализирането на стоки и услуги, които могат да причинят вреда на потребителите. С професионална вещина е разгледан и въпроса за неравнопоставеността на потребителя срещу производителя и търговеца. С основание авторката търси именно тук ролята на организациите на потребителите да защитават потребителите.

Теоретичният анализ на добрите практики от древността до днес е насочен най-вече към познавателните възможности на европейското законодателство и изграждането на институционалната рамка за защита на потребителите в България като работеща, адекватна и легитимна.

Поставен е въпросът за иманентните функции на публичен рилейшънс за изграждането на образ и потребителско общество въобще в т.ч. и у нас. Като представя състоянието на изученост на проблема в САЩ и Европа дисертантката

извежда необходимите предпоставки за формирането на системен модел на публичния образ. Професионален интерес представлява еволюцията на пбблик рилейшънс, която стои в основата на изграждането на образ в публичното пространство през отделните етапи.

Дисертантката е осъществила авторско изследване през периода 2007 г. и 2012 г. Проучени са 219 публикации, за което има съответно и регистрационна карта. Проведена е анкета с Комисията за защита на потребителите. На основата на събраната информация са направени изводи, които на първо място показват какъв е публичния образ на организациите за защита на потребителите в България за периода 2007 – 2012 г. във вестниците „24 часа”, „Стандарт”, „Сега” и „Монитор” и на второ място – как вестниците представят внесения в публичното пространство образ – променят ли звученето на основното послание и изменят ли неговия фокус.

На фона на всичко казано до тук се извеждат пропуските и слабостите, свързани с установения публичен образ на организациите за защита на потребителите в България през изследвания период. Като такива са посочени: а) намаляване на активността на неправителствените организации; б) държавният контролен орган за защита на потребителите все още не е добър провадник на информация, по-добра комуникация с външните публики и инициране на инициативи; в) не иницират законови промени в полза на потребителите.

Особено внимание заслужава сравнителният анализ на публичния образ на организациите за защита на потребителите по години и по печатни медии.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни приноси

- ❖ Установяването на реалната дейност на организациите за защита на потребителите чрез комуникациите.
- ❖ Идентифицирането на проблемите в комуникацията с външни публики с помощта на ПР специалисти и създаването на условия за развитието на сътрудничеството и разбирателство между тях и вътрешните публики.
- ❖ Разработената методология на изследването като комбинация на анкетния метод и контент анализа, моделирането и сравнителния анализ.

- ❖ Повишаване на равнището на информираност на потребителите до 18 години посредством нова образователна политика и др.
- ❖ Обосноваването на необходимостта за постигането на осведомено обществено разбиране на правата на потребителите и ролята на комуникативната политика.

4. Оценка на публикациите на дисертанта

Дисертантката има 7 публикации по темата на дисертационния труд, две от които са под печат, две в академични издания и три – в електронни издания. Всичките публикации са индивидуални.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът отговаря на съдържанието на дисертационния труд.

6. Критични бележки и препоръки

- ❖ Резултатите от проведеното изследване и направеният анализ дават основание за повече обобщения, изводи и препоръки в заключението. В представения си обем то е изключително лаконично.
- ❖ Желанието е към всяка глава от дисертационния труд да има изводи.
- ❖ Не е ясно защо в автореферата посочените литературни източници са редуцирани от 298 в дисертационния труд на 79.

Заключение

Дисертационният труд на Веселина Любенова ме убеждава, че тя може да осъществява самостоятелно изследователска работа.

Теоретичната подготовка на дисертантката ѝ е позволила да подготви, организира и проведе авторско изследване.

Получените резултати от изследването са представени коректно. Езикът на изложението е ясен и професионален. Равнището на информираност на дисертантката е високо, научният апарат – богат.

На основата на постигнатите научни постижения могат да се постигнат значителни положителни промени в комуникационната политика и пълноценното използване на професионалния капацитет на ПР специалистите, както и по-нататъшното утвърждаване на ролята и значението на организациите за защита на потребителите.

На това основание с убеденост препоръчвам на уважаемото Научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ на Веселина Любенова по професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“. Лично аз с убеденост ще гласувам „за“.

07.04.2014 г.
София

Изготвил становището:
(доц. д-р Саша Годорова)