

# С Т А Н О В И Щ Е

*от доц. д-р Цветан Кулевски*

за дисертационен труд на тема:

## **БИЗНЕС КОМУНИКАЦИЯ: ПРЕГОВОРИ И ПРЕЗЕНТАЦИИ. НЕВЕРБАЛНИ АСПЕКТИ**

за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност 2.3 Философия (Реторика) в професионално направление „Невербална комуникация в реториката“, съгласно заповед № РД 38 – 786/19.11.2017 год.

*на Яна Красиминова Събева*

*Научен ръководител: проф. д.ф.н. Величко Руменчев*

Докторантката е работила по една популярна и актуална тема, която бележи възход и търпи съществен теоретичен поврат в годините след прехода. Промяната в бизнес комуникацията постоянно налага нови правила на работа в сферата на комуникацията. За авторката от особен интерес са невербалните аспекти при водене на преговори и презентации.

Тя насочва своето изследване върху важни аспекти на корпоративната комуникация, които остават според нея все още слабо изучени. Един от тях е невербалният компонент и връзката му с успешното провеждане на определени комуникационни формати. Принос на авторката е опитът ѝ да се „докосне“ до т.нар. „остойностяване“ на дадени невербални характеристики, което се оказва в пряка връзка с реномето на дадена компания.

Анализирани са две „полета“ на бизнес комуникациите: преговори и презентации. Като предмет на изследването авторката избира невербалното поведение на целевите групи при преговори и презентации. Целта ѝ е да направи анализ на комуникационната култура на бизнес сектора в България от гледна точка на невербалната комуникация.

Замисълът на докторантката включва провеждането на структурирано наблюдение на представители на съвременния български бизнес. На тази основа тя е направила успешен опит да синтезира характерни черти на невербално поведение. Потърсена е и връзката между невербалната комуникация и изхода от преговорите и презентациите. Очертани са и някои национално обусловени специфики на невербално поведение, характерни за българската бизнес среда.

В първата част на доктората е направен обзор на основните понятия: „комуникация“, „бизнес сектор“ и „бизнес комуникация“. Така авторката е изградила теоретичната основа, върху която по-нататък се опира нейното изследване. Тя подробно е проследила развитието на българския бизнес сектор от края на миналия век до наши дни.

Специално място тук е отделено върху изясняването на понятието „аудитория“. Авторката е очертала границите на понятието, видовете аудитории и различните канали за комуникация. Дадено е и изчерпателно определение на понятието „бизнес комуникация“. И тук вниманието на докторантката е насочено по-специално към невербалните аспекти на бизнес комуникацията.

Много добре е дефинирано и понятието „презентация“. Докторантката е предложила обстоен исторически преглед на презентацията като жанр, както и на нейните основни компоненти. Анализирани са някои специфични аспекти на видовете комуникационни формати, които авторката причислява към жанра „презентация“. Принос на авторката е дефинирането на понятието „флаш моб“, който възниква като техника за популяризиране на социални каузи и оформил се като инструмент на корпоративната комуникация.

Докторантката анализира „деловата презентация“ като комуникационен жанр, който представлява действие, в контекста на определена делова ситуация, в чиято основа лежи икономически мотив. Целта на това действие е да бъдат постигнати корпоративните цели чрез осъществяване на бизнес контакт с потенциална аудитория, с оглед осъществяване на продажба или генериране на печалба.

Добро впечатление оставя опита на докторантката да анализира преговорите и презентациите в контекста на реториката от древността. Тя е направила редица съпоставки между методите, целите и съдържанието на двата комуникационни формата с античната реч. Потърсени са и допирните точки между античния оратор и съвременния корпоративен говорител.

Втората основна част на доктората акцентира върху същността, видовете и функциите на невербалната комуникация, от гледна точка на нейното проявление в бизнес преговорите и презентациите. Авторката насочва своето изследване към потенциалното отражение на невербалната комуникация върху икономическите показатели на дадена бизнес компания. Тя се е позовала на редица резултати от изследвания, които са посветени на някои невербални характеристики на световни лидери в корпоративния сектор.

Много уместно тук докторантката е „вмъкнала“ изследването на проф. Албърт Мъхрейбиън, представящо връзката между възприемането на вербалното съдържание на дадено съобщение и определени невербални елементи, като „тон на гласа“ и „лицево изражение“. Според създаденият от Мъхрейбиън комуникационен модел – 7 % от информацията за чувствата се дължат на вербалното съдържание; 38 % се дължат на паралингвистиката, а 55 % - на лицевото изражение.

Авторката правилно твърди, че отделянето на „невербалното“ като самостоятелен елемент в процеса на комуникация е невъзможно. Вербалното и невербалното са част от единна и неделима система на кодификация и декодификация.

Докторантката е предложила и обстоен преглед на основните функции на невербалната комуникация: аргументативна; функция по подтекст; обратна връзка; регулативна; информационна и социална. Много добра е и систематизацията на авторката на различните класификации на невербалната комуникация.

Докторантката подробно е анализирала два основни аспекта на невербалната комуникация: харизмата и първото впечатление. Тя представя харизмата от гледна точка на две противоположни тези: като

съвкупност от личностни качества, които подлежат на изучаване и усъвършенстване – и като вродено качество. Авторката прави обобщаващ извод, че невербалната комуникация намира широко приложение в деловата комуникация. Според нея, на съзнателно ниво тя се използва като инструмент за предаване на корпоративни послания.

Последната част на докторската дисертация е посветена на проучване на невербалното поведение на представители на българския бизнес сектор по време на преговори и презентации. Авторката е анкетирила 98 лица и е направила персонални интервюта с 22 лидери на мнение. На базата на направените изводи от представените отговори авторката е открила тенденции в развитието на невербалната комуникация.

В своето дисертационно изследване докторантката успешно е обосновала връзката между отделните елементи на невербалната комуникация и успешното водене на преговори и презентации. Тя е създала и приложила на практика своя авторска методика за наблюдение на невербалната комуникация по определени критерии.

В процеса на обучението си докторантката е направила достатъчен брой публикации по темата на дисертацията, в които периодически е представяла и оповестявала резултатите на своята изследователска работа. Проучила е и е цитирала многообразни литературни източници.

**ОБЩ ИЗВОД:** Представената разработка е едно цялостно и задълбочено изследване на важни елементи на невербалната комуникация в процеса на водене на преговори и презентации. То има достойнствата на научен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“. Работата е добре структурирана, а отделните ѝ части са добре балансирани. Езикът на авторката е ясен, а аргументацията ѝ е точна и утвърдителна. По време на публичната защита *ще гласувам* положително със „ЗА“.