СТАНОВИЩЕ

От проф. д-р Стефан Димитров Серезлиев (Професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки в Катедра „Журналистика и ВО“ към Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“; професионално направление от последната хабилитация 8.4. Театрално и филмово изкуство – Театрален колеж „Любен Гройс“) за придобиване на научната степен доктор на науките по професионално направление в докторска програма „Медии и обществени комуникации“, в професионално направление 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ (МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ – ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕНОСТТА) с кандидат проф. д-р Десислава Любомирова Бошнакова.

Преди преминаването към задължителните елементи на становището, заслужава да бъде изтъкната ролята на докторската програма в Нов български университет. Академичната среда в програмата за пореден път показва устойчива подкрепа за провеждането на мащабни интер- и мултидисциплинарни изследвания. Именно тази институционална визия създава необходимите условия за реализирането на научни трудове, които прекрачват тесните профилни граници и интегрират съвременните дигитални реалности с дълбочинния теоретичен анализ на обществените комуникации в контекста на добрата професионална практика.

1. Значимост на изследвания проблем в научно и научно-приложно отношение.

Дисертационният труд на проф. д-р Десислава Бошнакова „Комуникацията на Коледа: устойчивост на ценностите – от класическите кампании и до дигиталната трансформация“, представен за придобиване на научната степен „доктор на науките“, е посветен на феномен с ключово значение за съвременната комуникационна наука, а именно коледната комуникация, разгледана като децентрализирана, глобална мета кампания. Темата притежава висока актуалност, тъй като поставя в центъра на изследването въпроса за устойчивостта на базовите човешки ценности в условията на интензивна дигитална трансформация и медиация, както и на комерсиализация на публичното пространство.

Основополагащото значение на разработката се определя от умението на автора да преодолее традиционния за световната литература фрагментарен подход към празника. Докато съществуващите изследвания в международния академичен контекст разглеждат феномена предимно частично (от гледна точка на културната история, антропологията на дара, невромаркетинга или афективната икономика), настоящият труд изгражда цялостна концептуализирана и аргументирана комуникационна рамка. В нея са синтезирани фундаментални теории от областта на брандинга, семиотиката, комуникациите, медиите,

поведенческата икономика, както и психоаналитичната рамка за анализ на дигиталните платформи.

Научно-приложната стойност на изследването се състои в системния анализ на механизмите, чрез които автентичните социални и емоционални съдържания съхраняват своето значение чрез новите дигитални среди и платформи. Формулираната в труда концепция за ценностна резистентност, съчетана с авторските теоретични модели и предложения метод за прогностичен анализ, потвърждава научния принос на разработката и нейната приложимост в областта на обществените комуникации.

2. Обоснованост на целите и задачите в дисертационния труд.

Формулираната в дисертационния труд основна цел е логически обоснована и произтича от поставения изследователски проблем. Проф. Бошнакова си поставя задачата да деконструира и анализира коледната комуникация в нейното качество на глобална мета кампания, изследвайки механизмите за съхраняване и трансформация на нейното ценностно ядро в условията на дигитална пренастройка, платформена икономика и медиация. Целта е дефинирана с висока академична точност, като балансира между теоретичното обобщение на феномена и неговите практически измерения в съвременните обществени комуникации.

Поставените изследователски задачи следват строга методологическа последователност и осигуряват пълноценното постигане на поставената цел. Те са организирани в логическа градация, която преминава от изясняване на теоретико-историческия генезис на празника и неговите концептуални архитекти, през деструктурирането на ритуалните, сетивните и бранд компонентите, до емпиричното изследване на потребителските възприятия и прилагането на иновативен прогностичен анализ. Всяка от формулираните задачи адресира конкретен аспект на изследвания обект, което гарантира холистичния характер на научния подход.

Обвързаността между целта, задачите и използваната методология показва концептуална яснота и системност. Поставянето и последователното решаване на така дефинирания комплекс от задачи потвърждават правилно избраната изследователска траектория и съответстват напълно на изискванията за дисертационен труд за придобиване на научната степен „доктор на науките“.

3. Съответствие между избраната методология и методика на изследване и поставената цел и задачи на дисертационния труд.

Избраният методологически подход и конкретната методика на изследване се намират в пълно съответствие с поставената цел и формулираните към нея задачи. Сложността и многопластовият характер на коледната комуникация като децентрализирана мета кампания

изискват интердисциплинарна научна рамка, която кандидатът изгражда методически издържано и системно.

Изследователският дизайн съчетава изследователски подходи, прилагани последователно в отделните части (глави), като теоретико-критически анализ, семиотична деконструкция, контент-анализ на медийни и брандинг казуси (дори в широки темпорални граници), количествено емпирично проучване и авторски прогностичен метод („ЗИИалог“). Прилагането на този комплексен инструментариум позволява последователен преход от фундаменталното теоретично обобщение към детайлното разкриване на конкретните комуникационни и емоционални модели на възприятие.

4. **Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд (описание и оценка), включително наличие на оригинален принос в науката.**

Оценка за наличието на оригинален принос и лични коментари (в курсив). **Приемам формулираните от кандидата научни, научно-приложни и приложни приноси. Те са резултат от системно теоретично изследване, творческо вдъхновение и мащабна емпирична работа, притежават оригинален характер и съществено обогатяват знанията в областта на обществените комуникации, брандинга и медийните науки.** Формулираните приноси са лично дело на кандидата и представляват безспорен оригинален принос в науката и практиката. Дисертационният труд предлага нови концептуални рамки и аналитични инструменти с трайна стойност за комуникационната теория и различни професионални алгоритми в отделните комуникационни дисциплини.

Научно-теоретичните приноси също така дават възможност в следните посоки:

1. *Авторовата концепция обогатява теорията на брандинга и интегрираните комуникации, като разкрива как децентрализираните системи поддържат устойчива идентичност и глобален консенсус без директен административен контрол.*
2. *Систематизирана е широкообхватна научна информация за комуникацията на глобалния феномен Коледа, обхващаща исторически, психологически, социологически и медийни измерения, утвърждаваща го като легитимен обект на научно изследване. Систематизацията създава солидна интердисциплинарна основа за последващи изследвания върху ролята на сезонните и културните феномени в стратегическия брандинг, което съдържа силен интеграционен заряд.*
3. Концепцията за „ценностна резистентност“: *Приносът има важно значение за съвременната комуникационна теория, доказвайки, че най-устойчивите бранд идентичности се изграждат около дълбоки и автентични ценностни ядра.*
4. *Моделът* „Коледната елха на Маслоу“ *дава нов приложен инструмент в комуникационния мениджмънт за прецизно позициониране на бранд посланията*

спрямо нивата на потребителска мотивация, което е и определен творчески импулс.

5. Критичен анализ на подмяната на Дядо Коледа с Дядо Мраз в периода 1945-1989 г. *Анализът предлага ценни изводи за политическия и медийния брандинг, илюстрирайки границите и възможностите за институционална подмяна на установени културни символи и има определен принос към цялостния одит в в концепцията за брандинга.*
6. Понятийното кодиране „аделоК“ (Коледа наобратно): *Концепцията обогатява критическата комуникационна теория, като показва как съпротивата и антиподите могат органично да укрепват устойчивостта на самата бранд система в сложни актуални процеси и в различни посоки, като рамката на пост-истината, напр.*
7. Иновативният прогностичен метод „ЗИИалог“: *Методът поставя пионерски основи за използването на генеративен изкуствен интелект при прогностичното моделиране на бранд стратегии и обществени комуникации. Силен творчески импулс, цялостно аргументиран в различните перспективи.*

Научно-приложните приноси са добре формулирани и резултатите от тях са в тактическо и стратегическо концептуално отношения от важно значение за дигиталния брандинг в категорията на изследването.

Приложните приноси съдържат конкретни практически инструменти, които дават нови възможности в полето на комуникационния мениджмънт от създаването и разбирането на дигиталния сторителинг до оптимизиране на творческия процес и оптимизиране на различни комуникационни и творчески алгоритми, както са агенционното и творческо брифиране, евалюация на отделни етапи и пр.

Към така систематизираните приноси бих искал да направя едно допълнение от гледна точка на моята изследователска и професионална експертиза в областта на брандинга. В изследването специално място заема развиването на концепцията за персоналност на бранда (brand personality) през теоретичната рамка на Дейвид Аакър. Намирам това за изключително ценен приносен момент, тъй като разработеният подход създава солидна основа изследването да се използва и доразвива напред в брандинг практиката като основен механизъм за изграждане на бранд отличимост и оттам за формиране на потребителски предпочитания в изследваната категория (според актуални проучвания и резултати).

5. **Преценка на публикациите по дисертационния труд: брой, характер на изданията, в които са публикувани.**

Публикациите по дисертационния труд по съответните критерии са съгласно изискванията.

6. **Цитиране от други автори, отзиви в научния печат и др.**

Цитиранията от други автори, отзивите в научния печат и др. са в пълно съответствие с изискванията.

7. **Мнения, препоръки и бележки**.

Мнението ми за дисертационния труд на проф. д-р Десислава Бошнакова е напълно позитивно. Препоръките са ми в посока към следващи хоризонти на такъв тип специфичен брандинг, който да бъде изследван синхронно с другите ключови елементи в брандинга. Впечатляващите резултатите от мулти- и интердисциплинарното изследване са солиден трамплин в такава актуална и все още слабо изследвана територия.

Друга препоръка е в посока систематизиране на новите понятия и създаването на нови такива в рамките на бъдещ терминологичен речник в изследваната категория. В тази връзка е добре да се помисли за обоснованото използване на термините *марка* и *бранд* (*брандинг* като процес) в контекста на българската и утвърдената международна академична теория и професионална практика, като разбира се, трябва да се отчетат и някои специфични особености.

8. **Заключение с ясно формулирана положителна или отрицателна оценка на дисертационния труд**.

Дисертационният труд „Комуникацията на Коледа: устойчивост на ценностите - от класическите кампании до дигиталната трансформация“ на проф. д-р Десислава Любомирова Бошнакова представлява завършено, мащабно и високопрофесионално изследване. Трудът притежава безспорни научни, научно-приложни и приложни достойнства, изгражда нова концептуална рамка за разбирането на децентрализираните комуникационни системи и предлага иновативни аналитични инструменти с висока стойност за академичната теория и за професионалната практика в медиите, комуникациите и брандинга.

Представеният дисертационен труд, авторефератът и научните публикации напълно удовлетворяват изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагането му, както и специфичните нормативни изисквания и критерии на Нов български университет за придобиване на научната степен „доктор на науките“.

Не мога да не споделя и личните си впечатления от проф. д-р Деси Бошнакова. През годините винаги ме е очаровало нейното бликащо детско любопитство към всичко ново в съчетание с една невероятна амалгама с високия академичен дух и железен професионализъм…

Въз основа на посочените достойнства на труда, задълбочената методология, оригиналността и приложимостта на формулираните приноси и изявената изследователска самостоятелност на кандидата, давам своята категорична **ПОЛОЖИТЕЛНА ОЦЕНКА** на дисертационния труд.

Предлагам на почитаемото Научно жури да присъди научната степен „доктор на науките“ на проф. д-р Десислава Любомирова Бошнакова в професионално направление 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ (МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ - ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕНОСТТА).

Дата: 05. Октомври. 2026 г.
София

Член на научното жури:
(проф. д-р Стефан Серезлиев)

Подпис:

Digitally signed by STEFAN DIMITROV SEREZLIEV
Date: 2026.10.05 15:25:10 +03'00'