СТАНОВИЩЕ

От доц. д-р Евелина Антонова Христова, Нов български университет, департамент „Медии и комуникация“, 3.5 Обществени комуникации и информационни науки, за придобиване на научната степен „доктор на науките“ по професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – връзки с обществеността), с кандидат проф. д-р Десислава Любомирова Бошнакова

Предоставеният за рецензия труд на тема „Комуникацията на Коледа: устойчивост на ценностите - от класическите кампании до дигиталната трансформация“ е в обем от 622 страници, стурктурирани в увод, 5 (пет) части с общо 17 (седемнадесет) глави, заключение, библиография и две приложения.

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

Дисертационният труд „Комуникацията на Коледа: устойчивост на ценностите - от класическите кампании до дигиталната трансформация“ разглежда Коледа като автономен и самоорганизиращ се комуникационен организъм - „метакампания“, която функционира без централен субект на управление, но съхранява устойчиви визуални, звукови, сетивни и ценностни кодове.

Научната значимост на проблема произтича от интердисциплинарния му характер. Изследването обединява подходи от медиите и комуникациите, връзките с обществеността, маркетинга, рекламата, психологията, поведенческата икономика, невронауката и изследванията на изкуствения интелект. Коледа е анализирана в исторически, психологически, социологически, икономически, културен и дигитален контекст.

Дисертационният труд е фокусиран върху комуникационните аспекти на празника - деконструиране на механизма на „коледната комуникация“, анализ на устойчивостта на ценностите, психологически и поведенчески профили на потребителите, както и ролята на дигиталната трансформация. Документът разглежда Коледа като „метакапания“ и изследва комуникационни активи, психологически нагласи и медийни формати, а не предоставя статистически данни или анализи за финансовия или макроикономическия ефект от празника в световен мащаб.

Научно-приложната значимост се изразява в разработването на модели и инструменти за комуникационно планиране, потребителска сегментация и създаване на празнично съдържание. Такива са „Коледната елха на Маслоу“, „Соматичната карта на коледните емоции“, психографската типология на шест профила на празнуващия българин, „Наръчникът за коледен инфлуенсър“, „Наръчникът за успешен коледен подкаст“ и чеклистът за успешна коледна кампания.

2. Точно формулирани цели и задачи на дисертацията

Целта е ясно формулирана: да се деконструира механизмът на коледната комуникация, да се изследват нейните елементи, мотивация, медийни формати и пазарни

парадокси и да се изгради цялостен модел на устойчивостта на празничната комуникация в дигиталната ера.

Поставени са седем конкретни задачи:

Да се проследи еволюцията на коледната комуникационна кампания – от езическия ритуал и викторианското ребрандиране до глобалния медиен продукт.

Да се анализират психологическите и невробиологичните основи на „коледния дух“.

Да се дефинират активите на марката „Коледа“ – визуални, звукови и символни.

Да се изследва дигиталната трансформация на празника и ролята на социалните платформи.

Да се анализира концепцията „аделоК“ и ролята на Гринч като комуникационна антитеза.

Да се верифицира празничният модел чрез изследване на нагласите на потребителите в България.

Да се изведат сценарии за бъдещето на коледната комуникация чрез ИИ-симулации.

Целта, задачите и хипотезите са взаимно свързани и са последователно разгърнати в петте части и седемнадесетте глави на труда.

3. Доказателства за самостоятелност и неповтаряне на предходен дисертационен труд

Дисертацията е представена като самостоятелно изследване с конкретно формулирани предмет, цел, задачи, хипотези, методология, емпирична част и авторски приноси. Самостоятелността се подкрепя от:

- разработването на оригинални концепции като „Коледа като метакапания“, „ценностна резистентност“ и „аделоК“;
- създаването на авторския модел „Коледната елха на Маслоу“;
- въвеждането на метода „ЗИИалог“;
- провеждането на емпирично изследване с 1155 респонденти;
- извеждането на шест психографски профила на българския празнуващ;
- изработването на „Соматична карта на коледните емоции“;
- разработването на седем сценария за бъдещето на коледната комуникация.

Авторефератът съдържа и отделно посочени публикации и участия в научни форуми на дисертанта.

Дисертацията за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ на Десислава Бошнакова от 2006 г. е с тема „Форми за въздействие и промяна на обществените нагласи чрез средствата за масова комуникация“ и със съвършено различна тематика и в професионално направление 3.3. Политически науки. Дисертацията е налична в Библиотеката на НБУ и при прочит се установява липса на повтаряне.

4. Степен на познаване на състоянието на проблема и съответствие на използваната литература

Дисертационният труд е с обем от 622 страници и използва 1160 цитирани източника. Това показва широк обхват на литературната и информационната база.

Използваната литература е свързана с основните направления на изследването: история и културна трансформация на Коледа, медии, реклама, брандинг, психология, невромаркетинг, поведенческа икономика, сетивна комуникация, дигитални платформи, социални мрежи, изкуствен интелект и български културен контекст.

Трудът показва познаване на концепции и автори като Марсел Мос, Робърт Плутчик, Ейбрахам Маслоу, Жан Бодрияр, Маршал Маклуън, Бенедикт Андерсън, Джоузеф Кембъл, Карл Юнг, Дейвид Аакър, Кевин Лейн Келър, Кевин Робъртс, Рей Олденбърг, Чарлс Спенс, Ричард Талер, Дан Ариели и Джеймс Андреони.

Литературната база съответства на интердисциплинарния характер на труда и позволява разглеждането на проблема от различни теоретични перспективи.

5. Коректност при цитирането на представителен брой автори

Цитирани са значителен брой автори и са използвани разнообразни теоретични направления. Посочени са представители на социологията, психологията, философията, икономиката, медиазнанието, маркетинга и комуникациите.

Броят от 1160 цитирани източника показва стремеж към представителност на литературната база. Като цяло позоваванията са оформени последователно, а използваната библиография е обемна и тематично релевантна. Цитирането е широкообхватно и свързано с разглежданите проблеми.

6. Наличие на обоснован и разработен теоретичен модел на изследването

Дисертационният труд съдържа теоретичен модел, изграден около разбирането за Коледа като „метакампания“ и комуникационен организъм, който се самовъзпроизвежда и адаптира към различни исторически и технологични среди.

Моделът включва:

- концепцията за „тихата“ или „невидимата оркестрация“;
- понятието „ценностна резистентност“;
- авторския модел „Коледната елха на Маслоу“;
- анализа на подаръка като медия;
- концепциите за сетивен и звуков капитал;
- концепцията за „платформизация на мита“;
- модела „аделоК“;
- идеята за Коледа като „последния човешки алгоритъм“.

Теоретичният модел съчетава историческа реконструкция, анализ на комуникационни активи, изследване на медийни канали, пазарни и етични измерения, емпирична проверка и прогностични сценарии.

7. Съответствие на методологията и методиката с целта и задачите

Избраната методология съответства на интердисциплинарния характер на целта и задачите. В труда са посочени три основни методологически стълба:

Афективна икономика и невромаркетинг – за анализ на сетивната оркестрация чрез цвят, звук и аромат; Концепцията за симулакрума на Жан Бодрияр – за изследване на отношенията между медийния образ и празничната реалност; Авторският метод „3ИИалог“ – за комуникационно прогнозиране чрез ролева симулация с Gemini, ChatGPT и DeepSeek.

Методологическата рамка е допълнена от количествено и качествено емпирично изследване на нагласите на 1155 респонденти. В резултат са изведени психографски профили, соматични маркери и емоционални реакции.

Методологията е съобразена със задачите, тъй като позволява едновременно да бъдат изследвани историческите трансформации, медийните формати, потребителското поведение, дигиталните платформи, българският контекст и бъдещите сценарии.

8. Наличие на собствен принос при събирането и анализирането на емпиричните данни

Проведено е собствено емпирично изследване с 1155 респонденти. Данните са използвани за анализ на нагласите към Коледа; извеждане на шест психографски профила; създаване на „Соматична карта на коледните емоции“; установяване на разминаването между декларираните ценности и спонтанните асоциации; и анализ на напрежението между семейство, подаръци, елха, потребление и празничен стрес.

Посочени са конкретни резултати: ай-често споменаваната дума в контекста на Коледа е „Благодарност“ - 53,2% от респондентите (615 души), следвана от „Обич“ - 50,2% и „Доброта“ - 39,1% . анкетираните преживяват Коледа като „емоционален маратон“ (стр. 485)

Данните показват наличие на собствен принос при събирането, систематизирането и интерпретирането на емпиричен материал. Приложен е комбиниран подход от количествени и качествени методи, описан на стр. 466 и 467 от труда, чиято емпирична база включва:

Количествен масив: Стандартизирана онлайн анкета (30.01.2025 - 05.01.2026 г.), проведена сред 1155 уникални респонденти. Обемът на извадката осигурява добра емпирична основа за анализ на нагласите на участвалите респонденти и позволява извеждането на тенденции в изследваната група.

Качествен корпус: Анализ на свободни отговори и асоциации с лингвистичен масив от над 8000 думи, улавящ „гласа на празнуващия“ - неговите автентични емоции и ритуали.

Описание и оценка на приносите

1. Характеристика и достоверност на материала, върху който се градят приносите

Приносите се основават на няколко типа материал:

- систематизиран теоретичен и библиографски материал;
- исторически и културни анализи;
- анализ на медийни формати, брандове и кампании;
- анализ на сетивни, визуални и звукови комуникационни елементи;
- емпирична анкета с 1155 респонденти;
- анализ на български архивни публикации от вестник „Работническо дело“

за периода 1945–1989 г.;
- отговори на три ИИ платформи на седем въпроса;
- приложни разработки – наръчници и чеклист.

Достоверността на емпиричния материал е подкрепена от посочването на броя участници и от представянето на конкретни резултати.

2. Описание и класифициране на приносите

Научно-приложни приноси, описани от кандидата в автореферата са:

1. Емпирична верификация на празничния модел: Чрез количествено и качествено изследване (анкета сред 1155 респонденти) се систематизират нагласите на „дигитално племе“ към Коледа. Резултатите предоставят база за локално адаптиране на комуникационните стратегии, разкривайки специфичния български модел между родова традиция и глобална комерсиализация.

2. Изготвяне на Коледни профили на потребителя, въз основа на резултатите от проведена анкета: Идентифицират се и се категоризират различни потребителски профили по отношение на тяхното възприятие и взаимодействие с коледната комуникация, което служи за по-целенасочено сегментиране и таргетиране в комуникационните стратегии. Това произлиза от научно изследване, но е с директна практическа полза.

3. Дефиниране на „Соматична карта на коледните емоции“: Въз основа на емпирично проучване, се създава и визуализира „соматична карта“, която локализира и категоризира физическите и емоционални усещания, свързани с Коледа, в тялото на респондентите. Тази карта предоставя иновативен инструмент за разбиране на дълбоките психологически и физиологични реакции към празничната комуникация, което може да се използва за по- ефективно емоционално брандиране.

Приложните приноси, описани от кандидата са:

1. „Наръчник за коледен инфлуенсър“: Създадено е практическо ръководство, което предлага конкретни съвети и стратегии за индивидуални създатели на съдържание и инфлуенсъри. Наръчникът ги насочва как да комуникират автентично и ефективно коледно съдържание, съобразявайки се с психологическите елементи и непреходните ценности на празника, идентифицирани в изследването.

2. „Наръчник за успешен коледен подкаст“: Разработени са детайлни насоки за продуценти и водещи на подкасти. Те улесняват създаването на ангажиращо коледно аудио съдържание, което отговаря на интересите на слушателите и ефективно използва елементи на сетивна оркестрация и емоционално въздействие, установени след изследване в настоящия труд.

3. „Инструмент за успешна коледна кампания“ (Чеклист): Въз основа на всеобхватния анализ, проведен в дисертацията, е изготвен систематизиран чеклист. Този инструмент обобщава ключовите елементи за успех в комуникацията на коледна кампания и ги превежда в конкретни, приложими критерии за планиране и изпълнение. Акцентира се върху важността на контекста, културния момент, чувствителността към аудиторията и способността на екипа да вложи автентичност и стратегическа

последователност, като се подчертава, че инструментът структурира процеса, но не замества творческата интуиция и системната работа.

Все пак, бих отнесла към основните теоретични приноси и самото концептуализиране на Коледа като „метакапания“ и автономен, самоорганизиращ се комуникационен организъм. Систематизирането на комуникационните аспекти на Коледа в исторически, психологически, социологически и медийни измерения също не е извършвано до момента в пълнота от подобен порядък. Бих отделила внимание на анализа на идеологическия ребрандинг „Дядо Мраз – Дядо Коледа“ в българския контекст; концептуализирането на „аделоК“ като архетип и комуникационна рамка на съпротивата, както и въвеждането на метода „ЗИИалог“ като методология за комуникационно прогнозиране.

3. Оценка на задълбочените теоретични знания и способностите за самостоятелно научно изследване

Дисертационният труд показва широки теоретични познания в областта на обществените комуникации, медиите, връзките с обществеността, рекламата, маркетинга и дигиталната комуникация. Дисертантът работи с понятия и модели от различни научни области и ги пренася към специфичния предмет на изследване – комуникацията на Коледа.

Способностите за самостоятелно научно изследване се проявяват във формулирането на самостоятелен изследователски проблем; в изграждането на авторски концепции и модели; в организирането на емпирично проучване; в анализа на българския културен и медиен контекст; в разработването на прогностична методология, както и в извеждането на приложни инструменти за комуникационна практика.

4. Теоретични обобщения и оригинални решения на научни и научноприложни проблеми

Трудът съдържа теоретични обобщения за устойчивостта на коледната комуникация, ролята на ценностите в комерсиалната среда, трансформацията на празничните митове в дигиталните платформи и напрежението между потребление, благотворителност, екология и автентичност.

Оригиналните решения и концепции са свързани с:

- метакапанията;
- ценностната резистентност;
- „Коледната елха на Маслоу“;
- подаръкът като медия;
- звуковия капитал;
- „аделоК“;
- психографската типология на българския празнуващ;
- „Соматичната карта на коледните емоции“;
- метода „ЗИИалог“;
- Коледа като „последния човешки алгоритъм“.

5. Оценка на степента на лично участие на дисертанта

Приносите на труда са резултат от личната изследователска работа на автора на дисертацията. Самият избор на темата, задаването на параметрите на изледването и

дълбочината и обема на работата са в резултат на личен изследователски интерес на автора, както и на личната му емоционлана привързаност към Коледа. Личното участие се подразбира от анализа на хиляди респонденти и провеждането на цялостното провеждането на емпирично изследване. Рразработвани са авторски модели, както личи и личното отношение в създаването на метода „ЗИИалог“. Лично са подбирани и проведени анализите на глобални марки и кампании. Не са посочени данни за съвместно авторство в самия дисертационен труд. Посочените съавторски публикации в края на автореферата са отделно обозначени като такива и не променят заявеното лично участие в дисертационните приноси.

6. Оценка на съответствието на автореферата с основните положения и приносите на дисертационния труд

Авторефератът съответства на основните положения на дисертационния труд. В него са представени:

- темата, предметът и целта на изследването;
- задачите и хипотезите;
- методологията;
- структурата и съдържанието на петте части и седемнадесетте глави;
- резултатите от емпиричното изследване;
- бъдещите сценарии;
- научно-теоретичните, научно-приложните и приложните приноси;
- научните публикации и участията във форуми.

Основните концепции и приноси, изложени в автореферата, са свързани с представеното съдържание: метакапанията, ценностната резистентност, моделът „Коледната елха на Маслоу“, „аделоК“, психографските профили, соматичната карта и методът „ЗИИалог“. Следователно авторефератът изпълнява функцията си да представи основните научни положения и резултати на дисертационния труд в синтезиран вид.

Въздействия на дисертационния труд върху външната среда.

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

Публикациите на кандидата значително надхвърлят минималните изисквания по групи показатели, определени в ЗРАС, включително с една монография и три глави от колективни монографии. Публикациите са както самостоятелни, като и в множество съавторства с български и чуждестранни изследователи и колективи.

2. Използване и цитиране от други автори, отзиви в научния печат и др.

Цитиранията на Десислава Бошнакова отразяват публикационната ѝ активност и са много над изискуемия минимум, в български и чужди публикации. Доколкото трудът по настоящия конкурс не е все още публично публикуван в своята цялост, очакванията са отзвукът от него в следващите месеци и години да е също широк.

Лични качества на автора (ако рецензентът го познава).

Проф. Бошнакова се отличава с изследователски хъс – темите, които захваща, биват изследвани в дълбочина и широта, от множество гледни точки, винаги с внимание

към интердисциплинността, но с ясен фокус върху комуникационната проблематика. Критичното й мислене и способността й да проявява отдаденост я правят много интересен изследовател, който вижда проблеми и решения на места, в които други хора не успяват да вникнат. Като неин колега изпитвам изследователско любопитство коя ще е следващата тема, с която ще се захване.

Мнения, препоръки и бележки.

Трудът притежава значима научна и научно-приложна стойност, но при неговото представяне могат да бъдат очертани две основни слабости, свързани с езиковата достъпност и с обема на изложението. Проведените изследвания, осъществените анализи и разработените авторски модели имат потенциал, който надхвърля рамките на локалния научен контекст. Поради това фактът, че трудът е достъпен единствено на български език, ограничава възможностите за неговото разпространение и за достигането на съдържащите се в него резултати до по-широк кръг от потенциални читатели, изследователи и професионалисти.

Същевременно значителният обем на разработката, макар да свидетелства за мащаба на извършената изследователска работа, в известна степен затруднява нейното възприемане и практическо използване в условията на съвременната динамика на научната и професионалната комуникация. Прекомерната разширеност на изложението може да ограничи непосредствената приложимост на научните резултати, особено за специалисти, които търсят ясно структурирани, синтезирани и практически ориентирани изводи и модели.

В тази връзка препоръчвам проф. Бошнакова да обмисли преработването на обемния дисертационен труд в научнопопулярна или научно-приложна книга, предназначена за по-широка аудитория от български читатели. Подобна редакция би дала възможност основните теоретични постановки, резултати и практически модели да бъдат представени в по-достъпна, компактна и комуникативна форма, без да се губи тяхната научна обоснованост. Наред с това би било целесъобразно да бъде подготвена и англоезична версия на труда или на неговите основни резултати, която да бъде представена в международни научни мрежи и специализирани платформи.

Това би разширило международната видимост на изследването и би създало предпоставки направените изводи и разработените модели да достигнат до по-широка общност от учени, преподаватели, комуникационни специалисти и представители на практиката. По този начин научният потенциал на труда би могъл да бъде реализиран не само в национален, но и в международен контекст.

В обобщение може да се приеме, че дисертационният труд представлява цялостно, самостоятелно и интердисциплинарно изследване на комуникацията на Коледа като устойчив културен, медиен и комуникационен феномен. Неговата научна стойност се определя от стремежа да бъде изграден аналитичен модел, който свързва историческите трансформации на празника с развитието на медиите, рекламата, потребителското поведение, дигиталните платформи и съвременните технологии за изкуствен интелект. В този смисъл трудът не се ограничава до описание на отделни комуникационни практики, а предлага концептуална рамка за осмисляне на механизмите, чрез които коледните символи, ценности и ритуали се съхраняват, трансформират и адаптират към променящата се обществена и технологична среда.

В заключение изразявам положителната си оценка на дисертационния труд и ще гласувам „за“ присъждане на научната степен „доктор на науките“ на проф. д-р Десислава Бошнакова.

София, 26 септември Подпис: ……..