

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за придобиване на
образователната и научната степен „доктор“

по професионално направление

3.5. Обществени комуникации и информационни науки
област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки

Автор на дисертационния труд: *Марияна Стефанова Олева*,
редовен докторант в
катедра „Връзки с обществеността“ на Правно-историческия факултет,
Югозападен университет „Неофит Рилски“, Благоевград

Тема на дисертационния труд:
**„УБЕЖДАВАЩАТА КОМУНИКАЦИЯ В
ПРЕДИЗБОРНАТА РЕЧ НА КАНДИДАТ-ПРЕЗИДЕНТИ“**

от проф. д.н.(о.с.е.) Анна Чолева-Димитрова,
Институт за български език при Българската академия на науките;
катедра „Връзки с обществеността“ на ЮЗУ „Неофит Рилски“

1. Данни за докторанта

Марияна Стефанова Олева е родена на 21. 09. 1992 г. в Благоевград. Следва в ЮЗУ „Неофит Рилски“ от 2011 до 2015 г. и завършва като бакалавър в специалност „Връзки с обществеността“, а през 2016 г. има придобита магистърска степен в същата специалност. От 2017 г. е зачислена като редовен докторант в катедра „Връзки с обществеността“ към Правно-историческия факултет на ЮЗУ с научен ръководител доц. д-р Иван Газдов и научен консултант гл. ас. д-р Славка Попова. Като хоноруван асистент от 2017 г. Олева е водила упражнения по дисциплините „Межкултурна комуникация“ и „Убеждаваща комуникация“.

От представените документи и материали се установява, че са изпълнени минималните национални изисквания за образователната и

научна степен „доктор“ на Закона за развитието на академичния състав в Република България и са в съответствие с изискванията по чл. 2, ал. 1 от ППЗРАСРБ и по чл. 51 от Вътрешните правила за развитие на академичния състав в ЮЗУ „Неофит Рилски“ за условията и реда за придобиването на образователната и научна степен *доктор*.

2. Данни за дисертационния труд. Актуалност

Дисертационният труд *„Убеждаващата комуникация в предизборната реч на кандидат-президенти“* е с обем от 372 стр. и включва увод, три глави, заключение, приложения и библиография. Избраната тема от докторантката и нейния научен ръководител е актуална, представлява интерес за голям кръг учени, както и за широката общественост. Убеждаващата комуникация е важна част от комуникацията в нашето общество, като се отчитат и някои характерни черти от народопсихологията на българите.

В **Увода** (4-13 стр.) Олева ни запознава с предмета, целите, задачите и методите на изследването си.

В самото начало дисертантката заявява високата цел, която си поставя: „да представи модел, по който комуникирането с аудиториите да доведе до успешен край на предизборната кампания“.

Предмет на дисертационното изследване са речите на двама претенденти – Цецка Цачева и Румен Радев, подкрепени от основни през 2016 г. политически партии (ГЕРБ и БСП).

Подробно са описани и научно-изследователските задачи, които си поставя дисертантката в проучването, както и използваните методи. Представени са и три хипотези.

Първа глава от труда (14-104 стр.) е посветена на *Убеждаваща комуникация в предизборен период*.

В началото е поместено заглавие „Етимология и произход на термина „убеждаваща комуникация“. Етимологията, както е изведено в подлинне,

означава самата наука, която се занимава с произхода на думите, но в изрза „*етимология* и *произход на термина*“ има всъщност повторение.

Авторката е разгледала в диахронен аспект термина *рhetорика*. За попълното му представяне би могло да се посочи и неговата етимология.

В тази глава Олева се спира по-подробно на политическата ситуация в България (1990-2016 г.). Това е добре аргументирано от дисертантката, която изтъква, че „най-голям дял в речите на кандидатдържавните глави в България заема анализът на политическата ситуация в страната“, с. 28. Представени са различни мнения за демокрацията. Изследвани са становищата на редица учени, свързани с политическото състояние на страната през последните 30 години. „Толерантно сме дали по-широк кръг от мнения на автори, които поддържат обратната теза – а именно, за неустойчивостта на демокрацията“, с. 31. В едно демократично общество трябва ли да се толерират определени теории, идеологии, партии, личности и т.н.? От чуждите учени се цитира Н. Чомски – извесетен езиковед, а днес известен анархосиндикалист и анархокомунист.

За по-голяма нагледност дисертантката е поместила и таблици, които представят доверието на избирателите в политическата система у нас, също и избирателната активност в България в периода след промените и до 2016 г. Отделено е място за външната и вътрешната политика на страната, както и за предприетите и необходимите реформи в държавата за периода (1990-2016 г.). По всички тези въпроси се цитират предизборните речи на кандидат-президентите през 2016 г., което е много добро решение на авторката.

Олева е направила и извода, че: „избирателната активност в страната в последните години драстично е намаляла, което означава, че намалява и степента на доверие в политическата система в България“, с. 43; а също и че „наличието на чести предсрочни избори...е показателно за недоверието в политическата система. Тъй като в последните години се наблюдава по-

висока избирателна активност в изборите за държавен глава, отколкото за правителство, можем да заявим, че българският избирател има по-голямо доверие в президентската институция, отколкото в правителството в Република България.“, с. 45.

Втора глава е посветена на *Характеристиките на убеждаващата комуникация в кандидат-президентските речи* (105-159 с.). Олева се спира на същността на кандидатпрезидентската реч. Твърди, че тази реч „все още не е дефинирана съвсем ясно“, с. 104. Тя разглежда по-подробно основните принципи и правилата на убеждаването в кандидат-президентската реч. Дисертантката предлага различни определения на специалистите за убеждаване, пропаганда и манипулация, като заявява, че за да се очертаят разликите между тях, трябва да се сравнят етимологиите им, с. 109.

Авторката твърди, че „пропагандата за разлика от манипулацията е много по-използваема в политическите среди, и по-специално от кандидат-президентите по време на предизборни кампании, тъй като често е неразличима поради подкрепата си на т.нар. „добри каузи“, с. 112, което е трудно да се докаже.

Похвално е, че в тази глава има една обособена, твърде актуална тема, засягаща въпроса за убеждаващата комуникация в кандидатпрезидентските речи в ерата на дигитализацията, с. 119.

Много подробно са разгледани елементите и методите на убеждаващата комуникация в кандидатпрезидентските речи. „Тези елементи можем да открием в триадата реч-оратор-аудитория.“, с. 131. Дисертантката е демонстрирала библиографската си осведоменост, която позволява да постави изследването си върху добра и по-широка теоритична основа.

Трета глава включва *Изследване на кандидатпрезидентските речи в България по време на президентските избори през 2016 г.* (160-209 стр.). Това е и емпиричната, основната и същностна част от изследването. Тя

обосновава избора си – защо разглежда точно тази кандидатпрезидентска двойка. Приведена е и обстойна биографска справка за двамата кандидати.

Тук Олева още веднъж, но по-подробно, се спира на методиката на изследването. Изтъквайки значението на използвания сравнителен анализ, тя заявява, че е избрала модела за анализ на политическа реч на Иванка Мавродиева, като добавя и още четири критерия, с. 182-186.

Направен е анализ на кандидатпрезидентските речи на Румен Радев и Цеца Цачева, а след това и сравнителен анализ на речите им, с.187-198. Представен е медиамониторинг на традиционни и електронни медии, с цел да се изследва реториката на двамата кандидатдържавни глави и да се състави модел за успешна убеждаваща комуникация за президентските избори.

Разглеждат се общо 12 речи на двамата кандидати – по 6 на всеки от тях. Авторката заявява, че „сравнителният анализ е направен по модел на Иванка Мавродиева“, като някои от критериите са променени с оглед на конкретните задачи, които са поставени в изследването.

При сравняването на езиковата компетентност Олева изтъква, че при Румен Радев „използваният реторичен стил в 6-те му речи е среден, *на моменти преминаващ към висок*, който се характеризира с по-голям набор от реторични средства, докато в 6-те си речи Цеца Цачева използва среден стил, при който има умерено използване на реторичните средства“, с.196. Освен констатацията, авторката би трябвало да представи и конкретен сравнителен материал.

Изготвеният медиамониторинг включва 400 заглавия в общо 9 медии за период от един месец по време на предизборната им кампания през 2016 г. (06 октомври – 04 ноември).

Трудът завършва със *Заклучение*, с. 210-213. Към труда са прибавени три приложения (146 стр.) и Библиография. Дисертантката показва добра библиографска осведоменост по изследваната проблематика.

В **Приложенията** са поместени речите на двамата кандидат-президенти през 2016 г., както и анализите на речи отделно на Р. Радев и Ц. Цачева. В анализираната реч на Радев е отделено внимание на обръщението към аудиторията: „...уважаеми *дами* и господи“, с. 246, което е неправилно, но се използва непрекъснато от обществени личности. Не се споменава за такова обръщение в речите на Ц. Цачева. Авторката с основание отбелязва, „че ораторът често се асоциира с аудиторията, използвайки местоимението „ние“, което е още един *ораторски трик* за скъсяване на дистанцията със слушателите“, с. 247. Това всъщност е една широкоизвестна демагогска практика и манипулативна стратегия, която се нарича „приобщаване към група“.

3. Научните приноси

Изводите, които са направени от докторантката в тази част на труда, изведените от изследването *закономерности и насоки за успешна убеждаваща кандидатпрезидентска реч*, както и създаването на пирамидален модел на успешна убеждаваща комуникация за кандидат-президентски речи са важни за изследването и неговия приносен характер, за което Олева може да бъде поздравена.

Приемам за действителни посочените от Олева приноси в труда, като:

- Въвеждане и дефиниция на термина кандидатпрезидентско убеждаващо говорене;
- Предложение на четири собствени критерия за анализ на кандидатпрезидентска реч;
- Предложение за успешен приложен модел за бъдещи кандидат-президенти;
- Медиамониторинг на кандидатпрезидентската кампания от 2016 г. на кандидат-президентите Румен Радев и Цеца Цачева и др.

Авторефератът (54 стр.), включва всички важни моменти на изследването, изготвен е съобразно изискванията – поместени са приносните моменти, литературата и направените публикации по темата на дисертацията (общо пет).

4. Забележки и препоръки

На предварителното обсъждане на труда бяха направени немалко забележки, които дисертантката е взела под внимание и е направила нужните корекции, за което може да бъде приветствана. В труда са останали и някои правописни несъответствия, които в бъдеще могат да се коригират. В Приложенията има доста повтарящи се части, които биха могли да се избегнат (напр. 10 пъти се повтарят едни същи биографични справки).

Направените бележки не омаловажават достойнствата на дисертационния труд.

Трудът отговаря на законовите изисквания, тъй като съдържа „научни или научноприложни резултати, които представляват принос в науката, и показва, че кандидатът притежава теоретични знания по съответната специалност и способности за самостоятелни научни изследвания“.

5. Заключение

Въз основа на всички данни, свързани с представената дисертация и като се отчитат достойнствата на труда **„УБЕЖДАВАЩАТА КОМУНИКАЦИЯ В ПРЕДИЗБОРНАТА РЕЧ НА КАНДИДАТ-ПРЕЗИДЕНТИ“** с несъмнените приноси, **смятам убедено, че на Марияна Стефанова Олева трябва да се присъди образователната и научната степен „доктор“ в областта на висшето образование по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.**

05. 07. 2023 г.

Подпис:

/проф. д.н. Анна Чолева-Димитрова/