РЕЦЕНЗИЯ

относно дисертационен труд на тема: "Аналогията ‚потребител-гласоподавател': фактори при изграждане на впечатление спрямо пазарни и политически брандове"

за присъждане на образователна и научна степен "доктор" по направление 3.2. Психология, научна специалност „Социална психология"

на Валентина Боянова Долмова, докторант към Секция „Социална и консултативна психология", Департамент "Психология", Институт за изследване на населението и човека – БАН

от доц. д-р Диана Бакалова – Департамент „Психология", Институт за изследване на населението и човека – БАН

Дисертационният труд представлява оригинален, доста амбициозен, а и достатъчно успешно изпълнен помоему фундаментален изследователски проект в стремежа на кандидата да запълни важна интердисциплинарна ниша в научните изследвания. Основната цел е да се изследва наличието на общи и фундаментални фактори, които оказват влияние върху формирането на впечатление за политически и пазарен бранд сред потребители и гласоподаватели в България. За първи път в страната, а и в източноевропейски контекст, се търси теоретично и едновременно с това се проверява емпирично в дълбочина с помощта на качествени методи концептуалната аналогия „потребител – гласоподавател". Постигането на тази цел допринася не само към сферите на социалната, политическата и потребителската психология, но и на политологията, социологията, икономиката и маркетинга, вкл. политическия маркетинг и други междинни дисциплини. Освен това, макар и в академичен стил, работата е представена на достатъчно достъпен език, за да представлявала интерес не само за изследователи, експерти и практици, но и за широката аудитория в роля на потребители и гласоподаватели. Актуалността и значимостта на темата са не само очевидни, но и ясно, и точно аргументирани от кандидата още във въведението на труда.

Трудът е с обем от 179 страници, включая съдържателната част (140 с.) и литературата (24 с.) и изключая приложенията. Общият брой литературни източници е впечатляващ - 369, като повечето от тях са англоезични, а само малък брой (20) са на български език. Това е напълно обяснимо от гледна точка на дефицита на сродни изследвания в страната. Много добро впечатление прави, че повечето литературни източници, с изключение на основополагащите за съответните концепции, са от

последните години. В съдържанието са предвидени 5 приложения, които считам за напълно подходящи като съдържание и оформление, а и като основателно отделени от съдържателната част на дисертацията. Таблиците са общо 15 бр., а фигурите - 39 бр.

В съдържателен план стандартно, но същевременно и нестандартно, са включени: въведение, 5 глави - 2 теоретични, 1 методическа и 2 емпирични (вкл. дизайн, представяне, обобщение и дискусия на резултатите от изследването, справка за приносите, рефлексия върху методологията и трудностите в процеса на изследване, научени уроци), както и ограничения на изследването, насоки за бъдещи изследвания, и заключение, представени отделно накрая на разработката. С разпределение на дисертационното съдържание в повече от стандартните 3 глави, авторът постига относителен баланс между теоретичната, методическата и емпиричната части на труда, все пак с количествен превес на обзорната част над останалите.

Първите две глави, които са посветени на теоретичния обзор, оценявам като отлично структурирани и много прецизно систематизирани в съдържателен план, напълно в съответствие с темата и целта на дисертацията.

В *първа глава* кандидатът умело, изчерпателно и последователно представя систематични обзорни анализи – първо на публикациите, теориите и моделите на потребителско поведение, и на факторите за формиране на впечатление в тази сфера, а след това на същите за гласоподавателното поведение и формиране на впечатление за политически брандове. Коректно се въвеждат терминологичните определения и разграничения между изследваните конструкти.

Във *втора глава* авторът прави убедителен концептуален паралел между пазарен и политически контекст на поведение през аналогията „потребител – гласоподавател“ с оглед идентифициране на общи фактори на влияние. Разглежда се брандът като общ конструкт в политическата и търговската сфера, процесът на формиране на впечатление за партийни и продуктови брандове, както и подфакторите, за които други изследователи установяват определяща роля за политическия и потребителския избор заедно с ключовите демографски, психологически, социални и културни фактори, а именно: възприета полза или загуба, спомен за миналото, разпознаваеми лица и наличие на (вътрешен) конфликт. Много добро впечатление правят обобщенията, които убедително преливат към въвеждането и обосновката на оригиналния изследователски модел в края на теоретичното изложение и към аргументите за избор на приложения изследователски подход.

В *трета глава* (Експериментална част) ясно, прецизно и детайлно са описани целта, задачите, хипотезите, извадката, методите и процедурата на изследване. Оценявам високо оригиналността на изследователския дизайн и избора на методи за събиране и анализ на качествени данни, а именно семантичен анализ на полуструктурирани интервюта с експерти и лаици в двата проучвани контекста – пазарен и политически. Намирам ги за особено подходящи за проверка на хипотезите и постигане на целта на дисертационното изследване - извеждане на фундаментални и общи фактори за формиране на впечатление. Също, оценявам положително усилията по разработване на кодираща матрица на базата на пилотно качествено изследване, както и по валидиране на методиката на изследване чрез съгласуване на независими експертни оценки. При формулирането на въпросите в протокола за интервю влиянието на някои (под)фактори се предпоставя, като те се адресират експлицитно във въпросите (напр. ценности, ползи), докато влиянието на други се търси имплицитно (напр. демографски, психологически фактори, загуби). Следователно, не е изненадващо, че сред семантичните категории на психологическите фактори с най-висока честота са ценностите, които са адресирани експлицитно, за разлика от други. Същото важи и за ползите за разлика от загубите, а и за демографските фактори, които не са експлицитно заложени. В приложената декларация за участие в интервюто са упоменати конкретните фактори, чието влияние се проучва, което създава предпоставки за изкривяване на резултатите по посока фокусиране върху споменатите фактори и отклоняване на мисълта от други ключови фактори. При така планирания дизайн извличането на семантични категории фактори, независимо от честота на семантични единици в тях, както и на релацията (т.е. близостта в текстта) между категориите факторите, е много по-ценно и убедително в сравнение с измерването на тежестта на извлечените фактори.

В *четвърта глава* (Резултати и обсъждане) коректно са описани резултатите от качественото изследване. Освен че се проверяват хипотезите, още тук се посочва дали хипотезите се потвърждават и някои от резултати се дискутират през призмата на теорията и други изследвания. Това, че са очертани значимите статистически различия за тежестта на влияние на подфакторите според нивото на експертност на респондентите, добавя същински количествени измерения към качествения изследователски подход. Ясно проличава високото ниво на уменията на кандидата да работи с методи за събиране и анализ на качествени данни, за които е известно какъв ресурс от време, креативен и аналитичен капацитет изискват. Освен това, резултатите от емпиричното изследване са

представени в подходящ табличен и графичен вид и също добре стуктурирани от гледна точка на целта, задачите и хипотезите.

В *пета глава* (Дискусия и заключение), независимо че част от резултатите се обсъждат още при представянето им в предходната глава, бих искала да споделя, че оценявам високо уменията на кандидата да анализира, описва и обобщава резултатите от дисертационното изследване, да ги дискутира от гледна точка на хипотезите, на съществуващите теории и изследвания по темата.

Много добро впечатление прави, че освен добре синтезираните изводи, коректно отразените ограничения и изведените насоки за бъдещи изследвания, кандидатът добавя и ценни размисли върху методологията и трудностите в процеса на изследване, и научените уроци. Важно е да се отбележи, че тези трудности и ограничения също могат да послужат и като ценни насоки за бъдещи изследвания на кандидата и други изследователи.

Напълно приемам посочените от автора приноси на труда, които по мое мнение са несъмнени и убедително представени.

Авторефератът отразява коректно структурата и съдържанието на труда.

По темата на дисертацията са публикувани 4 статии – 3 от тях на български език и 1 на английски език.

В заключение: Дисертационният труд се отличава с интердисциплинарен характер, отлично аргументирана актуалност и значимост, със съответен на темата и отлично систематизиран теоретичен обзор, с оригинален изследователски модел, подходящ дизайн, методи и процедура на изследване, с богат набор от изследвани фактори, подходящо описани, илюстрирани и дискутирани резултати, както и с несъмнени научни приноси към теорията, методологията и практиката не само на социалната и политическата психология, но и на други дисциплини и практики, свързани с потребителското и гласоподавателното поведение. **Дисертационният труд съответства на изискванията за придобиване на образователна и научна степен "доктор" и това ми дава основание убедено да предложа на уважаемите членове на научното жури да подкрепим присъждането на образователна и научна степен "доктор по социална психология" на Валентина Боянова Долмова.**

06.06.2024 г. Изготвил:

София /доц. д-р Диана Бакалова/