

СТАНОВИЩЕ

от професор дфн Христо Кафтанджиев

за дисертацията на Миглена Николаева Владова-Стрелковска

на тема **„Витрината като маркетингова комуникация. Комуникативни и семиотични аспекти”**

за присъждане на образователната и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Маркетингови комуникации)

Госпожа Миглена Владова е моя докторантка, зачислена в самостоятелна аспирантура. Миглена има всичките качества за придобиване на степента „доктор” – познава много добре научната материя, работи много съвестно, мисли независимо и аналитично и е силно мотивирана.

Дисертационният труд се състои от увод, изложение в пет глави, заключение, приложение и библиография, с общ обем от 356 страници. Библиографията включва 222 заглавия, от които 106 на български и на руски език, 59 на английски и 57 интернет източници.

В това отношение дисертацията на Миглена отговаря на стандартите за такова научно съчинение.

Миглена е публикувала и следните научни статии:

1. Владова, Миглена. Витрината – Невербално изразяване на значенията. // Год. на Софийския университет „Св. Климент Охридски”, Факултет по журналистика и масова комуникация”, Т.19. София, 2014, 224 с.

2. Владова, Миглена. Тропи и символи в оформлението на витрината. // Медиите на 21 век <http://www.newmedia21.eu>

3. Владова, Миглена. Витрината като малка театрална сцена, обединила изкуство и маркетинг. Изд. Изкуство и критика. НХА, София: бр. № 9 /2014, (под печат)

4. Владова, Миглена. Еротика и секс – предизвикателства в оформлението на витрините. <http://www.newmedia21.eu>

И в това отношение Миглена е изпълнила всичките научни изисквания.

Дисертацията е едно от малкото научни изследвания в света, където витрината е изследвана от гледна точка семиотиката. Това повишава още повече научната ѝ стойност.

Трудът е развит с увод и пет глави.

В уводната част на дисертационния труд са описани темата, методите и актуалната значимост на труда. Изведени и представени са целта, предметът и обектът на изследване в съответствие с формулираната изследователска теза.

Представени са спецификите на изследователските задачи, както и ограниченията, които се налагат във връзка с тях.

Набелязани са методите на изследване, а именно семиотичен анализ, анализ на данни от проведено емпирично изследване за нагласите към търговската витрина и сравнителен анализ. Определена е и структурата на дисертационния труд.

В първата глава са анализирани някои важни понятия от теория на комуникацията в зависимост от прагматиката, а именно - моделите на комуникацията; теориите на кодовете и кодовете на потребителските групи и комуникационни стратегии.

От изложеното личи, че Миглена познава сериозно научните теории в тези области, мисли критично и е в състояние да направи научни приноси.

Втората глава е посветена на алфабетиката като семиотична дисциплина. Тук задълбочено са анализирани следните феномени - същност на знаците; типология на знаците; знаковата система на тялото; витрината-невербално изразяване на значенията; знаковата система на вестемите; цветът като рекламна константа – хроматемната знакова система; знаковата система на архитектите; дизайнът като знакова система; парадигми и синтагми; инвариант и варианти във витринните експозиции.

И тук докторантката демонстрира, че познава отлично материята и, че мисли критично.

Третата глава е посветена на витрината като маркетингова комуникация. В нея са изследвани следните феномени - витрината като маркетингова комуникация; витринистиката – между изкуството и маркетинга; цветовата символика в дизайна на витрините; аромати; осветление; визуален мърчъндайзинг; дизайн на витрини; видове витрини; проекционни витрини.

И тук съответните феномени са изследвани коректно и задълбочено от гледна точка на семиотиката.

Четвъртата глава анализира аранжирането на витрините като изкуство.

Вниманието в случая е насочено към творческите и комуникативните подходи във витринните експозиции; Илюстрирани са начините и средствата на много известни художници, дизайнери, архитекти, артисти и режисьори, които упражняват своето изкуство, създавайки витрини за световно известни марки. методите за превръщането на витрината в театрална сцена, обединила изкуство и маркетинг и художествените стилове в архитектурата на сгради, витрини и дрехи.

В тази глава Миглена също демонстрира, че познава задълбочено съответните феномени и че мисли критически.

Петата глава е посветена на емпирично изследване – нагласи към търговската витрина, семиотичен анализ на витрини, както и направен сравнителен анализ на български и чуждестранни витрини.

Миглена е провела емпирично изследване за отношението към търговската витрина и е анализирала компетентно и задълбочено резултатите от анкетата.

Според мен основните приноси в дисертацията са следните:

1. Това е едно от първите изследвания на витрината в рекламата от гледна точка на четирите семиотични дялове - алфабетика, семантика, синтактика, прагматика.

2. В дисертационния труд за пръв път в България е анализирана витрината в зависимост от различните художествени и архитектурни стилове в оформлението ѝ като част от визуалния мърчъндайзинг.

3. За пръв път в българската наука витрината е анализирана и в зависимост от стиловите фигури (тропи и символи), които са използвани като комуникативни стратегии и подходи в оформянето ѝ.

4. Това е първото изследване в България, където витринните експозиции са анализирани и чрез използването на различни видове контексти.

Поради всички тези причини без никакво колебание ще гласувам да се присъди на Миглена Владова образователната и научна степен „доктор” и се надявам, че и останалите колеги от Комисията ще постъпят по същия начин.

София,
26.06.2014

Подпис,

проф. дфн Христо Кафтанджиев