С Т А Н О В И Щ Е

От: доц. д-р Орлин Мирчев Спасов
Софийски университет „Св. Климент Охридски“
Факултет по журналистика и масова комуникация
Катедра „Радио и телевизия“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (журналистика – интернет култура), Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация

Автор на дисертационния труд: Владимир Велков Кисимдаров

Тема на дисертационния труд: Рекламата в интернет: между софтуера и културните практики

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед РД 38-9/05.01.2018 г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“.

1. Информация за дисертанта

Владимир Кисимдаров се обучава като редовен докторант към катедра „Радио и телевизия“, Факултет по журналистика и масова комуникация, СУ „Климент Охридски“. Докторантурата е реализирана в периода 20.01.2013 - 20.01.2016 г.

2. Общ поглед към представения дисертационен труд

Представеният текст отговаря на очакваните високи стандарти за подобно изследване. Той е разгърнат в увод, четири глави, заключение, описание на приносните моменти (една страница), информация за авторски публикации, осъществени в хода на докторантурата (една страница), две приложения (две страници) и списък на използваната литература (19 страници). Общият обем на изследването е 317 страници.

В първа глава са представени основните характеристики на интернет рекламата и са изяснени ключови термини, свързани с нея. В тази въвеждаща част Кисимдаров демонстрира отлично познаване на интернет като среда за рекламна комуникация, както и на теоретичните подходи към темата. Представен е обзор на важни трудове на български и чужди автори, работили по проблеми, свързани с интернет рекламата. Въведен е понятийният апарат, с който по-нататък се работи в текста.

Втората част на дисертацията е посветена на възхода на рекламните платформи в интернет и на формите на потребителски контрол върху интернет рекламата. Представени са основните инструменти за рекламиране в интернет, видовете заплащане, средствата за измерване на ефективността. В тази част е направен и преход от анализ на техническата страна на интернет рекламата към някои социокултурни аспекти на функционирането ѝ. Сред тях се открояват практиката на културно блокиране и използването на специализиран софтуер за ограничаване или избягване на интернет реклами.

Трета глава разширява обхвата на темата за социокултурните аспекти на рекламата в интернет с поглед към рекламните ефекти, към ценностните разслоявания и към етичните предизвикателства. Проследена е теоретичната традиция в изследванията на отношението между реклама и общество в различни страни, включително и в България. Интересът е насочен към сферата на ценностите, репрезентирани в търговската онлайн реклама в България. Особено впечатляващ в тази част на текста е анализът на начините, по които софтуерът за рекламно таргетиране допринася за оформяне на ценностната система на рекламите. Много интересен е и анализът на процеса на комерсиализация на традиционните културни практики, осъществяван на терена на рекламата.

Четвърта глава е посветена по-специално на българската политическа реклама, като са изследвани кампаниите за европейски и национален парламент през 2014 г. Проследена е еволюцията на българската политическа реклама. Направен е важният извод, че политическа реклама в интернет у нас е ориентирана повече към изглаждането на имидж, отколкото към адресиране на конкретни проблеми. Тази ориентация повлиява силно върху ценностните приоритети на партиите и кандидатите. Особено интересна е анализираната тенденция за придържане на българската политическа реклама към ценностната традиция и към призивите за възраждане на културната самобитност (феномен, наблюдаван дори в контекста на изборите за Европейски парламент).

Уводът и заключението рамкират успешно текста като съответно детайлно въвеждат читателя в проблематиката на изследването и обобщават постигнатите резултати.

Струва си да се подчертае, че темата на дисертацията е изключително актуална. Онлайн средата е много динамична и промените в интернет рекламата следват плътно тази динамика. На този фон дисертацията на Владимир Кисимдаров се откроява със способността на автора да обединява историческите ракурси към рекламата с най-новите тенденции в нейното развитие онлайн.

Текстът на дисертацията е поднесен с добри логически връзки между отделните части и е кохерентен в целия си обем. Така той отговаря на поставените изследователски цели и демонстрира ефективност по отношение на използваните изследователски методи. Към това трябва да се добавят отличната информираност на Кисимдаров по отношение на най-новите развития в сферата на онлайн рекламата, както и използваният впечатляващ обем научна литература.

Като цяло предложения текст представлява амбициозен авторски проект, продуктивно разположен на границите между технология, икономика и култура. Без съмнение, след известна преработка и допълване той би могъл да бъде публикуван и да достигне до по-широка публика.

3. Оценка на научните приноси

Владимир Кисимдаров обособява шест основни приносни момента в дисертацията си. Те са в корелация с представените в основния текст изследвания. Сред приносите особено се открояват авторската концепция за сходните крайни ефекти от културното и софтуерно заглушаване на рекламата онлайн, както и тезата за консервативния характер на политическата реклама. Със своите важни приносни моменти текстът несъмнено би бил от полза за всички, ангажирани професионално с теорията и практиката на интернет рекламата.

4. Оценка на публикациите по темата на дисертацията

Владимир Кисимдаров е посочил шест публикации по темата на дисертационния труд (реализирани в научни сборници и като изследвания, публикувани на сайта на фондация „Медийна демокрация“). Заглавията на текстовете и съдържанието на публикациите съответстват пряко на теми, разработени в дисертационния труд. Предварителното публикуване на

текстове, свързани с дисертацията, несъмнено има принос за цялостния положителен резултат от работата на Кисимдаров.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът, представен в убедителните 48 страници, отразява добре както структурата, така и съдържанието на дисертацията. Успешно са откроени най-важните резултати от изследването.

6. Заключение

Имайки предвид всички коментирани качества на предложения труд, както и неговата значимост, си позволявам да препоръчам на уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Владимир Велков Кисимдаров.

15 март 2018 г. / София Подпис: