

## СТАНОВИЩЕ

от професор дфн Христо Кафтанджиев  
за дисертацията на Ани Емануилова Софрониева  
на тема

Комуникативни и семиотични аспекти на музиката в маркетинговите  
комуникации

за присъждане на образователната и научна степен „Доктор” по 3.5.  
Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика –  
Реклама)

Госпожа Ани Софрониева е моя докторантка, зачислена на редовна аспирантура. Ани 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, приложения и библиография с общ обем 216 страници (248 страници по БДС). Списъкът на литературните източници съдържа 299 заглавия на български и чуждестранни автори и web-страници.

В това отношение дисертационният труд на Ани отговаря на стандартите за такова научно съчинение.

И по отношение на научните публикации Ани е изпълнила всичките изисквания. Това личи от публикуваните научни статии:

- Софрониева, Ани. Музикални тропи в рекламата // Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС / Алма комуникация. 2012, №12. Available from: [www.media-journal.info ]

- Софрониева, Ани. Музикалното значение в аудио брандинга // Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС / "Алма комуникация". 2012, № 14. Available from: [ www.media-journal.info ]

- Софрониева, Ани. 2012. Аудио брандинг еволюция. Ролята на музиката за рекламната ефективност. Годишник ФЖМК, под печат

- Софрониева, Ани. 2009. Реклама и музика. Sign Café, бр.11

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

Трудът е развит в пет глави.

В първата глава „Алфабетика и музика“ са дадени определенията на семиотиката; структуриран е алфабетът на музиката; анализирани са параметрите на музикалното изразяване; тоналните и хармоничните параметри; инструменталните параметри; времевите параметри и системата на музикалните опозиции.

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

Втората глава е посветена на семантика на музиката. В нея са анализирани следните феномени - музикално значение. музиката като знакова система, наративност и музика; индивидуалното значение; социалната конструкция (референтно значение); музикалният семиозис; музикалните денотации и конотации; музикалните тропи и музикалната интертекстуалност

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

Третата глава е посветена на синтактиката на музиката. В нея са анализирани следните неща - музикалният контекст; контекстът на изпълнението; композицията; параметрите на музикалното изразяване и тяхното взаимодействие – теории и модели; както и музиката и текстът.

Музикалните феномени в тази глава са изследвани коректно и задълбочено от гледна точка на семиотиката.

Четвъртата глава анализира прагматичните аспекти на музиката - теориите за влияние на музиката върху човешкото съзнание; музикалната емоция; музикално възприятие; асоциативния модел на музикалното възприятие; психологическите състояния; музикотерапията и др.

Много важна част от главата са задълбочените анализи на рекламните апели и музиката - музиката и апелите за хумора, както и музиката и апелите за мощта.

Петата глава е посветена на маркетинговите комуникации и семиотика на музиката - музиката като част от телевизионната и радио реклама; как музиката допринася за ефективността на рекламата;

процеса на създаване на рекламната музика; значението на музиката като изграждащ елемент на радио рекламата; стратегиите за ефективна радио реклама; синергията музика-реклама – теории и модели; музика - връзки с обществеността; ивентите и музиката; музикалните комуникации в магазинното пространство; както и елементите на аудио брандинга.

И тук Ани е демонстрирала, че познава отлично съответните феномени и, че е в състояние да направи задълбочен и критичен анализ.

Според мен основните приноси в дисертацията са следните:

Това е първото изследване на музиката в рекламата от гледна точка на четирите семиотични дялове - алфабетика, семантика, синтактика, прагматика.

Вероятно това е едно от първите изследвания или единственото, в което музикалният алфавет е структуриран на основата на музикалните опозиции.

Това е едно от първите изследвания е направена класификация на музикалните тропи, използвани в рекламата.

Това е едно от първите изследвания в което е изследван контекстът на изпълнението от гледна точка на влиянието му върху възприемането на рекламното послание.

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

София,

01.04.2013

проф. дфн Христо Кафтанджиев