

**НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ
ЮГОИЗТОЧНОЕВРОПЕЙСКИ ЦЕНТЪР ЗА СЕМИОТИЧНИ
ИЗСЛЕДВАНИЯ**

Проф. д-р Кристиан Банков

СТАНОВИЩЕ

за

дисертационния труд на Зорница Георгиева Каприева за присъждане на образователната и научна степен „доктор” в професионално направление 3.5. Обществени комуникации (Журналистика – Семиотика на рекламата), на тема „Апелите за агресия в рекламата – семиотични и комуникативни аспекти“ (научен ръководител: Проф. д-р Христо Кафтанджиев)

Зорница Каприева е представила за преценка дисертационен труд от 287 стр., разделен на три глави, увод, заключение, цитирани източници (207) и приложение с авторски реклами. Трудът е добре оформен, написан е на добър български език и се чете лесно. Със сигурност ако илюстрациите бяха разпечатан цветно и с по-голяма разделителна способност това щеше допълнително да засили доброто впечатление.

1. Значимост на изследвания проблем в научно и научно-приложно отношение.

Дисертацията на Зорница Каприева е посветена на един изключително актуален проблем, а именно все по-честата употреба на разнообразни форми на агресия в рекламата. Проблемът съвсем не е изолиран от глобалното повишаване на разказаното и пресъздавано насилие в съвременната медиатизирана култура и съответно от отражението на този феномен в реалното поведение на хората и особено у новото поколение. Трудът показва достатъчно ясно, че именно хиперконкурентните условия на съвременния пазар са предпоставката за употребата на апели за насилие в рекламата (както и други разрушени стереотипи) и че тази добавена стойност не е толкова за благо на икономическия обмен и все по-доброто задоволяване на нуждите, а в полза единствено на постигане на по-високо отличителна стойност за търговските марки и привличане на вниманието в рамките на конкретната кампания. Изследването обаче не си поставя критически цели, а по-скоро търси градивния момент с оглед едно по-добро разбиране на проблема от страна на професионалистите в бранша.

2. Обоснованост на целите и задачите в дисертационния труд.

Дисертационният труд има ясно определени цели и те се базират на неговото новаторство – за пръв път в родната изследователска литература да се проведе проучване на апелите за агресия. Зададен е и ясен фон на това проучване – ползите за маркетинговата комуникация.

3. Съответствие между избраната методология и методика на изследване и поставената цел и задачи на дисертационния труд.

Комплексността на зададения проблем не предполага унифициран изследователски метод и авторката на труда полага известни усилия да оправдае неговата еkleктика. Описанието на сложните типологии маркетингова комуникация, форми на агресивност и семиотични модели на знака също обясняват избраната методология. Изброени са множество приложени форми на анализ, които са адекватни в цялостната икономика на изследването. Неговият професионално ориентиран характер и илюстрираност с лични проекти на кандидатката затвърждават уместността на избора.

4. Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд (описание и оценка), включително наличие на оригинален принос в науката.

Дисертационният труд се отличава с поредица авторски определения относно изследваните теми, като в същото време се демонстрира обширно и проникателно познаване на вторичната литература. Все пак основен принос остава съчетанието на три научни и научно приложни полета – това на маркетинговата комуникация, на изследванията на агресивността и на семиотиката. Обосновката на избора и вътрешната последователност на изложението потвърждават състоятелността на начинанието.

5. Преценка на публикациите по дисертационния труд: брой, характер на изданията, в които са публикувани. Цитиране от други автори.

Посочените публикации са по-малко, отколкото актуалността на проблема и добрия стил на писане на кандидатката предполагат. Все пак те са достатъчно и освен това отразяват най-задълбочената страна на проблема – неговото философско измерение.

6. Мнения, препоръки и бележки.

Като забележка бих посочил основно два липсващи пункта, които, уверен съм, можеха да дадат по-голяма завършеност на изследването. 1) Посочената още в началото на

становището липса на критическа перспектива към голямата отговорност на рекламистите относно пусканите от тях в обръщение на послания, които по отношение на агресията и насилието не трябва да разчитат единствено на контрола на държавните органи и едва ли не да се надхитряват с тях, а сами да си дават сметка за вредите, които могат да причинят;

2) липсата на по-задълбочено представяне на текстуалната семиотична перспектива за анализ на рекламната комуникация, която в много отношения дава по-добри резултати от тази, центрирана около знака.

7. Заключение с ясно формулирана положителна или отрицателна оценка на дисертационния труд.

Въз основа на казаното до момента убедено препоръчвам на колегите си от научното жури да присъдим на Зорница Каприева образователната и научната степен „доктор“.



София, 21 март 20163 г.

К. Банков.....