

С Т А Н О В И Щ Е

от проф. д.п.н. ГЕОРГИ МАНОЛОВ

член на Научно жури в конкурс
за придобиване на образователната и научна степен „доктор“,
определено със Заповед на ректора на СУ № РД 038-227/19.06.2020 г.

**ОТНОСНО: Дисертационен труд на тема
„УБЕЖДАВАЩО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА РЕКЛАМНИТЕ НОСИТЕЛИ
НА МОБИЛНИТЕ ОПЕРАТОРИ ВЪРХУ МЛАДОТО ПОКОЛЕНИЕ.
ИЗСЛЕДВАНЕ НА НАГЛАСИТЕ, УБЕЖДЕНИЯТА И КОМПОНЕНТИТЕ
НА ЦЕННОСТНАТА СИСТЕМА“**

дисертант: **Любомира Венкова Спасова**

Професионално направление:

3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“

Софийски университет „Св. Кл. Охридски“

Факултет по журналистика и масова комуникация

катедра „Комуникация и аудио-визуална продукция“

1. Общи данни по процедурата

Представеният дисертационен труд е в обем 279 стандартни страници, който се състои от предговор, 4 глави, заключение, библиография от 176 заглавия (86 на български език и 90 на чужди езици), 2 приложения, 14 таблици и 43 изображения (3 схеми и 40 диаграми). Спазени са всички научни стандарти за цитиране и позоваване.

Дисертационният труд отговаря на съответните изисквания на Закона за развитие на академичния състав, Правилника за неговото прилагане и вътрешните правила на университета.

2. Обща характеристика на дисертационния труд

Разработваната тема несъмнено е актуална, значима и предизвикваща научен интерес. Актуалността на проблематиката преди всичко може да се аргументира с нарастващата роля на убеждаващото въздействие на рекламата чрез мобилни оператори върху хората, и особено върху младото поколение, в хода на реализация на социалната комуникация. Другият аргумент е, че разработката е фокусирана върху важен научен проблем, какъвто безспорно е емпиричното изследване на нагласите и поведението спрямо рекламите на мобилните оператори у нас. И третият аргумент представляват самите резултати от изследването на убеждаващото въздействие на рекламите на мобилните оператори като краен и завършващ практически продукт на дисертационното изследване.

Избраната структура на дисертацията спазва всички наложени и утвърдени методологически стандарти. Последователно и логически обвързано са дефинирани целта и задачите на изследването, защитаваната теза, използваните методи. Коректно са въведени ограниченията на научните търсения. Използвани са разнообразни първични и вторични източници на факти и данни. Специално следва да се отбележат качествено осъществените от дисертанта различни взаимосвързани емпирични проучвания. Предимство на дисертацията е прагматичният вектор на изводите и препоръките, разбира се, произтичащи от извършения анализ в изследваната тематика.

В синтезиран, но достатъчно убедителен и изчерпателен вид са представени развитието на идеите за рекламата, основните понятия и техните взаимовръзки, концепциите за ефективността на рекламната комуникация и психологическият ефект от рекламата, както и мястото на убеждаващото рекламно въздействие на мобилните оператори върху младежите (2014 – 2018 г.). Авторът определено притежава изградена способност за самостоятелна изследователска работа.

Авторефератът отговаря на изискванията, като представя пълна картина на постигнатите научни резултати. Самооценката на приносите е адекватна. Налице са необходимите публикации по темата на дисертацията.

3. Научни и приложни приноси

1. Самият факт, че така формулираната и разработена (впоследствие) тема като заглавие от сферата на убеждаващото въздействие на рекламата чрез мобилните оператори върху младото поколение представлява много сериозен теоретичен принос. Това се прави за първи път в специализираната научна тематика (комуникации, реклама и др.), поради което наистина си заслужава да се отбележи.

2. Изключително задълбочено, целенасочено, концентрирано и умело са използвани богатата гама от разнообразни методологически подходи, каквито са интердисциплинарните, социологическите, методите от областта на журналистиката, масовите комуникации и др., които придават съдържателен характер на настоящото изследване.

3. Разработване, изграждане и формиране на собствен разширен модел на убеждаващо влияние на рекламата, изцяло адаптиран според евентуалните окончателни реакции на потребителите на мобилни продукти (и услуги). При това моделът изцяло се опира на издадени до момента различни трудове на наши и чуждестранни изследователи, което е друг приносен момент на дисертацията.

4. Конкретна практическа насоченост на резултатите от извършения анализ в трета и четвърта глава относно основните елементи на убеждаващото въздействие на рекламата, тяхното приложение от съвременните мобилни оператори в България, ролята и местата на най-новите целеви групи (потребителите на мобилни услуги) на младежка възраст и др.

Към всичко това само ще добавим, че дисертационният труд е написан на много прецизен научен стил и четивен български език, което не е често срещано явление при повечето млади автори, дръзнали да разработват такава проблематика.

Възможно е да се добавят и други приносни моменти, но и посочените дотук са напълно достатъчни да се направи изводът, че дисертационното изследване на Любомира Спасова съдържа научни и научноприложни резултати, които действително представляват принос в областта на журналистическата и масовата комуникация.

4. Въпроси, критични бележки и препоръки

Както във всяко научно изследване, така и към този дисертационен труд могат да бъдат отправени въпроси и препоръки, които в случая са следните:

- На какви основни трудности се натъкна авторът при анализа на феномена „убеждаващо въздействие на рекламните носители чрез мобилните оператори“ в комуникационната и бизнес практиката у нас и в чужбина?

- Има ли някаква по-съществена разлика при формирането на убеждаваща комуникация в бизнеса и в политиката с младите хора чрез съответните мобилни оператори?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основата на научнотеоретичната и приложната значимост на темата и аргументираните приноси на дисертацията **предлагам на уважаемото Научно жури да присъди на Любомира Венкова Спасова образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“.**

31.08.2020 г.
гр. София

Изготвил становището:
(проф. д.п.н. Георги Манолов)