

**СТАНОВИЩЕ** от професор дфн Татяна Батулева, Институт по философия и социология, БАН за придобиване на образователната и научна степен „доктор” в научна област 3.5. **Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Връзки с обществеността)** с дисертационен труд на тема: **„Вербални и иконични комуникативни стратегии в маркетинговите комуникации (семиотични аспекти)”**, представен от Ерина Кръстева, редовен докторант в катедра **„Комуникация, връзки с обществеността и реклама”** на Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ **„Климент Охридски”** с научен ръководител професор дфн Христо Кафтанджиев

### **1. Оценка на качествата на дисертационния текст**

В съдържателно отношение дисертационният труд **„Вербални и иконични комуникативни стратегии в маркетинговите комуникации (семиотични аспекти)”** се състои от увод, три глави, заключение, библиография и приноси. Още в увода проличават **актуалността** на избраната тема, мащабите на поставената цел, **концептуалната прецизност** при дефинирането на обекта, предмета, методите, целите и конкретните задачи на изследването: нещо, което, заедно с избора на **адекватна методология**, свидетелства за креативния подход на авторката. За това допринася и структурата на текста, следващ движение от теория към практика, от общо теоретично представяне на семиотиката към нейните практически проекции, **„плодотворни съюзи”** с рекламата и реализирани проекти, чийто автор е дисертантката. Прави впечатление задълбоченото познаване теоретичния бекграунд и свързаните с него коментари, **активното използване** на цитираната литература (библиографията представлява над 20 с. на български и английски език, включващи и основополагащи, и най-актуални публикации по темата), съчетано с необходимото за всяко авторово присъствие отстояние и **собствена трактовка** на проблематиката.

Поставената от авторката цел включва очертаване на комуникативните стратегии, както и аргументиране на необходимостта и пътищата за успешно съчетаване на вербалната и иконичната знакови системи. Първа глава **„Семиотични аспекти на комбиниранияте знакови комуникации”** (11-68 с.) включва три тематични оси: представяне на семиотиката в исторически и съвременен контекст и интеграцията ѝ с други хуманитарни науки; **типологията на възможните съюзи** между семиотика и реклама чрез прочит на вербалната, иконичната и

индексалната знакови системи и водещите, интензивно присъстващи в рекламата, знаци; **авторски прочит** на ефективната реализация на рекламното изображение като резултат от различни стратегии и подходи за интегриране на маркетинговите комуникации.

Целта на втора глава от настоящия дисертационен труд ("Печатните реклами в полето на креативността, стиловите фигури, семантичните понятия, маркетинговата наратология и теорията на архетипите – проблеми и предизвикателства": 68-145 с.) е установяването на ключови художествени тенденции при създаването на рекламни изображения чрез извършването на семиотичен анализ. Тя представлява конкретизация на комуникативни стратегии в маркетинговите комуникации чрез позоваване на реални примери от световната практика (33 реклами, групирани според присъствието на визуални стилови фигури и/или семантични понятия), визиращи определена комуникативна стратегия.

Глава трета "Рекламните плакати в полето на креативността, стиловите фигури, семантичните понятия, маркетинговата наратология и теорията на архетипите – проблеми и предизвикателства" (145-217 с.) е по-нататъшна конкретизация на актуалното битие на семиотичните знаци и подходи на основата на рекламни постери, изработени от авторката на дисертацията в работата ѝ на графичен дизайнер. Те хвърлят допълнителна светлина върху синтеза на вербалната и иконичната форма на комуникация и пътищата към повишаване на разбираемостта на рекламните визии чрез тяхното комбиниране.

## **2. Приноси на дисертационното изследване**

Напълно съм съгласна с формулираните от докторантката **приноси на дисертационното изследване** „Вербални и иконични комуникативни стратегии в маркетинговите комуникации (семиотични аспекти)“. Те са обосновани и съдържателно експлицирани и свидетелстват за успешно съчетание на така необходимите за съвременното битие на науката **фундаментални и приложни** аспекти. Така например очертаването на теоретична матрица за изследване на рекламите на основата на семиотиката, теорията на архетипите и наративната теория може да окажем като опит за лансиране на собствен **теоретичен модел**; прилагането на комплексен семиотичен анализ, чрез който те се изследват както в аспекта на своята стилистика, така и в оптиката им на носители на наситен с комуникативност семантичен заряд, има отношение към **обогатяване на методологията**. Тези теоретични приноси намират своя **практическа проекция** и реализация в създадените от Кръстева авторски плакати, които, като част от

дейността на Регионалния исторически музей, допринасят за популяризирането на ролята му на културна институция.

Дисертантката дава **свой прочит** на свързаните с поставените цели въпроси: откроява комуникативните стратегии; извежда необходимостта от съчетаване на вербалната и иконичната знакови системи; успешно отговаря на предизвикателствата, които анализът на типовете съчетания между визуални стилови фигури и семантични понятия представлява; аргументирано обосновава нуждата от баланс между двете, както и невъзможността за очертаване на комуникативни модели само чрез семиотичното ниво на анализа; доказва водещата роля на съчетанието между метафора и метонимия, която, като комплементарна форма, подчертава заложените в метафората внушения.

### **3. Бележки и препоръки:**

Нямам съществени бележки към дисертантката. В композиционно, съдържателно и формално отношение представената работа напълно **отговаря на изискванията за дисертационен труд**. Бих препоръчала тя да бъде издадена, защото би представлявала интерес както за специалисти, изследователи и студенти, така и за много по-широк кръг читатели. С оглед очертаване на полето на бъдещи разработки, предизвикателства и стимули, смятам, че втора глава може да се разшири, включвайки още "интригуващи тенденции" и да стане основа на самостоятелно монографично изследване, което би било още един принос към тази така актуална, гранична и интердисциплинарна проблематика.

### **4. Заключение:**

Представените от Ерина Кръстева публикации са релевантни на отделни аспекти от разработваната тема и са убедително доказателство, че дисертантката **изпълнява изискуемите от НАЦИД минимални национални изисквания** за придобиване на ОНС "доктор", както и тези, заложи в Правилника за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“. Дисертационният труд свидетелства, че Кръстева притежава теоретични знания, завидна езикова подготовка, широка ерудиция, способност за **самостоятелни научни изследвания, както и творчески умения за претворяването им в полезни за обществото и българската култура авторски произведения**. Авторефератът отразява адекватно съдържанието на представената разработка.

Като имам пред вид качествата на предложения труд „Вербални и иконични комуникативни стратегии в маркетинговите комуникации (семиотични аспекти)“, както и

заложените в него възможности за бъдещи развития, **убедено ще гласувам на Ерина Кръстева да бъде присъдена ОНС „Доктор”** по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.

15.03.2021.

Професор дфн Татяна Батулева