

СТАНОВИЩЕ

от професор дфн Христо Кафтанджиев

за дисертацията на Христо Панчев на тема „СОЦИАЛНИЯТ
МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛНАТА РЕКЛАМА КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА
ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НА АНТРОПОГЕННАТА ПРОМЯНА В КЛИМАТА.
КОМУНИКАЦИОННИ И СЕМИОТИЧНИ АСПЕКТИ”

за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по
професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки (Журналистика – Семиотика на рекламата) към
катедра на ЮНЕСКО „Комуникация и връзки с обществеността”

Господин Христо Панчев е мой докторант, зачислен на редовна аспирантура. Той има всичките качества за придобиване на степента „доктор” – познава много добре научната материя, работи много съвестно, мисли независимо и аналитично и е силно мотивиран.

Дисертационният труд се състои от увод, изложение в 4 глави, заключение, приложение и библиография, с общ обем от 341 страници. Библиографията включва Научната библиография съдържа 370 заглавия, от които 34 на български език, 329 на английски, 5 на френски, 1 на италиански и 1 на холандски език.

В това отношение дисертацията отговаря на стандартите за такова научно съчинение.

Христо е публикувал и следните научни статии:

- Панчев, Христо. *Климатичните бежанци. След Сирия кой е следващият?* Коалиция за климата – България, май 2016.
- <http://climatebg.org/klimaticхни-bezhantsi-sled-siria-koy-e-sledvashtiat/>
- Панчев, Христо Б. *Противодействие на антропогенната промяна в климата чрез промяна в поведението – мястото на религията и религиозните институции.* // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 20.08.2015.
- <http://www.newmedia21.eu/analizi/protivodejstvie-na-antropogennata-promyana-v-klimata-chrez-promyana->

[v-povedeniето-myastoto-na-religiyata-i-religioznite-institutsii/](#)

- Панчев, Христо и Бояна Василева, Михаил Георгиев, Александър Георгиев, Петко Симеонов. *Пчеларството като икономическа алтернатива. Резултати от проучване в Софийска област и област Монтана през 2014 година*. Фондация Оранжева Луна, декември 2014: 367.
- <http://natural-honey.eu/images/down/Pchelarstvo%202014.pdf>
- Панчев, Христо и Лилия Костова. *Рекламация 2010 – българският конкурс за социална реклама*. Sign Café, advertising & marketing magazine, брой 10, година V, 2010: 36-42.
- Nava, Lorenzo and Hristo Panchev, Justine Toms, Manos Pavlakis. *The Youth NGO Media Officer. Handbook*. YouthNet4News, 2011: 90.
- <http://youthnet4news.net/>
- Panchev, Hristo and Alexander Georgiev, Boyana Vasileva, Mihail Georgiev, Miladin M. Ševarlić, Marija Nikolić, Nebojša Nedić, Svetlana Ačić, Vladimir Spasojević, Nenad Ilić. *JOINT REPORT: Analysis of the beekeeping sector in Sofia District, Montana District, Nishava District and Pirot District*. Project No. 2007CB16IPO006-2011-2-96: The beekeeping as an alternative to the unemployment and a steady base for a sustainable development in the Bulgarian-Serbian cross-border region. Bulgaria–Serbia IPA Cross-border Programme, 2014: 242.
http://www.bgrsbee.eu/JOINT_REPORT_BEEKEEPING_BG_RS.pdf
- Panchev, Hristo and Alexander Georgiev, Boyana Vasileva, Mihail Georgiev, Miladin M. Ševarlić, Marija Nikolić, Nebojša Nedić, Svetlana Ačić, Vladimir Spasojević, Nenad Ilić. *JOINT REPORT: Analysis of the opportunities for development of organic beekeeping in the cross-border areas Sofia District, Montana District, Nishava District and Pirot District*. Project No. 2007CB16IPO006-2011-2-96: The beekeeping as an alternative to the unemployment and a steady base for a sustainable development in the Bulgarian-Serbian cross-border region. Bulgaria–Serbia IPA Cross-border Programme, 2014: 102.
- http://www.bgrsbee.eu/JOINT_REPORT_ORGANIC_BEEKEEPING_BG_RS.pdf

И в това отношение Христо е изпълнил всичките научни изисквания. Публикациите са много повече от изискваните три.

Трудът е развит в увод и 4 глави.

В уводната част на дисертационния труд са описани темата, методите и актуалната значимост на труда. Изведени и представени са целта, предметът и обектът на изследване в съответствие с формулираната изследователска теза. Представени са спецификите на изследователските задачи, както и ограниченията, които се налагат във връзка с тях.

Набелязани са методите на изследване и е определена структурата на дисертационния труд.

В първата глава са анализирани някои от най-важните неща, свързани с понятието „промяна в климата». Изследвани са следните феномени:

- спецификата на глобалната промяна в климата и нейния антропогенен произход;
- естествените причини за този феномен, както и научния път за достигането до неговото разбиране;
- антропогенната промяна в климата и нейните конкретни причинители – изгарянето на изкопаеми горива и обезлесяването;
- ефектите от глобалната промяна в климата.

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

Втората глава е посветена на предприетите дейности и мерки за смекчаване на промяната в климата и адаптация към ефектите от нея. Очертани са недостатъците и ограниченията на политическите, икономическите и технологичните. Предложен е алтернативен подход, като са използвани мерки за промяна на масовото въглеродно поведение чрез комуникациите на социалния маркетинг.

И тук докторантката демонстрира, че познава отлично материята, че мисли критично и, че може да прави сериозни научни анализи.

Третата глава е посветена на човешкото поведение в контекста на глобалната промяна в климата. В нея се прави преглед на различните подходи за позитивно влияние върху въглеродното поведение.

Чудесно впечатление прави, че Христо е изяснил подробно водещите психологическите аргументации при избора на рекламни апели.

В четвъртата глава се анализира социалният маркетинг и неговата приложимост в контекста на застрашително променящия се климат. Предложено е понятието „климатичен социален маркетинг”, както и

анализ на основните принципи и технологии като сегментирането, стратегическото планиране и планирането в маркетинговия микс.

Докторантът е онагледил основните положения в климатичния социален маркетинг. Той е анализирал социална реклама и социално ангажирано изкуство с помощта на семиотиката. Изследвал е задълбочено и рекламните апели в това отношение.

Според мен основните приноси в дисертацията са следните:

- Докторантът е успял да обвърже антропогенната промяна в климата с методологиите за въздействие на човешкото поведение.
- Христо е въвел понятието „климатичен социален маркетинг” и е анализирал с помощта на семиотиката неговите принципни и технологични особености.
- Христо е един от първите изследователи на семиотичните и комуникационните аспекти на социална реклама и социално ангажирано изкуство в областта на екологията.

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

София,
20.03.2017

Подпис,



проф. дфн Христо Кафтанджиев