

## СТАНОВИЩЕ

от проф. д.н. Андреана Ефтимова

Факултет по журналистика и масова комуникация,

СУ „Св. Климент Охридски“

за дисертационния труд

на Йордан Живков Карапенчев

на тема: „**Лингвостилистични характеристики на копирайтинг текстовете и функционирането им в медийната среда**“

за присъждане на образователната и научна степен „доктор“

по научна специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки

(Журналистика – медиен език и стил).

Научен ръководител: проф. д.н. Андреана Ефтимова

**Данни за дисертанта.** Докторантът Йордан Карапенчев е завършил бакалавърската програма на ФЖМК „Връзки с обществеността“ (2013) и магистърска степен в две партньорски образователни институции - магистър (Master of Science) по Бизнес мениджмънт, технологии и иновации в University of Sheffield, Шефилд (Великобритания) и Висшето училище по застраховане и финанси (ВУЗФ), София (България) (2015). Работил е в сферата на копирайтинга в различни компании и като редактор на различни издания, сред които списание "Образование и специализация в чужбина" (главен редактор). В момента е редактор на научното списание „Медии и език“.

**Данни за докторантурата.** Йордан Карапенчев е докторант по медиен език и стил във ФЖМК на СУ „Св. Климент Охридски“ през периода 2017-2020 г. Отчислен е с право на защита въз основа на положителни атестации и активно участие в научния и организационния живот на катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“. Дисертационния труд беше обсъден на заседание на Катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“, проведено на 28.05.2020 г. в разширен състав. Публичната защита е насрочена за 30.09.2020 г., като са спазени изискванията на ЗРАС.

**Данни за дисертацията и автореферата.** Дисертационният труд се състои от 346 страници, в които са разпределени уводната част, петте глави на изложението и заключението. Анализиранияте копирайтинг текстове поради големия си обем са подвързани в отделен класьор, а в приложение към дисертационния текст са обособени 20 пресъобщения, чрез които се илюстрират резултатите от наблюденията.

Библиографската справка съдържа общо 133 заглавия на кирилица и латиница.

Авторефератът отговаря на съдържанието на дисертационния труд и в сбита форма предава основните идеи и постижения на изследването.

**Дисертационен труд.** Въз основа на работата си с докторанта през изминалите три години и няколко месеца, както и на внимателното си запознаване с окончателния текст на дисертацията му смятам, че Йордан Карапенчев представя изследване, в което изяснява мястото и ролята на копирайтинга като професионална дейност сред дяловете на интегрираните маркетингови комуникации: връзките с обществеността, рекламата и бранд журналистиката; обстойно описва лингвостилистичните характеристики на един определен жанр на копирайтинг текстовете – пресъобщенията – с внимателно подбран критериален инструментариум и специално изработена регистрационна карта; анализира езиковите и визуалните стратегии при изграждането на пресъобщенията, предназначени за онлайн медии и функциониращи в тях; извежда препоръки за структура на пресъобщението в онлайн среда и работещи лингвостилистични похвати в текста.

Ще организирам своята оценка, като акцентирам върху споменатите по-горе теоретични и практически постижения на дисертационния труд.

Във връзка „с развитието на цяла индустрия, свързана с професионалното създаване на уникално съдържание за маркетингови цели“ (с. 4, Автореферат) и с преобладаващите практически наръчници за копирайтинг писане Й. Карапенчев се заема с нелеката задача да терминологизира лексемата „копирайтинг“, като не се поддава на пуристичните нагласи да замени едно успешно наложено с название с негово българско съответствие, което би имало съмнителен успех и прием сред професионалните среди. Освен това дисертантът предлага ясно дефиниране на понятието „копирайтинг“ и го полага в координатната система на три дейности, включващи създаването на текстове, в рамките на интегрираните маркетингови комуникации (ИМК) – рекламата, връзките с обществеността и бранд журналистиката.

Огромното поле на ИМК, в което функционират различните жанрове текстове, създавани от копирайтъра, налага поставянето на ограничения както в подбора на копирайтинг текстове (за обслужване на връзките с обществеността), така и на медийната среда (онлайн медиите), в която функционират. Самоограничаването на изследователските параметри е проява на проучвателска зрялост, която Й. Карапенчев култивира в процеса на работа с теоретичните източници и по трудния път на изясняването на спецификите на избраното за изследване явление.

За да се изведат похватите, влияещи върху функционирането на копирайтинг текстовете в медийната среда, докторантът трябваше да определи кои лингвистични характеристики на този тип текстове са стилистично активни, като се съобрази както със специфичната функция, която текстовете изпълняват в рамките на ИМК, така и с технологичните възможности за интерактивни взаимодействия и динамични визуализации, с които разполагат новите медии. Принос на дисертацията е адаптирането на регистрационна карта, в която са посочени онези лингвостилистични особености (лексикални, морфосинтактични, визуални и графични), чрез които може да се оцени функционирането и влиянието на прессъобщенията в онлайн медиите и да се очертаят тенденции в копирайтинга. Заключение от анализа е, че „Сред особеностите на прессъобщението в новите медии могат да се открият характеристики, присъщи на новините в тези медии, но не и за прессъобщенията, създавани за публикуване в традиционни медии“ (с. 18, Автореферат). Любопитен е детайлът, че копирайтърът губи контрол над визуалното и графичното представяне на текста в онлайн медията, но има "вратички" за внедряването на визуално идентифициращо съдържание.

Постигнатите резултати в дисертацията имат теоретичен и практико-приложен принос и допринасят за формулирането на ясни и рационални параметри за оценка на ефективността на прессъобщението в онлайн среда. По този начин те биха били съществен влог в обучението на пиар специалистите за създаване на писмени текстове, изисквани в професионалната им комуникация. Изведените препоръки представляват набор от съвети към копирайтъра, подпомагащи създаването и редактирането на ефективни текстове в онлайн среда за целите на връзките на обществеността.

**Публикации и участия в научни форуми.** Части от дисертационния труд са апробирани на научни форуми у нас (София, Велико Търново) и в чужбина (Будапеща, Унгария). Йордан Карапенчев има шест публикации по темата на дисертацията в

авторитетни научни издания. Докторантът е участвал в научни проекти към ФНИ при СУ „Св. Климент Охридски“.

**Заключение.** Като имам предвид актуалността на разгледаната проблематика, извършеното наблюдение на голям по обем корпус от копирайтинг текстове и успешната апробация на критерии за оценката на лингвостилистичните им характеристики, разумно адаптираната регистрационна карта на резултатите от анализа и проявените умения за абстрактно мислене чрез намирането на място на копирайтинга в модела на ИМК убедено предлагам на членовете на уважаемото научно жури да присъдят на Йордан Живков Карапенчев образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – медиен език и стил).

20.07.2020 г.

проф. д.н. Андреана Ефтимова  
ФЖМК, СУ „Св. Климент Охридски“