

РЕЦЕНЗИЯ

На **дисертационен труд** за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** в научна област СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ, Професионално направление: 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ научна специалност: ЖУРНАЛИСТИКА

Тема: **„Рекламата в света на високите технологии“**

докторант: **ВЛАДИМИР РОСЕНОВ ВАСИЛЕВ**

научен ръководите: **доц. д-р ПЛАМЕН ШУЛИКОВ**

рецензент: **проф. д-р ПЕТКО ТОДОРОВ**, хабилитиран в научна специалност **05.02.24** “Организация и управление извън сферата на материалното производство” /Медии и комуникации/

I. Характеристика на дисертационния труд

В **структурно отношение** дисертационният труд е разработен в увод, три глави, заключение и общ обем от 243 стандартни страници. В това число -списък с използвана литература в 13 страници със 141 източници на български и английски език, ползвани справочници, каталози и нормативна база. Представен е и Автореферат на дисертационния труд с обем 60 стр.

Дисертационният труд е насочен към търсене на **новите измерения на рекламата в интернет**, нейното влияние върху онлайн медиите и предлага медели на решение.

Така избраният обект за проучване съдържа много предизвикателства пред неговата дефиниция и обхват. Особено в условия, когато практиката изпреварва теорията и налага необходимост от преосмисляне и ново позициониране на понятиен апарат и модели на реализация.

В изследователската рамка на всяка дисертация се включват следните елементи: обща конструкция на дисертацията (като базова основа), транзитивно-логични етапи, технология на изследователската метрика, предикатни реактиви, изследователски характеристики на предмета на изследването в статика и динамика, архитектура на разработените инструменти и бъдеща последователност.

Пет са елементите на общата конструкция:

- обобщаване на идейна платформа и обща конструкция на познавателната задача на дисертационния труд (обобщаване на решенията в литературата по обекта и дефиниране на предмета, хипотетичния апарат, целта, задачите, методите, ограниченията и др.)
- изследователски инструменти (метрика на идейното решение);
- емпирични аналитични процедури (авторско изследване на предмета);
- извеждане на обобщено характеристично уравнение (оценка на хипотезата);
- обобщения и препоръки (изследователска социална рефлексия на дисертационния продукт).

Точно според посоченото, ако анализирам представената разработка ще заключа, че в нея **се съдържа всичко изискуемо с изключение на авторското емпирично изследване**. То би могло да

направи изводите категорични и да замени на места описателния тон с оценъчен. Защото съвременното общество на високи информационни технологии и комуникации променя парадигмите на взаимоотношенията и ползите от иновационните проекти в организационен, пазарен и управленски план. Точно затова разработката е актуална в национален мащаб най-малко в три аспекта - теоретичен, практически и културен. Тук е мястото да отбележа и заслугата на научния ръководител за избора и формулиране на темата, за нейното **извеждане до защитена авторска теза.**

Обект на изследването са новите измерения на рекламата интернет, и нейното влияние върху онлайн медиите

Предмет на изследването са характерните за интернет рекламни форми и ролята на рекламните мрежи в онлайн пространството.

Методологична база на изследването се явяват общите принципи в изучаването на научните явления – диалектически, конкретно-исторически, системен анализ, както и изследванията в Европейската и българската научна литература посветена на теорията и икономиката на рекламата. Използвани са методите за набиране и анализ на статистическа информация, индукция и дедукция, ретроспективен и прогностичен анализ.

Изследователската цел е постигната в разработените три глави на представения труд в следната последователност:

Първа глава е посветена на спецификата на рекламата в света на активните комуникации и разглежда приложимите моменти от теорията на маркетинга, някои исторически свидетелства за рекламата и особеностите на информацията и онлайн рекламата в съвременни условия.

Втора глава е посветена на специфични рекламни явления в онлайн средата. От гледна точка на трафика са коментирани рекламните

мрежи в България и по света, виралната реклама, нейтив рекламата и пародиите в интернет.

Трета глава е фокусирана върху проблемите, решенията и бъдещите тенденции в областта на интернет рекламата. В нея считам, че се съдържа авторският принос в полето на изследване.

II. Постижения на дисертационния труд

Авторът е силно пристрастен към разглежданата проблематика и в разработката личи натрупания му опит в сферата на онлайн рекламата и журналистиката. В сътрудничество с Google той е участвал както в ролята на рекламен издател (чрез програмата AdSense), така и в ролята на рекламодадел (чрез програмата AdWords). Има практика и като рекламодадел в социалната мрежа Facebook. Работил е и като новинар в електронното издание „Kaldata. Този практически опит в областта на онлайн рекламата му позволява да свърже теорията с практическите решения на поставените в дисертацията задачи.

Разработката представлява:

- **пълноценно научно изследване** с всички необходими научни реквизити;
- **завършен научен продукт** с точно дефинирани, актуални и **приложими приноси**;
- **задълбочен**, целенасочен и последователно изпълнен **анализ**; **ясен, четивен**, добре поднесен, структуриран и онагледен текст

Като цяло бих искал да отбележа, че това е **първо по рода си задълбочено проучване на координатната система на рекламата в интернет и в полето на ПР познанието**. Отличното познаване от страна на авторът, според текста на представената разработка, на съвременното състояние и проблемите на този сектор в нашата страна и в света

позволява теоретичните постановки и практическите решения да бъдат детайлно изследвани с оглед българската практика.

Проличава умението му да **анализира приложимостта на чуждия опит** за преодоляване на изследваните проблемни зони. Оценявам положително и въвеждането на ограничителни условия, които засилват категоричността на изводите.

Разработката се отличава със **задълбоченост, логичност и прецизност** при посочване на използваните източници. Постигане са правените в процеса на работата обобщения и изводи към всеки описан модел, които добре сумират постигнатото до момента и подсказват насоката на следващите стъпки на изследването. Заслужава да се отбележат:

- Авторът доказва добро познаване на българските и световни изследователи в разглежданата предметна област.

- Аторски принос, който оценявам е **прогностичния анализ на рекламните практики. Той** е с висока степен на полезност за рекламистите.

- Освен постиженията на докторанта в областта на **прецизирането на част от основния категориален апарат на сектора** заслужава да се отбележи и **приложния характер на разработката**. Тук искам да отбележа отново ролята на научния ръководител за цялостната структура на изследването и изведените крайни резултати.

- **Приносните елементи** в теоретико-изследователски и приложен аспект са формулирани, но от тях трябва да се изчисти описателния елемент на съдържанието.

- **Авторът има 8 публикации по темата на дисертацията, което е повече от изискуемото.**

III. Критични бележки

- **Фомулирането още в началото на предмет и обект на изследването** е помогнало за убедителна защита на авторската теза. Но използването на подходи, характерни за социологията (емпирично социологическо проучване, фокус група, интервю, въпросници), дълбочинни интервюта с работещи в различните под-сектори, правото на интелектуалната собственост и др., би апробирало изводите с емпирично проучване на конкретни практики и щеше да направи от приносните изводи, **действително доказана и проверена теза.**

- **В първата част на изследването задължително би трябвало по голямо място да се отдели на терминологичният преглед.** Прецизирането, представянето и анализа на съществуващите **категории, дефиниции и понятиен апарат щеше** да го направи по-разпознаваем и по-добре да открие обекта на изследването. Авторът би могъл да изведе и свои дефиниции за виралната реклама, нейтив рекламата и пародиите в интернет.

- В поставените в разработката ограничителни условия са изолирани някои от препятствията, които стоят пред рекламата в България, особено в непоследователната политика, икономически условия, теми табу в годините на прехода. От своя страна тезата почива на обективно подлежащи на анализ факти и тенденции и считам, че е възможен точен анализ за причините за **забавяне на процесите в българския рекламен пазар.**

- Разгледаните системи и модели на реклама в трета глава можеха да се подплатят освен с личната позиция на автора и със **систематизирано изследване чрез наблюдения, оценки, интервюта и т.н..** Така изводите щяха да звучат съвсем категорично.

- В заключението към изводите следва да се открият и приносните аспекти на разработката.

V. Заключение

В заключение **оценявам високо** докторския труд на Владимир Василев и считам, че той представлява **задълбочен, оригинален, авторски принос** на възможностите за дефиниране на полетата на рекламата в света на високите технологии. Критичните бележки са по-скоро насоки за бъдещи изследователски усилия в развитието на теорията и практиката на рекламата и Връзките с обществеността.

Въз основа гореизложеното по отношение на съдържателното и **комплексното оценяване** на дисертационния труд, мога да обобщя, че:

- Докторантът е формулирал **ясно теза, цел и задачи на разработката**. Използвани са **адекватни подходи и методи на научно изследване**. Дисертацията е основана на **добро боравене с теорията** в избраната предметна област.

- Темата е **актуална и допринася за изясняване на съществени проблеми** в развитието на рекламата, вътрешните зависимости, инструменти, необходим капацитет и посоки за стимулиране бъдещи изследвания в сектора.

Като оценявам научния и приложен характер на разработката предлагам при публичната защита, докторантът да отговори на въпроса:

1. **Дайте кратки дефиниции на виралната реклама, нейтив рекламата, пародиите, In-text рекламата и семантичното таргетиране в интернет.**

В обобщение считам, че представеният дисертационен труд има напълно завършен характер и ще гласувам със „ЗА“ при защитата пред научното жури за придобиване на **образователната и научна степен „доктор“** в професионално направление „Обществени комуникации и информационни науки“ /Журналистика/.

22.07.2016 г.

Рецензент:


Проф. д-р Петко Тодоров