



СТАНОВИЩЕ

на представените трудове и документи за участие в конкурс за академичната длъжност „доцент“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на рекламата), обявен в ДВ, бр. 55 от 28.06.2024 г.,

Автор на становището: доц. д-р Александър Христов, ФЖМК на СУ

Кандидат: Никола Любомиров Вангелов

I. Оценка на научните и на практическите резултати и приноси на представената за участие в конкурса научно-образователна продукция

Получените документи по конкурса дават основание напълно категорично да се твърди, че гл. ас. д-р Никола Вангелов покрива изискванията за заемане на академична длъжност „доцент“. Това е направено по подобаващ начин и е валидно както по отношение на формалните количествени показатели, така и по отношение на съдържанието.

Изследователска и научна дейност

Изследователската и научна дейност на кандидата дават възможност ясно да се установи, че е налице сериозен интерес в сферата на комуникациите и особено (всъщност, най-вече) в сферата на рекламата. Текстовете видимо имат потенциала да допринесат съществено за развитието на комуникационните практики, което ги прави достатъчно ценни.

По отношение на представените материали и публикации съществено впечатление правят две неща. На първо място, налице е изключително сериозна степен на консистентност при покриваните теми – реклама, история на рекламата и дигитални комуникации – което създава предпоставки за постигане на необходимата дълбочина на анализа и разсъжденията. Впрочем, в съществена част от публикациите – на ниво дори отделни публикации – това е постигнато. На фона на други специалисти, които работят по сравнително широк диапазон от теми, научната продукция на д-р Вангелов е насочена в една ясно формулирана посока и това е фактор за висока степен на специализация, нещо критично необходимо на съвременните изследователи.

На второ място, в рамките на тази консистентност виждаме открояващо се внимание към сравнително слабо разработени и в същото време любопитни теми в комуникационните науки – реклама в метавселената (което май напоследък е в залез), емождитата в маркетинговите комуникации, реализация на онлайн рекламни кампании. Тези теми са разработени с необходимата прецизност и обективност, проблемите са анализирани задълбочено, което създава предпоставки за постигането на позитивни ефекти.



Особено внимание е важно да се обърне на представената монография като хабилитационен труд. Нейната тематика, свързана с печатната реклама през периода на социализма в България, хвърля нова светлина върху тази комуникационна дейност в посочения период, чието изучаване е важно за разбирането на развитието и може би на някои феномени, съществуващи и днес. Интересна е тезата, че рекламата в страната ни, въпреки може би нейното по-слабо разпространение, по съдържателни характеристики не отстъпва на западната – тук като посока на доразработване може да бъде обърнато внимание и на връзката между това и продуктовото разнообразие. Така или иначе монографията впечатлява както с изразените позиции, така и с богатството на емпиричния материал, което от своя страна допринася за постигането на повече обективност.

Една лична позиция – другите две представени монографии, свързани с втората посока на научни търсения на автора, са в някаква степен по-полезни за практиката и по-перспективни. По темата за рекламните кампании в социалните мрежи например преобладаващите текстове са с практическа насоченост и едно сериозно осмисляне, каквото е направил д-р Вангелов, носи сериозен заряд за стратегическо развитие в тази сфера.

Посочените позитиви допринасят за развитието на сферата на рекламата, от което печели не само университета и студентите, а и цялата професионална общност. Цитиранията на публикациите на д-р Вангелов също са на необходимото ниво.

Учебна и преподавателска дейност

Наблюденията върху цялостната учебна и преподавателска дейност на кандидата допринасят за формирането на по-добра представа за неговия потенциал. От една страна, представените документи показват, че д-р Вангелов работи изключително активно в тази посока. От друга, академичен стаж е допълнен и подсилен от ценен практически опит, което винаги е от сериозна полза за студентите – не само като знания и умения, а и като възможност да изберат определена професия и да бъдат убедени в този свой избор.

Доколкото имам впечатления, неформалната обратна връзка от студентите от работата на д-р Вангелов е изключително позитивна, което няма как да не се дължи на неговата подготовка, умения и професионализъм.

Дейности в полза на обществото и на професията

От представената документация е видно, че през годините кандидатът се е ангажирал с различни обществено-значими проекти и по някакъв начин допринася за развитието на комуникационната професия и за развитието на младите таланти. Това са дейности, които завършват профила на кандидата като отговорен изследовател.

II. Бележки и препоръки

Научната продукция на д-р Вангелов е изключително богата. Както стана въпрос, тя е изключително добре центрирана, а това е предпоставка за постигане на определена дълбочина. Предвид перспективността на темите в науката и практиката обаче, бих могъл да



отправя една-единствена препоръка, и тя е свързана с необходимостта от фокусиране и задълбочаване на изследванията в сферата на дигиталната реклама, което няма как да не бъде за сметка на темите с поглед назад, към миналото.

Концептуализацията на тези въпроси и академичното им поддръждане ще даде не само повече възможности на студентите, а и ще обогати комуникационната практика с полезни ресурси, които да допринесат за издигането на онлайн рекламата на по-високо стратегическо ниво. Нещо повече, това би допринесло за обогатяване на образователния процес, а знаем, че дигиталните умения на съвременните студенти са на много високо ниво – и те трябва да бъдат подредени и „подчинени“ на маркетинговата и комуникационна целесъобразност.

III. Заключение

В заключение и въз основа на представените документи, качеството и съдържанието на научната продукция на кандидата и не на последно място, преподавателския опит и постижения, които също е важно да бъдат взети предвид, убедено препоръчвам на уважаемото научно жури гл. ас. д-р Никола Любомиров Вангелов да заеме длъжността „доцент“ в професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Теория и история на рекламата).

Дата: 16.10.2024 г.

Член на журито:

Доц. д-р Александър Христов