С Т А Н О В И Щ Е

ОТ ДОЦ. Д-Р НАДЕЖДА ГЕЦОВА ЙОНКОВА,

ИНСТИТУТ ЗА ДЪРЖАВАТА И ПРАВОТО-БАН

ЧЛЕН НА НУЧНОТО ЖУРИ

НА

МАНОЛ ИВАНОВ АСЕНОВ - ДОКТОРАНТ

В ИНСТИТУТ ЗА ДЪРЖАВАТА И ПРАВОТО-БАН

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“

по професионално направление 3.6. Право

на тема:

ПРАВНО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИ ПРОБЛЕМИ НА СЪВРЕМЕННИ ФОРМИ НА ДЕВИАЦИЯ В ОБЛАСТТА НА РЕКЛАМНАТА ДЕЙНОСТ

Със Заповед № РД -09-156 от 27.12.2019 г. на Директора на ИДП-БАН съм определена за член на Научното жури за защита на дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен

„доктор“ на ***Манол Иванов Асенов*** в научна област: „3. Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.6 Право.

Обща характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд е в съответствие с изискванията на ЗРАСРБ, с Правилника за прилагането му, както и със специфичните изисквания на Глава четвърта от ПУРПНСЗНД на ИДП-БАН.

В структурно отношение научното изследване е балансирано. Отделните глави съдържат по няколко параграфа, точки и подточки, означени с римски и арабски цифри, като на места е използвано и буквено означение.

Темата на дисертационния труд предопределя и неговата основна цел, а именно – да изследва в дълбочина проблема за съвременните форми на девиация в областта на рекламната дейност и по-конкретно– да проследи в теоретичен и емпиричен план функционалната връзка между правосъзнанието на рекламодатели и потребители на реклама върху правнорелевантното поведение в правната сфера с оглед на разнообразните девиационни практики.

Предмет на изследването е рекламната дейност като специфичен елемент в социологическата структура на обществото и отражението й в правосъзнанието на потребителите и формирането на определено правнорелевантно поведение, силно повлияно от медийните изяви, които, според автора, в една или друга степен са носители на девиационен риск.

Трудът е базиран на проведено емпирично изследване, чиято цел е да се проучат мненията и нагласите на рекламодатели, граждани - потребители на реклама, както и родители и техните деца като фокус-групи, вкл. и мнението на засегнати от рекламата (т.нар. въвеждане в заблуждение) относно съществуващото в страната статукво и прилаганото

в сферата на рекламата законодателство (международните стандарти и норми, съдържащи се в ратифицираните от България договори и съществуващото на национално ниво законодателство за защита на потребителите) и за неговата ефективност.

Освен емипириката, докторантът задълбочено е изследвал и анализирал релевантните нормативни актове, като специално внимае е обърнал за основните директиви на ЕС: Директива 2005/29/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар, както и измененията на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета.

Авторът е подходил към изследването задълбочено и с научна добросъвестност.

Анализиран е богат фактически материал, покриващ широк спектър от значими за съвременната правна теория и практика проблеми. Направеният подробен анализ авторът успешно обвързва с актуалното към момента фактическо положение в България и в ЕС за да направи обосновани научни и нучно-практически изводи.

От методологическа гледна точка докторантът следва да бъде адмирирана за използваният интердисциплинарен подход, чрез който успява да постигне дълбочина и широта на анализа на изследвания проблем.

Научни приноси

Намирам представения дисертационен труд за изследване съдържащо научни и научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката и отговарят на всички изисквания на Закона

за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника за прилагане на ЗРАСРБ.

На първо място следва да се отбележи, че висока познавателна стойност, както за теорията, така и за практиката носят:

- направеният системен теоретичен анализ на националната и европейста правна уредба свързана с рекламата и рекламната дейност;

- разкриването на същността и спецификите на различните форми на девиация в рекламата;

- извеждането и систематизирането на основният понятиен апарат свързан темата на труда като: реклама, рекламна дейност, заблуждаваща реклама, сравнителна реклама, заблуждаващи търговски практики, девиационен риск, правно съзнание и девиационно поведение;

На следващо място следва да се отбележат обоснованите от автора критични анализи досежно някои неприкрити опити посредством рекламна дейност да се подменят ценности в цялостната ценностна система на личността и обществот, като отклоненията се налагат като норми;

Не на последно място трябва да се подчертае и инердисциплинарният подход на докторанта за постигането на пълното на научното изследване.

Критични бележки и препоръки

Бележките, които мога да направя са по-скоро техически и в никакъв случай не намаляват стойността на изследването. на места се забелязват категорични заключения, които не са предшествани от мотиви. Отдавам го на ентусиазма на автора да предизвика промяна, за да не се поставят в риск определени социални групи посредством рекламата. Разбира се, гневът и критиката на автора са справедливи, но не бива да забравя, че добрият изследовател трябва да умее да се дистанцира и да

изследва безпристрастно и хладнокръвно. Тази е и препоръката ми към дисертанта за бъдещата му научна работа.

Заключение

Представеният за защита дисертационен труд съдържа научни резултати, представляващи оригинален принос в науката и отговаря на изискванията на Закона за развитието на академичния състав в Република България, поради което на основание чл. 10, ал. 1 от ЗРАСРБ давам ***положително становище*** и предлагам да бъде присъдена образователната научна степен „**доктор**“ по професионално направление 3.6. Право на ***Манол Иванов Асенов.***

София, ***Член на научното жури:***

20.03.2020 г. ***Доц.д-р Надежда Йонкова***