

СТАНОВИЩЕ

За дисертационния труд на ТАНЯ САШКОВА ИЛИЕВА
за присъждане на образователната и научната степен „доктор“
по 3.5. Обществени комуникации и информационни науки“,
докторска програма „Графичен дизайн“

на тема: „ВИЗУАЛНИТЕ МЕТАФОРИ НА ХХ ВЕК. ТИПОЛОГИЯ, ФУНКЦИЯ И
РАЗВИТИЕ НА ГРАФИЧНИТЕ СИМВОЛИ В ПЕЧАТНАТА РЕКЛАМА“

от ПРОФ. Д-Р ВЕСЕЛИНА ЙОРДАНОВА ВЪЛКАНОВА
Ръководител на Катедрата „Пресжурналистика и книгоиздаване“,
Факултет по журналистика и масова комуникация,
Софийски университет „Св. Климент Охридски“

ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДОКТОРАНТА

ТАНЯ САШКОВА ИЛИЕВА е зачислена като редовна докторантка в Катедрата „Пресжурналистика и книгоиздаване“ на 10 януари 2014 г. с научен ръководител проф. д-р Веселина Вълканова. След като е изпълнила дейностите по индивидуален план, положила е успешно изпита по специалността, тя е отчислена с право на защита на 10 януари 2017 г., а на 6 ноември 2017 г. успешно апробира своя дисертационен труд след две писмени рецензии и обстойно обсъждане в катедрата „Пресжурналистика и книгоиздаване“ на ФЖМК.

ИНФОРМАЦИЯ ЗА ДИСЕРТАЦИЯТА И АВТОРЕФЕРАТА

Дисертационният труд е с общ обем 300 страници, в това число увод, четири глави, заключение, библиография от 276 заглавия, от които 64 на български и руски език и 212 на английски език, 6 приложения („Графична комуникация“, „Креативни революционери“, „Минималистични лоза“, „Времеви

анализ”, „Географски анализ”, „Наградени фестивални реклами”), резюме на научните приноси и списък на публикациите, свързани с темата на дисертационния труд. По темата на дисертацията Таня Илиева има 4 публикации в специализирани научни издания и научна периодика.

Като научен ръководител и като ръководител на катедрата „Пресжурналистика и книгоиздаване”, където се проведе предварителното обсъждане, със задоволство отбелязвам, че въпреки високата оценка на рецензентите и на хабилитираните преподаватели, участвали в дискусията по време на вътрешната защита, дисертационният труд беше преработен и вторично редактиран, като Таня Илиева се съобрази напълно с препоръките на рецензентите и на колегията. Така докторантката постигна още по-голяма ефективност и прецизност на текста благодарение на постапробационната му редакция.

Авторефератът, приложен към документацията по защитата, е с обем 31 страници и включва: обща характеристика на дисертационния труд: представяне на темата, преценка на актуалността на проблема, целта, предмета, обекта, задачите и тезата на изследването, на методологията; резюме на съдържанието и структурата на дисертационния труд; изводи и резултати от изследването със заключение и лична преценка на научните резултати, изводи и обобщения, на научните и практическите приноси и списък с публикациите на докторанта по темата.

Авторефератът е адекватен на дисертацията, отразява по същество структурата, подхода и основните обобщения и отговаря на изискванията за автореферирание на дисертационен труд.

ПРЕЦЕНКА НА АКТУАЛНОСТТА НА ПРОБЛЕМА

Така формулираната тема очертава изследователския проблем, определя обхвата и задачите. Хипервизуализираната комуникационна среда и

механизмите, чрез които Визуалните тропи моделират социалното пространство на миналия век, провокира интерес към графичните символи и към тяхното въздействие върху съзнанието на обществото. Вглеждането във Визуалната култура на забележителния XX век – време на войни и революции, на значителни трусове в изкуствата и комуникациите, е източник на безкрайно въодушевление и вдъхновение за изкушените от графични дейности, а за изследвателя – богато поле от риторически похвати, обрати, тенденции, които правят научната задача едновременно сложна и вълнуваща.

Да изследва не просто рефлексията на социалния свят спрямо рекламните образи, но и начина, по който Визуалните знаци го конструират, е предизвикателна цел за изследвателя и то в подобен широк темпорален обхват, в която Таня Илиева се впуска с отговорност едновременно към научния инструментариум, към емпиричния корпус – неговия обем и структуриране, и разбира се, на базата на задълбоченото проучване на значителен брой водещи теоретични източници по въпроса (от значимите текстове на Барт, Рикъор, Рорти, Дерида, през Маклуън, Еко, Сибиък до изследователи и икони на дизайна и Визуалната комуникация като Пол Ранд, Рик Пойнър, Филип Мегс, Стивън Хелър, Ерик Гил и мн. др.

ПРЕЦЕНКА НА КАЧЕСТВАТА И ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

За доказване на тезите е избран подчертано мултидисциплинарен подход, като комплексната методика включва семиотиката, риториката, лингвистиката, невролингвистиката, философията на съзнанието и езика, културната антропология и социология и анализи и изследвания, присъщи на науката за масовата комуникация.

Първата глава „РАЗВИТИЕ НА ГРАФИЧНИЯ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТА НА XX ВЕК“ разглежда дизайна като комуникативен инструмент, настанил се в течение на XX век трайно в публичното пространство, културата и медиите, като

очертава глобални характеристики, тенденции, повлияни от трансформациите в комуникациите и вляещи осезаемо върху тях. Тук се въвеждат важните детерминанти на изследването, при което авторката проявява отлично познаване на обекта в неговото диахронно развитие, а и демонстрира високи нива на интерпретация на сложни културни, социални и комуникационни феномени.

Втората глава „ОСОБЕНОСТИ НА ПЕЧАТНАТА РЕКЛАМА НА XX ВЕК“ навлиза в същностните за изследването трансформации в комуникациите – в пресата и в рекламата, като акцентира върху променените модели, типологията на рекламните канали, експеримента в типографията и дизайна на световен и български терен, постмодерния свят с неговите диференциации и фрагментарности в рекламата (с.100). Таня Илиева отчита ясно културния, технологичен, културен, бизнес контекст на визиите и комуникацията, и, вследствие на значителните натрупвания и умение да обобщава и назовава, успява да изведе водещите тенденции на обекта в този сложен век. Доколкото дисертацията се занимава с тропи и знаци, оправдано при изследването на графичния език на печатната реклама значително място имат семиотиката на визуалния език и визуалната реторика.

Същинската за дисертацията трета глава „ЕЗИКОВИ И ВИЗУАЛНИ РЕТОРИЧНИ ФИГУРИ“ разглежда тропите в полето на визуалната култура, като метафората е анализирана през класически и нови теории и концепции, а на базата на водещите типологизации е дадено и собствено определение за визуалната метафора. И тук дисертацията се характеризира с теоретичната си плътност, прави отлично впечатление свободното придвижване на авторката през няколко научни дисциплини и водещите им източници и автори, често в оригинал.

На базата на контентаналитичното изследване върху солиден емпиричен корпус и на количествен и качествен анализ на масива са изведени

тенденции в развитието на използваните визуални метафори в рекламната комуникация, очертани са регионални и географски трендове. Това обемно и репрезентативно за изследване, за което Таня Илиева адаптира собствен алгоритъм и методология, добавя стойност на научния труд, като награжда мултидисциплинарния анализ на сложното и нелинейно визуално развитие на XX век с впечатляващите резултати за тенденции, стилове и подходи, впрочем, резултати, „усвоени“, експлоатирани ефективно в изводите и обобщенията.

Мисленето с метафори и оформянето на реалността, както и функционирането на визуалните тропи в социалния контекст, разгледани през социолингвистична парадигма и през социалния конструктивизъм и неоконструктивизма са предмет на четвъртата глава „СОЦИАЛНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ВИЗУАЛНИТЕ МЕТАФОРИ“. Тук са изведени когнитивните функции на обекта и способността на визуалните метафори да „... създават история благодарение на културната памет“ (с.272), както и механизмите на създаването и разпространението на визуалните стереотипи, тенденциите и ключовите перспективи на XXI век. На терена на печатната реклама и комуникационните функции докторантката доказва своята социално-конструктивистка теза, като извежда участието на визуалните метафори и визуалната реториката във формирането на социалното пространство на миналия век.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- С приложения оригинален научен подход и със задълбочения анализ върху пространни бази данни в широк темпорален и географски обхват;
- Със задълбочените анализи върху диахронното и синхронното развитие на печатната реклама и нейната визуална реторика;

- С разработените типологизации на визуалните метафори и на рекламните продуктови категории;
- С прецизното емпирично проучване по собствена методика, адаптирана към предмета,

настоящият дисертационният труд има определен принос в изследванията по обществени комуникации и информационни науки, по масова комуникация, по графичен дизайн, пресжурналистика, визуална комуникация, по реклама.

В дисертацията са демонстрирани широки и задълбочени проучвания по няколко научни дисциплини, изследователска култура и безспорни познания по изследвания терен, които, заедно с изведените по-горе приноси моменти на изследването, ми дават основания да ПРЕПОРЪЧАМ НА УВАЖАЕМИТЕ ЧЛЕНОВЕ НА НАУЧНОТО ЖУРИ ДА ПРИСЪДЯТ НА ТАНЯ САШКОВА ИЛИЕВА ОБРАЗОВАТЕЛНАТА И НАУЧНА СТЕПЕН „ДОКТОР” ПО ЖУРНАЛИСТИКА – ГРАФИЧЕН ДИЗАЙН В ПРОФЕСИОНАЛНОТО НАПРАВЛЕНИЕ 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ.



Проф. д-р Веселина Вълканова

09.01.2018 г.