

Становище

От: доц. д-р Стела Ангова, УНСС, катедра „Медии и обществени комуникации“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност в СУ 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Култура и медии)

Автор на дисертационния труд: **Лиляна Йорданова Петкова**

Научен ръководител: **проф. д. н. Любомир Стойков**

Тема на дисертационния труд: **„Мода и визуална култура в онлайн пространството. Влияние на социалните мрежи върху трансформациите на стила“**

Динамичното развитие на социалните мрежи повлия върху разпространението на съдържание, бизнес практики и взаимодействие между организации и аудитория. Те все още се разглеждат като ново явление, неприключило своя растеж, и в същото време превърнало се във влиятелен комуникационен и маркетингов инструмент. Изследването на актуален процес в развитие позволява да се твърди, че избраната от Лиляна Петкова тема е актуална и даваща възможност за научни резултати. Тя анализира взаимодействието между модата и социалните мрежи като съвременно явление, изцяло обвързано с виртуалната реалност. Съгласна съм с аргументацията за актуалност, че „комуникационните устройства като смартфони, таблети, лаптопи и всякакъв друг тип компютърни системи улесняват ежедневието на потребителите като скъсяват разстоянието от промотирането на всеки новопроизведен моден артикул до акта на харесване и покупката в разстояние, наричано метафорично „на един клик разстояние“.

Дисертацията е интердисциплинарна – тя обхваща научни полета като медиазнание (социални мрежи), културология (визуална култура) и изкуство (мода). Авторът коректно отбелязва, че работата „не може да бъде категоризирана изцяло в полето на журналистиката или в полето на изкуството, а ги комбинира“. Атрибутите на изследването са прецизно дефинирани. Целта на труда да се определят начините, по които модният бранш и социалните мрежи си взаимодействат и взаимно се променят и дообогатяват е постигната (1) чрез теоретичен обзор на научна литература относно съвременното функциониране на модата и същността на платформите в интернет (226

източника – монографии, научни трудове, студии и статии), (2) анализ на събран емпиричен материал (110 респонденти) и (3) проведени стандартизирани интервюта с експерти (5 български практикуващи модни дизайнери). Водещата изследователска теза, че социалните мрежи влияят върху модните предпочитания, формирането на стила у модните потребители и са основен фактор при избора на модни покупки онлайн е доказана успешно на финала на труда. Работата прави положително впечатление и със съставения речник на специализираните термини, в който са дефинирани ключови думи и словосъчетания, оформящи терминологичния апарат на дисертационния труд, включително и авторския термин „моден гейтकिпър“.

Дисертационният труд предлага теоретични (първа и втора глава) и практико-приложни резултати. По отношение на теоретичната база е извършен анализ и синтез на научни публикации, които засягат темата за модата и медиите и взаимодействието между тях. Важна научна работа е извършена и по дефинирането на социални мрежи и социални медии, доколкото въпросът за терминологичната коректност все още е спорен. Трета глава засяга хай-тек иновациите в модния бизнес, като важна научна работа е извършена по отношение на идентифицирането на новите модни гейткипъри (тейстмейкъри и трендмейкъри) в интернет, както и е представено класифициране на модните блогове и влогове. В последната, четвърта глава, е представено изследване, което търси отговор на въпроса по какъв начин си взаимодействат модата и социалните мрежи в българския интернет. Тази финална глава позволява да бъдат съставени препоръки за изграждане на бизнес стратегии на модния бизнес в социалните мрежи, които имат силна приложимост.

Съгласна съм с изводите, че взаимодействието между модата и социалните мрежи води до сериозна промяна в начина на комуникация и в изразните средства. Бих допълнила, че и редица модни стереотипи бяха преодолені, а ефектът от едно модно ревю може да надхвърли очакванията и да резонира положително към изпълнителя на музиката (напр. случаят с Colors of Africa fashion show и като следствие засиления интерес към южноафриканския дует Mafikizolo). Важен извод е направен и във връзка с това кой определя насоките – както твърди авторът „в наши дни наблюдаваните модни тенденции се зараждат и определят чрез активността в социалните онлайн мрежи – чрез броя на лайковете, импресиите и споделянията“. Дори би могло да се твърди, че социалните мрежи все повече изместват посредничеството на телевизии и модни

списания чрез възможностите за директно послание и удобно онлайн пазаруване. Критично осмислена е появата на модните блогъри (влогъри), като са посочени двете диаметрално противоположни тези за явлението – „не притежават необходимите компетенции, образование и професионален опит“ и „революционизират света на модния бизнес“.

Освен положителния аспект от употребата на социални мрежи в модния бизнес, в работата са посочени и основни критики, свързани с репрезентацията на брандове, личности, стоки и услуги в интернет, а именно негативни практики като плагиатство и употреба на кожи от животни в модното производство.

Положително оценявам и стремежа на автора да погледне в бъдещето и да направи опит за прогноза накъде ще се развие партньорството на модната индустрия и интернет, както и да очертае възможните теми за следващи проучвания. Съгласна съм с формулираните научно-теоретични и научно-приложни приноси, които са прецизно описани и съответстват на извършената работа по дисертационния труд.

Като взимам под внимание актуалното и модерно звучене на дисертацията, прецизният научен подход, увлекателният и изчистен стил на писане, изследователските и аналитични умения, постигнатите резултати, ще гласувам положително за присъждането на образователната и научна степен доктор по научна специалност в СУ 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Култура и медии) на Лиляна Йорданова Петкова за труда ѝ „Мода и визуална култура в онлайн пространството. Влияние на социалните мрежи върху трансформациите на стила“.

27.01.2020

доц. д-р Ст. Ангова

