

СТАНОВИЩЕ

за дисертационния труд на Лиляна Йорданова Петкова на тема :
”Мода и визуална култура в онлайн пространството (Влияние на социалните мрежи върху трансформациите на стила) за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Култура и медии)

**Член на научното жури и научен ръководител:
проф. д.н. Любомир Стойков**

Дисертацията на Лиляна Петкова е посветена на изключително актуални и малко проучвани страни от връзката между модата (в частност модния дизайн) и визуалната култура в онлайн средата. Веднага трябва да се отбележи, че е наистина сериозно предизвикателство да се анализират и систематизират социалните мрежи като ултрамодерен фактор за изграждане на вкус и естетически нагласи, за формирането и налагането на тенденции и нови стилове и не на последно място – за активиране и стимулиране на нови и различни потребителски мотивации и предпочитания.

Представеният за публична защита труд е в обем от 359 страници и включва предговор, четири глави и заключение. Неговата библиография наброява внушителните 226 заглавия, от които 39 са източници на български език, а останалите 187 - на чужди езици. Приложени са също справката за научните приноси и списъкът на публикациите по темата на дисертационния труд. В главния текст са разположени 32 таблици, 21 фигури и 14 диаграми. В края на труда се намира „Речник на специализираните термини” (той съдържа 74 определения и 20 приложения).

Ясно и недвусмислено са формулирани обектът и предметът на дисертацията, коректно е посочена и целта на този труд: дефинирането на начините на взаимодействие между модния бранш и социалните мрежи, редом с изясняването на ефекта от това взаимно влияние. Амбициозна е задачата на докторанта да изясни по какъв начин социалните мрежи в онлайн пространството се отразяват върху трансформациите на различните форми и стилове на облеклото и допълненията.

Авторовата теза е ясно фиксирана: социалните мрежи не само влияят върху модния избор на потребителя, но и са основен фактор за вземане на решение при онлайн пазаруването. Значими са и петте заложи хипотези в предговора (на стр.11).

В първата глава на дисертационния труд компетентно и панорамно е интерпретирана връзката между визуалната култура и модата в облеклото. Още в теоретичното въведение става ясно, че Лиляна Петкова сериозно е проучила **ключови тези и научни възгледи за теоретичните и комуникативни характеристики на визуалната култура, модата и модния дизайн във времето преди възникването и разпространението на социалните онлайн мрежи.** Определено личи познаването на основните възгледи на такива видни културолози, философи, изкуствоведи и културни антрополози, като професорите Джеймс Лул, Едгар Шайн, Сара Чаплин, Николас Мирзоев, Кери Фрийдман, Малкълм Барнард, а също и на схващанията на Клара Сармента, Рикардо Кампос, Бари Сандюел, Джеймс Елкинс и редица още други.

Втората глава е посветена на влиянието на социалните онлайн мрежи върху модата в облеклото. Тук докторантът ясно, стегнато и в същото време **прецизно анализира обхвата и влиянието на социалните медии и социалните мрежи; спира се на основни характеристики на социалните мрежи, както и разглежда социалните медии в процеса на**

ремедиация. От бдителното око на Лиляна Петкова не са убегнали трансформацията на модата в епохата на социалните онлайн мрежи, маркетингът на модни стоки в онлайн средата, както и новите страхове в социалните мрежи. Анализирайки модния маркетинг в мрежовата ситуация, тя маркира по убедителен начин такива водещи негови аспекти, като **електронната търговия, онлайн магазините за мода, комуникационния принос на QR кода, новите технологии за онлайн разпознаване на модни артикули, видео потока на живо, продажбите на модни артикули чрез онлайн платформи и др.**

Докторантът разгръща още по-убедително своите анализаторски и интерпретаторски способности в **трета глава**, в която фокусът му пада върху новите модни гейткипъри (тейстмейкъри и трендмейкъри) в онлайн пространството. Дори напосоки да се вгледаме в някои от изследователските щрихи в тази част на дисертацията, ще констатираме ясно изразеното умение за структуриране и академично прецизиране на новите мрежови феномени, съвсем прясната и недостам изяснена терминология, както и умението да се филтрира важното от маловажното. Това се отнася за начина на **обяснение и дефиниране на модните лидери на влияние, модните блогъри (в т.ч. блоговете за персонален стил, курираните модни блогове, блоговете за модна фотография, блоговете за стрийт стайл мода, блоговете към официалните сайтове на модните брандове и т.н.** Подобна констатация е изцяло валидна и за интерпретирането на модните влогъри – влоговете DIY (направи си сам), влоговете за стил, лайфстайл и мода, стрийт стайл влоговете, влоговете за споделяне на шопинг придобивките и пр.

Вещо и задълбочено е разгледана модната футурология, в т.ч. **умните текстили, концептуалното иновативно облекло, високотехнологичните предпазни дрехи, 3D принтирането, поп-ъп магазините** – при това чрез ясен контекст, логичност и последователност.

Убедително и ефективно Лиляна Петкова се е справила и с изясняването на влиянието на социалните мрежи върху трансформациите на модния стил чрез успешното провеждане на собственото емпирично изследване. Коректността на методиката, въпросите в анкетната карта и изборът на респонденти са въвн от всякакво съмнение. Респект заслужават и водещите изводи от изследването: **Фейсбук и Инстаграм са най-употребяваните социални мрежи от младото българско поколение; Интернет е основен източник на модна информация; българските модни дизайнери гледат на Инстаграм като на своя основна социална мрежа; все още директната онлайн покупка на модни стоки през мрежовите пространства не е приоритетна за родните модни творци и производители (в това отношение Фейсбук е предпочитан лидер за електронна търговия на модни стоки у нас); като цяло социалните мрежи не действат негативно върху модата и модните процеси; както и, че все още съществува неяснота по отношение на перспективите на взаимодействието между модата и социалните мрежи.**

Признавам всички заявени от докторант Петкова приноси – както от научно-теоретичен, така и от научно-приложен характер. Ще открия два от тях – единият е, че за първи път в българската наука е фиксирано и идентифицирано изменението на модата в облеклото и допълненията под въздействието на дигиталните иновации и, че по принципно нов начин е обяснено революционизирането на модния свят с помощта на смарт текстилите и на електронния текстил, т.нар. „е-текстил“. Вторият принос, е че редом с изясняването на феномена мода като визуално изкуство, са дефинирани настъпилите модни промени в ерата на социалните мрежи и мрежовите технологии – при това за пръв път в българските научни изследвания. С уважение следва да се погледне и на новия термин създаден и въведен в научен оборот – „моден гейтकिпър в онлайн общуването“ (стр. 357).

Като научен ръководител на докторант Лиляна Петкова, с удовлетворение ще изтъкна, че тя непрекъснато доусъвършенства своя труд в резултат на колективни и индивидуални препоръки, обсъждания, консултация и не на последно място – на самовзискателност. След вътрешната защита тя направи по-надеждни ограничения в предговора, частично реструктурира първа глава, доупълтни теоретичната част с възгледи на такива ярки философи, културолози и семиотици, като Ролан Барт, например, допълни своите интерпретации и с поглед върху възникването и динамиката на телевизионните лайфстайл предавания през 90-те години у нас. Предпоставка за подобряването на нейния текст бе и редуцията на хипотезите, задълбочаването на анализа в четвърта глава, както и цялостното реконструиране и редактиране на заглавието на труда.

Разбира се, текстът на дисертацията не е съвършен и могат да бъдат отбелязани някои пропуски и грешки – недостатъчната аргументация, прекалената фрагментация, изобилието от чуждици, стилони и стилистични недоглеждания и др. Посочените несъвършенства обаче са от второстепенно естество и не са от кардинално значение за цялостната положителна оценка на представения за защита дисертационен труд.

Въпросите ми към докторанта са:

1. Кои са най-големите рискове от инвазията на социалните мрежи в системата и структурата на съвременния моден дизайн?
2. Как би могла да се предотврати една от нежеланите последици от взаимодействието между социалните мрежи и модата – достигането до точката на пренасищане (има предвид шестия извод от емпиричното изследване на стр. 278)?

Лиляна Петкова ни предлага изследване, което **обогатява медиазнанието, теорията на модата и модния дизайн, теорията и практиката на дигиталните комуникации, модната и лайфстайл**

индустрии, емпиричната културология, маркетинга, комуникационния мениджмънт и др. Вземайки под внимание модерността на този дисертационен труд, неговата задълбоченост и концептуалността, както и значимите изводи и приноси препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор” по научна специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Култура и медии) на Лиляна Йорданова Петкова за нейната дисертация на тема ”Мода и визуална култура в онлайн пространството (Влияние на социалните мрежи дърху трансформациите на стила).

27 януари 2020 г.

Проф. д. н. Любомир Стойков