

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Десислава Любомирова Бошнакова
професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Нов български университет

28.04.2020 година

на докторска дисертация

на докторант Лиляна Загорчева,

с тема на дисертационен труд

„Визуалната репрезентация на данните в обществената комуникация - еволюция, технология и
практики на информационните графики”,

катедра “Комуникация, връзки с обществеността и реклама”,

Факултет по журналистика и масова комуникация,

СУ „Св. Климент Охридски“,

професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки

(Медии и комуникации - връзки с обществеността)

Научен ръководител: доц. д-р Светослава Ковачева

Дисертационният труд е разделен в три глави, придружени от библиография и 125 приложения с общ обем 331 страници. Библиографията съдържа сериозен брой научни източници - 184, като 34 са без изрично посочен автор. Този брой съвсем не е малък, като се има предвид, че дисертацията е научен труд и позоваването на източниците е важна.

В първа глава докторант Загорчева прави преглед на особеностите на инфографиките и приложението им в съвременната комуникационна среда - дефиниране на понятия, история и развитие, контекст на приложение, характеристики и смисъла на инфографичния начин за представяне на информацията.

Втора глава от научния труд е фокусирана върху приложението на инфографиките в инструментариума на пбблик рилейшънс. Цялата втора глава на практика е подточка 5 - от 5.1. до 5.3. Съдържанието е разделено на три важни аспекта - вътрешни комуникации, външни комуникации и комуникациите на НПО. И тук у мен се поражда няколко въпроса. Ако глава ВТОРА е посветена на приложението на инфографиките в ПР - защо отделна част от подточка 5 се фокусира върху НПО? Логично би било да има и отделна част за корпорации,

държавна администрация и т.н. Другият ми въпрос е - 5.1.11 Изводи, 5.2.8 Изводи - защо няма изводи и от 5.3?

В цялата втора глава ми липсва логика и смисленост на подреждане на информацията. И понеже не искам да звуча необосновано ще кажа - инфографиките при специални събития - каква е толкова голямата разлика дали събитията са за вътрешни или външни публики? При разглеждане на събитие за вътрешни публики пише: “компанията избира формата анимирана видеографика”. Това според мен не е сериозен мотив за цяла подточка към подточката за инфографиките и специални събития за вътрешни публики. Няма да правя анализ и за инфографиките за специалните събития за външни публики. Мисля, че в цялата Втора глава липсва яснота за критериите по които да се направи сериозен анализ на връзката между инфографиката в ПР, за смисъла и мястото на визуалната комуникация на данни и числа. И най-вече липсва ми анализ на това, което кара компаниите да отделят все повече и повече усилия и внимание на съдържанието - собствени медии и канали в социалните медии и мрежи, които трябва да се пълнят със съдържание и това съдържание да е атрактивно, така че потребителите първо да го разбират и второ - да искат да го споделят с мрежите си. Няма да скрия учудването си, че има и цяла подточка към подточка - 5.1.7 - посветена на работодателския брандинг и инфографиките.

Разбирам, че цялата тема на дисертацията са инфографиките и те са в центъра на изследователските търсения на докторант Загорчева, но да втърдиш, че инфографиките са инструмент за организиране на специални събития (5.2.5) - според мен е малко прекалено. Искрено се надявам, че това е просто недообмислен подбор на думи, защото много по-приемливо за мен би било приложението на инфографиките в комуникацията с гостите на специално събитие.

Мисля, че в бъдещите си научни разработки докторант Загорчева трябва да отдели по-сериозно внимание на структурата - трите глави би трябвало да са равнопоставени по тежест и брой подточки в тях - Втора глава е само от една подточка - 5.

Трета глава от дисертацията на колежата Загорчева е посветена на авторска типология на инфографичната репрезентация на данни в обществените комуникации. Тук докторантката е разгледала досега съществуващите типологии подточка 6 и е предложила своя в подточка 7. В интерес на прецизността на научното изследване би следвало още в началото да се посочи не просто броят - 5000 инфографиките от цял свят - на анализирани инфографиките, но периодът на тяхното създаване, типа компании, за които са създадени и други характеристики, които да дефинират изследваната извадка от инфографиките. Тази неяснота може да постави под съмнение някои от изводите и мнения, които се споделят в тази най-важна част от дисертацията - авторското изследване. Разбира се, трябва да се открие

изчерпателната типологизация на докторантката и изключителната приложност на работата в практиката на комуникационните експерти през 21 век. И като човек, който е имал уникалния шанс да познава лично шведския учен Ханс Рослинг - мисля, че (аз, разбира се, съм пристрастна) неговият принос във визуализацията на статистически данни е бегло споменат - с.227, без изобщо да бъде спомената дейността на фондацията на Ханс Рослинг - "Гапмайндър" и инструментите, които предлагат за визуализация на данни.

Точно формулирани цели и задачи на дисертацията.

Цел, задачите и методологията на изследването са ясно формулирани в края на увода на страница - 15-16. Изведени са хипотезите.

По-приемливо би било ако има и ясно формулирана теза, която в заключението да бъде аргументирано доказана или отхвърлена.

Степен на познаване на състоянието на проблема и съответствие на използваната литература.

От целия представен за рецензиране докторски труд ясно личи изключително доброто познаване на практическото приложение на инфографиките в съвременните комуникации. Детайлният анализ на визуализацията на информацията от рисунките в пещерите до наши дни е доказателство и за сериозния подход към анализа на проблема. Използваната литература е в съответствие с обхвата на научното изследване.

Коректност при цитирането на представителен брой автори.

Налице. Това, което прави впечатление е използването на дългите URL адреси на интернет източниците, което съвсем лесно може да се избегне като се използва някоя от много възможности за съкращаване на адреси. Другият ми въпрос е защо се използва *ibidem* - вместо българското пак там. Би било по-коректно.

Наличие на обоснован и разработен теоретичен модел на изследването.

Както вече споменах - не е ясен периодът, в който са създадени тези 5000 инфографики, не е ясно от какви компании са създадени и още, което съвсем лесно би могло да се включи.

Съответствие на избраната методология и методика на изследване с поставената цел и задачи на дисертационния труд.

В увода много подробно са представени методите, които ще се използват. Мисля, че работата би спечелила, ако присъстват и в самата подточка 7 или се опише чрез кой метод какво е анализирано. Разбира се, това става ясно за подготвения читател, но малко повече информация за самото изследване само би придало по-голяма научна тежест на работата.

Наличие на собствен принос при събирането и анализирането на емпиричните данни.

Изследването е авторско, коректно и съвместно проведено. Авторската типология на инфографиките е с изключителна практическа стойност и би била полезна за всеки експерт по комуникация днес.

Авторефератът

Авторефератът отразява съдържанието на дисертацията, като съдържа в себе си необходимата информация и акценти от проведеното изследване.

Описание на приносите.

Приносите (четири) са ясно формулирани и представени - с.237 в дисертационния труд и с. 33-34.

Кратка характеристика на естеството и оценка на достоверността на материала, върху който се градят приносите на дисертационния труд.

Личното ми мнение е, че е добре - като комуникационни специалисти - да се въздържа от изрази като “за пръв път в българската наука и практика”, с което започва принос 1 и принос 2. Дори и да е така, което е въпрос на друга дискусия, малко интелектуална скромност няма да навреди никому.

Въздействия на дисертационния труд върху външната среда.

Макар и не особено много на брой – публикациите по дисертационния труд са общо 3 на български език, като за първата посочена в автореферата няма година на издаване и 2 участия в конференции, една от които е международна. Очевен е фактът, че инфографиките са във фокуса не само на научните търсения на докторанта, но и на практическите интереси.

Използване и цитиране от други автори, отзиви в научния печат и др.

Няма данни.

От представения за публична защита текст ясно личи, че докторантът притежава задълбочени теоретични знания по съответната специалност, както и способности за самостоятелни научни изследвания.

Спецификата на темата предполага по-голям брой чужди автори и интернет източници, но това е напълно приемливо, тъй като подборът на източниците отговаря на темата и фокуса на дисертационния труд.

Мнения, препоръки и бележки.

Ще си позволя да дам някои препоръки и да отправя известни забележки.

1. Учудена съм, че при конкретната тема - инфографики и изобщо визуална комуникация в цялата работа няма нито една авторска инфографика, както и не са ползвани такива в самия текст за доказване на тезата, че визуалната комуникация има своите предимства и място в съвременните комуникации.

2. Втора глава би могла да бъде много по-прецизно структурирана и в нея да влязат социалните медии и мрежи, които по мое мнение стимулираха използването на инфографики и визуализация на комуникацията. В цялата втора глава този аспект на съвременните комуникации не се разглежда.

3. Всички адреси на онлайн източници биха могли да бъдат посочени със съкратен адрес, което би направило работата по-прегледна.

4. В съдържанието най-отпред няма посочена част - приложения. А в самите приложения има заглавие, но няма посочен източник и дата.

5. На страница 24 е цитиран Джон Миърман Скот - който на практика е Дейвид Миърман Скот. Също така е добре да спомена, че книгата на Скот, която е цитирана, е и с превод на български език и е добре от научна гледна точка това да се посочи в библиографията.

6. На страница 119 се говори за “контент стратегия”. Мисля, че от гледна точка на научността е добре професионалния жаргон, който използваме в практиката, да не е част от научния текст, защото това е стратегия за съдържание и е редно да се търсят българските термини за професионалната терминология.

7. На страница 199 пише: “Инфографиките, които съдържат цифри” - убедена съм, че става въпрос за числа, защото иначе не откривам причина да разделяме цифрите от буквите. И дори и да изглежда дребнаво, е важно да правим разлика между цифри и числа.

8. На страница 234 - във връзка с “инфографичното ПР съдържание” се говори за аудитория. Поне доколкото аз знам в научните среди в ПР говорим за публики, което би

трябвало да е малко по-конкретно от аудитория. А ако се използва аудитория, то поне би трябвало да бъде целева аудитория.

9. И накрая - много би било хубаво, ако беше включен и анализ на инфографиките, които ПР практиците използват у нас и как същите инфографики влизат в нашите медии.

Заклучение

Искам да се обърна към уважаемите членове на научното жури. Като вземам предвид посочените дотук обстоятелства, с настоящото приемам предложени дисертационен труд на тема „Визуалната репрезентация на данните в обществената комуникация - еволюция, технология и практики на информационните графики” за такъв, който отговаря на формалните критерии, и ще гласувам с „ДА“ - Лиляна Загорчева за придобиване на научната степен „доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации - връзки с обществеността)

28.04.2020 г.

С уважение:.....
проф. д-р Десислава Бошнакова