

## **РЕЦЕНЗИЯ**

**По процедура за придобиване на образователна и научна степен „Доктор”**

**Професионално направление: 8.2.Изобразително изкуство  
Докторска програма „Дизайн“  
Департамент „Дизайн“,НБУ**

**Тема: „ДИГИТАЛНИТЕ МЕДИИ КАТО ФАКТОР  
ЗА ПРОМЯНА НА МОДНАТА ИНДУСТРИЯ”**

**Докторант: Стоян Василев Бунджулов**

**От доц. д-р Анна Цоловска, СУ**

Дисертационният труд се състои от въведение, четири глави, заключение, библиография - общо 172 страници, 61 илюстрации и изображения, 113 източника на използвана литература.

### **Общи бележки за дисертационният труд**

Заглавието на труда е в съответствие с неговото съдържание. Последователността на отделните глави разкрива предмета на анализа, представя хипотезите на автора, които са защитени със съответните теоретични и практически примери.

Целите, формулирани във въведението на дисертационния труд се отнасят към разглежданата тема и притежават яснота и конкретност. Аргументирана е необходимостта от подобна тема и са обособени обекта, предмета и задачите на изследването. Изследването е посветено на влиянието на дигиталната революция върху модната индустрия. В него се проследява процеса от неговото възникване, как се оформя, разгръща и съвременното му

състояние. Правят се прогнози за възможни посоки на бъдещо развитие.

Дисертационният труд притежава висока степен на автентичност и оригиналност. Има силно иновативен характер, тъй като е изключително съвременен като тематика и в нашата научна литература още подобен проблем не е разглеждан.

Трябва да се отбележи, че Стоян Бунджулов е представил труд, който не е компилация или развитие на вече издавани негови трудове. Направил е въвеждане в обществените, икономическите, политическите и културните фактори, отнасящи се към обособяване границите и развитие на дигиталните медии. Разгледал е взаимоотношенията между модните брандове и дигиталните блокове. Авторът е изброил и систематизирал платформи, блокове и онлайн пространства, свързващи потребителя и модните „трендсетъри“. Опитал се е да вникне в логиката на структурата и „добрите практики“ при изследване и разработване на онлайн базирани блокове. Разгледал е и е разяснил основни понятия и термини. Трудът му съдържа подробен анализ на създаването на „дигиталната биосфера“ и функционирането и в полето на съвременния потребител.

Интересна теза, която авторът ни предлага, и която е в основата на дисертационния труд се основава на възгледа, че модата, направлявана не само от тенденциите в модната индустрия, но и от модните блокове и останалите „нови медии“, които се появяват външно на традиционните медии, са радикално променящо нововъведение в социалната динамика на масовите медии и съответно модното потребление в съвременното общество.

Самото заглавие на дисертацията е поставено в отговор на актуалната ситуация, която проблематизира това ново поведение в модната индустрия. Фокусът е съсредоточен върху дигиталните медии като фактор в тази индустрия. С цялата си работа Бунджулов иска да ни изясни механизма им на действие, връзките с останалите медии и перспективите на развитие в областта на модната индустрия.

В първа глава на дисертацията авторът прави една историческа ретроспекция, в която да изясни предпоставките, необходими за възникване на онлайн базирани платформи за мода.

Визията, в която ни въвежда се основава на концепцията моден бизнес под диктата на блогъри – „ново поколение медийни пропагандисти“ както са наречени от, *Юлий Зив, генерален директор на компанията Style Coalition.*

Докторантът отбелязва, че първите редове на модните ревюта са окупирани от модни блогъри. Изказва мнение, че дизайнерите и фирмите за мода демонстрират все по-голямо желание да си сътрудничат с тях. Намира причината, поради която потребителският интерес към модните блогове нараства в „превръщането на модата в достъпна“ и смята, че това се дължи на това, че моделите се представят от самите модни блогъри. Запознава ни с новопоявилата се професия в областта на модата - моден блогър. Лансира позицията, че „гласът на модата“ е човек, който в своя блог или сайт споделя възгледите си за мода и стил, представя себе си, облечен в съответствие с позициите си и свободно публикува своето лично мнение относно мода и вкус, и дори превръща несъответствието с каноните в следваща крачка в историята на модата.

Бунджулов ни доказва много убедително, че заради своето непосредствено въздействие и особено поради популярността,

която получават следствие от характера на този вид медийна култура, „блогърите могат да се нарекат *trendsetter*-и“, т.е. хора, които диктуват мода, на чийто стил се подражава. Той ни разкрива произхода на тези образи, които преди са били главно известни артисти и модели или известни светски лица, докато в момента интернет дава възможност да се „прослави всеки, който притежава индивидуалност и интересен стил“ и, разбира се, правилна стратегия. Така докторантът прави извода, че създаването на моден блог е не „просто хоби“, а един от начините да се повлияе на цялата модна индустрия. Набляга на зависимостта между популярни блогъри и потребители, както и на новосъздадената тенденция дизайнерите да черпят вдъхновение от личните стилове на блогърите. Дава за пример, че брандове като *H&M*, *Mango*, *Guess* и дори *Louis Vuitton* работят с известни блогъри като Браян Бой, Кенза Зоутен, Елън Клинг и др. След това отбелязва огромното влияние, което модните блогъри и техните блогове или както докторантът ги определя като „модни редактори“ с мултимилionна онлайн аудитория имат. Мнението им е издигнато в култ от техните последователи. Стартиралите като хоби от любов към модата блогове се превръщат в бизнес и източник на доходи. Тоест те се превръщат в продукт, което е следващата добре защитена теза в дисертацията.

Докторантът ни предоставя факти, които показват, че от самото начало на създаването на модните блогове, тяхната популярност нараства до такава степен, че „лицата, които стоят зад тях, придобиват статут на знаменитости с твърде голямо влияние сред потребителите“. Следствие на това прави извода, че дигиталните медии са причина за появата на новата професия - моден блогър. В дисертацията се анализира подробно тази нова ниша в модния сектор, която дава огромни възможности за реклама и медийна заетост. Традиционните средства са изместени.

Успешното общуване на блогъра с модните марки води до платени постове и реклами, което представлява така наречената „монетизация“ и е нов етап от съвременната реалност.

От анализа на текста на дисертационния труд става ясно, че при неговото създаване е използвана значителна по обем литература, която намира коректно място в текста на дисертацията. Литературата, използвана в дисертационния труд съответства на предмета и обекта на изследването, както и на поставените от автора в отделните глави на труда проблеми. Общият обем на използваната литература е 39 броя издания от различен времеви период и 74 интернет източника.

Използваните Интернет източници са от специализирани сайтове, което значително повишава тяхното значение при използването в дисертационния труд.

Подбраните илюстрации към дисертационния труд ясно характеризират тенденциите в практиката на водещите световни дизайнери и блогъри.

### **Актуалност и значимост на проблема в научно и научно-приложено отношение**

Според мен най-интересно е, че докторантът е успял да изясни двете понятия - потребителско изживяване (*UX*) и потребителски интерфейс (*UI*). Включил е към потребителското изживяване проучването, целите и методиките на поведение и реакцията на потребителя, и ни показва много успешно как потребителския интерфейс превръща тези „проучвания“ във визуални решения.

### **Теоретичен модел и методика на изследването**

Дисертационният труд има интердисциплинарен характер. Предвид динамиката и необятността на дигиталния подем е

направен времеви и културологичен анализ на утвърдени практики и технически платформи.

При разработването на дисертацията е използван системен подход за решаване на проблемите. Приложени са методи на проучване, анализ и синтез, сравнение и обобщение, дедукция и индукция. Застъпени са сравнителният анализ и историко-хронологичният метод.

### **Автентичност на материала и оригиналност на решенията**

На основата на направения анализ на прилаганите в дисертационния труд теоретични и практически подходи мога да кажа, че представените в дисертацията решения имат значително авторско участие, притежават висока степен на оригиналност и практическа приложимост.

Значителен е собственият принос на Стоян Бунджулов при събирането и анализа на данните, както и тяхната адаптация към целите и задачите на изследването.

Разглежданите методи са творчески развити, като тяхното приложение е разширено и отнесено към сферата на модата и дизайна.

### **Нови изследователски модели**

Представеният дисертационен труд ми дава основание да твърдя, че той съдържа значителен потенциал за развитие на заложените в него идеи.

### **Научни приноси**

- предприето е самостоятелно комплексно проучване на възникването, развитието и налагането на дигиталните модни блокове и платформи за онлайн търговия
- изследвани са потребителската логика и начина на дизайнерското мислене, в посока потребителско изживяване

- изчерпателно са разяснени нови изрази и понятия, използвани за потребителски интерфейс и потребителско изживяване
- направен е детайлен критичен анализ на онлайн криейтив рекламни кампании;
- разгледани са промените и развитието в социалния и артистичен начин на онлайн изразяване на водещите личности в модната и социалната блогсфера

Забележката ми към докторанта е, че трудът му подлежи на сериозни стилистически и граматически корекции!

Докторантът е представил необходимия брой публикации подкрепящи изследването му.

#### **Заключение и предложение**

Дисертационният труд представлява интересно и пълноценно научно изследване, имащо както теоретично, така и важно практическо значение. Той отговаря на изискванията за научен труд.

Предлагам на уважаемите членове на Научното жури да бъде присъдена образователната и научна степен „ДОКТОР” на **Стоян Василев Бунджулов**.

**Рецензент: доц. Д-р Анна Цоловска**

**05.11.2018**