



СТАНОВИЩЕ¹

от доц. д-р **Димитрина Стефанова**, Югозападен университет „Неофит Рилски“, Благоевград за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ в по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – визуална комуникация.)

с дисертационен труд на тема: **„Визуална комуникация и дигитална среда. Контент мениджмънт, информационна архитектура и дизайн на онлайн медиите – комуникация и достъпност”**, представен от **Ивета Ванелинова Йорданова-Анева**, редовен докторант в катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“ на Факултета по журналистика и масова комуникация с научен ръководител: **Проф. д-р Веселина Вълканова**

I. Оценка на качествата на дисертационния текст

Дисертацията се състои от увод, три основни глави, заключение, приноси, библиография и приложения, общо 259 стр. Библиографският списък е съставен от 126 източника, от които 60 на български език и 66 на английски език.

Съдържателният анализ на дисертацията разкрива детайлно разбиране на многопластовите компоненти на визуалната комуникация в дигиталната среда. Разгледана като основен аспект за влияние на възприятието, инструмент за въздействие и манипулация и дизайн, темата се вписва в актуалния формат на комплексното общество, което оперира с комплексни форми на комуникация. Визуалната комуникация като самостоятелна област в комуникационните изследвания е сравнително нова научна дисциплина, която все още търси по-задълбочени и комплексни подходи за анализ на визуалния дизайн и въздействието му върху аудиторията. Търсенето и налагането на визуална култура в онлайн медиите подчертава важноста от систематично проучване в това отношение.

В уводната част аргументирано е обосновава необходимостта и мотивите за всестраниното изследване по избраната тема. Ясно са очертани основната цел и задачи, предметът и обектът на изследването и научната теза.

Направеният литературен обзор в първа глава изяснява теоретичните основи на влиянието на визуалната комуникация върху аудиторията, с фокус върху нейната роля в масовата комуникация и дигиталната медийна среда. Анализирани са когнитивните процеси на възприемане, памет и внимание, които определят начина, по който се възприема визуалната информация. В допълнение се извеждат водещи концепции за потребителско възприемане като основа за анализ на онлайн медии и оценка на дизайна, цветове, типография и навигация. Добро впечатление правят изводите, които са базирани върху концептуалните виждания както на световни, така и на български изследователи по темата, което показва, че докторантката притежава висока информационна култура и отлична теоретична подготовка и прави мотивирани оценки по разглежданите проблеми.

¹ Забележка: Текстът в курсив предлага опорни точки за оценка на изследователските резултати. Препоръчителен обем на становището – 2-3 стандартни страници



Втора и трета глава са теоретико-емпирични. В методологическо отношение критериите са научнообосновани, емпиричните данни са коректно събрани, обработени и анализирани от селектираните сайтове. Представени са резултати от контент анализ на 30 от най-посещаваните български онлайн медии. Релевантно е използван подход за изследване на нивото им на достъпност чрез специализираните инструменти като Accessibility checker и WAVE. Систематичният подход и анализ на визуалните елементи идентифицират конкретни аспекти в техния дизайн, свързани с възпрепятстване на достъпа на хора със зрителни нарушения. Резултатите от изследването отчитат значителен напредък в дигиталните технологии и дизайна на визуалното оформление на редица онлайн медии в България, но също и изоставане спрямо съвременните тенденции и принципи за психологическо въздействие върху потребителя. Доказва се, че често медийните уебсайтове са визуално претоварени с прекомерно използване на реклами, цветове и изображения. Наслаждането им върху епистоларния елемент нарушава визуалния баланс и затруднява потребителското възприятие. Въпреки това самите потребители не са особено критични в това отношение, защото се съсредоточават върху съдържанието.

Изводите направени в дисертационното изследване кореспондират с формулираната теоретична рамка в областта на дизайна и информационната архитектура и допълват утвърдени постановки, свързани с ефективността на визуалната комуникация в цифровата среда. Съдържателната и комуникационна специфика на разгледаните примери и критичният подход към ефективността на визуалната комуникация са от ключово значение за непрекъснато осъвременяване на стратегиите с цел приоритетно адаптиране на онлайн медиите към бързо променящите се технологични и социални реалности. Въпреки ограниченията на изследването, постигнатите резултати дават ценни теоретични и приложни изводи за прецизно композиране на визуален дизайн и създаване на по-достъпни медийни платформи, които отчитат разнообразието на потребителските нужди, включително на хора със зрителни увреждания.

II. Приноси на дисертационното изследване

Дисертационният труд представлява интердисциплинарно изследване, което се намира в пресечна точка между управленски, комуникационни и психологически дисциплини, като подчертава многопластовия характер на визуалната комуникация и връзката между информационна архитектура и дизайн и тяхното влияние върху възприятието и достъпността на съдържанието от различни потребителски групи. В този контекст подкрепям приносите на дисертационния труд и ги приемам като научно-приложни постижения с реална възможностите за използване в практиката.

III. Бележки и препоръки

Бележки нямам. Дисертационният труд притежава теоретични и практически качества с приносен характер, които биха били полезни за по-широк кръг от читатели и след известна редакция да бъде препоръчван да бъде публикуван.

IV. Публикации и участия в научни форуми

Авторефератът адекватно обобщава съдържанието на дисертацията и приносите ѝ. Докторантката представя три самостоятелни публикации в авторитетни издания, които отразяват различни аспекти от изследването. С това са изпълнени изискванията на Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски”



за апробиране и оповестяване на резултатите от изследването според чл. 5, т. 5 и дали са покрити минималните национални изисквания по чл. 63, ал. 1, т. 4 и чл. 69, ал. 3.

V. Заключение

Дисертационният труд „Визуална комуникация и дигитална среда. Контент мениджмънт, информационна архитектура и дизайн на онлайн медиите – комуникация и достъпност“ представлява завършена разработка, посветена на динамичната област с оригинален научно-приложен принос.

Докторантката Ивета Ванелинова Йорданова-Анева демонстрира висока информационна култура, отлична теоретична подготовка и прецизирани изводи по разглежданите проблеми. Дисертационният труд, автореферат, справката за приносите и научните публикации отразяват перспективите, моделите на дизайн, възприятие и приложение на визуалните комуникации и отговарят на изискванията на ЗРАСРБ и Правилника на Софийския университет за придобиване на ОНС „доктор“

Предвид гореизложеното, предлагам на уважаемото научното жури да присъди на Ивета Ванелинова Йорданова-Анева образователна и научната степен „доктор“ по ПН 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“ (Медии и комуникации – Визуална комуникация) и ще гласувам убедено „ЗА“ това предложение.

Дата: 24.04.2025 г.

Член на журито:

/доц. д-р Димитрина Стефанова/