

## СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Невелина Попова,  
преподавател по кинодраматургия в НБУ (професионално направление 8.4. Театрално и  
филмово изкуство (Кинознание, киноизкуство и телевизия)

за дисертационния труд  
на **Ангел Коцев**

за получаване на научната и образователна степен „доктор”  
по научната специалност „Кинознание, киноизкуство и телевизия” (05.08.03)  
Професионално направление 8.4. *Театрално и филмово изкуство*

на тема

**„Тенденции в развитието на българската рекламна фотография  
в периода 2000 – 2017 година”**

Дисертационният труд на Ангел Коцев, посветен на рекламната фотография, ме впечатли от пръв поглед със своя обем. Основният текст е 256 страници, много добре структуриран, в четири части, с увод, заключение и сериозна библиография от над 50 заглавия – на кирилица, латиница и от интернет източници. Освен автореферата докторантът представя и богато приложение от интервюта с различни професионалисти и избрани награждавани рекламни фотографии. Обемът, разбира се, не е основен показател; нагледала съм се през годините на многословни наукообразни текстове. Затова истински се зарадвах на срещата си с работата на Ангел Коцев. Той бързо въвежда своя читател в същината на своя труд, с мащаба, професионализма и прецизността, характерни за цялата дисертация.

### **Значимост на изследвания проблем в научно и научно-приложно отношение.**

Така зададената тема на дисертацията е безспорно значима – и като възможност за теоретична разработка, и като изследване, насочено към практиката, очертаващо спецификите и посоките на една динамично развиваща се област, подвластна на множество фактори. Рекламната фотография вече 120 години е неизменна част от съвременната цивилизация и в частност от нашия български културен пейзаж. Липсата на

едно систематизирано изследване на нейното състояние в цялата му сложност, като историческо развитие и като реален работен процес е очевидна. Изследването на Ангел Коцев запълва тази празнина. Той ни превежда през различни етапи от развитието на рекламната фотография в най-широк контекст, обобщава световните тенденции от началото на 20 век, за да стигне до българската история на рекламната фотография. През 50-те и 60-те години на миналия век, тя обслужва предимно некомерсиалните и пропагандните нужди на социалистическото общество и това продължава и в следващите две десетилетия, през които обаче започват да се оформят професионални общности в тази сфера, но те все още нямат професионализма и нужната свобода на изказ, характерни за западните общества. Съществената промяна настъпва след 1989 година, когато и у нас се появяват множество рекламни агенции и филиали на най-големите световни имена в този бранш. Това създава сериозни предпоставки за промяна в самия работен процес, за постигане на съизмеримост на нашите реклами със световните. Дигитализацията и важните технологични промени в световен мащаб, най-вече навлизането на интернет във всички сфери на живота от началото на новото хилядолетие предопределят новия етап и новата динамика в развитието на рекламната фотография, което именно е обект на това изследване. В тези процеси актуализирането на понятийния апарат, което Ангел Коцев прави, е също от изключително значение и то е насочено директно към практиката на професионалните фотографи и рекламисти.

### **Обоснованост на целите и задачите в дисертационния труд.**

Целите и задачите на изследването са много добре формулирани и са дълбинно свързани с основната изследователска хипотеза на този труд, според която фотографският образ в рекламата е част от сложен работен процес, върху който влияят множество фактори. Четирите обособени цели с впечатляваща яснота насочват към сериозния анализ, както на влиянието върху фотографския образ на различните тенденции в изкуството, фотографията и рекламата през различните периоди – до 2000 година и след това, така и на цялостния работен процес в неговата последователност, на ролята и характеристиките на фотографския образ и на работата на фотографа в този процес; последната четвърта цел е свързана с анализа на най-актуалните процеси в поръчковата фотография, на предизвикателствата от страна на имидж банките в световен и локален мащаб.

### **Съответствие между избраната методология и методика на изследване и поставената цел и задачи на дисертационния труд.**

Като основни методи на изследователската работа са заявени съпоставителният анализ, съдържателният анализ и дълбочинният анализ на интервюта на български рекламни фотографи и творчески директори и водещи рекламни агенции в България. Тук авторът би могъл да направи малки доуточнения. Преди интервютата и рекламите да се добави основният обект на изследването, а именно – тенденциите и самите процеси, защото тези видове анализ са насочени към тях и те ще се търсят и анализират в основния текст - на базата на интервютата и конкретните наградени реклами. Би могло да се подчертае и интердисциплинарният характер на изследването.

### **Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд (описание и оценка), включително наличие на оригинален принос в науката.**

За мен научните и научно-приложните приноси на този труд са очевидни. Самият автор с характерната за него яснота и дълбочина ги е систематизирал и формулирал много добре в шест точки. Наистина за пръв път в България се систематизира огромно количество информация в исторически план – за развитието на рекламната фотография от нейното създаване до днешния ден. За пръв път в нашата научна литература се навлиза изчерпателно в основните характеристики на рекламния работен процес, като се търси връзката на този процес с рекламния фотографски образ. За пръв път се изследват в дълбочина жанровите и стилните характеристики на този образ, неговата обусловеност от протичащите процеси и тенденции в изобразителните изкуства и фотографията в световен мащаб, за пръв път се анализира ролята на рекламния фотограф за оформянето на окончателната рекламна визия и послание. Това изследване е и първият опит да се навлезе и очертае с професионална вещина самия процес на изработване на фотографската рекламна снимка. Съществени за историческата ни културна памет като конкретно свидетелство са и формулираните като шести принос множество интервюта с водещи рекламни фотографи и директори на рекламни агенции. Самото приложение с тези интервюта и рекламни фотографии е впечатляващо като конкретен материал, прецизно представен и много интересен за четене, гледане и анализ.

Мисля, че особено приноси за практиката са и ясно формулираните изводи от

дисертационния труд, насочени към същността на работния процес в рекламната фотография, към осмислянето на самия фотографски образ, към неговата обусловеност от различните културни и социални фактори, към формулирането в дълбочина и детайлно на различните функционалности на този образ, както и на ролята на рекламния фотограф като изпълнител, съавтор и създател на рекламната идея.

**Преценка на публикациите по дисертационния труд: брой, характер на изданията, в които са публикувани. Цитиране от други автори, отзиви в научния печат и др.**

Мисля, че двете публикации на Ангел Коцев в авторитетното научно списание на НБУ „Следва” са достатъчно сериозни и представителни за нивото на младия автор. Естествено е на този ранен етап от неговата преподавателска и научна кариера те да не са многобройни, както и засега той да не е цитиран в други научни изследвания. Това лично за мен съвсем не омаловажава качествата и мащаба на неговия труд.

**Мнения, препоръки и бележки.**

Както вече неведнъж подчертах, аз наистина съм респектирана от качествата и мащаба на този дисертационен труд. Ангел Коцев се разкрива с цялата си посветена работа като високоерудирани, мащабно мислещ млад автор, с широки интереси и познания, както в конкретната професионална област, така и в различните сфери на днешния социален, икономически и културен живот, със задълбочени познания за историята и тенденциите в изкуството. Сигурна съм, че той е добър и обичан преподавател. Личните ми впечатления, доколкото ги имам, са за един ведър, деликатен, прецизен в работата си и отговорен млад човек, на когото може да се разчита и от когото нашият департамент има нужда.

Специално искам да поздравя научния му ръководител доц. д-р Динамир Предев за сериозното ръководство на този труд, за прецизното му структуриране и разгръщане на изследователската мисъл в детайли и дълбочина.

Очаквам с нетърпение книгата, която Ангел Коцев ще направи на базата на дисертационния си труд. Тя ще бъде и чудесен учебник за студентите по реклама и фотография, и интересно четиво не само за професионалистите, но и за всички, които следят процесите в съвременното изкуство.

**Заключение с ясно формулирана положителна или отрицателна оценка на дисертационния труд.**

След всичко казано дотук, с цялата си подкрепа за този талантлив млад човек, аз убедено гласувам Ангел Коцев да получи научната и образователна степен „доктор” и гласувам „Да”.

30. 10. 2019 г.

Доц. д-р Невелина Попова