

ДО НХА

СТАНОВИЩЕ

ОТ ПРОФ. Д-Р НИКОЛАЙ НИКОЛОВ МЛАДЕНОВ,
КАТЕДРА „ПЛАКАТ И ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ“, НХА
ПО КОНКУРС ЗА ЗАЕМАНЕ НА АКАДЕМИЧНАТА
ДЛЪЖНОСТ „ПРОФЕСОР“ В ПРОФЕСИОНАЛНО
НАПРАВЛЕНИЕ НА ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ

8.2. ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО

(„РЕКЛАМЕН ДИЗАЙН“)

С ЕДИНСТВЕН КАНДИДАТ ТАТЯНА НИКИФОРОВА СТОИЧКОВА

От биографичната справка на единствения участник в конкурса – доц. д-р Татяна Стоичкова е видно, че през етапите на своето следване, преподавателят в специалност „Рекламен дизайн“ е придобил необходимия образователен ценз, първо като бакалавър и магистър със специалност културология и естетика в Хумболтовия университет, Берлин през 1978 година, а през 1991 е защитила докторска степен пред ВАК с тема „Влияние на научно-техническата революция върху изкуството“. Непосредствено след това специализира културна политика и мениджмънт в Будапеща. През цялото си професионално развитие се е занимавала с научна и преподавателска дейност, първо в Института по култура; Института по културознание; Югозападния университет „Неофит Рилски“, Благоевград, където от 2003 година става доцент, както и в АМТИИ „Проф. Асен

Диамандиев“, Пловдив. От 2015 година е доцент в НХА, като преподава реклама на бакалавърските курсове и маркетинг на магистрите от специалност „Рекламен дизайн“. Освен това води и часове по артмениджмънт на общия академичен поток.

През годините след придобиването на научно звание/длъжност доцент, има множество участия в научни конференции и семинари. Ръководила е и участвала в изследователски проекти. Има десетки публикации в наши и чужди издания.

От таблицата за минималните изисквани точки по групи и показатели за академичната длъжност професор е видно, че кандидатът ги покрива.

Като основен хабилизационен труд – публикувана монография в съответната научна област, кандидатът ни представя „Маркетингови и рекламни стратегии в изкуствата“, издание на НХА от 2020 година.

Бих отчел, не на последно място и административната дейност на доц. д-р Стоичкова, най-вече като втори мандат ръководител на катедра „Рекламен дизайн“ в НХА, както и с организационна работа свързана с проекти по научната и художественотворческа дейност.

Към представените основни материали за становище, само ще отбележа: Хабилизационният труд съдържа две основни части, които от своя страна съдържат – Първа част: 1. Маркетинг в изкуствата. Въведение; 2. Публиката с променящ се статус; 3. Творчески продукт и програмиране; 4.

Комуникационна политика, имидж и популяризиране и във Втората част: 5. Необходимост от изграждане на марка в музея; 6. Имидж и бранд на „Пловдив 2019“; 7. Реклама, поп и изкуство.

Няма подробно да се спирам и анализирам тази книга, защото смятам кандидатурата на доц. Стоичкова за цялостна и всеки един компонент за важен, като най-важният за мен е натрупания стаж и опит на подобна преподавателска длъжност и дългогодишната научна работа в тази посока. И

макар ролята на маркетинга и комуникациите в областта на изкуството и рекламата са сравнително нови за нас и свързани с политическите и социални промени, то като се замислим тези промени са на над 30 години. Трийсет години са цял период на професионално развитие и реализация. Доц. Стоичкова се е развивала успоредно на тази нова за нас сфера на познанието, тя всъщност я е развивала, като един от малкото първопроходци.

Отбелязвам и представената в допълнение и под печат, нова авторска книга на кандидата – „Реклама & изкуство“, което още веднъж доказва последователността в намеренията и резултатите на доц. Стоичкова.

Както споменах, аз няма да се спирам аналитично на представените ни теоретични трудове, това е нелеката задача за рецензентите, които ще ни запознаят със своята оценка по-задълбочено.

Накрая не мога да не отбележа, моите колебания и въпроси относно обявения конкурс и настоящата кандидатура, на които не можах да намеря отговор. Ако бях външен наблюдател, бих решил, че конкурсът е за преподавател-практик, художник-дизайнер занимаващ се с проектиране на рекламни продукти. До колкото разбирам, основните практически дисциплини в специалност „Рекламен дизайн“ са пространствен дизайн и графичен дизайн, а наименованието на специалността е обобщаващо. Така се нарича и основната дисциплина в магистърската степен и по нея явно преподават и практики, и теоретици. Тогава последно си задавам въпроса – какво би станало, ако на конкурса за професор по „Рекламен дизайн“ се бяха появили колеги практики, а не теоретик от друго направление. Те трябваше ли да бъдат отхвърлени по документи или журито щеше да ги оценява. И още – при положение, че явно е необходим преподавател по теория, а конкурсът бе спечелен от практик? Може би това са несъществени в момента неща, но биха могли да бъдат проблем, при друго стечение на обстоятелствата.

След отбелязаното, макар и накратко, бих подкрепил избора на единствения представил се кандидат доц. д-р Татяна Никифорова Стоичкова за длъжността професор по рекламен дизайн в катедра „Рекламен дизайн“ на НХА.

07 септември 2021

проф. д-р Николай Младенов