

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Теодора Петрова

за дисертационния труд „Репрезентациите на жените в рекламата – комуникативни и семиотични аспекти“ **на Даниела Вълева** за присъждане на образователната и научна степен “**доктор**” в професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки, научна специалност –Реклама

Общи данни за докторантката

Даниела Василева Вълева е зачислена в редовна форма на обучение за докторантура към ФЖМК-СУ в професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки, научна специалност –Реклама. Тя е отчислена с право на защита от катедар КВОР. Научното жури за публичната защита на докторантката е утвърдено със Заповед № РД 38-208/17.04.2019 г. на основание чл.4 от Закона за развитието на академичния състав на Република България.

Даниела Вълева е филолог по образование и работи като преводач и преподавател по английски език. Има магистърска степен по „Семиотика, език и реклама” към ФКНФ – СУ. Настоящата рецензия на дисертационния труд на Даниела Вълева „Репрезентациите на жените в рекламата – комуникативни и семиотични аспекти“ с научен ръководител проф. д-р Христо Кафтанджиев е върху представен за защита дисертационен труд, който отговаря на изискванията на ЗРАСРБ.

Актуалност на тема и обща характеристика на дисертацията

Избраната от Даниела Вълева тема е интердисциплинарна по своя характер. Това е и изследователският подход, който докторантката е избрала при разработката на дисертационния си труд. Представеният за защита дисертационен труд е посветен на формулираната в заглавието тема „Репрезентациите на жените в рекламата – комуникативни и семиотични аспекти“.

Докторантката е насочила вниманието си към историческото развитие на феминизма, теория на рекламата и семиотиката и изследва подбрани от нея реклами по определена

класификация. Интерпретирани са комуникирани образи на жените в рекламите и маркетинговите комуникации от страна на рекламистите. Трудът е в областта на рекламата и по-точно в семиотика на рекламата. Изследването си върху комуникативните аспекти на присъствието на жените в рекламата на базата на избрани от докторантката билборд реклами.

Ще кажа, че приемам така озаглавената дисертация и че тя отговаря на проблематиката, изведена в заглавието на дисертационния труд. Темата на дисертацията е актуална и важна, защото жените имат определена социална роля в обществото, заедно с това, те имат определено налаган от рекламистите, медиите, социалните движения, художниците и творците образи и стереотипи, джендър подходи и тълкувания на ролята на отделните полове в обществото, наложили се през различните векове образи за красота и социални стереотипи. Подходите към двата пола винаги са занимавали изследователите, като една част от тези изследователи са рекламистите.

Докторантката се опитва да въведе в текста на дисертацията историческото развитие на борбата на жените за равенство на половете чрез развитието на феминистките движения в САЩ и Европа. Не винаги феминизмът е равен на джендър движенията и движенията за правата на жените в различни социални полета- равенство на труд, здравни и социални права и др., равенство и баланс на половете в различните сфери на обществения живот. Понякога той отразява социални нагласи, но феминизмът има определени характеристики, цели на движенията в различните епохи. Въпреки, че има изследвания и добри анализи на феминизма, и правата на жените, докторантката търси свой дискурс. Всеки един нов дискурс на изследванията за мястото на жените в обществото, както и тяхната репрезентация в рекламите, допринася към изследванията на мястото на жената и нейното представяне в обществото не само като образ. Докторантката се е насочила към анализ на представяне на жените в рекламата и тяхната репрезентация в различни роли чрез рекламите. Разработката на дисертационен труд изисква още умения за анализ, умения за провеждане на собствено изследване. За мен текстът би спечелил, ако има по-ясна връзка между първата и другите глави на текста.

Добре е за целите на един дисертационен труд, анализът да бъде ограничаван, да има описан изследователски проблем и ясни ограничения при избора на предмета или подбора на илюстративния материал. В това изследване тя е избрала показатели (по проф. Кафтанджиев) като разположение на образите на жените в кадъра на рекламата, възрастов признак, външен вид и др и достига до следното: „В почти всички реклами (93) фигурират изцяло млади жени и само в 3 – по-възрастни дами, като в една от тях тя дори не е централна фигура. В 78 от рекламите изобразените жени са видимо слаби и само в 2 има представени по-закръглени жени.”, категорията „Инструменталност”, “Принизяване до тялото“, „Принизяване до външен вид” и др.

Освен текста на дисертацията, докторантката има публикации, свързани с изследваната област, които показват професионална и научна експертиза.

Тя е автор на „Semiotic Analysis of Female Representation in Advertisements”, в „XIII конференция на нехабилитираните преподаватели и докторанти от Факултета по класически и нови филологии 2016”; “Powerful Images of Women in Advertising – A Semiotic Perspective” и „Сексуална обективизация на жените в кампанията на Tom Ford Есен/ Зима 2017“. Докторантката е участвала и в две научни конференции

Структура и съдържание на дисертацията

Дисертационният труд е разделен в три глави придружени от библиография. Той е с общ обем обем от 286 страници и общ брой анализирани рекламни изображения и снимков материал – 184, като 100 от тях са билборд реклами и са част от собствено авторско изследване. Структурата на дисертационния труд включва увод, три глави и библиография. Използвани са български и чужди източници и рекламни сайтове. В първата глава В първа глава Даниела анализира развитието на феминизма. След това докторантката се насочва към очертаване на женските роли в рекламите и тяхната стереотипизация, като във втората глава от научния труд рекламите са изследвани от семиотична гледна точка. В трета глава от труда са изследвани и анализирани образите на жените в около 100 билборда за периода 2017-2018 година.

Приноси и приносни моменти

В дисертационния труд би трябвало да личи авторовият анализ, умението да се обобщават от докторанта тези на изследователи, които са използвани. Докторантката е

приела историческо- описателен подход. Като постижения на текста бих подчертала използваните източници на английски език върху които е изграден текста, както и извършена събирателска дейност. Интересен и приносен е анализът на комуникативните аспекти на рекламите с образите на жени на основата на направеното авторско изследване.

Препоръки към докторанта по темата на дисертацията.

Разбира се, всеки текст може да бъде подобряван. Той би могъл да се съобрази с направените на вътрешното обсъждане забележки, при желание от страна на докторантката. Текстът би бил по- добър с очертаване на целите и задачите на изследването, както и хипотезата на докторантката. Текстът би спечелил, ако върху даден изследователски проблем следват анализите на докторантката, очертана връзката между отделните изследователски полета. Мисля, че връзката между отделните глави може да бъде засилена. Изследването на конкретните реклами е нейното авторско изследване, но в текста на цялата дисертацията и на базата на изследването е добре да бъдат изведени и очертани анализите и обобщенията на общия текст на дисертацията.

Смятам, че на места би могла да се избегне известна описателност и констативност. Би могло да се отдели внимание на по- прецизно оформяне и цитиране при използването на илюстративния материал, който е част от текста на разработката. (цитиране на линка от който е взета рекламата в текста под рекламата, а не като източник и др).

„Трудът”, според докторантката „проследява статута на жената в обществото и семейството, и промените, които настъпват в него през 20 век до днешни дни. Разглеждат се и различни семиотични похвати и изследвания, които могат да бъдат приложени при изучаването на реклами и начина им на представяне на жените”. Това би могло да бъде очертано в изследователските цели и задачи на дисертацията.

Авторефератът отразява най- общо дисертационния труд, но той би трябвало да отговаря на общоприетите изисквания с очертавани на цели, задачи и параметри на изследването, както и очертаване на приносите, според докторантката.

Имам въпрос към Даниела. Тя е отделила много място на феминистките движения в САЩ и Европа. В третата глава има текст за България. В третата глава е изследвала в авторско

изследване билборд рекламите в България. „Къде е очертана и каква е връзката между първата глава, която е в значителен обем и останалите глави на изследването?“. Както е причината, че не са включени редица изследвания на български, а и чужди автори по темата?”

Заклучение

Представената докторска дисертация е научно изследване, което показва постигнатото от докторантката Даниела Вълева. Дисертацията отразява нейните теоретични знания и уменията да бъде проведено авторско изследване в областта на рекламата. Като изхождам от постигнатото в текста и подчертавам достойнствата на представената дисертация, препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен "доктор" на Даниела Вълева, редовен докторант в катедра КВОР на ФЖМК- СУ по направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки, научна специалност –Реклама. Аз ще гласувам за това.

София, 06 .2019 г.

Подпис:

Проф. д-р Теодора Петрова