

СТАНОВИЩЕ

За дисертационния труд на Мила Минева

„Визуалното конструиране на социалистическото потребление”

на Мила Петрова Минева, докторант на свободна подготовка към Катедра Социология, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ в професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата 05.11.01. (Социология).

Дисертационният труд на Мила Минева увенчава работата ѝ върху проблемите на социализма, позната на научната общност през публикациите ѝ от последните години. Темата може да се определи като актуална и интересна, а трудът се вписва във вече немалкия списък текстове, посветени на близкото минало и характерната за него култура. В този хор авторката има свой собствен глас – тя подхожда към проблематиката с вещината на специалист, разкодиращ визуалните и дискурсни послания на идеологическата пропаганда, конструираща образите на потреблението. Разглеждането на проблема за потреблението през образите е много удачен подход, породен както от особеното значение на визуалното (гледането, втрещването, фланьорството и т.н.) в съвременните „модерни“ и „постмодерни“ общества, така и от свързаните с това тенденции за визуален анализ на социалното. Основен принос на труда е анализът на репрезентациите, разкриващ отношенията и напреженията между образ и текст.

Дисертацията се състои от увод, пет глави, заключение и библиография. Всяка глава е посветена на даден аспект от „консумативната култура“ и го разглежда през различен тип визуален материал. В увода се поставя въпросът за потреблението като изследователски проблем, като имплицитно се полага основната за текста идея (твърдо заявена в автореферата), че социализмът изгражда свой особен тип консумативна култура. Това твърдение контрастира със заявеното авторово намерение анализът да се ограничи до дискурсивните репрезентации и да не обхваща реалните потребителски практики и всичко, свързано с тях. По този начин същественият дискуссионен въпрос доколко може да се говори за социалистическа „консумативна култура“ е поставен пред скоби в настоящия текст, макар че присъства плътно на много места в него. В основата

на работата са тъкмо идеологическите усилия за конструиране на подобна култура и съответващия ѝ тип потребител. Авторката твърди, че социализмът дискурсивно „произвежда култура“, използвайки дефиницията на Хол за културата като „означаваща практика“. Тоест, става дума за идеологически конструкт, за инструментализация на културата, който обаче на места в текста се използва като синоним на социалистическата култура *per se*. В този контекст особено важен е проблемът за рецепцията, т.е. за отношението на публиката към анализирания образ, който остава извън обсега на анализа. Например, любопитен е начинът на възприемане на кинопрегледите – в повечето случаи те бяха скучна и безинтересна прелюдия към очаквания филм. Именно разминаването между идеология и практика, между официалния дискурс и реалните ежедневни практики е същностна черта на социалистическата култура.

Първа глава изчерпателно и детайлно представя научните подходи и водещите автори в изследването на консумативната култура. Втора глава разглежда града като сцена на консумацията с акцент върху развитието на столичния град като особено показателен случай. Не приемам твърдението за „липса на градска традиция“, което прави София „подходяща за конструиране през проект и мечта – Тя е празно място, което може да възникне волунтаристки“ (с. 68). Това може и да е вярно към момента на обявяването на града за столица, но не и към социалистическия период, който заварва София като добре уреден и модерен, макар и силно пострадал от бомбандировките град. Особено приносен е анализът на репрезентациите на града, които разказват градското пространство през „естетиката на обикновеното“, естетизирайки местата на всекидневието и рамкирайки ги като „социалистически“.

Трета глава е озаглавена „Консумативна култура със социалистически стил“. Особено приносна е частта за рекламата в социалистическото общество и анализът на визуалното конструиране на потреблението през текстовете и образите от популярното списание „Лада“. Интересно е заключението, че „кинопрегледът разказва практиката на купуване като масова практика, снимката показва потреблението като лично потребление“ (с. 129). Четвърта глава се нарича „Хладилници и бръмбари или по границите на „нормалното“ потребление“. Интерес предизвиква въпросът има ли разлика между „еснафския вкус“ и „кича“ и въобще къде и как се ситуира понятието „кич“, което липсва в този анализ, вероятно защото се масовизира след периода на 60-те години. Последната пета глава е посветена на соцносталгията, конструирана през потреблението. Като принос може да се определи анализът на рекламите, инструментализиращи носталгията по близкото минало през образите на „доброто старо време“ и съвременните им употреби.

Завършвам с няколко технически бележки:

На с. 183 името на актьора, участващ в рекламата на луканка „Балкантурист“, е Славчо Пеев, а не Стойчо Младенов.

Най-често цитираната работа на Л. Деянова – Деянова 2009 – липсва в списъка с литературата - вероятно става дума за „Очертания на мълчанието“, която фигурира като Деянова 2011.

Дисертационният труд на Мила Минева представлява много добре структуриран, четивен, завършен и задълбочен анализ, в който авторката демонстрира компетенции за изследователска работа, надхвърлящи обичайните изисквания за докторска степен. Поради това и въпреки споменатите по-горе бележки убедено препоръчвам на членовете на уважаемото научно жури да присъдят на Мила Минева образователната и научна степен „доктор“.

29.12.2016

доц. д-р Евгения Кръстева- Благоева