

ДО СУ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА
И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ
КАТЕДРА НА ЮНЕСКО
„КОМУНИКАЦИЯ И ВРЪЗКИ
С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“

СТАНОВИШЕ
ОТ ПРОФ. Д-Р НИКОЛАЙ НИКОЛОВ МЛАДЕНОВ,
КАТЕДРА „ПЛАКАТ И ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ“, НХА
ЗА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД НА ДОКТОРАНТА
ДАНИЕЛА ВАСИЛВЕА ВЪЛЕВА НА ТЕМА
РЕПРЕЗЕНТАЦИИТЕ НА ЖЕНИТЕ В РЕКЛАМАТА.
КОМУНИКАТИВНИ И СЕМИОТИЧНИ АСПЕКТИ
ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ
КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ
(ЖУРНАЛИСТИКА – МАСОВИ КОМУНИКАЦИИ)
ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И НАУЧНА
СТЕПЕН „ДОКТОР“

Даниела Василева Вълева е завършила магистратура по „Семиотика, език и реклама“, има и филологическо образование, работила е като преподавател и преводач.

Дисертационният ѝ труд е на тема „Репрезентациите на жените в рекламата – комуникативни и семиотични аспекти“. Научен ръководител е проф. д. ф. н. Христо Кафтанджиев. Трудът се състои от 240 страници текст, 28 страници библиография, 190 илюстрации и схеми. Авторефератът отговаря на съдържанието на дисертацията.

Основният текст съдържа три глави с уводни и финални думи.

Глава 1 – Презлед на научната литература

Глава 2 – Семиотика и реклама

Глава 3 – Анализ на Рекламите в България (лято 2017– лято 2018)

Искам да отбележа някои неточности в посочените обеми, тъй като явно не са изчислявани по нормата 1800 знака с интервали на страница. Основния текст също е представен с вмъкнати илюстрации. Поради тези причини и посочвам реалните обеми, което разбира се, в никакъв случай не променя стойността на труда.

Научният текст е посветен на тема, която присъства както в областта на рекламата и маркетинга, така и в съвременния обществен дебат по принцип. Тук без да подценявам или отричам труда, ще кажа, че няма да се съглася с много от обобщенията, както и с някои от конкретните тези и анализи на визуални рекламни примери. Напълно съм наясно и подкрепям борбата за постигане на равенство между половете, но не мога да се съглася, че всичко, което е традиционен стереотип е необходимо да се преодолее. В крайна сметка, жената е средство за реклама, тъй като тя е обект на преследване, което тя желае от най-ранна възраст поради природно заложения ѝ стремеж да стане майка. Мъжът от своя страна също не се интересува особено от жената, освен да извърши акт за продължение на рода, което отново му е природно заложено. В повечето случаи мъжът жадува за компаниите на мъже или смесените компании, но които не го ангажират. Така той си почива от ежедневието и работата, както и от семейството. Жената от своя страна се стреми от малка, да изглежда така, че да бъде стръв за мъжа и да постига своето. Да бъде нежна и крехка, да показва, че ще бъде добра майка. Често тя прави това и напълно съзнателно с цел да даде шанс на мъжа той да бъде по-уверен, тъй като негова е активната роля в природата. Никога не трябва да се забравя, че всеки индивид трупа своя опит и се развива за първи път. От друга страна, както беше казал някои: Мъжът в разцвета на силите

си, трябва да се отнася добре с жените, защото те се грижат за него и когато е безпомощно дете и когато е безпомощен старец.

Мъжът, освен детеродните белези на жената, харесва далеч повече мъжките пропорции, но в един по нежен и естетичен вид. Колкото и да са били различни критериите за красивото през епохите, то жената винаги се е стремяла да ги достига, до колкото ѝ позволяват генно заложените качества, материалните средства и време, които може да отдели за себе си. Ако приемем, че жената няма да се стреми към това, то трябва и да приемем изкуственото размножаване като основно, тъй като мъжът ще загуби съвсем интерес и т.н. Без да разсъждаваме дали това е хубаво или не – налага се да го приемем, както приемаме живота и смъртта.

В професионален план жената може да бъде по-силната, по-активната, по-умната, по-успялата, но това не трябва да се бърка с другите ѝ роли.

Естествено борбата със стереотипите може да бъде и в другата посока. Мъжът обикновено е представян като заможен, атлетичен, чаровен с чувство за хумор, а повечето мъже не са такива. Така че...

В този смисъл и рекламата, като част от пазара, не може да се съобразява с друго, освен с желанията и слабостите на консуматора ѝ. В дадения научен труд подкрепям изцяло изведените анализи на пошлите или по-скоро с лош, първичен вкус или нискоинтелигентни рекламни визии и послания. Макар те да имат своята широка публика, рекламата, както и изкуството формират вкуса и развиват цивилизоваността на народите. Но ако рекламата няма подвеждащи послания, то тя нямаше да съществува. Ако показва непривлекателни жени, то или авторът на рекламата е малоумен или по-вероятно поръчителят ѝ. Ако рекламата показва реалности, то тя не е реклама, така както изкуството не е изкуство, ако повтаря вече сътворената реалност. Съгласен съм с повечето анализи и тълкувания, които често са доста точни и

професионални, но при условие, че ги приемам за положителни качества на рекламата. Иначе няма как да дам положително становище за този труд – наблъскан с тези, които никак не приемам. И да, наистина е уморително и изтъркано, всичко да се рекламира чрез жената, мъжа, секса, младостта, но в крайна сметка това е проблем на рекламата, на нейната безидейност, а не на борбата за някакво полово равенство. Или откъде накъде мъжът и жената ще бъдат представяни с еднаква височина. Анатомично мъжът е по-едрия екземпляр, другото би било лъжа, която никому не е необходима.

Тук искам да подчертая рядко положителния факт, че изследването не се осланя само на разглеждане и анализ на чужди примери и литература, както се случва обикновено с подобни теми. Докторантката е застъпила в голяма степен литература и примери от нашето поле на реклама, независимо дали те са създадени в България или само привнесени и адаптирани, но работещи върху българския потребител.

В заключение ще кажа, че основния принос на този труд, е че се занимава с една по-малко застъпена тема в нашата страна, особено когато се визира конкретно рекламата и маркетинга. Само по себе си изследването е ценно чрез събирателството и анализа на информация и примери от различни чужди източници, но най-вече със съвсем пресните примери от нашата страна.

След всичко изброено, а и с убедеността, че рецензентите ще анализират труда по-задълбочено от мен, предлагам на Даниела Василева Вълева да бъде присъдена образователната и научна степен „доктор“.

26 май 2019

проф. д-р Николаї Младенов