

**СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”**  
**ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ**

**РЕЦЕНЗИЯ**

**от проф. д-р Николай Георгиев Палашев**

**Университет по библиотекознание и информационни технологии  
/УниБИТ/**

**на**  
**дисертационния труд на Емилия Паскалева Николова ”Образът на жената-предприемач в публичното пространство: функционални и дисфункционални ефекти”,**  
**представен за присъждане на образователна и научна степен „доктор”**  
**по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността)**

## **I. Обща характеристика на труда на кандидата**

Приемам за рецензиране дисертационния труд „Образът на жената-предприемач в публичното пространство: функционални и дисфункционални ефекти”, като считам, че от структурна и съдържателна гледна точка той отговаря на тематиката, критериите, изискванията и спецификата на професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността) и за присъждане на образователна и научна степен „доктор”.

Дисертационният труд отразява достатъчно задълбочените научни достижения на кандидата в областта на изграждането на публичен образ, неговото налагане в публичното и медийно пространства, както и в частност по отношение на образа на деловата жена, или както дисертантът дава своето определение – „жената-предприемач”. Наред с това, следва да се подчертаят задълбочените познания на Емилия Николова при метода на сравнителния анализ, а в случая, осъщественият сравнителен анализ, чийто обект са вестниците „Капитал”, „Пари” (днес „Капитал Daily”), както и списанията „Мениджър” и „Жената днес”. В своя труд, дисертантът прави своя сравнителен анализ, като има предвид периода 1999/2000 – 2009/2010 г. Част от идеите, разработени в дисертационния труд, са залегнали като тематика в научни публикации на Емилия Николова, като например „Медийното не/говорене за жената-предприемач”, „Новите измерения на социалната политика”, „Жените – източник и аудитория за политическа комуникация”, „Жената в бизнеса – рисков играч или успешен предприемач”, „Общественото мнение за жената-предприемач”.

Структурата, съдържанието и обемът /265 стр./ на дисертационния труд са подчинени на логиката на поставените цел и задачи, като тяхното разработване е изчерпателно и убедително. Избраните от кандидата подходи и методи на изследване са дали възможността за вникване и анализ в пълнота на проблематиката, свързана с разкриването на характерните и същностни черти на публичния образ на жената-предприемач, както и на неговата специфика в български условия. В този смисъл ще отбележа, че е очевидна компетентната консултация на научния консултант проф. Здравко Райков.

В дисертационния труд ясно и точно е дефинирана проблемната област, а именно – значението и влиянието на медиите не само върху изграждането на публичния образ на жената-предприемач, но и рефлексията по посока култивирането на бизнес-средата и регулирането на процесите и отношенията в сферата на бизнеса.

Предложената за рецензия дисертация притежава достатъчна актуалност и значимост, по отношение на изискванията за присъждане на образователна и научна степен „доктор”. Като акценти в това отношение могат да бъдат посочени разработените тематични линии, а именно –

изследването на явленията и тенденциите в съвременната българска бизнес-среда, дефиниране на конкретните и реални характеристики на профила на жената-предприемач, спецификата на медийната интерпретация на публичния образ на жената-предприемач и дефинирането на функционалните и дисфункционални ефекти на публичния образ на жената-предприемач спрямо реалиите.

Ползваната литература от кандидата е от автори, които са безспорни авторитети в своите проблемни, научни области и в този смисъл считам, че посочената библиография, като имам предвид и нейния обем, напълно съответства на характера и спецификата на дисертационния труд.

Представеният от кандидата Автореферат отговаря на изискванията.

## **II. Обща характеристика и оценка на резултатите и приносите в дисертационния труд**

Разработката на дисертационния труд „Образът на жената-предприемач в публичното пространство: функционални и дисфункционални ефекти” се отличава с очевиден интегритет на многостранните проблеми, свързани с променящата се обществена и бизнес среда, както и по отношение на многостранните и многопластови отношения, връзки и влияния, произтичащи от организираната и управлявана публична образност, чрез медиите, разглеждани в случая не просто като средства за масова информация, а като медиатори. В този смисъл, при изследването на проблемните области, е отчетен фактът на съществуващата избирателност при предпочитанията и пристрастията на медиите по отношение на деловата жена, като в случая се прави отчетливо разграничаване между жената-управленец в бизнеса и жената-собственик и управленец в бизнеса. Поставен е на анализ и въпросът за това, доколко успешно изграденият имидж на жената-предприемач влияе върху елиминиране на стереотипите, а оттук и върху разширяването на бизнес позициите на деловата жена.

### *1. Научни области и проблеми, по които кандидатът е работил*

Научно-изследователската и научно-приложната дейност на кандидата напълно покриват научните полета, обобщени и заложили още в тематичното заглавие на дисертационния труд. По-важните от тях са: Влиянието на публичния образ на жената-предприемач върху формирането и развитието бизнес-културата; Спецификата на отразените характеристики на публичния образ на жената-предприемач; Влиянието на имиджа на жената-предприемач върху регулирането на отношенията и връзките в сферата на бизнеса; Ефектите на публичния образ на жената-предприемач спрямо динамиката на промяна на бизнес-средата; Дефиниране на основните проблеми пред промяната на възприемане на деловата жена в сферата на бизнеса.

Така, като основни акценти в Първа глава, могат да се посочат: влиянието на демографската криза и свързаната с това тенденция към увеличаване социалната и професионална активност на жените; адекватността на българската национална политика по отношение мястото на жената в деловата сфера, както и влиянието на интензивността на професионалната ангажираност на жената върху начина ѝ на мислене и поведенчески модел. Като цяло дисертантът е представил в пълнота една картина, даваща ясна представа за тенденциите и рамките на националния бизнес и съотношението им към деловата жена.

Във Втора глава ще отбележа като акценти следните разработени тематични линии: анализ на параметрите на предприемаческия профил и в частност този на деловата жена; анализ върху спецификата на връзката обществено мнение бизнес отношения, като тук особено добро впечатление прави задълбоченият поглед върху проблема „трудът като ценност“; ролята на комуникациите в сферата на бизнеса и значението на прилагане на стройни комуникационни политики и не на последно място – анализът на причините за възникване на бариери пред развитието и утвърждаването на деловата жена.

При Трета глава, акцентите, които ще отбележа като особено стойностни са: предизвикателствата пред жената-предприемач в условията на икономическа криза; проявлението на медиите като медиатори по отношение на създаването на реалности в сферата на бизнеса и разработената методологическа рамка при събирането и анализа на информацията, свързана със същността и характера на публичния образ на жената-предприемач.

В Четвърта глава, като акцент ще посоча: направения анализ на събирателния образ на жената-предприемач във връзка с влиянието на функционалните и дисфункционални ефекти на медийното му третиране.

Ще подчертая като особено положителен момент в дисертационния труд, направените изводи след всяка глава, което на практика дава възможност за още по-стойностно осмисляне на разгледаните и анализирани проблеми.

## *2. Характеристики на научно-теоритичната и научно-приложната стойност на дисертационния труд*

В дисертационния труд логично и с достатъчно висока научна стойност е защитен предметът на изследването, отнасящ се до същността и спецификата на публичния образ на жената-предприемач. В този смисъл са разкрити влиянията и обвързаността между комуникационната култура, като част от работата по изграждането на имидж и новите характеристики и проявления на медиите.

Ще отбележа няколко момента в дисертационния труд, които считам, че са в подкрепа на претенцията за придобиване на образователната и научна степен „дктор“ по научна специалност 3.5. Обществени

комуникации и информационни науки (Журналистика–Връзки с обществеността).

На първо място, това е добре разработеният въпрос за функционалността на публичния образ на жената-предприемач върху степента на устойчивост на бизнес средата. Към това ще прибавя и посоченото по отношение на промяната на общественото мнение във връзка със заемането на нови и значително по-разширени позиции от страна на деловата жена в сферата на бизнеса, която до скоро се е считала преди всичко за сфера, в която се изявява мъжът. И в този смисъл е особено ценен анализът върху спецификите на провежданите политики в тази обществена сфера в България от една страна и от друга в ЕС. Ще отбележа и усвоения от кандидата терминологичен апарат, което говори за задълбочени познания в проблемната област.

На второ място, ми се струва, че е необходимо да се посочи направеният анализ върху аспектите и рефлексите от приложението на Европейската стратегия по заетостта, предвиждаща насърчаване на предприемачеството. Тук именно в дисертационния труд са разкрити възможностите за професионална изява на деловата жена и въз основа на експлоатацията на изградения ѝ публичен образ.

На трето място ще поставя задълбочено разработения въпрос за медийното моделиране на публичния образ на жената-предприемач. В този смисъл са посочени достатъчно добре значението на комуникационното третиране на визията за социалния престиж на деловата жена.

И не на последно място ще посоча разгледания проблем за спецификата на комуникационната култура и най-вече – направените от кандидата изводи по отношение на нейното значение за съдържателната страна на публичния образ на жената-предприемач.

Като се има предвид посоченото, както и цялостта на изследването, може да се каже, че кандидатът е успял да постигне поставената в дисертационния труд цел. Необходимо е да се подчертае, че в подкрепа на това са и поместените графики и приложения.

### *3. Основни научни и научно-приложни приноси*

В лицето на кандидата се вижда един изследовател с широк диапазон на своите научни търсения, което се потвърждава и от избрания изследователски подход. В този смисъл, убедено приемам и потвърждавам стойността на посочените научни и научно-приложни приноси, а именно: Направения анализ и емпирично изследване на публикациите в изследваните издания върху образа на жената-предприемач; Формулирания медиен модел, отнасящ се до активността и професионализма при жената-предприемач; Анализът, направен върху причинно-следствените връзки при форматирането на образа на жената-предприемач от медиите; Дефинираните взаимозависимости между

факторите по отношение формирането на публичния образ на деловата жена.

Като имам предвид казаното, то считам, че в дисертационния труд са намерени доказателства в подкрепа на заложените хипотези.

Посоченото по-горе е в подкрепа на мнението ми, че приносите на дисертационния труд са доказано авторски. Наред с това, тези приноси имат безспорна приложимост в областта на обществената комуникация и в частност на бизнес комуникацията.

### **III. Критични бележки**

Очевидна е амбицията на кандидата да разшири и да задълбочи изследователските търсения в областта на обществената комуникация и в частност в областта на комуникационната специфика в сферата на бизнеса, което аз отчитам като положителен момент.

Нямам особени критични бележки, освен:

Необходимо да се разработи по-обстойно въпросът за влиянието на резултатите от взаимодействието комуникационна култура – проявления на медиите.

Би следвало по-задълбочено да се изясни въпросът, отнасящ се до влиянието на публичния образ на жената-предприемач по отношение на вътрешните корпоративни комуникации.

И една препъръка – след съответна редакция и реструктуриране на дисертационния труд, да се популязират тезите и идеите на дисертанта като учебно-методическо пособие.

Разбира се, посочените тук бележки и критики в никакъв случай не намаляват научното и научно-приложното значение на дисертационния труд. Напротив, те са направени единствено в посока на неговото обогатяване и повишаване на научната му и научно-приложна стойност.

### **IV. Заключение**

Като имам предвид посочените тук научни и научно-приложни достойнства на дисертационния труд на кандидата, както и направените приноси в областта на обществената комуникация и бизнес комуникацията, както и по отношение на същността и значението на публичния образ на жената-предприемач, убедено предлагам на уважаемото жури да присъди на Емилия Паскалева Николова образователна и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността).

**Рецензент:**  
**(Проф. д-р Николай Палашев)**