

СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Славянка Ангелова,
катедра „Връзки с обществеността“ при ЮЗУ „Неофит Рилски“,
член на Научно жури за публична защита на дисертационен труд на

Мариана Христова Петрова

на тема „ДЖЕНДЪР СТЕРЕОТИПИ И РЕКЛАМА: ОБРАЗЪТ НА ЖЕНАТА В СП.
“ЖЕНАТА ДНЕС” В ПЕРИОДА 2012-2016 г.“

за присъждане на ОНС „доктор” по научна специалност „Социология“,
професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата, в
област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки

*Становището е изготвено съгласно заповед на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“
№ 620 / 28.02.2018 г.*

1. Обща оценка на кандидата

Мариана Христова Петрова е докторант редовна форма на обучение по докторска програма „Социология (за ВО)“ в катедра “Връзки с обществеността” при Правно-историческия факултет на ЮЗУ “Н. Рилски” – Благоевград. През учебните 2013/14 г. и 2014/15 г., паралелно с обучението като докторант тя е водила семинарни занятия по дисциплините „Теории на масовата комуникация“ и „Социология, общности, модернизация“. Докторантът притежава изследователски качества, което се доказва, както от представената разработка и публикациите, свързани с нея, така и от участието в международен научно-изследователски проект.

2. Обща характеристика на дисертационния труд

Предложеният за защита дисертационен труд в структурно отношение е добре балансиран, което спомага за ефективното представяне на проблематиката. Разработката има следните характеристики: състои от въведение, четири глави,

заключение, библиография, приложения и указател на съкращения и абревиатури в обем от 302 страници. В текста се съдържат 48 снимки, 21 фигури и 61 таблици в приложението.

Библиографската справка съдържа 273 използвани източници, от които 64 на кирилица, 200 на латиница и 9 онлайн. Използваната литература е разнообразна, но в същото време напълно релеватна на изследвания проблем. Приведени са и резултати от собствено емпирично изследване, което показва, че за разработването на труда и доказването на формулираната научна теза е проучена, систематизирана и анализирана голям обем информация. Изследването е методически издържано.

Във въведението ясно са формулирани целите на изследването, задачите за тяхното постигане, обектът и предметът на анализа, очертани са използваните методи, формулирана е основната теза на изследването, посочени са ограниченията. Актуалността на темата на дисертационния труд е задълбочено и аргументирано обоснована.

В първа глава е поставена теоретичната рамка. Разгледани са основни понятия, свързани с джендър тематиката, като е направено методологическо разграничение между тях. Изяснява се употребата на термина джендър от лексикална гледна точка. Докторантът прави критичен анализ на различни теории за същността и проявлението на джендъра. Представя основните фактори, които формират джендър идентичността и свързаните с него джендър роли, основаващи се на обществени норми, стандарти, ценности и очаквания към индивидите въз основа на техния пол и разбиранията за джендъра. Социалните очаквания се определят от конкретния социално-икономически, политически и културен контекст и отразяват особености на раса, етнос, класа и възраст. Формираните предразсъдъци и стереотипи са база за създаване на социални неравенства и тяхната устойчивост влияние върху поведението на индивида в обществото. Социализацията на индивида започва още в момента на неговото раждане и поведение му е според нормите на обществото, повлияни от средата в която се развива – семейство, училище и работа, от информацията в медиите, развитието на технологиите и популярната култура.

Във втора глава на дисертационния труд е разгледано ключовото значение на медиите и рекламата в тях в процеса на социално конструиране на реалността. Разгледано е значението на популярната култура, която се слива с масовата култура, потребителската култура, културата на образа, медийната култура и културата за масова консумация, а медиите се определят като културни творения, които са един от основните

социални регулатори в процеса на джендър социализацията и изграждането на джендър идентичността.

Поставя се акцент на ролята и влиянието на медиите във формирането, отразяването и налагането на джендър стереотипите в България и в частност на женския образ в българската печатна реклама. Женските списания са белег на комерсиалната култура и пазарно ориентирана индустрия и това до голяма степен обяснява стремежа им да презентират и утвърждават в обществото стереотипи, които продават и помагат да се реализира печалба. Много от посланията на женските списания представят идеята за уверената, независимата жена, като в същото време акцентират върху традиционните идеали за женственост.

В трета глава е зададена медетологическата рамка на емпиричното изследване, обоснован е използваният метод - анализ на съдържанието /контент анализ/ на визуални образи, описани са основните кодиращи индикатори на анализа. Проследени са изводи от изследвания „в областта на джендър ролите и тяхното презентиране в рекламите“ от САЩ, Англия, Индия, Италия, Испания и Кипър в последните 30-40 г., което дава един добър бекграунд, на базата на който да се конструира и изследването на конкретното българско списание.

Описана е методиката на Гофман и изводите от анализите, джендър кодовете при представянето на мъжете и жените в рекламата, които са социално конструирани джендър стереотипи и е проучена тяхната устойчивост и релеватност в изследвания обект.

Четвърта глава съдържа анализ на резултатите от проведеното емпирично изследване, чрез които се защитава основна теза и се верифицират поставените хипотези в дисертационния труд. Очертани са взаимовръзките и съотношенията между индикаторите, описващи стереотипите и индикаторите, описващи параметрите на рекламираните стоки и услуги. В резултата на анализа е изведена пряката връзка между прилагането на социално психологическите принципи на внушение и влияние чрез използването на женския образ в стереотипни презентации. В последния параграф са систематизирани изводите от анализа на резултатите. Установена е зависимост между рекламираните продукти и проявлението на стереотипи и начина на презентиране на жените в съответните роли. Съществен е изводът, че презентирането на женския образ в българската печатна реклама следва тенденциите на западните женски списания, по логика на интернационализацията на бизнеса и рекламите.

Заклучението обобщава основните изводи от анализите в отделните части на дисертационния труд, като водещо място заемат на резултатите от емпиричното изследване на презентирането на женския образ в рекламите на сп. „Жената днес“ за разглеждания период.

Езикът и стилът на изложение на автора са четивни, подплатени с понятия и категории от научната област.

3. Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд

Това е актуално и значимо изследване не само за академичната теория, но и за съвременната обществено-политическа практиката в условия на глобализация, международен бизнес и межкултурна комуникация.

Изразявам съгласие с приложената от докторант Мариана Петрова справка за приносите в дисертационния ѝ труд, който представлява самостоятелно научно-практическо изследване. В условията на повишена обществена чувствителност по темата за равнопоставеността на половете, с този труд се систематизира и обогатява научното знание в сферата на джендър изследванията. Разкриват се ролята и влиянието на медиите във формирането, отразяването и налагането на джендър стереотипите в България, тяхната социална конструкция, устойчивост и проекция, в частност на женския образ в българската печатна реклама. Наложените предразсъдъци и стереотипи са база за създаване на социални неравенства и тяхната устойчивост влияние върху поведението на индивида в обществото.

Обосновано е значението на медиите не само като място и огледало, отразяващо възприятието на наложените в обществото джендър стереотипи, но и значението на четвъртата власт за моделиране на нови джендър роли.

Основавайки се на интерпретативния подход на Гофман е направена система от индикатори, на базата на които е проведено емпирично изследване. То е иновативно по отношение на женския образ в печатната реклама в България. В резултат на анализа, докторантът успешно идентифицира нова категория стереотипизиране.

Доказана е основната теза на изследването и са верифицирани произтичащите от нея хипотези.

Резултати от разработваните в дисертационния труд проблеми са представени в 3 публикации в специализирани научни издания, от които 1 в чуждестранно издание.

Приложеният автореферат е изготвен съобразно изискванията и вярно отразява същността и смисъла на дисертационния труд.

4. Бележки и препоръки

Няма забележки. Считаю, че формулираните изследователски насоки за бъдещи изследвания са научно значими и биха били полезни при формиране на творческите стратегии на рекламните кампании.

Препоръчвам продължаване на научната дейност по разработваната тематика и едно бъдещо разширяване на изследването чрез съпоставителен анализ с други печатни списания, с цел да се изведат спецификите на образите в рекламите, в зависимост от характеристиките на аудиторията на медията.

По данни на Уницеф (Джендър равенството – общата картина, УНИЦЕФ, 2007) жените изпълняват 66 % от работата по света, произвеждат 50 % от храната, но получават 10 % от дохода и притежават 1 % от собствеността. Т.к. медиите са един от основните фактори, които влияят върху социализацията на индивида, формирането и утвърждаването на стереотипите в обществото, имам следния въпрос: Според докторанта, доколко чрез регулация на рекламите и закодираните в тях послания може да се повлияе върху процеса за премахване на дискриминацията, базирана на пол, джендър идентичност и сексуална ориентация?

И втори въпрос: Какво е мнението на докторанта за Мадридската декларация (приета на Първата международна конференция за джендър, пол и образование, 23 февруари 2018 г.), която се обявява против т.нар. „джендър идеология“?

5. Заключение

Въз основа на посочените достойнства и научни приноси, давам своята положителна оценка и предлагам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ по „Социология“ на Мариана Христова Петрова.

25.04.2018 г.

Изготвил:

доц. д-р Славянка Ангелова