

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Здравко Райков за дисертационния труд
на Жанет Якимова
"Комуникация за осведомено обществено разбиране.
Общественото мнение за ГМО"

Публичната комуникация е не просто отражение на промените в обществото, но и сама допринася за обществените промени. Обществото не е нищо друго, освен съвкупност от връзки между индивиди, индивиди и групи, между групи, между групи и обществото като цяло. Затова, ако са нарушени комуникативни връзки, то и социалното развитие ще е затруднено.

Не е възможно да се постига успех в недружелюбно общество, защото в него ще липсва така необходимата за всяка организация обществена подкрепа. Многообразието от подходи и средства, които прилагат публичните комуникатори, е съществено условие за успеха на всяка организационна политика, следователно и за просперитета на обществото като цяло.

А всяка организация днес се нуждае от намаляване на неопределеността в света, който я заобикаля, от създаване на благоприятен за нея публичен контекст на поведение и възприемане на нейната дейност. При това нараства и разнообразието от критични перспективи, пред които тя може да се изправи във всеки момент. Различни проучвания сочат, че към бизнеса като цяло съществува криза на доверие - за все повече хора той се оказва съпричастен към съществуването на различни проблеми: от глобални икономически и финансови кризи до създаване на реални рискове за човешкото здраве.

Впрочем проблемът с кризата на доверие към бизнеса от страна на публиките, не е от днес. Още преди няколко десетилетия, когато особено активно започнаха да се оформят различни групи по интереси в американското общество например, изследователи забелязаха и предупредиха за нарастващо неразбиране и недостиг в общуването между представители на бизнеса и публиката. Точно публиката е крайно недоволна от безотговорността на предприемачите, от тяхната неспособност да задоволят очакванията ѝ, от недостатъчно информация по въпроси, които особено силно я интересуват.

В тази ситуация за всяка организация е от жизнено важно значение да има подкрепата на общественото мнение. А това е възможно, ако различните нейни публики - вътрешни и външни, разполагат с разнообразна и качествена информация, която да им позволява да се ориентират в реалността. Благодарение на нея става възможно да се създава осведомено обществено разбиране за организационната политика, ценности, мисия.

Всичко това обуславя актуалността на избраната от Жанета Якимова тема на нейния дисертационен труд: ролята на публичната комуникация за създаване на осведомено обществено разбиране. А примерът, чрез който проверява своите хипотези, е изключително актуален - общественото мнение за генномодифицираните организми. Неоспорим факт е, че точно тази тема поражда не просто обществена дискусия, но мобилизира милиони хора на планетата за реални и активни акции.

Дисертационният труд включва увод, три глави и заключение. Тази структура покрива съдържанието и логическата обвързаност на поставените от колегата конкретни изследователски задачи.

Трудът е в обем от 285 страници. В библиографията са включени 172 заглавия, включително и на английски език.

В първата глава се изясняват основните понятия, с които борави колегата в труда си: обществено разбиране, обществено мнение, публична комуникация. Разбирането се определя като способност да се декодира, интегрира и трансформира постъпващата от околната среда информация от реципиента. А от решаващо значение за оптималното протичане на процеса са фактори, като характеристиките на информацията и комуникацията, културата на потребителя, неговите комуникационни умения и др. Обърнато е внимание на разликата между двата типа разбиране: неосведомено и осведомено обществено разбиране, което колегата разглежда като същностна предпоставка за появата на компетентно обществено мнение.

Във втора глава колегата се съсредоточава на изучаване взаимовръзките и взаимодействието между публичната комуникация, общественото разбиране и общественото мнение върху един особено чувствителен за хората проблем: употребата на генномодифицирани организми в селското стопанство и съответно в хранителната индустрия. Анализирани са зараждането на дебата "за" и "против" генномодифицираните организми, чрез примери от индустрията и кампанията "България, свободна от ГМО" (2010 г.). Направени са важни изводи за значими тенденции в комуникацията около ГМО - като за използване на дезинформация и откровена манипулация от професионални комуникатори, обслужващи корпоративни интереси на производители на ГМО и в защита на ГМО. Отбелязва се, че противниците на ГМО осъществяват далеч по-ефективни комуникативни дейности и печелят общественото мнение на своя страна.

Трета глава на труда е озаглавена "Обществено разбиране на ГМО проблематиката в България. Комуникационни практики". Тук е осъществен контент-анализ от колегата на медийно съдържание в четири масови всекидневни онлайн печатни медии. Потърсен е отговор на значимия въпрос: до каква степен темата за ГМО е обект на журналистическия дебат. Подчертава се, че медийните интерпретации на реалността оказват огромно влияние върху процеса на формиране, развитие, трансформиране на общественото мнение.

Контент-анализът е позволил на колегата да направи значими изводи относно присъствието на темата за ГМО в публичното пространство. Така е установено, че липсва динамика в медийния интерес към нея, налице е разминаване между медийно и обществено разбиране, не се удовлетворява публичния интерес към тази тема, затруднено е формирането на осведомено обществено разбиране по нея.

Отсъства дългосрочна, последователна комуникация, недостига достъпна, разнообразна, достоверна информация.

Дисертационният труд аргументирано обосновава същността на комуникационната кампания за постигане на осведомено обществено разбиране по социално значими проблеми. Колегата е съмнял да анализира важни предпоставки и средства, чрез които може да се привлича вниманието и интереса на различни публики. Осмислени и систематизирани са редица фактори, които улесняват тази дейност. Осъществената сериозна изследователска работа е позволила да се разкрие и обоснове актуалната необходимост от осмислено обществено разбиране като предпоставка за формиране на действено и компетентно обществено мнение.

Авторефератът съвместно представя дисертационният труд.

По отношение на приносите - справката за тях коректно отразява научните постижения на колегата.

Налице е сериозен аналитичен, но и креативен подход на колегата към цялостното концептуално изследване на процеса на постигане на осведомено обществено разбиране по важен социален проблем. Структурата на дисертационния труд отразява смисъла, съдържанието и логическата обвързаност на поставените конкретни изследователски задачи, посредством чието решаване се постига тази цел.

Този труд несъмнено ще е полезен на всеки, който проявява интерес към многопластовата същност на изключително важния за социума феномен - общественото мнение. В условията на непрекъснато появяващи се нови - локални, национални, глобални предизвикателства и динамично променящ се социален контекст, той ще придобива все по-голямо значение. Колегата е съмнял да осъществи задълбочен анализ на същността на общественото мнение - да очертае ключови негови характеристики. Като тези, че негов носител са големи социални групи, че то възниква по социално значими и дискуссионни въпроси, насочено е към обект, добре познат на неговите носители, израз е на усилия за реализация на определени цели или на противопоставяне на тези цели, емоционално обогатено е и затова е способно и на резки изменения под влияние на събития и др.

Общественото мнение може да се оформи тогава, когато са активирани ценности. Това предполага, че хората са осъзнали своите интереси и имат достатъчно информация, за да опознаят обекта или каузата, за които започват да формират и собствените си мнения. На тази основа те демонстрират и своята решителност и готовност за действие.

Особено важен извод, до който достига колегата е за ролята и характеристиките на информацията, благодарение на която може да се постигне осведомено обществено разбиране. Процесът на формиране на общественото мнение е реално възможен само в наситено с богата и многопосочна информация социално поле. Немислимо е да се появи vox populi при нейн недостиг или едностранчивост. Информацията, която по знаменитото определение на Клод Шенон не е нищо друго освен "намалена неопределеност", е в основата на рационализацията на всяка човешка дейност, на нейна основа се поражда и кристализира общественото мнение. Неговата природа има подчертано информационен характер.

За съжаление, твърде често големи социални групи не са "покрити" информационно - те не знаят достатъчно не само за нещата, които са от значение за тях самите. Най-често това се случва заради непрофесионално изградена комуникация. Особено важно е да се насища публичното пространство с информация от многообразни източници, което ще гарантира достигане до целевите публики на доминиращите тези на организацията, без да възникват подозрения за тенденциозност, пристрастност, необективност.

Всяка организация действа в определена социална среда и за да постига целите си, тя се нуждае от неговата подкрепа. Когато нейната политика получи одобрението на общественото мнение, тя се реализира успешно. И обратното, когато е санкционирана от общественото мнение, пред същата тази политика се появяват сериозни бариери, които са в състояние да провалят изпълнението ѝ. Оттук и потребността да се познава и да се влияе върху процеса на формиране на общественото мнение, за да се постига търсеният успех. И това е осъзнато далеч преди нас - древните римляни са изсичали на своите монети експресивния девиз: vox populi, vox dei (глас народен - глас божи)!

Дисертационният труд доказва, че нито една кауза не може да бъде защитена и утвърдена, ако тя не стане публична, ако не бъде активирана и креативно осъществена чрез публична комуникация. Пътят към успеха минава през съзнанието на публиките. Ако една организация и нейния продукт, услуга, мисия не са "внедрени" там, то те не съществуват за хората. Благодарение на публичната комуникация всяка организация получава възможност да отговори адекватно на новите предизвикателства, идващи от околната среда и да реализира така необходимата за нея промяна: да превърне света на несигурността в свят на реални възможности, да трансформира политиката на проблеми в политика на ценности. Тя се нуждае от публичност, за да спечели доверието на хората, което е главният фактор за постигане на целите на всяка една организация.

Дисертационният труд "Комуникация за осведомено обществено разбиране. Обществено мнение за ГМО" не само определено обогатява и развива съществуващи знания в областта на публичната комуникация, но очертава и нови изследователски зони от гледна точка на нейната функционалност. Трудът е принос към осъзнаване на ключовата роля на обективната, правдива информация за постигане на осведомено обществено разбиране по жизнено важни въпроси за социума.

Като цяло трудът "Комуникация за осведомено обществено разбиране. Обществено мнение за ГМО" притежава необходимите качества, обогатява съществуващите знания и покрива изискванията за научно-образователната степен "доктор". Колегата познава ключови за проблематиката на труда автори и проучвания. Това му е позволило и да направи изводи, които имат както теоретично, така и определено прагматично значение. Той е съумял да изведе значими предпоставки за конструиране на осведомено обществено разбиране по въпроси от социална значимост. А така също да очертае факторите, от които в най-голяма степен зависи формирането на обществено мнение и пълноценна реализация на неговата функционална натовареност.

Препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен "доктор" по професионално направление 3.5. "Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика - Връзки с обществеността") на Жанет Якимова.