

СТАНОВИЩЕ

на доц. д-р Рада Пенева Кършакова
(Русенски университет „Ангел Кънчев“)
за дисертационния труд на
Юлия Жекова Василева
**„Ролята на толерантността при формиране на креативната класа в
постинформационното общество“**,
представен за присъждане на ОНС „доктор“
по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността)
във
Факултет по журналистика и масова комуникация,
Софийски университет „Св. Климент Охридски“

В дисертацията на Юлия Василева централни понятия са толерантността, креативността и комуникацията.

До неотдавна толерантността беше дисциплинарно поле главно на мултикултурализма и интеркултурната комуникация. Но политическата криза и военните конфликти в Близкия изток, терористичната агресия и огромната миграционна вълна към Европа поставиха под съмнение ефективността на социокултурния му модел. Заговори се за необходимост от нов прочит на мултикултурната концепция и дори за нейния провал. От своя страна, креативността обичайно бива свързвана с човешката гениалност, творческото предприемачество, иновациите.

В настоящия труд **актуалността и научната новина** се състоят в самата идея за системна взаимозависимост на понятията толерантност, креативност и комуникиране на творческия процес в релевантна социална среда, разбрана като пресечно поле на различни културни влияния.

Ю. Василева определя **основната цел на труда** си в това да бъде анализирана ролята на толерантността при формиране на креативната класа. Тя разглежда толерантността в значението на социална форма на възприемчивост, на любопитство към новото, непознатото, различното и неговото зачитане.

Обектът и предметът на проучването не са добре изяснени. В Увода на дисертацията се твърди, че обект е „креативната личност в съвременното общество“ (стр. 4), но по-нататък в текста (стр. 10) като обект са посочени „112 респонденти“, т.е. извадката на емпиричното изследване. **Предметът** на труда не е формулиран.

По мое мнение ако обектът на изследване е креативната личност в съвременното общество, то предмет на изследването са нагласите българина към креативността и толерантността, и неговата оценка за степента, до която българската организация стимулира креативността.

Трябва да отбележа също, че в Автореферата изобщо не са формулирани обектът и предметът на дисертационния труд. А това е задължително изискване към съдържателната структура на този вид текстове и има не само формално значение.

Авторката базира проучването на хипотеза, структурирана в четири пункта – три от тях са свързани с креативността, а четвъртият се отнася до толерантността.

Като изхожда от поставената цел и заложената хипотеза, Ю. Василева прилага комплексна методология, която включва контент-анализ, допълнителни анализи на публикувани социологически изследвания, анализ на казуси и емпирично анкетно проучване с инструментариум, предоставян в Интернет.

Първите две глави на труда са теоретични. В първата Ю. Василева изгражда концептуалната си рамка. На основата обширен теоретичен анализ върху водещи научни изследвания в тематичното поле на проучването тя обосновава релациите между креативност, комуникация и толерантност. Аргументира генерирането на специфично пресечно поле между различните културни взаимодействия, което мотивира и активира креативните процеси. Разглежда толерантността като проводник на идейния обмен, модел на поведение, социокултурна норма и фактор за формирането на устойчиви социални общности. В очертаната системност на креативния процес авторката убедително обосновава жизнено важната роля на комуникацията за адаптирането на индивида към средата, възприемането на различията, представянето на идеите, тяхното приемане и реализация.

Втора глава е теоретичен център на труда. Заложените в предходната глава тезиси се представят и коментират в дълбочина. Авторката въвежда понятието „креативна система“, чиито теоретични и приложни аспекти се анализират на основата на широк теоретичен контекст, публикувани експериментални изследвания и приведени в качеството на доказателствен материал примери и казуси. Така, в системна зависимост се изяснява същността на: креативна идея, креативен продукт, креативна личност, креативна класа, креативно общество, креативен център, креативен град, креативност и прогрес.

Експерименталното проучване, описано в трета глава, е планирано и проведено съгласно методология, опираща се на съвременни научни методи за изследване на масовата комуникация (Б. Чакалов и В. Бондигов). Резултатите му потвърждават във висока степен хипотезата на

дисертацията. Независимо че четвъртият пункт на хипотезата – за стимулираща креативността българска организационна среда, не се подкрепя от респондентите, данните са основание за съществени изводи относно бавните процеси по формиране на креативна класа у нас.

Приносите на дисертационния труд са формулирани коректно. **Авторефератът**, като изключим забележката в началото на изложението ми, представя труда пълноценно.

Ю. Василева посочва три самостоятелни публикации по темата на дисертацията, което е напълно достатъчно според изискванията за присъждане на ОНС „доктор“.

В обобщение бих споделила отлично си впечатление от логическата структура на разработката, дълбочината на критичния анализ и обхвата на научния контекст, в който темата е разгърната, цялостния стил на изложението. Включените в анализа множество казуси са използвани умело и много убедително като доказателствена стратегия в подкрепа на теоретическите аргументи.

Бих препоръчала на авторката да бъде по-прецизна при редактирането на текстовете си. Запетайте например са поставяни по-скоро „по вдъхновение“, отколкото съобразно определени правописни правила, а при употребата на пълен и кратък член при имената от мъжки род „успешните попадения“ са твърде скромно количество спрямо „неуспешните“. Разбира се, тази добронамерена препоръка не накърнява цялостната ми положителна оценка за качествата на труда.

Въз основа на изложените коментари и мнение в становището смятам, че дисертационният труд на Юлия Жекова Василева има стойност на приносна научна разработка, напълно достатъчна за присъждане на ОНС „доктор“ по професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността).

16 февруари 2018 г.

Доц. д-р Рада Кършакова: