

РЕЦЕНЗИЯ

За научната продукция на доц. д-р Чавдар Асенов Христов кандидат в конкурса за „професор“ по 3.5 Обществени комуникации и информационни науки – комуникационен мениджмънт – управление на масовите възприятия, обявен в ДВ, бр. 23, от 17 март 2017 г.

Доц. д-р Чавдар Христов се явява на обявения конкурс със значителна като количество и качество научна продукция, солиден преподавателски опит и добри постижения в организацията на научните изследвания.

Доц. Чавдар Христов е защитил кандидатска дисертация в областта на социологическите науки през 1996 г. и е избран за доцент по научната област 05.04.10 журналистика /убеждаваща комуникация/ през 2009 г. Работил е в МВР, бил е управител на „Си ейч консулт“, а от 2009 г. е щатен преподавател в СУ Св. Климент Охридски“. Заместник-декан е на ФЖМК от 2011 г. Води три лекционни курса в бакалавърска степен редовно и задочно обучение и три курса в магистърска степен. Има необходимият хорариум, изискван за конкурса. Под негово ръководство вече са защитили 4 докторанти, а 5 са отчислени с право на защита.

Доц. Христов се явява на конкурса с монографията „Войната на идеите – стратегии, идеи, пропаганда“ и десет студии и статии, всички публикувани в България.

В конкурса се натъкваме на едно сравнително по-рядко явление – кандидат, който едва ли не изцяло е фокусирал изследователския си интерес върху една голяма тема и като резултат почти всички от привлечените за нуждите на конкурса статии и студии са писани или като подготовка за тази тема или – в по-редки случаи – допълвайки и обогатявайки някои от

аспектите ѝ. За мен това не е обяснимо. В крайна сметка става въпрос за конкурс за професор, а не за доктор на науките, където би било оправдано.

А е очевидно, че тази тема съвсем не изчерпва изследователските му интереси. Напротив. Той е писал и върху дейността на секретните служби у нас, и върху някои въпроси на стратегията, стигайки далеч във времето до цар Михаил Шишман, и върху убеждаващото въздействие в областта на икономиката, та и безспорният му интерес към лова и риболова и т. нат. С други думи, разнообразието на изследванията му доказва едно неофициално изискване към кандидата за професор – да бъде социално ангажирана личност с достатъчно разнообразни интереси.

Монографията „Войната на идеите – стратегии, идеи, пропаганда“ е разделена на три строго обособени части: „Стратегическо мислене и управление“, „Стратегическите идеи“ и „Стратегическа комуникация“. Трите съвсем правилно са обединени под общото заглавие „Войната на идеите“. Това, между другото, отговаря и на общия недвусмислен интерес на автора към мястото на стратегията не само по време на война, но и в обществения живот изобщо. И в трите части авторът привлича достатъчно разнообразен доказателствен материал от древността до наши дни.

По начало едно от достойнствата на книгата е ако използваме мисълта на Конфуций е, че авторът „дава имена на нещата“. Той цитира многобройни примери от историята, от литературата, от изкуството, но достойнство на изследването е, че то структурира историческия и въобще доказателствения материал.

Работата прави впечатление и с широкото използване на интернет ресурси, които позволяват на автора да стигне до труднодостъпни извори и изследвания. От друга страна, това е довело до използване на руски преводи на важни съчинения поради факта, че руснаците без особени скрупули ги

качват в интернет пространството. Би трябвало там където е възможно, а е възможно на доста места, да се използват оригиналите на английски език, а не преводите. Някои от тези книги са преведени и на български език, а оригиналите ги има в Университетска библиотека. При ползването на „Стратегикона“ на Псевдомавриций е било коректно да се използва макар и непълното издание на български език в ГИБИ. Същото би могло да се каже и за „Стратегикона“ на Кекавмен. Без да броим, че на руски език има и по-нови издания и по-нови преводи от цитираните.

Авторът има вкус към интердисциплинарното изследване, облягайки се постиженията на историческата наука, социологията, обществената психология, политологията и т. нат. Полученият резултат е убедителен и защитен от гледна точка на редица обществени и хуманитарни науки. В цялата книга той опитва отделя и формулира етапите в развитието на стратегическото мислене на стратегическите корпоративни и кооперативни идеи и на пропагандата. Някои от предложените деления са уязвими, но са свидетелство за изследователска зрялост и желание да се постави ред в понякога хаотичната история на явленията, които проучва.

Авторът съвсем правилно набляга върху европейското стратегическо мислене, отделяйки го от подобни конструкции в Азия. Напълно съм съгласен с извода му /44/, че сравнителният анализ между източното и западното стратегическо мислене недвусмислено показва зараждането на общ модел на стратегическо мислене. Кое то наред с другото, наново както правилно е подчертано и то неведнъж от него говори и за общите черти на човешката менталност.

Той правилно предупреждава срещу опасността предварително премислената стратегия да наложи матрично поведение, което да доведе до

матрично, ограничено мислене и оттук важноста на това да умееш да управляваш стратегията и да я променяш съобразно обстоятелствата /68/.

Или изключително важен е стратегическият модел на поведение, който позволява развитието, еволюцията на човешкия род с появата на нон конформистки личности, които имат и силна емоционална връзка с групата./92-93/.

Доцент Христов подробно анализира месианските съставки на идеологията на болшеvizма и американизма и постепенното движение на Европа към кооперативност, основано на развитието на мрежови структури в различни области на икономиката и политиката. Именно подчертаването на мрежовите структури, на институции от мисионерски тип и ролята им при налагане на модели на поведение и оттук модели на промяна на масовите представи е принос на автора.

Разбира се, спорен е въпросът от кога започва да се институционализира пропагандата. В известен смисъл напомня известният въпрос колко камъка правят купчина, но все пак бих искал да отбележа, че елементи на институционализиране, повече или по-малко ясни, могат да се забележат и в древна Месопотамия, и в древен Египет и най-вече в древна Индия, където браманът Каутиля в „Артхашастра“ дава немалко ценни съвети, за това, което би следвало да прави владетелят, за да повлияе на възгледите и вярванията на поданиците си и тези на враговете си.

Напълно съм съгласен, че повечето от стратегическите идеи са лидерски и немалко от тях са свързани с определени кризи – доктрината „Монро“ май е изключение в този смисъл.

Разглеждайки стратегическата комуникация доц. Христов изброява множество определения за пропагандата, като набляга върху исторически наложилата се отрицателна отсянка в нея, свързана с противопоставянето на

католицизма и протестантството. Всъщност болшеvizмът опитва да освободи термина от неприятния му привкус със създаването на отдели за пропаганда като неотменима част от партийните структури на комунистическата партия. Всъщност основното, според автора е, че пропагандата е „манипулативно масово въздействие“, но кое масово въздействие не е манипулативно? Струва ми се, че в тази част авторът би могъл да избегне повторението на по-ранните разсъждения за матричното поведение на човешките индивиди, което според него е с генетичен произход. Напълно съм съгласен с него, че акумулираният ефект на съобщенията в медиите постепенно оформят общественото мнение и от тази гледна точка медиите от самото им зараждане с вестника на Теофраст Рендо са великолепен пропаганден инструмент, от който не се е отказал никой управник. В тази връзка, струва ми се, че за обществено мнение с висока доза увереност може да се говори и преди началото на 19-и в. Обществено мнение се формира и при протестантската пропаганда през 17-и в., и в навечерието и по време на Английската буржоазна революция, и в Американската революция - да не говорим за Великата френска революция, на която, за съжаление, е отделен един единствен параграф. Между другото, би следвало да се спомене, че Институтът за пропагандни анализи изследва не само италианската, нацистката и японската пропаганда, но и болшевишката – както в Съветска Русия така и по света, включително в Съединените щати /болшевишката пропаганда в Холивуд е един от задълбочените анализи, които правят/.

Бих искал да подчертая, че за разлика от повечето подобни съчинения авторът е направил успешен опит да разграничи пропагандата от public relations като и в двата случая е потърсил основните принципи на убеждаващото въздействие.

Това, което е много интересно и на което, за съжаление, авторът не е отделил нужното място е вниманието, което обръщат тоталитарните държави на пропагандата, насочена към техните общества. Не че подобна пропаганда няма и в демократичните държави, но в монографията това почти не личи, а се анализира предимно външнополитическата пропаганда на държави като Великобритания и САЩ /или вътрешнополитическата, но само по време на Първата и Втората световна война/. Между другото не съм съгласен /206/ с бележката на автора, че агитацията е синоним на пропаганда. Не можах и да разбера /207/ как съветската пропаганда използва Казимир Малевич и особено осъденият на заточение за „тунеядство“ Йосиф Бродски.

Съвсем правилен е изводът на автора е, че в момента се намираме в етап на преосмисляне на механизмите на масово въздействие, на намаляване на ролята на институционализираната пропаганда без това да отслабва връзките ѝ с държавната машина.

Само с резерви мога да приема мнението на автора, че първата пропагандна медия е книгата. Струва ми се, че с не по-малко основания може да се говори за визуалната пропаганда в образи, скулптури, архитектурни паметници и т. нат.

За съжаление, в предложената монография има немалко пропуски и недоглеждания, вероятно продиктувани и от обема на изследването и стремежа да се хвърли възможно най-широк поглед върху изследваните явления. Един от най-впечатляващите, както вече споменах, е Великата френска революция, когато едва ли не за първи път огромни маси хора са подложени на масирано манипулативно въздействие.

Оправданият стремеж на автора да структурира изследването си в някои случаи, го е довело до въвеждането или използването на конструкции, които звучат тромаво на български – да речем „стратегиране“, „дизайнерски

подход“, „конформно поведение“ или „стратегическо видение“, което пък специално съдържа нюанси, различни от тези, които авторът има предвид.

В портрета на Димо Казасов като стратег, за съжаление са допуснати доста исторически грешки, които не накърняват основните изводи на автора, но не изясняват фона на действията му. Подобни пропуски и неточности има и при портретите на Мусолини и Хитлер. Да речем вярно е, че като резултат от терора през февруари-март 1933 г. националсоциалистите печелят най-много гласове, но въпреки това не печелят подкрепата на повече от 43% от избирателите, поход към Берлин след Бирения путч няма и т.нат. Но в крайна сметка, това са забележки на историк за едно изследване, което не е чисто историческо, а по-скоро теоретично.

Известни несъгласия имам и с някои категорични твърдения на автора, които, според мен поне, можеха да бъдат изказани по-общо, за да не са уязвими на критика. Да ремем той твърди, че „Стратегическото мислене налага *обратен морал и ценности* на общоприетите“ /64/. Доколко е точно обратен – аз бих казал различен. При това в по-нататъшното изложение личи, че авторът го използва точно в споменатия от мен смисъл.

Само едно вметване - „Съединението прави силата“ - не е български, а белгийски девиз, възприет от българите.

Не е ясно защо за Исус Навинсе говори като за Исус Навиев. Вярно, че в Библията той се споменава като Навиев син, но все пак общоприетото е Навин. Не зная как авторът е приел безкритично мнението, че Гордън Лонсдейл е бил удостояван с благородническа титла. Някои споменати психологически операции като мимикрията, използването на двойници и т.нат. само с големи резерви могат да минат за пропагандни техники и т. нат., но всички те са дребни проблеми, които споменавам само воден от общоприетото мнение, че в рецензиите трябва да има и доза критика.

Бих искал да посоча и една слабост на кандидата. Струва ми се, че тематиката, която е обект на изследователския интерес на доц. Христов е световна тематика, необвързана с тесни национални или регионални рамки и той е могъл да опита да публикува поне някои от проучванията си на чужди езици, в списания или сборници в Европа или Съединените щати.

От статиите на автора бих искал да открия публикуваната в ГСУ „Измерване на кризи“ с предложения алгоритъм за измерване и анализ на репутационни кризи и публикуваната на английски език статия върху архитектурния облик на центъра на София като място на памет за емоционалната нагласа на българите.

Приемам направената от доц. Христов авторска справка за приносите му в изследваната тематика.

В заключение смятам, че преподавателската и научна дейност на доц. Чавдар Христов напълно покрива изискванията в закона към научната длъжност „професор“, аз самият ще гласувам за присъждането ѝ и призовавам и другите членове на журито да направят това.

Чл. кор. проф. дин Иван Илчев

21.06.2017