

Становище

по конкурса за професор, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (връзки с обществеността и политически комуникации) с участник **доц. д-р Десислава Бошнакова**

Доц. Десислава Бошнакова се явява на конкурса за професор по професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (връзки с обществеността и политически комуникации) с монографичния труд „Колективната мъдрост (краудсорсинг)”. Не мога да си представя по-сполучлив избор на тема за труда и по-достойно представяне като качество на труда спрямо професионалното направление, за което се кандидатства. Отбелязвам този факт в началото като възможно най-сериозно основание при кандидатстването за заемане на обявената академична длъжност, тъй като обвързването на научно-изследователската работа с преподавателската дейност е най-доброто, което може да очертае способностите на един кандидат в подобен конкурс.

Ценностна черта на монографичния труд „Колективната мъдрост” е насочването към изследване на краудсорсинга, едно актуално явление в съвременния комуникационен свят. Използването на ресурса на тълпата в условията на технологията уеб 2.0 и произтичащите от нея социални мрежи е събитието в нашата действителност, което пред очите ни променя или напълно измества в нова посока журналистиката, връзките с обществеността, политическите комуникации. Дори нещо повече, с помощта на краудсорсинга беше определена общовалидна и приета от всички професионални среди дефиниция на това, какво е „Връзки с обществеността (Пъблик рилейшънс)”. През 2011 г. най-голямата ПР организация в света PRSA се обърна точно към тълпата за съдействие при формулирането на модерна дефиниция, която да отговаря на условията на съвременната дигитална, повсеместно разпространена, действителност. PRSA, заедно с няколко други организации (Институтът за ПР на Великобритания, Глобалният алианс за ПР и управление на комуникацията, Международната асоциация на бизнес комуникаторите и Асоциацията за маркетинг от уста на уста), събра предложенията, подложи ги на гласуване отново сред тълпата и в резултат се стигна до дефиницията, която днес е възприета от всички. Дефиницията гласи: „Връзки с обществеността (Пъблик рилейшънс)” е стратегически комуникационен процес, който изгражда взаимноизгодни отношения между организацията и нейните публики”. Краудсорсингът в случая дава възможност да се чуе гласът на всеки, дава възможност за диалог, дава възможност за актуалната комуникация на дигиталната епоха „от много към много”, която замени предишната комуникация „от един към много”.

Кандидатът за присвояване на академичната длъжност „професор” е завършила своето образование именно по връзки с обществеността в Нов български университет и дълги години преподава същата специалност в департамента по масови комуникации на НБУ. Тази подробност не е маловажна, тъй като означава, че Десислава Бошнакова е кръвно свързана и с университета, и с професионалното направление, в което ще е бъдещата ѝ

реализация като професор. Оценката на студентите, а и моите лични наблюдения като неин преподавател, а после и колега, при съставянето на курсовете и конкретните лекции, са отлични. Тя притежава концептуално мислене, което се проявява винаги, когато трябва да се правят нови курсове или цели програми в департаментната структура. Отбелязвам тези личностни качества, защото, според моите разбирания, те имат важно значение за заемането и упражняването на каквато и да е преподавателска длъжност, а за професор въпросните изисквания дори се удвояват.

Десислава Бошнакова участва редовно в научните конференции на департамента по масови комуникации, публикува студии в годишника на департамента, научен ръководител е на докторанти и на многобройни студентски дипломни работи. Споменавам тази дейност на кандидата по простата причина, че конкурсът за професор е обявен за нуждите на департамента по масови комуникации, което означава, че изброените участия натежават за избора на Бошнакова на тази длъжност. Допълнително ще отбележа нейната обвързаност с обществените комуникации и извън департаментния живот. Тя е собственик на агенция ROI Communication, която се занимава с консултиране, обучение и издаване на специализирана литература. Лично е превела и издала поредица от основополагащи книги в областта на връзките с обществеността. Също е утвърден блогър, както и куратор на TEDxNBU.

Доколкото основните професионални задължения на един професор в професионалното направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки (връзки с обществеността и политически комуникации) в конкретния случай със заемане на длъжността в департамента по масови комуникации на Нов български университет ще бъде да се занимава с история, теория и анализ на „Връзки с обществеността (Пъблик рилейшънс)“, не може в новите обществени и комуникационни условия да се пренебрегват възможностите на краудсорсинга. В такъв смисъл научно-изследователския труд „Колективната мъдрост“, който е в основата на заявката на кандидата за обявената конкурсна длъжност, е сериозен атестат за бъдеща успешна преподавателска и научна дейност. На специалистите по връзки с обществеността все повече ще се налага да търсят начини и форми за създаване на условия за работа с тълпата. Тълпата отгук нататък не само ще може, но и ще иска да участва във всякаква такава дейност. Най-добрият подход е подобна дейност по изграждане на взаимноизгодни отношения между организациите и техните публики да се извършва съвместно между специалисти и потребители. И съответно университетското обучение в тази насока трябва да бъде адекватно на новите изисквания на времето, в което живеем в началото на 21. век.

С убеденост, че Десислава Бошнакова притежава знанията и уменията за подобно университетско обучение като професор в професионалното направление, за което кандидатства, давам положителна оценка за нейния избор на тази длъжност.

Проф. Владимир Михайлов,
доктор на изкуствознанието

06. 12. 2016