



РЕЦЕНЗИЯ

От: доц. д-р Стела Константинова Ангова

УНСС, катедра „Медии и обществени комуникации“

Научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (онлайн медии)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност в УНСС „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (Медии и комуникации)

Автор на дисертационния труд: **Емануела Валентинова Иванова**

Тема на дисертационния труд: „**Мултиплатформените културни индустрии: стимул за възникване на нови потребителски модели**“

Научен ръководител: **доц. д-р Биляна Томова**

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед на Ректора на УНСС

1. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Структура, обем. Представеният за рецензия дисертационен труд е с обем 339 страници, от които 323 основен текст. Съдържанието на дисертацията следва класическата структура: увод, три глави, заключение. Ползван е богат информационен материал – посочени са 301 източника, сред които научна литература (монографии и статии), онлайн публикации в медии, речници и институционални сайтове, резултати от изследвания, доклади и т.н. Предложени са и пояснения към използваните в работата абривиатури и съкращения. Приложена е анкетна карта на проучване на тема „Потребление на културно съдържание (видео, музика, телевизия, книги, новини, игри) в онлайн и дигитална среда“.

Изследователската методология предлага интердисциплинарен подход - анализ и синтез на литературни източници, маркетингови, социологически и статистически

изследвания, документи и доклади на водещи международни изследователски институти, анкетно проучване.

Изложението върви от общото към частното. Първа глава е теоретична. Анализът на теории и научна литература е фокусиран върху два ключови термина в дисертацията – бизнес модели и културни индустрии. Разгледани са съвременните мултимедийни платформи на културните индустрии и влиянието върху тях на дигитализацията и конвергентни практики. Втора глава анализира промените в културните индустрии в контекста на четвъртата вълна дигитализация и проявленията на т. нар. конвергенция 3.0, които водят до индустрия 4.0. Проследено е зараждането на мултиплатформен екосистемен бизнес модел, чиито характеристики са анализирани чрез проучване на практиките на компании като „Амазон“ и „Епъл“. Трета глава е с внимание към потребителя, ключов фактор в променените бизнес модели. Поради това и анкетното проучване е насочено към потреблението на културно съдържание в интернет, чрез което да се изведат тенденциите в потребителското поведение.

Актуалност на темата. Темата е безспорно актуална, тъй като притежава качеството новост – изследват се новите потребителски модели в културните индустрии. Промените са динамични и интересни, всеки дял от културните индустрии търси иновативни подходи за интеграция в дигитална среда, така че бизнесът и аудиторията да взаимодействат успешно. Опитът към момента показва, че буквалното възпроизвеждане на познати бизнес модели не дава добри резултати, защото средата на прилагане е различна, „жива“, със свои правила, появяват се нови виртуални играчи, които нямат предишен опит за бизнес във физическа среда. Докторант Емануела Иванова много точно в увода на дисертацията е коментирала трансформациите, които правят темата актуална, сред които изтъкна промените в медийната среда, технологиите, процеса по създаване и разпространения на съдържание, творческия пейзаж, появата на технологични компании-гиганти. Доколкото темата е посветена на потребителите като част от реструктурирането на културните индустрии, много правилно е посочено, че „дигиталното насищане на реалността дава нови възможности на компаниите да изследват потребителското поведение в дълбочина, а наличието на всички тези канали дава множество възможности за достигането им“ (с. 8). Използваният понятиен апарат също реферира към актуалност: постдигитален,

мултиплатформи, различни видове реалности, потребителско преживяване (UX), OTT (горен слой) услуги и т.н.

Цел. Дефинирана е по следния начин: „да изследва навлизането на платформения модел в културните и творческите индустрии и процесите на промяна, които последвалото създаване на цялостна екосистемна мултиплатформена среда предизвиква върху потребителските модели за потребление на културно съдържание“ (с. 9). Целта е изпълнена и като краен резултат са изведени моделите на потребление на културно съдържание в интернет.

Задачи. Докторантът е работил по девет задачи, които е завършил с успешен резултат в края на труда.

Обект и предмет са формулирани коректно. Обект са културните индустрии, тяхното развитие в света на дигиталната икономика и трансформацията им в мултиплатформени културни индустрии, а предмет са новите бизнес модели с фокус появата на нови потребителски модели в различните културни индустрии. Във фокуса на наблюдението са технологичните гиганти Amazon, Facebook, Apple, Google, които, по думите на докторанта, „в част от своето портфолио са сериозни участници в културните и творчески индустрии, а създавайки цялостни мултиплатформени бизнес екосистеми се превръщат в генератор на изцяло нови бизнес модели, които предефинират парадигмата на културните индустрии като цяло“ (с. 9).

Хипотеза. Работата по дисертационния труд започва от две основни хипотези: първата е по отношение на влиянието на мултиплатформените бизнес модели върху постдигиталния потребител, а втората разглежда потребителските модели от гледна точка на взаимодействия, навици, нагласи, очаквания и възприятия по отношение на културното съдържание. Към всяка хипотеза са предложени по пет подхипотези, което представлява ненужно раздробяване. Все пак приемам този подход за удачен, доколкото темата на дисертационния труд е многопластова, и конкретизирането на допусканията внася яснота за гледната точка на автора по отношение на разгръщането на идеите и анализа.

Първа глава задава теоретичната рамка на изследването и предлага понятийния апарат. Фокусът е върху генезиса и същността на културните индустрии, тяхната дигитализация, конвергенция и разрастването на бизнес моделите. Посочената литература е богата и обхваща различни изследователски полета: икономически,

медийни, комуникационни, културологични, социални, социологически, психологически, философски. Този интердисциплинарен подход позволява максимално да се обхване темата за мултиплатформените културни индустрии и да даде широкообхватна гледна точка към трансформациите в тях.

Втора глава засяга темата за случващата се и в момента трансформация в културните индустрии. Представени са резултатите от многопластов анализ на маркетингови, пазарни и социологически проучвания. Този вторичен анализ на информация помага да се проследи „създаването на цялостни екосистеми в платформените предприятия, което от своя страна създава предпоставки за трансформация в културните индустрии“ (с. 74). Подробно са описани трансформиращите вълни на дигитализацията, които оказват влияние върху културните индустрии и как работи новият икономически модел за мултиплатформените компании. Наблюдението на компании като *Amazon, Google, Facebook, Apple* позволява да се стигне до важния извод, че „платформите са дълбоко интегрирани в сектора на културните индустрии“ (с. 200), този процес променя бизнес моделите и моделите на потребителското поведение.

Трета глава разглежда потребителя като двигател и катализатор на промяната на бизнес модела в културните индустрии. Основният изследователски въпрос е какви са актуалните модели на поведение на потребителите по отношение на взаимодействието с културно съдържание в мултиплатформена среда. Анкетното проучване показва сериозни трансформации на моделите на поведение на съвременния потребител, наложени от дигиталната среда и технологичните иновации.

2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

2.1. Извършено е първото по рода си у нас научно изследване на трансформациите на поведението на потребителите по отношение на културното съдържание в интернет чрез специфични мултиплатформи. Изследването е извършено в контекста: нови технологии – дигитализация – конвергенция – трансформация (платформи, бизнес модели, потребителско поведение). Тази научна логика позволява да бъде разгърната максимално широко картината на целия процес около създаването, предлагането, разпространението и потреблението на мултиплатформено дигитално културно съдържание. Изводите от изследването са важни в икономически, медиен, социален, културен и др. аспекти. Те не само показват *логиката на случващото се* и

тенденциите във взаимовръзката културно съдържание – потребител, но и насочват към възможни бъдещи *сценарии за развитието на културните индустрии* в дигитална среда от гледна точка на различните реалности – виртуална, физическа, социална. Чрез изследването на *няколко вида културни индустрии* (музикална, филмова, гейминг, медийна) се демонстрира познаването и умението за тълкуване на отделните им характеристики в традиционен вариант, дигиталните им промени и на актуалните прилики и отлики.

2.2. За целите на изследването са използвани различни методи. Извършен е голям обем изследователска работа по събиране на научни и експертни публикации, изследвания, доклади, данни, чрез критичния анализ на които е очертана *глобалната картина на трансформациите в културните индустрии*. Ще акцентирам и върху проведеното анкетно проучване, което позволява на докторанта да посочи *тенденциите и моделите*, които се развиват по отношение *потреблението на културно съдържание от страна на българската аудитория*. Изследването позволява да бъде предложена *концептуална рамка на новите дигитални потребности*, чието прилагане би довело до медийно и информационно грамотно общество.

2.3. Докторантът борави уверено и коректно със специфичната терминология. Именно познаването на понятийния апарат и разнообразните определения позволява на Емануела Иванова да въведе в научен оборот *две авторски дефиниции* – за *трансформираната верига на стойността* и за понятието *мултиплатформени културни индустрии*.

3. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Научните приноси се виждат в интердисциплинарния подход и предложената теоретична рамка за изследване на мултиплатформените бизнес модели. Научно-приложните са резултат от емпиричния подход и биха били от полза за образователни институции и бизнес организации в сферата на културното съдържание по отношение на познаването на потребителското поведение.

4. Оценка на публикациите

Емануела Иванова има отпечатани три публикации по темата на дисертацията. Те отговарят на стандартите за научно съчинение и представят отлично етапите на работата по труда.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът е с обем 43 стр. и коректно резюмира съдържанието на дисертационния труд, проведените изследвания, изводите и научните приноси.

6. Критични бележки, препоръки и въпроси

Емануела се съобрази с голяма част от препоръките, отправени от мен на вътрешната защита. Забелязвам един пропуск, който трябва да бъде отстранен при евентуално бъдещо публикуване, а именно: в дисертационния труд са описани две основни хипотези с подхипотези (с. 9 и 10), докато в автореферата те са именувани основни тези с посочени подхипотези (с. 5 и 6).

Въпросът ми е: интегрирането на все повече възможности за дигитален живот в цялото му многообразие ще промени ли контекста на възприятие на културното съдържание от аудиторията?

7. Заключение

Дисертацията представлява оригинален и актуален научен труд с множество ползи за образователни и бизнес организации. Достоинствата на текста и качеството на научните изследвания ми дават основание да предложа на уважаемото жури да гласува положително за присъждането на образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност в УНСС „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (Медии и комуникации) на Емануела Иванова за труда ѝ *„Мултиплатформените културни индустрии: стимул за възникване на нови потребителски модели“*.

15.06.2020

доц. д-р Ст. Ангова