

РЕЦЕНЗИЯ

От: *доц. д-р Биляна Иванова Томова*
УНСС, Катедра „Медии и обществени комуникации“
Научна специалност „Организация и управление извън сферата на
материалното производство“ (Икономика на културата)

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

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №1014/09.04.2021г. на Зам.- ректора по НИД на УНСС.

Автор на дисертационния труд: *Георги Лъчезаров Минев*
Тема на дисертационния труд: *Бизнес журналистика в конвергентна медийна среда: нови форми и технологии*

Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Медии и обществени комуникации“, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (Медии и комуникации). Обучението е осъществено в задочна форма през периода 2017г. - 2021г. Георги Минев завършва бакалавърска степен по „Медии и журналистика“ в катедра „Медии и обществени комуникации“ (2011г). Притежава магистърска степен по политология от СУ „Св. Кл.Охридски“ (2016г). Георги Минев има сериозна кариера в българската икономическа журналистика: започнала през 2008г. като стажант, репортер и минала през

всички стъпала на израстване през водещи специализирани издания като „Капитал“, Forbes България, Уеб медия груп АД - главен редактор, издател на сайтовете news.bg, money.bg, topsport.bg, lifestyle.bg, gladen.bg. Днес Георги Минев е и автор и водещ на предаването MONEY.BG по ТВ „България ОН ЕР“. Георги е възпитаник на Немската езикова гимназия в гр. Русе, владее немски и английски и има многократни специализации в немски медии.

Подходът и начина на разработване на темата видимо е повлиян от тези натрупвания. Настоящият труд е преминал през две финални обсъждания в катедрата, и докторантът е отразил направените препоръки, което прави задачата на рецензента по-лека.

Обща характеристика на представения дисертационен труд

Структура, обем. Предложеното изследване има цялостен обем от 224 страници като 198 страници е дисертационния труд без приложенията, които са девет на брой. Трудът съдържа 22 таблици, 9 графики, снимки, фигури. Библиографията наброява 172 източника – 53 на български и 119 на английски и немски език.

Структурата е класическа и рационално построена – въведение, три глави (теоретична, методологична и изследователска), заключение и приложения. Всяка част завършва с основни изводи.

Оценка за: актуалност на темата; целта; задачите; обекта; предмета; основната теза на дисертационния труд

Актуалността на труда е безспорна: изследователското поле – бизнес медии в конвергентна среда е област, която е силно динамична и не толкова разработена. Промяната на средата – икономическа, технологична, социо-културна създава нови форми, формати и журналистически инструменти на отразяване, а това поражда нуждата и от нов изследователски ракурс.

Във *Въведението*, след обширен увод посветен на дигитализацията в медиите, са посочени, :

Целта – „максимално детайлна моментна снимка на промените, които дигиталната среда създава...как медийната конвергенция променя бизнес

(икономическата) журналистиката, като постави акцент на два аспекта – новите форми, които тя придобива и новите технологии, които тя използва.. „. Не е пропусната и аудиторията и промените, които настъпват в начина на потребление.

Чрез тази цел, авторът заявява обхват на цялата верига на стойността (при създаване на специализирано медийно съдържание) и преглед на промените, които настъпват в нея в конвергентна медийна среда.

Задачите са девет на брой и са отражение на изследователският път, който трябва да бъде изминат.

Обекта и предмета са формулирани коректно– „Обектът на това изследване е трансформацията на бизнес журналистиката в контекста на новата дигитална (конвергентна) медийна среда. ...Предметът на научното изследване са новите форми и технологии“. Тук е възможен и още един подход, който няма да промени смисъла на направеното от автора, но би поставил ударението върху дигитализацията и последствията, които се анализират. И това е възможно чрез добавянето на предикат: т.е., обекта – бизнес журналистиката и предмета – новите форми и технологии, и предикат „ в конвергентна медийна среда“.

Хипотезите са две – едната има за цел проследяване на настъпилите промени в медиите, а втората има трябва да внесе разграничение в характеристиките между бизнес и икономическа журналистика.

В методологията са подчертани емпиричните подходи на анализ – интервю, анализ на случай, експертна оценка. Наложени са и изследователски ограничения – на обхвата на обекта и времето (с фокус върху последното десетилетие).

Въведението има всички нужни атрибути и дава добра изследователска платформа за анализ

ПЪРВА ГЛАВА *Бизнес журналистика в конвергентна медийна среда* въвежда основните понятия и теории. Съдържанието и е изградено в следната логика: развитие на понятията журналист и медии в дигитална среда; анализ на настоящия икономически и технологичен контекст в България и света за развитие на икономическата журналистиката; взаимоотношенията между икономическа – бизнес журналистика; развитие на икономическата журналистика, като отговор на степента на развитие на

световната икономика (националното стопанство) и нуждите и очакванията на потребителите; фокус върху конвергенцията, четвъртата индустриална революция и развитието на медиите в тази бурна епоха на нови медии, нови бизнес модели и търсене на нови източници на приходи .

Като теоретична база първа глава е изпълнила своите функции. Направен е преглед на основните понятия, изведени са основните икономически и технологични тенденции, които формират облика на съвременния медиен пазар. Подчертана е нарастващата роля на онлайн медиите и формирането на нови бизнес модели. На финала на авторът прави основни изводи.

ВТОРА ГЛАВА *е посветена на новите форми и технологии в бизнес журналистиката.* Разказвайки за тях хронологично, докторантът е анализирал: как се променя създаването на съдържание, което е специфично, експертно за бизнес журналистиката; конкретизация на новите дистрибуционни канали – кои са, как се формират печалбите и възможните минуси – конкретно за всеки канал и базирано на конкретен пример; Тук е направена и обстойна характеристика на нови форми и формати, като се прави извода за агресивното навлизане на видео форматите, за възраждането на аудио съдържанието чрез подкаста.

Особено добре е отразена ролята на платформите – новите глобални господари, които успяват да създават висока добавена стойност без да създават собствено съдържание, отпадането на агрегирането на съдържание под натиска на търсене на фокусирана аудитория, и как тези промени създават висока и лесна добавена стойност за онлайн рекламата.

ТРЕТА ГЛАВА *е Стратегия за създаване на качествена бизнес медия в конвергентна медийна среда .* Очаква се това да е емпиричната част в една дисертация. Началото е положено още във финала на втора глава, където Георги Минев прави анализ на случай – Handelsblatt. В трета глава, докторантът поставя основните теми и търсения, но вече заземени в практиката на българския медиен пазар. Тук виждаме критичен анализ на българската медийна реалност, както и практическите ограничения в еко системата на бизнес медиите – отговор се търси чрез анализ на проведените интервюта и експертни оценки. Тук стъпка по стъпка се изгражда и алгоритъм за успех и устойчивост на бизнес медия на българския пазар.

Отправния момент за анализ на българския случай - Money.bg, докторантът определя така “Медийният пазар в България претърпя наистина голяма трансформация, провокирана от перфектната буря – дигитализирането на медийните екосистеми и икономическа криза в периода 2009-2013 година.” След исторически поглед към изданието, Георги описва и стъпките през последните години довели до възраждането му и превръщането му в лидер сред специализираните издания в България: обновяване на екипа, нова стратегия за съдържание насочена към широката аудитория, нов сайт и нова концепция за съдържанието, за са стигне до „ноември 2016 година, когато медията е посетена вече от близо 400 хиляди потребители или почти двойно повече спрямо същия месец на 2015 година. Този ръст се запазва и по-нататък, а новият сайт изиграва ключова роля в постигането на заложените цели.“ Оценка за постигнатото е и партньорството с телевизия Bulgaria ON AIR за създаването на собствено предаване Money.bg. „Идеята е концепцията на медията за съдържанието да се пренесе и в телевизионен формат – икономическа информация на разбираем език за широката публика.“ И тук на финала са изведени основните изводи от главата.

Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Сред предимствата на изследването са :

- Интердисциплинарност. Проведеният анализ изисква няколко аспекта на разглеждане на обекта - икономически, културологичен, маркетингов.
- Рационалност на изложението, което е постигнато въпреки многопластовостта на темата.
- Добра емпирична база и визуализация на текста и отлично познаване на литературата по темата.
- Достигнат е синтез на идеи и решения до степен предлагане на стъпки, модел на създаване, организиране и управление на бизнес медия в конвергентна среда.

Поставените цели и задачи на дисертационния труд са изпълнени. Изводите в отделните глави и заключението припокриват заложените от автора задачи.

Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приносите, посочени от дисертанта (научни и научно-приложни) са коректно направени.

Тук могат да бъдат добавени и още няколко постижения:

Дефиниране на спецификата на медийния продукт в бизнес изданията (създаване на съдържание, разпространение).

Извеждане на основните характеристики на българския медиен пазар през призмата на бизнес медиите.

- Като обобщаващ акцент:

Дисертационният труд постига заложените цели и задачи, като *анализира промяната в конвергентна среда на всички елементи от веригата на стойността при създаването, разпространението и потреблението на съдържание в бизнес журналистиката*. Докторантът фокусира търсенията си върху новите форми и формати, но определено постижение, е че успява *аспекта на анализ да бъде пречупен на няколко нива : макро ниво – новите бизнес модели, ролята на платформите, мезо ниво – новите източници на приходи, микро ниво – конкретното поведение на избрани медии-промяната на екип, съдържание, аудитория*.

Научните резултати постигнати в тази посока могат да бъдат приети за оригинален принос, доказващ възможностите на автора за самостоятелни научни изследвания.

Публикациите по дисертацията приложени от докторанта са три:

1. „Начини на финансиране на дигиталните медии: предизвикателства и перспективи“, в „Сборник с доклади от докторантски семинар №1“, Издателски комплекс – УНСС, 2020 година;
2. „Източници на финансиране на медийните организации в дигитална среда“ в сборник „Медии и журналистика – професионалните стандарти между властта и парите“, ФЖМК, 2019 година;
3. „Журналистика и мобилни устройства: инструменти за достигане до аудиторията“ в сборник „Медийна среда, публична и стратегическа комуникация“, Издателски комплекс – УНСС, 2018 година;

Степента на разпространение на получените резултати в научните публикации е много добра.

Приложеният автореферат коректно отразява на съдържанието на дисертационния труд.

Критични бележки, препоръки и въпроси

Препоръки

Добре би било на финала на всяка глава, където са направени и изводите, да се поясни каква част от заложените хипотези са намерили доказателства или са били опровергани в конкретния анализ по-горе.

Интересно и полезно би било да се покрие с емпирична информация цялата верига на създаване на стойността при бизнес журналистиката. В този аспект, бих препоръчала провеждане на анкета с потребителите на специализирани икономически издания.

Препоръките, но относно техническото оформление са: номериране на отделните подраздели в главите, които сега са само подзаглавия с различна големина на шрифта; добавяне на списък с таблиците и графиките.

Въпроси

- 1.Моля, посочете критерии и обосновете избора си за „качествена бизнес медия в конвергентна среда.“
- 2.Моля, обосновете - има ли връзка между степента на развитие на един национален медиен пазар и степента на развитие на специализирани икономически медии? По-развит медиен пазар дава по-добър шанс за специализирани икономически или бизнес медии?

В заключение, като се основавам на постигнатите резултати, които представляват научни приноси, отговарящи на изискванията на теорията и практиката с убеденост давам положителна оценка на рецензирания дисертационен труд. И препоръчвам на уважаваните членове на Научното жури да вземат положително решение и да присъдят на *Георги Лъчезаров Минев* образователната и научна степен

„доктор” по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ (Медии и комуникации) .

16.05.21г.

доц. д-р Биляна Томова