



С Т А Н О В И Щ Е

от доц. д-р Бисер Валериев Златанов - СУ „Св. Климент Охридски”
(Журналистика – медиен маркетинг)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по научна специалност в УНСС.

Автор на дисертационния труд: Георги Лъчезаров Минев

Тема на дисертационния труд: Бизнес журналистика в конвергентна медийна среда: нови форми и технологии

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

1. Информация за дисертанта

Георги Лъчезаров Минев е зачислен като докторант редовна докторантура 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) съгласно Заповед на Ректора на УНСС №1058/28.04.2017г. Обучението е осъществено през периода от 28.03.2017г. до 28.03.2020 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е с логична, добре развита и обстоятелствена структура, с обем от 219 страници, включително приложения. Съставен е от три глави, увод и заключение, библиография и приложения. В увода докторантът е обосновал актуалността на темата и е определил цел и задачи, хипотези, обект и предмет на изследването. Определени са метод

на изследването и научните ограничения, в които ще бъде поместен анализа.

В трите глави на дисертацията последователно са представени теоретичните, методичните и приложните въпроси, свързани с определянето на бизнес журналистиката и нейната трансформация в условията на подривна по своя характер обкръжаваща среда. Акцентът на труда е насочен към новите форми и технологично развитие, което участва в създаването на добавена стойност чрез дигитални разширения и цялостна дигитална стратегия. Фокусът е върху медиите, които са създадени и се развиват в онлайн среда, но надхвърлят нейните граници.

Актуалността на темата е обстойно обоснована и е в съзвучие с нуждите на медиите. Промените в медиите са продукт на цялостна промяна на медийната активност започнала със структурна криза в медиите, навлизане на нови технологии и постепенна нишовизация на медиите. Акцентът е върху онлайн медиите и по-специално медиите, предоставящи бизнес информация.

Целта на изследването е да определи и изследва контекстът, в който се оформя съвременната журналистика, насочена към предприемачеството или още бизнес журналистиката. На тази цел са подчинени няколко задачи, които структурират последователно решението на поставения проблем.

Обектът и предметът са ясно дефинирани. Дисертантът е определил основна хипотеза и втора хипотеза, която разширява научното изследване.

Методите на изследване съчетават разнообразен инструментариум, включващ наблюдение, анализ на случай, експертна оценка, дълбочинно интервю.

Използваната научна литература е предимно от последните пет години. Тя се състои от 172 източника, от които 119 са чуждоезични източници, а останалите 53 (приблизително 30% от общия брой) са на български език. Не са отделени литературните източници от онлайн източниците. Източниците на български език се състоят предимно от български автори, но присъства и преводна научна литература. Сред чуждоезичните или източниците на латиница има забележимо присъствие на немска научна литература и немскоезични автори, както, разбира се, има и англоезични автори и литература. Впечатление прави, че е отделено значително място на публикации от последните две-три години.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Дисертационният труд обхваща обемно научно поле и значими въпроси от теоретично, методологическо и приложно естество. Внимателно са разработени теоретико-методологични конструкции, свързани с характеризирането на проблематиката.

В концептуално отношение трудът се развива по посока последователно изчистване и изграждане на рамката на изследването. Концептуалната рамка съдържа значими предпоставки за извършване на качествено изследване.

Изследването се фокусира върху създаването на медийния продукт в онлайн медиите, отразяващи икономиката и бизнеса. В рамките на изследването се обръща внимание и на някои от моделите на приходите на медиите – абонамент, защитна стена, фриймиъм, реклама, комбинирани модели. Разгърнат е интереса и към познати и нови форми на медийните съдържания. Направеният анализ на основата на експертна оценка, анализ на случай и дълбочинно интервю демонстрира, че ускорението на технологичните промени създава императиви и ред предизвикателства пред медиите. Тук се съдържа и разбирането, че единствено медиите, които са способни да отговорят/използват тези промени ще успеят.

Значителен научен интерес предизвиква представеният анализ на случай, свързан със планиране и препозициониране на Money.bg като медия, предлагаща икономическа и бизнес информация. Стратегията за препозициониране на медията включва нов дизайн на сайта, а също и нов подход към потребителите. Този подход се отразява както в начина на представяне на новини и друга информация, в подбора на съдържания, така и при въвеждането и използването на функционалности. Авторът обръща внимание, че класическото разбиране за медийното съдържание не е самодостатъчно, за да обясни популярността на едно съдържание спрямо друго, а се намесват и важни аспекти, свързани с неговата форма (опаковка), разпространение, ниво на медийна инфраструктура, характеристики на потребителя.

В допълнение на горното бих открил и представеният профил с компетентности на бизнес журналиста в онлайн медия.

Поставените цели и задачи са успешно изпълнени в рамките на изследването. Убедително са конструирани и адаптирани фундаментите на научното изследване.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

В труда са отбелязани научни и научно-приложни приноси.

Сред приносите бих открил предложеният задълбочен анализ и концептуална рамка на икономическа и бизнес медия при отчитане на спецификите на аудиторията и на темпа на навлизане на дигиталните технологии в медиите.

Добре са описани тенденциите и спецификите на пазара на бизнес медии в България и в чужбина. С приносен характер е разработеният компетентностен профил на журналиста в дигитална бизнес медия.

Останалите резултати, формулирани като приноси в автореферата на изследването също отразяват приносни моменти от дисертационния труд. Единствената ми бележка е по отношение на формулираният като научно-приложен принос: „Посочени са конкретни успешни модели за приходи от икономическо и бизнес съдържание в дигитална среда.“ Не е ясно кои модели на приходите визира авторът, а също така посочването им само по себе си не може да бъде научен принос.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Публикациите, свързани с дисертационния труд са три на брой – две публикации в сборници с доклади от научни конференции и един доклад в сборник от докторантски семинар. Научните публикации съответстват на темата на дисертацията, отразяват постиженията на докторанта и са достатъчно представителни.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът отговаря на основните изисквания. Той представя съдържателно обобщение на основните въпроси, разглеждани в дисертацията.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Основната ми бележка е свързана с научните приноси – струва ми се, че те могат да бъдат по-добре структурирани и по-добре формулирани.

Също така имам няколко дребни корекции.

Правилно дисертантът отбелязва, че относно цикличната криза от 2007/2008-2009 година най-напред започва спадът на финансовата активност (наричан още криза), а последващото развитие е спад и в реалната икономика (на с.18). Често това убягва на редица анализатори. Трябва да се отбележи обаче, че финансовата криза не започва с фалита на „Лемън брадърс“ през 2008 година или с поглъщането на Bear Stearns, фалитът на други финансови институции, а поне една година преди 15 септември 2008 година. Фалитът на „Лемън брадърс“ би могло (в зависимост от интерпретационната рамка) да се разглежда като спусъкът, наративът, който с посредническата роля на медиите трансформира новината за финансовата криза в спад на икономическата активност.

Считам, че на места текстът следва да бъде прецизиран. Тук отбелязвам, например, употребата на понятието „интернет“. Трудно интернет може да бъде наречен – „технология“, „канал“ („в край на 20 век се появява нова технология... – и това е интернет. Няма друг канал...“ с.7-8). Интернет е глобална система от (взаимно)свързани компютърни мрежи.

Направените бележки не омаловажават в никаква степен постигнатите резултати от изследването и научните приноси. Представеният дисертационен труд представлява оригинално и задълбочено научно изследване на значими проблеми.

Отправлям следните въпроси към Георги Минев:

1. Кои тенденции, отразяващи потребителските вкусове и поведение по отношение на бизнес медиите бихте откروили и как медиите могат да отговорят на това?
2. В колко групи бихте разделили и как бихте описали основните групи (сегменти) от потребители на Money.bg от гледна точка на техните основни (демографски, географски и психографски) характеристики? Как те се съотнасят и докъде се припокриват с потребителите на news.bg, investor.bg, economic.bg, capital.bg, profit.bg?
3. Какви техники и прийоми могат да бъдат използвани, за да бъдат задържани по-дълго читателите на сайта на Money.bg, да се увеличи средното време, прекарано на сайта от уникален потребител и да бъде намален т.нар. bounce rate?

8. Заключение

Като имам предвид научните качества на представената авторска монография, демонстрираните познания и компетентност, приносящий характер на общественото изследване изразявам положително становище за присъждането на образователната и научна степен „доктор“ на Георги Лъчезаров Минев.

15 май 2021 година
София

Подпис: