

СУ „Св. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

РЕЦЕНЗИЯ

за дисертационния труд на тема:

” Качествена журналистика в епохата на интернет: иновации в бизнес модела на качественя вестник”

За присъждане на образователна и научна степен „доктор” по 3.5
Обществени комуникации и информационни науки

(Журналистика-Икономическа журналистика)

Рецензент: проф дфн Милко Петров

1. АКТУАЛНОСТ НА ТЕМАТА

Избраната тема на дисертационния труд е особено актуална по няколко основни причини:

Първата е свързана с появата и развитието на интернет - като нова мултимедийна платформа, която създаде нови медийни и комуникативни практики, които промениха живота и всекидневието на потребителя. Интернет преобърна света на медиите, трансформира неговата структура и основни участници, тяхното място и тежест в общите медийни процеси. Първоначалната представа, че мрежата ще служи главно за нуждите на отбраната и военните комуникации на САЩ, че ще бъде „компютърното оръдие” на студената война, бързо беше загърбена. Интернет създаде нови пространства за комуникация и общуване, за нови медии и култура, друг мащаб на глобалното, други шансове за локалното. Новата виртуална

територия на мрежата действително се оказва необятна, от гледище на цялата възможна социална активност на човека.

Втората е свързана с медийния свят, който интернет завари преди половин век - *пресата, радиото и телевизията* - с тяхното развитие, специализираност на комуникацията, читатели, слушатели и зрители. Пресата има най-дълъг медийен живот, тя е част от писмената култура (и цивилизация), която се изгражда с много силни кодове, по тезата на Умберто Еко.

Не е без значение какво се случва с вестника - такъв, какъвто го познаваме - в епохата на интернет и създадените от нея нови медии, в ситуацията на нарастващо потребление на онлайн информацията, което води до криза на традиционния хартиен вестник - закриване на издания, падащи тиражи, намаляване на работни места, са една част от последиците, вследствие огромната промяна, настъпила в медийната среда.

Филип Майер в книгата си „Изчезващият вестник” се опитва точно да прогнозира приближаващия край на хартиения вестник - първото тримесечие на 2043г. За разлика от него, Рупърт Мърдок изглежда по-голям песимист-според него в следващите десет години хартиеният вестник ще бъде заменен от нови цифрови източници на информация, от друг вид новинарски организации, в които ще властва мрежата и е-хартията. Коя от двете прогнози ще се окаже по-близо до истината, предстои да видим. Но всяко научно изследване какъв трябва да е новият бизнес модел на качествения вестник, за да се адаптира и оцелее в новите медийни условия, дълго няма да загуби своята актуалност и значимост.

Това е първият дисертационен труд у нас, в който се анализира и прецизно осветлява бъдещото развитие на качествения вестник, различните стратегии, на които трябва да се основава неговият нов комуникативен модел.

Третата е свързана главно с иновациите – с новите медийни и маркетингови стратегии на качествения вестник, които му дават възможност да се адаптира към изменилите се условия, успешно да съществува и се развива.

Отдавна е ясно, че медийният бизнес няма как да остане същият след появата на мрежата, доколкото журналистическият продукт е подложен на

структурни трансформации. Те се отнасят до неговото създаване, съдържание и платформи за разпространение.

Интернет създаде цифрова среда за появата на нови медии – сайтове за новини, блогове и социални мрежи, които генерират огромна по своя обем информация – силно конкурентна по отношение на пресата. От всички медии, вестникът пострада най-силно от интернет нашествието. В последните години – в световен мащаб се наблюдават падащи тиражи, намаляващи рекламни приходи и масово закриване на издания, имащи дълголетна история.

Това се дължи най-вече на подкопаването на традиционния бизнесмодел, на който вестникът се основава, необходимостта от създаване на нов бизнесмодел, който ще се основава на друг вид съдържание и други журналистически практики. След интернет, вестникът вече няма монопол върху новините, което означава, че новините не са неговия бизнес.

Търсенето на успешна бизнес формула за налагане на нов качествен вестник е иновативна научно-изследователска задача, която е съобразена с голямата промяна в медийната среда, възникването на множество разнообразни медийни практики. Това е особено нужно за оцеляването на вестника като медия, без значение дали новата е-хартия в скоро време ще стане неговият основен носител. Подобни изследователски усилия по такъв актуален медиен проблем, който имат голяма обществена значимост, предизвикват научен респект и уважение.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Дисертационният труд правомерно си поставя за своя основна цел да анализира създадената медийна ситуация, след широкото навлизане на интернет в медийното всекидневие на потребителя и предлагането на иновации за нова качествена прес-журналистика, която ще генерира различно съдържание от традиционната (повече анализи, коментари и разследвания, по-малко новини) и ще се основава на коренно различен бизнес модел.

Докторантът Иван Михалев правилно лансира следната изходна теза – ако вестниците, след намесата на интернет, повече не могат да генерират полза за читатели и рекламодатели, поради остарелия и вече непригоден

бизнес модел, това означава, че е нужна промяна – предимно в генерирането на ново съдържание и коренна промяна на бизнес модела на вестника. От масов продукт, той трябва да се превърне в медиен продукт, който надстройва друго съдържание и предлага на потребителя друго качество на информацията. Вестникът трябва да отговаря не толкова на въпроса „какво се случва”, а „защо се случва”, „кой има интерес от това, което се случва”, „какви са последиците от това, което се случва”.

Избраният изследователски подход уместно разглежда начините на функциониране на всяка индустрия като сбор от три елемента: предлагана полза, архитектура на производството и разпространението и модел на финансиране. В своето научно изследване дисертантът си поставя четири основни задачи: **да се изследват причините**, поради които качествените вестници са престанали да предлагат достатъчно добавена стойност и полза за своите читатели и рекламодатели в условията на интернет и налаганите от него нови медии; с помощта на дълбочинни интервюта и качествени методики **да се очертаят действителните иновации в бизнесмодела**, които ще генерират достатъчно полза за читатели и рекламодатели; **да се изследват настъпилите изменения** в архитектурата на производството на вестника и модела на неговото финансиране; **да се изработи интегриран бизнес модел** на качествен вестник в епохата на интернет, в който да се посочат възможните промени и иновации в най-близко бъдеще.

Така формулирани, целите на научното изследване са изцяло професионални, те очертават полето на една амбициозна и твърде сложна изследователска задача, породена от кризата и нуждите на медийната практика.

Докторантът Иван Михалев успешно реализира формулираните цели – той организира изложението на своята дисертация в увод, три глави, заключение, литература и приложения.

Първа глава разглежда най-вече общите принципи относно развитието на качествената журналистика в динамичната медийна среда. Докторантът правилно представя основните теоретични доктрини, които служат за определяне на качествената журналистика, като избира три подхода, и съответно гледни точки: *на функциите на журналистиката; на*

демократичните норми и регулаторните механизми, и на очакванията на аудиторията и пазара. Ще спомена само критериите за качество, които се извеждат от гледна точка на функциите на журналистиката - разнообразие, актуалност, релевантност, достоверност, независимост.

Правомерно докторантът разглежда двете основни концепции, които имат пряко отношение към поведението на аудиторията – концепцията за употреба-удовлетворение, и теориите за зависимостта от медиите. Те са неделими от темата за доверието, определящо поведението на аудиторията, която иска да получава от медиите достатъчно вярна и същевременно – надеждна информация. Иван Михалев прилага сравнителен подход – той разглежда тези доктрини през практиките на традиционните медии и интернет, който непрекъснато разширява своите потребители, а това показва все по-голямо доверие към базите данни и информацията, които той предлага.

Втора глава е посветена на бизнесмодела на качествения вестник. Докторантът изхожда от допускането, че всеки бизнесмодел е аналитична единица, върху която могат да се градят бъдещи стратегии. Въвеждането на иновации в бизнесмодела съзнателно го променя и така един качествен вестник се разграничава от своите конкуренти.

Прецизно и въз основа на богат практически опит се анализира архитектурата на създаване на стойност и конкретно за вестниците – производството на съдържание. Проследяват се отделните елементи, които се надграждат над редакционната концепция – избор на теми, проучване на източници, правене на текстови материали, визуално пакетиране на съдържанието и графичен дизайн, техническо производство. Интересен е анализът, който се отнася до историческото създаване на два модела на финансиране на вестника: ранен, при който тиражът има определящата роля и късен (характерен най-вече за 20 век), при който рекламата изпълнява определящата роля. Дотолкова, че вестникарската индустрия след 70-те години на 20 век, постига 80,0% от приходите си чрез реклама и само 20,0% – чрез тираж. Такъв финансов модел е рисков, неустойчив и дебалансиран. Във време на криза той неизбежно предизвиква и криза на вестникарския пазар, който трудно може да издържи спада на рекламните приходи.

Трета глава е особено интересна – тя разглежда иновациите в бизнес модела на качествения вестник през погледа на журналистите и на просветените читатели. Докторантът е провел серия от дълбочинни интервюта с издатели на вестници и читатели по предварително изработени въпросници. Получените резултати са много интересни, любопитни и донякъде поучителни – журналистите извеждат напред професионалните критерии: *точност/прецизност/безпристрастност*, просветените читатели дават предимство на *компетентност/критичност към властта*. Използваните качествени методики за научно изследване на особено важен проблем на съвременната журналистика, направените анализи и обобщения, са безспорен научен принос и постижение на този дисертационен труд.

Дисертационният труд впечатлява и с голяма концептуалност на текста, много ясният и същевременно прецизен стил на автора, лишен от излишна фразеология, с отлична аргументация, която се основава на отличното познаване на специализираната литература по проблема, както и на някои журналистически практики, които се отнасят до неговата работа като водещ журналист във в. *Капитал*.

3. ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ МЕТОДИ

Теоретичната част на работата се основава на аналитико-синтетичния метод. Чрез него докторантът правомерно търси връзките и зависимостите между традиционната и новата журналистика, която се развива в епохата на интернет.

По отношение на бизнес модела на качествения вестник, той използва и метода на моделиране, доколкото всеки бизнес модел е абстракция, която надгражда определено конкретно съдържание.

Особено ценен е методът на емпиричното изследване на развитието и бъдещето на качествения вестник в епохата на интернет с две групи – журналисти и читатели, с прилагането на качествени методики и проведените дълбочинни интервюта. Тази качествена методика се прилага за първи път по отношение на разглежданата изследователска тема, отнасяща се до развитието на качествения вестник и неговия успешен бизнес модел в епохата на интернет.

4. БИБЛИОГРАФИЯ

Докторантът Иван Михалев основава дисертационния си труд на много научни изследвания от български и чужди автори, той предлага библиография, която съдържа повече от 200 научни изследвания, които имат отношение към разглеждания проблем. В хода на изследването докторантът свободно си служи с отделни изследвания, представя научни тези и водещи автори в областта на медийните анализи. Проведеното цялостно научно изследване в дисертационния труд показва високата научна компетентност на автора.

5. НАУЧНИ ПРИНОСИ

Докторантът Иван Михалев е провел серия от дълбочинни интервюта с журналисти и просветени читатели, в които за първи път се поставя за обсъждане въпроса какъв трябва да е успешният бизнес модел на качествения вестник в епохата на интернет и конкурентната среда на новите медии, която тя създава?

В резултат на това емпирично изследване, докторантът предлага и някои основни медийни стратегии за един модерен качествен вестник – от гледище на журналистите и на читателите. Това е първото качествено изследване по тази научно-изследователска тема, резултатите впечатляват и респектират със своята концептуалност и определено са съществен научен принос на тази дисертация.

Докторантът Иван Михалев, като се опира и на собствения си журналистически опит, предлага нов интегриран бизнес модел за развитие на качествения вестник, който съдържа трите основни платформи за разпространение на съдържание - хартия, интернет и мобилен телефон, които са в основата на всяко кросмедийно производство. Този бизнес модел е приложим в журналистическата практика, от него могат да се възползват редица медийни организации.

Това е съществен научен принос в разбирането за целите и главното предназначение на вестника – за предлагане на читателите на определено

съдържание, което повече не може да се дефинира или ограничава само до новините.

Изборът на темата и самият начин на разглеждане на този особено важен научноизследователски проблем, несъмнено е научен принос на тази дисертация. Нейната голяма актуалност и постигнатите сериозни научноизследователски резултати ни приближават към разбирането какъв трябва да е бъдещият качествен вестник, за да се развива успешно в новата интернет среда, в която властва кросмедийното производство.

6. НАУЧНИ ПУБЛИКАЦИИ

Докторантът Иван Михалев е приложил списък от четири публикации по темата, което е достатъчно за един дисертационен труд. Поради много високата актуалност и полезност на това научно изследване, препоръчвам на автора да го публикува – на хартия или в онлайн вариант, ще бъде добре то да е достъпно за всички, които се интересуват от бъдещата съдба на вестника – в условията на интернет и навлизането на новите медии.

7. БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

Качеството на извършеното научно изследване в този дисертационен труд действително впечатлява и респектира. Докторантът предлага собствен теоретичен модел за бъдещия качествен вестник, като не изхожда само от постановките в медийните анализи на наши и чужди автори. Но и от собствения си опит – на водещ журналист на в. Капитал, носител на наградата „Черноризец Храбър”.

Голям интерес представляват проведените дълбочинни интервюта с издатели и журналисти и просветени читатели. Те са основани на два въпросника, всеки от тях съдържа по 24 въпроса, които най-общо очертават територията на темата. Моята препоръка е това научно изследване да бъде продължено – с въпросник и интервюта със средностатистически читатели в младежка възраст до 35 години, чиито отговори, вероятно, ще се различават от тези на просветените читатели. Този сегмент от аудиторията на пресата е много важен, и той внимателно трябва да се наблюдава и анализира. Защото

тези, които най-бързо и рано се оттеглят от вестника, са именно младите читатели, които се пренасочват към интернет и новите медии.

Тезата, че качественият всекидневник носи полза на читателя и на обществото като цяло, поради което може да поддържа устойчив модел на приходи е интересна, но донякъде и спорна. Поне доколкото общественото благо и поддръжката на група читатели, невинаги са гаранция за по-големи и стабилни приходи. У нас и по света има качествени вестници с бутикови тиражи, които са благо за читателите си, и от полза за обществото – факти, които, за наше най-голямо съжаление, нито гарантират, нито увеличават приходите им.

Тези бележки съвсем не намаляват големите достойнства на този дисертационен труд – неговата актуалност и научна прецизност, ясно формулирани изводи и обобщения, професионално осъществяване на теоретичния анализ и емпиричното проучване.

Отново си позволявам да препоръчам на докторанта Иван Михалев да публикува този научен труд, все едно на какъв носител. Това ще е от голяма полза за всички, които имат теоретичен или журналистически интерес към изследвания проблем, които се занимават с научни анализи или с журналистически практики.

8. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Като изхождам от много високите научноизследователски качества на този дисертационен труд – от научната компетентност на автора и познаването на проблема в медийните анализи у нас и по света, от неговата логическа структура, от проведеното емпирично изследване, от ясения език и стил, от формулираните интересни изводи и предлагането на нов бизнес модел на качествения вестник в епохата на интернет, убедено препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди на докторанта Иван Михалев образователната и научната степен „доктор” за представената дисертация на тема: *”Качествена журналистика в епохата на интернет: иновации в бизнесмодела на качествения вестник”*.

21.08.2011.

Рецензент: проф дфн Милко Петров