

СТАНОВИЩЕ

за представената докторска дисертация на Валери Иванов Маринов тема:

**„Медийният нюзрум в България. Характеристики на моделите.
Тенденции на развитие.”**

За присъждане на образователната и научна степен „Доктор” по 3.5.
Обществени комуникации и информационни науки - (Журналистика -
Нови медии)

Автор: доц.д-р Маргарита Пешева, ВТУ ”Св.св. Кирил и Методий”

1. АКТУАЛНОСТ НА ТЕМАТА

Избраната тема за появата и развитието на мултимедийния нюзрум в България, за неговите основни модели и тенденции е твърде актуална в днешното забързано време на ускорено развитие на интернет, новите медии, дигиталните технологии, компютърно опосредстваната комуникация. Днес когато мобилните медии се превръщат в основен носител на информация, бизнес, култура и развлечения, мултимедийният нюзрум става водещ дигитален модел за правене на новини.

Живеем във време на огромна медийна трансформация- класическите медийни понятия вече не са актуални, защото границите между словото, картината, звука, графиката, анимацията отдавна се преодоляват, ето защо етикетирането на традиционните медии като „печат”, „радио”, „телевизия” изглежда все по- условно. Дигиталните медийни практики се развиват много бързо, те налагат нови модели и технологии- 3D телевизията, холографската ТВ, ТВ реалност с добавена стойност, са малка част от тях. Медийният свят, определян чрез понятията „радио”, „телевизия” и „печат” всекидневно се интегрира с модерните мултимедийни платформи, той активно участва в създаването на мултимедията, и на практика постепенно изгубва своята медийна автономност.

Следователно изборът на темата за докторска дисертация е правилен и научно оправдан. Темата за мултимедийния нюзрум действително е много актуална и модерна, тя позволява иновации и научни сравнения, дава възможност за изследване на добрите практики у нас и по света, за провеждане на емпирични наблюдения и формулиране на особено важни изводи. Докторантът Валери Маринов в своята дисертация успешно е извървял този път- той тръгва от теоретичното разглеждане и осветляване на най-новите тенденции в дигиталните медийни практики, и стига до емпиричните наблюдения и изследвания, в които вгражда личния си ТВ стаж и професионален опит.

Валери Маринов има дълга и успешна кариера като телевизионен журналист и международен редактор в новините, той е с богат практически опит, който му позволява успешно да разгърне анализа, да формулира някои водещи тенденции в развитието на мултимедийния нюзрум у нас, който има сравнително кратка медийна история.

2. СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИЯТА

Дисертацията се състои от Увод , четири глави, Заключение, библиография и приложения. Тя отговаря на всички необходими изисквания- съдържа 269 страници, в нея се цитират 116 заглавия на научни трудове и публикации на кирилица и латиница, и 5 приложения, които съдържат: Въпросник за провеждане на емпирично изследване ; Управление на медийното съдържание; Контекст, в който се разполага единица медийно съдържание; Изходи- разпространение по платформи и Примери за междумедийно сътрудничество.

В Увода докторантът Валери Маринов концептуално разглежда прехода от 20- към 21 век, от конвенционалните - към новите медии, от създаването на традиционно и онлайн съдържание, под натиска на новите дигитални технологии и бързо променящите се потребности на аудиторията. Правилна е тезата на докторанта, че медиаморфозата, изразяваща се в навлизането на нови медийни канали и технологии, закономерно преобразува традиционната „аудитория“- в нови „медийни потребители“, което съответства на бързо променящите се медийни реалности.

Авторът представя обекта на научното си изследване- анализирани са 17 медии с национален обхват, техните механизми и модели за създаване на специализирано съдържание, както и 7 онлайн медии и техните практики за създаване на профилирано съдържание. Докторантът използва интердисциплинарен подход, той прилага различни изследователски методи като анализ на структурата на редакциите, дълбочинни интервюта с представители на изследваните медии, описателен анализ на развитието на медийните технологии в края на 20 и началото на 21 век и др. За целите на научния анализ, докторантът е направил и емпирично изследване на създаването на медийно съдържание в отговор на индивидуалното търсене на потребителите през различни платформи за разпространение.

Докторантът посочва и основните ключови думи в тази дисертация като: „мултимедиен нюзрум”, „интегриран мултимедиен нюзрум”, „кросмедиен мултимедиен нюзрум”, „нюзрум от няколко медии”, „нови медии”, „носеща медия” и др. Те очертават посоките на извършеното научно изследване и получените много добри научни резултати.

Първа глава е посветена на *медийното съдържание и развитието на технологиите*. Докторантът разглежда развитието на технологиите, и възможностите, които те създават за генериране на медийно съдържание, за неговото обогатяване и разширяване. Изследва се засилващото се влияние на компютърно опосредстваната комуникация и налагането на социалните мрежи в медийното всекидневие на потребителя. Докторантът внимателно анализира различните модели на мултимедиен нюзрум, наложени в световните практики и у нас. Разглеждат се структурата, целите и задачите на проведеното емпирично изследване. Докторантът показва сериозна научна осведоменост, той се позовава на съвременни научни изследвания в тази област, използва и основния документ на общностното медийно законодателство- *Директивата за аудиовизуалните медийни услуги*, въведена в *Закона за радиото и телевизията* у нас.

Трябва да се отбележи професионално направеният преглед от докторанта на основни медийни понятия като: *аудиовизуални услуги; дигитална статия; информация; конвергенция медийно съдържание; мобилни комуникации; мултимедиен нюзрум; мултимедия; новини,*

универсален достъп; универсална услуга; носеща медия , който показва неговото задълбочено познаване на обекта и предмета на научното изследване, отличното владение на необходимия научен инструментариум за неговото осъществяване.

Специално искам да отбележа въвеждането на едно ново понятие *носеща медия*, с което докторантът етаблира предимно традиционната медия, от която най-често се влиза в производството на съдържание, предназначено за различни платформи. Правилна е неговата теза, че обособяването на носещата медия, произтича от подхода към интернет като към платформа за популяризиране на съдържанието на дадена медия чрез новите медии и технологии. Напълно обоснован е извода на докторанта, че появата на носещата медия има и своите икономически причини- така се намаляват производствените разходи за създаване на медийно съдържание, и се създават възможности за нов източник на приходи чрез онлайн рекламата.

Докторантът подробно разглежда и разцвета на социалните мрежи и тяхното влияние на създаването на медийното съдържание. Този въпрос е важен, доколкото техните потребители са социално и икономически активни, технологично и комуникационно напреднали, ето защо участват в социалните мрежи като „създатели на мнения”, като автори и участници в редица граждански мобилизации в областта на екологията, генно модифицираните храни, свободата на изразяване в мрежата и др. Докторантът внимателно анализира и типологията на мултимедийя нюзрум, промяната на комуникативните практики и нагласи- критерий за зрелостта на една медия вече е нейното излизане онлайн, способността ѝ да вгражда и използва новите технологични стандарти, да се адаптира към „духа на дигиталната промяна”. Правомерни и точни са неговите изводи за коренната промяна в журналистическата работа, която все повече се свързва със способността на журналиста едновременно да работи за различни медии (печатни и електронни), с неговото умение да изгражда информационната архитектура на една онлайн статия, да владее тънкостите в създаването на хипервръзките в хипертекста, да вижда бъдещия журналистически продукт като цялостна съвкупност от различни компоненти, свързани чрез линкове

в различни комбинации. Крайният материал е нова мрежова структура, в която се съчетават елементи от различни медии- традиционни и нови- текст, фотографии, аудиофайлове, видео, графики, интерактивни елементи и др.

Валери Маринов се опира на класификацията на Дитмар Шантин за видовете мултимедиен нюзрум: **1.0:** който обединява няколко медии ; **2.0:** който е с равнопоставени медии, които общо създават съдържание; който е с интегрирани медии; и който е обърнат предимно към социалните мрежи и генерира съдържание главно на тяхна основа. Според докторанта, повечето български медии поддържат мултимедиен нюзрум най-вече от вида **1.0**. Като цяло първа глава впечатлява с отличните познания и информираност на докторанта, както и с уменията му добре да структурира своя научен анализ и направените изводи.

Втора глава разглежда *водещите модели на мултимедийния нюзрум в България*, които се изследват и чрез емпирични методи. Обект на анализ са конвенционалните и новите медии с национален обхват- печатни и електронни. По отношение на електронните медии, в изследването са включени петте ТВ програми, които имат must carry за разпространение на мултиплек- *БНТ, bTV, Нова телевизия, ТВ7 и България он еър*. Радиосредата участва в изследването чрез БНР (*Хоризонт, Христо Ботев и Радио България*), *Дарик радио и БГ радио*, заради неговата профилирана програма. Докторантът внимателно проследява организацията на мултимедиен нюзрум във всяка от наблюдаваните медии, предимствата и недостатъците в новинарската работа. Анализът е направен професионално и обективно, докторантът внимателно разглежда новинарската работа в големите ТВ програми, при влиятелните вестници *Капитал, Дневник, Пари, Труд, 24 часа* и др. Докторантът обобщава своето наблюдение в серия изводи, един от които е ,че при печатните медии има по- голямо разнообразие от структури и организационни елементи в практиката на мултимедийния нюзрум, отколкото при електронните медии. Вероятно поради факта, че конкурентният натиск на онлайн медиите е по- силен при печатните, и по- слаб - при електронните медии . Което определя бързата и гъвкава стратегия на традиционния печат по отношение на въвеждането на новите технологии в своята работа.

В тази глава се разглеждат и наой-посещаваните онлайн информационни сайтове, според данните на агенцията за онлайн проучвания „Гемиус”- Blitz.bg Dnes.bg , Investor.bg, Vesti.bg. Прави се характеристика на тези сайтове, представя се тяхното основно медийно съдържание. Предмет на разглеждане са още и информационни агенции като БТА, BGNES, Focus. Разглежда се структурата и компонентите на постъпващата информация, обхвата на дейността на мултимедийния нюзрум, работата с бази данни, междумедийното сътрудничество, промените в платформите за публикуване и разпространение на медийното съдържание. Докторантът обособява триада на изхода: *конвенционална медия- онлайн платформа- мобилни комуникации*, които извеждат медийното съдържание в нова среда.

Докторантът правилно разглежда предефинирането на медиите, под влияние на навлизането на социални мрежи като Facebook, Twitter, Google+ в личната комуникация на съвременния човек. Разглеждат се и мобилните комуникации и платформи за разпространение на информация- *Виваком, Глобул и Мобилтел*. Докторантът специално подчертава, че мобилните комуникации заемат все по-голямо място в „триадата на изхода”, като за това допринася и все по- голямото разнообразие от крайни устройства (смартфони, таблети), които улесняват потреблението в движение, на всяко едно място и по всяко време. В резултат на проведеното изследване, като основен модел на мултимедийен нюзрум се налага *конвенционалната носеща медия- онлайн медия*. Докторантът изследва степента на конвергенция, на навлизането на многоплатформените технологии, на медийните алианси и партньорство, на новите мрежи от поколение web 3.0.

Правилен е неговия извод, че ” *с използването на цифровите технологии конвенционалните медии се оказват в нова обща конкурентна среда, където те губят част от спецификата си.*” Съвременният журналист вече е многопрофилен, той създава медийно съдържание в различни формати и медии, и държи сметка, че това медийно съдържание вече се разпространява през множество канали, реализирани в хипертекстуална среда.

Трета глава разглежда *практиките и тенденциите в управлението на медийното съдържание.*

Докторантът разглежда бързото навлизане на мобилните компютърни технологии и устройства (лаптоп, нетбук, смартфон, таблет), което направи възможна персоналната употреба на радиото навсякъде и по всяко време и значително разшири персоналната употреба на телевизията като медия. Същевременно „облачните технологии” бързо разширяват свободата на потребление, като заедно с това позволяват да се запазва „персонализацията” до съответните масиви от един потребител , както и унифицирането на неговата потребителска среда на всички крайни устройства, които той използва. Вярно е наблюдението на докторанта, че в резултат от бързото и едновременното навлизане на много нови технологии се ускорява медийното „потребление в движение”, което влияе върху формирането на съответни потребителски навици и поведение.

При изследването на 17 медии, Валери Маринов въвежда няколко основни параметри: *структура на дигиталната статия; разпространение на съдържанието по отделни канали; връзка между съдържанието на конвенционалната и дигиталната медия; принос на аудиториите и потребителите; създаване на мултимедиен архив.* По отношение на уебсайтовете докторантът въвежда по- малко изследвани параметри: *структура на дигиталната статия; принос на аудиторията и потребителите и създаване на мултимедиен архив.*

Докторантът правилно обобщава, че традиционните медии се опират на практиката на онлайн медиите при разработката на различните модели за управление на медийното съдържание. Правилна е тезата, че този терен е много динамичен и той непрекъснато се развива. Валери Маринов поставя много важния въпрос за взаимодействието между редакциите и поведението на потребителите, но и за необходимостта от смяна на медийната парадигма- отношението на редакцията към потребителите от пасивно трябва да стане проактивно- нужно е постоянно „избутване” на медийно съдържание през платформите по начин, който гарантира на всеки медиен потребител лесен и бърз достъп до нужното му съдържание, през най-удобната за него платформа в този момент.

Четвърта глава разглежда *перспективите за развитие на мултимедийния нюзрум в България.*

Докторантът разглежда два възможни модела на мултимедиен нюзрум, на основа на българските медийни практики. Той конструира сумарен модел на базата на съществуващите положителни практики. Вторият модел е надграждане над сумарния модел, с перспективите за развитие на мултимедиен нюзрум, в зависимост от динамиката в медийните технологии, промените в медийното потребление и личната комуникация.

Правилна е тезата на докторанта за двете философии на комуникационния процес, които се срещат в мултимедийния нюзрум. Доколкото конвенционалните медии внасят в него традиционно медийно съдържание и комуникация, а новите медии силно персонализират общуването, те доставят на потребителя услуги на индивидуално ниво, многократно засилват личната комуникация. Докторантът анализира група от външни и вътрешни фактори при изграждането на обобщен модел на мултимедиен нюзрум- това са усъвършенстването на технологиите и моделите на потребление, развитието на медийното съдържание и еволюцията в културата на работа в нюзрума. Валери Маринов откроява значението на мобилните комуникации, които ще засилват влиянието си върху личната комуникация, и заради навлизането на „облачните технологии”, и заради разширяването на мрежата като платформа за лична комуникация.

Докторантът очертава и най-важните перспективи в областта на мултимедията в близко бъдеще. Той посочва два терена на медийна конкуренция- единият ще се разполага на терена на конвенционалните медии и ще се влияе от тяхното представяне в полето на новите медии. Другият е в границите на общата технологична и комуникационна среда на базата на новите медии. Тезата на докторанта, че традиционните медии като вид носещи медии, ще оказват влияние върху различните видове медийно съдържание, което ще се разпространява чрез цифровите технологии, по същество е вярна. Повечето медийни анализи сочат, че конвенционалната телевизия до края на този век ще остане най-влиятелната медия за формиране на общественото мнение. Именно телевизията ще доставя най-голямо видеосъдържание, а радито ще се опира на силата си в стрийминга. При пресата, според докторанта, новото ще е въвеждането на неприсъщо медийно съдържание- видеофайлове и аудиострийминг. При онлайн медиите

особено важен ще остане бизнесмодела. Но върху работата на мултимедийния нюзрум, съществено влияние оказват формите на собственост, медийната концентрация, създаването на големи медийни конгломерати, които организират еднотипни мултимедийни редакции в дъщерните си компании.

Според докторанта, в България все повече се налага модел на мултимедиен нюзрум, който е с ниска степен на интеграция в процеса на създаване на медийно съдържание. Основният масив от медийно съдържание идва от конвенционалната, носещата медия и се отправя към дигиталната медия. Но с развитието на технологиите, ще се разширяват каналите и платформите за доставка на персонализирано медийно съдържание на потребителите и аудиториите, което ще активизира процеса на двупосочната медийна комуникация.

В Заключението докторантът предлага *обобщение на осъществения научно-изследователски анализ*, той резюмира някои водещи изводи и тенденции. Емпиричните резултати от проведеното изследване показват, че в българската медийна практика най-разпространен е мултимедийния нюзрум от типа crossmedia, който се отличава с ниска степен на интеграция, и по същество публикува едно и също съдържание в различните платформи за разпространение, които дадената медия използва.

3. НАУЧНИ ПРИНОСИ

Формулираните от докторанта научни приноси отговарят на извършената научно-изследователска работа в докторската дисертация. Докторантът пръв разработва и предлага модел на мултимедиен нюзрум, като изхожда от съществуващите до момента практики в българските медии. Важен изследователски принос е разработването на мястото и ролята на „носещата медия” в процеса на създаване и разпространение на медийно съдържание. Професионално и много компетентно е проследено влиянието на „носещата медия” при структурирането на мултимедийния нюзрум в границите на отделна медийна компания. Докторантът представя и обобщава практиките на водещи печатни и електронни медии при структурирането на мултимедийния нюзрум, той очертава някои водещи тенденции в развитието на медийната среда в следващите години. Заедно с това той описва и

систематизира нови практики при мобилните технологии и телевизията, прави и подробен преглед на научната литература по този проблем.

Цялостното поставяне и разработка на изследователски проблем е научен принос- това е първото по рода си изследване на мултимедийния нюзрум у нас, извършено върху основата на добрите практики на водещи печатни и електронни медии . Направените изводи, оценки и обобщения, ще имат важно значение за развитието на традиционните и новите медии, особено като се има предвид голямата динамика в интернет средата . Нито медиите, нито журналистиката могат да останат същите при толкова бързото развитие на дигиталните медии.

В бъдеще медийният свят ще става все по- единен и цялостен, все по-трудно разчленим, а персоналната комуникация на всеки потребител ще минава през най-различни платформи- в зависимост от времето, мястото, ситуацията, контекста. Мултимедийният нюзрум със сигурност ще претърпи множество трансформации, и защото технологиите стават все повече и по- съвършени, и защото конкуренцията между медии, платформи и пакети съдържание ще расте. Битката за всеки отделен потребител, за неговата персонална комуникация и медийно съдържание, от което той се нуждае, тепърва ще се развива.

Безспорно извъшният научно- изследователски анализ от докторанта Валери Маринов е приносен -и като тема, и като научен подход. Той предлага множество посоки в анализа и осветяването на един толкова важен медиен проблем. Дисертацията е написана с вещина и професионална компетентност, с отлично познаване на материята, използвана е актуална научна литература, изводите се правят и въз основа на богатия личен опит на докторанта. Това я прави особено ценна, и заедно с това, полезна за различни видове читатели- професионални журналисти, новинари, специалисти по маркетинг и реклама, експерти по дигитални медии и медийно управление, студенти по журналистика , PR и информационни технологии.

4. ОСНОВНИ ПРЕПОРЪКИ

Моята основна препоръка към докторанта Валери Маринов е да продължи своите изследвания върху развитието на новите медии, да проследи влиянието на платформата интернет върху персоналната и обществената комуникация, върху смесването на медии, жанрове и нови практики. За преодоляване на отколешните разстояния между оригиналите и копията, между първото произведение- и безбройните му повторения в дългата редица от тиражи, пресъздавани чрез различни медии и платформи. Ще бъде интересно да се изследва запазването на медийната автентичност при дигиталното съдържание, промяната на медийното потребление и потребителските навици, под влиянието на мобилните комуникации, създаването на нови стандарти за четене, слушане и гледане, които все повече ще стават заедно и едновременно.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Като имам предвид оригиналният характер на избраната тема за докторска дисертация, професионалната компетентност на докторанта, отлично осъщественото научно изследване, въз основа на познаване на чуждия и българския опит при традиционните и новите медии, използването на богат медиен масив, интересните наблюдения и изводи в развитието на мултимедийния нюзрум, убедено препоръчвам на уважаемите членове на научното жури, да присъдят образователната и научна степен „Доктор” на г-н Валери Иванов Маринов за неговата дисертация на тема:
Мултимедийният нюзрум в България. Характеристики на моделите. Тенденции на развитие.”



София, 26 март 2012 г.

(Доц . д-р Маргарита Пешева)

ВТУ”Св. св. Кирил и Методий”