

## РЕЦЕНЗИЯ

на дисертация за присъждане на образователната и научна степен „доктор“  
Научна област: 3. Социални, стопански и правни науки  
Професионално направление: 3.5. Обществени комуникации и информационни науки,  
Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масови  
комуникации, катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“  
на тема „Медийни трансформации и бизнес модели в динамична социална и  
технологична среда“  
на кандидата Весислава Христова Антонова

### 1. Данни за дисертанта

Весислава Антонова е магистър по журналистика от 1998 г. на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. В периода 1.8.1994 – 31.9.2000 г. е репортер с ресор „Култура и медии“ във печатните издания вестник „Континент“, списание „ЛИК“, списание „Медиа свят“. В периода 1.8.1996 – 31.12.1997 г. е редактор в обзорното обедно предаване „12+3“ и води младежкото уикенд предаване „Супер събота!“ в националната програма „Хоризонт“ на Българското национално радио. В периода 1.1.1998 – 30.4.2004 г. е редактор в сутрешния блок на програма „Хоризонт“ - „Преди всички“, водещ на сутрешно обзорно предаване „Хоризонт до обед“ от 10 до 12 ч. и отразява актуалните събития за сектор „Медия и външна политика“ в програма „Хоризонт“ на БНР. В периода 1.5.2004 – 29.2.2020 г. е редактор във вестник „Капитал“ и отразява събитията от областта на медийния и рекламен пазар.

### 2. Данни за докторантурата

Весислава Антонова е свободен докторант към катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“ на Факултета по журналистика и масови комуникации.

Софийският университет „Свети Климент Охридски“ открива процедура за защита на дисертационния труд на Весислава Антонова за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ с тема „Медийни трансформации и бизнес модели в динамична социална и технологична среда“. Със заповед № РД-38-512/27.10.2020 г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“ проф. д. ф. н. Анастас Герджиков на основание на разпоредбите в действащото законодателство и Решение на Факултетния съвет на Факултета по журналистика и масови комуникации, прието с Протокол № 2 от 8.10.2020 г., е определен състав на научно жури и дата на публичната защита.

На проведеното от журито първо заседание на 3.11.2020 г. съм определена за външен рецензент на дисертационния труд. При неговата реализация не са допуснати нарушения. Той отговаря напълно на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България и Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“.

### 3. Данни за дисертацията и автореферата

Научната разработка „Медийни трансформации и бизнес модели в динамична

социална и технологична среда“ е с обем 315 стандартни страници. В структурно отношение тя се състои от предговор, три глави, заключение, библиография от 144 заглавия, от които 95 български и 49 на английски език, справка за научните приноси и списък на публикациите, свързани с темата на дисертационния труд.

Предметът на изследването са промените, които настъпват в бизнес моделите на медиите (преса, радио, телевизия, онлайн медии) и на потребление на медийно съдържание в периода 2007 – 2019 г. Основополагащ в труда е анализът на динамичните социални, икономически и технологични трансформации в медийния сектор, които изцяло променят идеята за медия. Трудът коментира ролята на държавните политики и на потребителите на медийния продукт във връзка с появата на новия конвергентен модел на медийния пазар относно неговото съдържание, създаване и разпространение.

Дисертационният труд се стреми да изясни въпросите как новите медийни модели оказват влияние върху установените стандарти в журналистическата професия и доколко новите медийни стандарти могат да окажат влияние за преодоляването на кризата в бизнес модела на медиите. Акцентира върху структурните трансформации на медийния пазар пряко зависят от изключително бързото развитие на медийните технологии и кардиналната промяна в процеса на създаването, разпространението и възприемането на медийното съдържание, чрез различни технически устройства (телевизионен приемник, компютър, лаптоп, таблет, смартфон, айпод, айпад и др.) по всяко време, на всяко място и на различни платформи – традиционно, в интернет и социалните мрежи.

Съдържанието на труда и направените в него изводи отговарят на поставените в изследването основни задачи, а именно:

1. научен преглед на основните понятия за „медия пазар“;
2. осъществяването на обзор на главните специфики на медийния пазар по отношение на търсенето и предлагането на медийно съдържание в условия на цифрова икономика и развитието на онлайн медиите и социалните мрежи;
3. теоретичен анализ на основните платформи, които предлагат медийно съдържание и проследяване на тяхното развитие до мултиплатформени оператори;
4. разглеждаме на процесите на трансформация по отношение на социалната и технологичната среда, как и доколко същите оказват влияние върху бизнес модела на медиите;
5. проучване на основните страни на промяна в моделите на потребление на медийните продукти, в резултат на дигиталните медийни трансформации – разгръщане на медийното съдържание на много екрани и технологични платформи, промяна в потребителските навици за медийно общуване, създаване на условия за поява и развитие на гражданската журналистика и аз-медията;
5. изследване на развитието на дигитализацията и бързото навлизане на новите медийни технологии, които оказват силно влияние върху функционирането на медиите, върху формите и начините на съвременното медийно потребление;
6. чрез изследване на обема и спецификите на рекламния пазар извършването на анализ на голямата промяна в модела на финансиране на медиите, както и в модела на създаване на това медийно съдържание, което потребителят търси, очаква и предпочита.

Методиката при изработването на научното съчинение съдържа характерните методи на важни научни проучвания. Достигнатите от докторантката заключения са резултат от използваните емпиричен, исторически, сравнителен, системен и структурно-функционален метод на научно изследване. Съвместното прилагане на научните методи допринася по категоричен начин за постигане целите на научното изследване

*Първа глава* е наименована „Социална трансформация на медиите в цифровата

ера“. Тя прави разбор на кардиналните изменения в медийната система, продиктувани от развитието на технологиите. Представя значителен брой водещи научни теории в световен мащаб, които проследяват развитието на медийната среда от аналогова към дигитална, нейното технологично разгръщане, икономическо разрастване и продиктуваното от това адаптиране на журналистическото поведение, което пряко засяга правата и интересите на аудиторията. Съществено място заема анализът на понятието „медийен пазар“ и неговите функции. Особено внимание се обръща на явлението „фалшиви новини“ и факторите, които поддържат дезинформацията в активно състояние. Обстойно е дискутирана правната рамка на цифровия пазар – Директивата за авторското право и Директивата за аудиовизуалните медийни услуги.

*Втора глава* е озаглавена „Медийен пазар в България – между либералната доктрина и политическите страсти: 1997 – 2019 г.“. В нея в исторически контекст са проучени всички настъпили изменения в медийния сектор в България. Тази част от дисертацията е много богата на фактология и особено ценна, защото припомня събития с десетилетна давност, които обясняват особеностите на съвременната медийна действителност и бизнес модели. Акцентира върху политическия натиск, оказван върху печатните медии, чието финансиране се основава на скрити капитали – източник на непозначени схеми на собствеността.

*Трета глава* от изложението е наименована „Цифрови медийни платформи в България“. Съдържа критичен анализ относно правната уредба за въвеждането на дигиталната телевизия в България и дефицитите в използването на цифровите технологии в процеса на приемане на медийно съдържание. Категорично се застъпва становището, че изначално със законови инструменти е била ограничена конкуренцията и е бил създаден монопол на пазара, попречил сериозно на провеждането на успешната цифровизация. Изводът е, че така е бил провален бизнес моделът на цифровизацията у нас.

*Заключението* резюмира изчерпателно всички дискутирани от научния труд въпроси.

След краткото описание на дисертацията, бих искала да направя оценка на нейните качества:

Дисертацията е посветена на изключително актуална тематика, кодифицирана умело в общо научно съчинение, поднесена по своеобразен и интересен начин. Оригиналността на представения за рецензия труд „Медийни трансформации и бизнес модели в динамична социална и технологична среда“ е безспорна. Едва ли може да съществува съмнение относно потребността от научно изследване, което да разкрива така добре най-болезнените проблеми на българския медийен преход в сферата на медийната собственост и влиянието им върху развитието на националната журналистика.

В работата си Весислава Антонова представя факти, цитира мнения, използва научни изследвания. Представя разнообразна информация, подчинена на многопластов, целенасочен, изчерпателен анализ. Авторката навлиза във всеки въпрос плавно и постепенно успява да изброи всички съществени характеристики на изброяваните явления, без да губи интереса на читателя към разглежданата сложна и специфична проблематика. Този факт свидетелства за умение да се води гладко научният разказ. Разкрива се способността на докторантката да акцентира върху най-важните, най-противоречиво протеклите процеси на трансформация на медийните бизнес модели в България.

Текстът на дисертационния труд демонстрира отличните познания на Весислава

Антонова в областта на масовите комуникации, икономиката и цифровите технологии. Те се доказват и от направения в изследването подробен обзор. Той е отлично структуриран. Всеки проблем е обяснен с детайлно представени факти, което дава силна аргументация на защитаваната от авторката теза.

Достойнство на дисертационния труд е посочването на подходящото систематично място в изложението на изключително богат теоретичен материал. Заслужава адмирации фактът, че Весислава Антонова се е позовала на достоверни доктринални източници, умело използвани в подкрепа на твърденията ѝ, което отново потвърждава съзидателния потенциал на авторката на представеното за рецензия научно съчинение. Обстойно са разгледани становищата на десетки водещи авторитети от областта на комуникациите, социологията, психологията от световен порядък, даващи яснота за съвременното познание относно медийната същност и нейните бизнес проявления. Цитиранията са коректни и смислово издържани.

Цялостната научна и научно-приложна продукция на Весислава Антонова, демонстрирана в дисертацията и научните ѝ статии, се отличава със задълбочено познаване на проучваната проблематика; оригинално творческо мислене; висока професионална ерудиция; изключително стегнат и ясен журналистически език; стремеж да обхване комплексно цялата съвкупност от дискутирани въпроси със съответната обоснована критика. Научният анализ на авторката е задълбочен и разкрива солидните ѝ научно-изследователски качества. В заключението умозрително, методично, принципно, обосновано са представени основните аспекти на всички изводи, до които авторката е достигнала в изложението.

Представената за рецензиране работа е изготвена самостоятелно. Резултатите и приносите в научния труд са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които Весислава Антонова няма участие.

В заключение на тази част от рецензията си ще посоча, че дисертационният труд като структура и съдържание отговаря на изискванията на чл. 27 от Правилника за прилагане на Закона за развитието на академичния състав в Република България и на чл. 64 от Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Софийския университет „Свети Климент Охридски“.

Препоръчвам научният труд „Медийни трансформации и бизнес модели в динамична социална и технологична среда“ да бъде публикуван, тъй като притежава високи научни и научно-приложни достойнства.

Авторефератът съдържа всички необходими реквизити. В него е направена обща характеристика на дисертационния труд. Аргументирана е неговата актуалност. Посочени са целта, обектът, предметът и задачите на изследването, използваната методология, обемът и структурата на научния труд, библиографията. Представено е накратко съдържанието на научното съчинение. Самостоятелно място е отделено на приносните моменти. Описани са публикациите, свързани с дисертационния труд. Авторефератът е оформен коректно и съответства на темата и съдържанието на докторантската работа.

#### **4. Научни приноси**

В дисертационния труд обстойно се прави разбор на редица значими проблеми, имащи отношение към медийните бизнес модели, сред които с подчертано приносен характер са следните:

4.1. Дисертационният труд проследява цялостно развитието на медийния сектор в България в периода 1989 г. – 2019 г., като акцентира върху политическите,

икономическите и социо-културни измерения на всички структуроопределящи медийния пазар фактори.

4.2. Важен научен принос за комуникационните науки е анализът относно създаването на нови медийни конгломерати чрез сливане на телевизионни, мобилни и онлайн компании, водещ до появата на интерактивно медийно програмиране, което коренно променя медийното всекидневие на модерния човек.

4.3. Друго достойнство на научния труд е задълбоченото дискутиране на развитието на медийния пазар в глобален мащаб, както и отклоненията от традиционните бизнес модели и изкривяванията, наблюдавани в България

4.4. Съществен принос с практическо приложение е детайлното обсъждане на социалните последици от технологичните новости, свързани с необходимостта от по-голяма защита на основните права и свободи на гражданите (достъп до информация, свобода на изразяване, разнообразие на източниците, плурализъм на гледните точки, закрила на малолетните и непълнолетните и др.), на професионалните и етичните журналистически стандарти (осигуряване на информиран избор в електорални кампании, недопускане на език на омразата, нарушаване на личната неприкосновеност.

4.5. Актуалността на научното съчинение е подчертана от подробното разглеждане на противоречивата роля на Facebook и Google в епохата на пандемията от фалшиви новини, които са проводник във висока степен на дезинформация.

4.6. Научният труд обстойно разкрива разцвета на видеорекламата от 2015 г. насам с всички икономически, социални, правни и регулаторни последици за страните от ЕС и за целия свят.

4.7. Изключителна ценност на труда е поставянето на България в сравнителен контекст с държавите от Европейския съюз относно развитието на медийните бизнес модели, който подход дава яснота за причините, довели до драматично негативното развитие на националния медиен пазар.

## **5. Публикации и участия в научни форуми**

Весислава Антонова е автор на следните публикации, които надхвърлят многократно изискванията за издаване на научни съчинения:

5.1. Media sustainability index- Europe-Eurasia, Bulgaria (2019), IREX's Media Sustainability Index (MSI) provides in-depth analyses of the conditions for independent media in 80 countries across the world. The article is available at: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-bulgaria.pdf>

5.2. Медиите в България между пазарните и културните трансформации. В: България и Европейския съюз, десет години по-късно – какво (не)постигнахме. София: Фондация за свободата „Фридрих Науман“, 2017 г., с. 66-74.

5.3. Нежелана прозрачност. Как функционира регистърът за собствеността на медиите България? В: Медиите в България: 25 години по-късно. София: Нов български университет, 2015 г., с. 166-169.

5.4. Mapping Digital Media: Bulgaria. London: Open Society Foundation, (March 2013). The article is available at: <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/mapping-digital-media-bulgaria>.

5.5. Дигитален маркетинг. В: Дигиталните медии. Речник на основните понятия. Велико Търново: Фабер, 2012.

5.6. Мултикултурализъм. В: Дигиталните медии. Речник на основните понятия. Велико Търново: Фабер, 2012.

5.7. Онлайн реклама. В: Дигиталните медии. Речник на основните понятия. Велико Търново: Фабер, 2012.

5.8. Добавена реалност. В: Дигиталните медии. Речник на основните понятия. Велико Търново: Фабер, 2012.

5.9. Рекламният тв пазар и системата за мерене на рейтингите в периода 2001-2014 година, 2 декември 2013 г., Newmedia21

5.10. Реклама и пазар 2002 – 2010. В: Радиосредата 2001-2010 г. Програми, аудитория, реклама, цифровизация. Велико Търново: Фабер, 2011, с. 296-344.

5.11. Телевизионна реклама и пазар 2002 - 2010 г. В: Телевизионната среда 2001-2010 г. Програми, аудитория, реклама, регулация, цифровизация. Велико Търново: Фабер, 2011.

Всички изброени публикации са по темата на дисертационния труд.

Весислава Антонова е част от екипа на Международния фестивал „София филм фест“, който се провежда всяка година през март, ангажирана с организцията на отразяването и програмите на международните гости в периода от 2000 г. до 2005 г.

Има журналистически специализации в Италия (2006 г., организирана от Unicredit foundation) и Съединените американски щати (2010 г., организирана от държавния департамент и организацията на името на Edward R. Murrow <http://eca.state.gov/highlight/edward-r-murrow-program-journalists>).

## 6. Заключение

Дисертационният труд „Медийни трансформации и бизнес модели в динамична социална и технологична среда“ на Весислава Антонова е представен във вид и обем, съответстващи на специфичните изисквания на катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“ на Факултета по журналистика и масови комуникации на Софийския университет „Свети Климент Охридски“. Той съдържа редица теоретични обобщения и решения на важни доктринални и научно-приложни проблеми в областта на журналистиката и обществените комуникации и представлява впечатляващ и оригинален принос в науката. Весислава Антонова притежава задълбочени теоретични знания и професионални умения по научна специалност „Обществени комуникации и информационни науки“, като демонстрира качества и способност за самостоятелно провеждане на значимо научно изследване.

**Убедено давам своята положителна оценка за проведеното изследване, представено от рецензираните по-горе дисертационен труд, автореферат, постигнати резултати и приноси, и категорично предлагам на почитаемото научно жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ на Весислава Христова Антонова в научна област: 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление: 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.**

1.12.2020 г.

Рецензент:

проф. д. н. Райна Николова,  
преподавател в НБУ