

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ"  
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ  
КАТЕДРА "КОМУНИКАЦИЯ И АУДИОВИЗУАЛНА ПРОДУКЦИЯ"

**Становище**

за дисертационен труд на тема:

**"МАРКЕТИНГ НА МЕДИЙНОТО СЪДЪРЖАНИЕ - СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА НОРМАТИВНИТЕ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ПРОГРАМИТЕ НА ОБЩЕСТВЕНИТЕ ДОСТАВЧИЦИ НА МЕДИЙНИ УСЛУГИ БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ И BRITISH BROADCASTING CORPORATION"**

за присъждане на образователната и научна степен „доктор” в научна област 3.5.  
Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации-  
Комуникации и маркетинг на медийното съдържание )

на **АНЕТА МИЛКОВА МАРИНОВА**, докторант към катедра **КАП-ФЖМК-СУ**  
с научен ръководител проф. д-р Теодора Петрова

**1. Актуалност и значимост на темата. Обща характеристика на дисертационния труд.**

Като член на Научното жури представям следното Становище за дисертационния труд на Анета Милкова Маринова на тема: „Маркетинг на медийно съдържание- сравнителен анализ на нормативните изисквания към програмите на обществените доставчици на медийни услуги Българската национална телевизия и British Broadcasting Corporation“. (Научното жури е назначено със Заповед №РД38-514 от 21.10.2021г. на Ректора на СУ).

Представеният за защита труд е разработен съгласно изискванията на ЗРАСРБ, правилника за неговото прилагане в СУ, и мога да кажа, че отговаря на академичните стандарти и изисквания за такъв род разработки на СУ. Научният труд, също така, отговаря на тематиката, критериите, изискванията и спецификата на научната специалност 3.5 Обществени комуникации и информационни науки, по която е обсъждането за присъждане на ОНС “доктор“. Представените публикации на докторантката покриват изискванията и са в областта на дисертационния труд "Св.Кл.Охридски". Дисертационният труд бе успешно защитен на вътрешно обсъждане в катедра КАП на ФЖМК-СУ.

Като цяло, дисертационният труд изследва маркирането на телевизионните програми на обществените доставчици на медийно съдържание БНТ К1 и БиБиСи Уан, насоченост към аудиторията, изпълнение на лицензиите и нормативните документи за дейността на двата обществени доставчика на медийно съдържание. Направен е сравнителен анализ на инструментите за маркиране на програмите на двете обществени телевизии като

пазарен продукт и не на последно място в изпълнение на мисията им като обществена услуга. На базата на направени авторски анализи е направена оценка до каква степен програмите като медиен продукт на обществен доставчик отговарят на лицензионните документи и законодателството, описани и анализирани са инструментите, които двете телевизионни организации използват в маркетинговата си политика на телевизионната им продукция. Смяя да твърдя, че има публикувани изследвания по отношение на двете телевизионни организации в България и Великобритания, относно техните функции, ролята им на доставчик на обществена услуга, но анализ и сравнение на програмите им на базата на лицензионните документи на медийните организации и маркетингане на програмите не съм срещала. В това отношение дисертацията е оригинално изследване на маркетинга на съдържанието на обществените програми БНТ К1 и BBC One.

Целта на изследването е да “се установи влиянието на специалното медийно законодателство и други поднормативни документи (Индивидуална лицензия и Оперативен лиценз) върху телевизионното програмиране в обществените доставчици на медийни услуги, а оттам и върху успешното маркетингане на медийното съдържание в основните политематични програми на обществените доставчици на аудиовизуални медийни услуги БНТ К1 и BBC One“ пише докторантката. За да направи това, авторката дефинира понятието "медийно съдържание", “доставчик на медийно съдържание“, “телевизионна програма“ като проследява развитието на тези понятия в документите и законодателството на двете страни. Обектът на дисертацията, както докторантката определя, са основните политематични програми на обществените телевизионни доставчици в България и Великобритания - Българска национална телевизия (БНТ) К1 и British Broadcasting Corporation (BBC) One и възможностите за маркетингане на тяхното медийно съдържание.

Развитието на медийното законодателство определя телевизионната програма като “медиен пазарен продукт“. Това, през годините, с отразено и в българският Закон за радио и телевизия. Именно това разбиране за телевизионната програма като пазарен продукт, което възприема Анета Милкова, ѝ помага да направи сравнение на двете програми, маркетингането им като пазарен продукт от страна на двете телевизионни организации, да очертае приликите и разликите, както и да опише и сравни законовите изисквания към обществените оператори като производители и разпространители на телевизионна програма именно като обществена услуга. До колкото ми е известно, за

първи път у нас се прави и такъв професионален анализ на двата лицензионни документа на двете телевизии, какъвто е направен в това изследване. Несъмнена е актуалността на темата на дисертацията, днес когато икономисти, маркетинголози, социолози, медийно специалисти и специалисти в областта на технологиите дискутират за мястото и функциите на обществените доставчици на медийни услуги в променената и постоянно променяща се комуникационна и технологична среда, за финансирането и ролята на обществената телевизионна програма. Ще подчертая още, че дисертационния труд има и тази заслуга, че събира и изследва документи и конкретни факти от развитието на двете телевизии, които са събрани и анализирани за първи път в представения текст.

Докторантката е показала знания по отношение на тенденциите в развитието на телевизията, процесите на организацията и управлението на телевизионните оператори като доставчици на медийни услуги, потреблението на медийно съдържание, на променената комуникационна среда, която влияе върху програмните политиките на двете телевизионни организации, анализирани са практики, анализирани са основните законодателни и лицензни документи, касаещи дейността на двете организации, използвани са съвременни автори, цитирани са съществуващи научни изследвания, и мога да кажа, че посочената библиография съответства на характера на дисертационния труд. Докторантката показва способност да систематизира емпиричен материал, да обобщава и да формулира изводите си, умение да изследва съществуващи програмни практики и прилагането на законови рамки при създаване и разпространение на телевизионно съдържание от страна на двете организации. Представеният от дисертантката Анета Милкова Автореферат отговаря на академичните стандарти и отразява същността на дисертационния труд. Той отразява съдържанието на дисертационния труд. Научните приноси са коректно изведени. Текстът е написан на прецизен професионален и научен език, анализът е върху практики и документи, които дават релевантност на текста. Тук е мястото да спомена и практико- приложните приноси на текста, които биха могли да бъдат приложими у нас.

## **2. Структура и съдържание на дисертацията**

Дисертационният труд е в обем 261 страници (175 страници текст, библиография и 73 страници Приложения, таблици и 6 фигури). Дисертационният труд е структуриран в *Увод*, три глави и *Заклучение*. Библиографията съдържа 179 източника на български и други езици. Първа глава на текста включва терминологични определения, описание

на цели, задачи на изследването, тя е теоретичната рамка на изследването, Втора глава представя нормативната рамка на радио- и телевизионната дейност в България, спецификите на обществения и търговския доставчик на медийни услуги, определяне на телевизионната програма като продукт. Трета глава е посветена на правният режим на радио- и телевизионната дейност във Великобритания. Включени са четири приложения, които са част от текста. Те са оперативните лицензи на БНТ и ВВС, техните програмни схеми и таблици за телевизионните програми. Текстът включва и редица поднормативни документи и документи на ЕК като Директивата на ЕС за аудиовизуалните медийни услуги, които съдържат общите изисквания към регулаторната рамка за обществените телевизионни доставчици в страните членки на ЕС. Както казах, текстът е добре структуриран, езикът е професионален и четивен. Дисертационният труд включва задължителни елементи - обект и предмет, цели и задачи на изследването, основни изследователски въпроси, методология и научни приноси. В дисертационния труд са приложени различни научни методи като описание и анализ, формирана е система от критерии за оценяване на двете програми, на законовата рамка, анализирани са маркетинговите инструменти, използвани от двете организации за предоставяне на обществото предлаганата от двете организации обществена услуга . Намирам избраната методология сравнителен анализ, която дисертантката използва, за правилна, и отговаряща на целите и задачите на дисертацията.

### **3. Научни приноси**

Представената дисертацията е оригинално научно изследване, което по моя преценка, съдържа научни и научно- приложни приноси. Бих подчертала, че такъв тип съпоставително изследване на лицензните документи се прави за първи път за сходства и разлики в законодателството, лицензиите и програмните практики на двата обществени доставчика на медийни услуги, на политиките на маркетинг и предоставяне на програмите като маркетингов продукт. Докторантката прави анализ на медийното съдържание на БНТ1 и ВВС1 в контекста на новите маркетингови концепции и видовете маркетинг –нон бизнес маркетинг; human concept , social Marketing, маркетинг 4.0 и др. Тя работи с четири основни инструмента в маркетинговата политика на обществената телевизионна програма- продуктовата/програмната политика, ценовата политика, политиката по разпространение на телевизионния продукт , и комуникационната политика. Авторката прави анализ на продукта "телевизионна програма", който разглежда като стратегия в цялостната програмна политика на програмите БНТ К1 и ВВС1.

#### **4. Заключение**

Представената докторска дисертация е оригинално научно изследване на Анета Милкова. Текстът отразява теоретични знания и уменията ѝ да прави авторско изследване в областта на медиазнанието, да анализира и сравнява медийни практики, анализ на маркетинга на медийно съдържание, в случая на две телевизионни програми с обществен характер. В дисертационният труд определено има постигнати изследователски резултати, заради което напълно убедено препоръчвам на уважаемите членове на Научното жури да присъдят образователната и научна степен "доктор" на Анета Милкова Маринова за нейната дисертация на тема:"Маркетинг на медийното съдържание- сравнителен анализ на нормативните изисквания към програмите на обществените доставчици на медийни услуги Българска национална телевизия БНТ и British Broadcasting Corporation BBC" по професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки"(Медии и комуникации-Комуникации и маркетинг на медийното съдържание).

София,12.2021г.

Подпис:

Проф. д-р Теодора Петрова