

## СТАНОВИЩЕ

за дисертационния труд на Анета Милкова Маринова 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 (Би Би Си)“ за присъждане на образователна и  
научна степен „доктор“

Научен ръководител: проф. д-р Теодора Петрова

Член на Научно жури: Добринка Ст. Пейчева

Дисертационният труд е посветен на една актуална и значима тема, свързана с подходите към медийното съдържание на базата на представяне и опит за анализ на нормативните изисквания към програмите на обществените радио и телевизия – БНТ в България и Би Би Си във Великобритания.

Състои се от увод, заключение и три глави в обем от 261 страници и съдържа изискуемите елементи за един дисертационен труд: цел, задачи, обект, предмет; методология и пр. В използваната литература към дисертационния труд са включени 179 български и чуждестранни източника. Във включените към дисертацията приложения са: Индивидуалната лицензия на БНТ 1; Оперативен лиценз на British Broadcasting Corporation; Програмна схема на БНТ1; Програмна схема на BBC.

Периодът, в рамките на който е позиционирана проблематиката на дисертацията, е обозрим и резултира от рефлексите на демократичните промени и преминаването на страната ни към пазарна икономика след 1989 г. Периодът, който е обект на изследователски търсения започва от 1998 г., когато в България е приет Законът за радиото и телевизията на

базата на ЕККТ и се стига до 2021 г. В този двадесетгодишен период са се пресекли последните 10 години от аналоговия и около 10 години от началото на цифровия период на радио и телевизионно производство от септември 2013 г.

Дисертантката е открила **Целта** на дисертационния си труд на няколко места (на стр 8 по формата на „скромна задача“, на стр. 9 като цел на дисертационния труд, на стр 11 като изследователска цел, на 16 ст. като базова научна цел). Аз съм избрала да цитирам, целта посочена на стр.11, където е определена като изследователска, а именно *„да се установи влиянието на специалното/медийното законодателство и други поднормативни документи (Индивидуална лицензия и Оперативен лиценз) върху телевизионното програмиране в обществените медии, а оттам и върху успешното маркетиране на медийното съдържание в основните политематични програми на БНТ и Би Би Си).*

**Задачите**, които си е поставила дисертантката за постигането на изследователската и цел са : 1. *Анализ на нормативната рамка за дейността на БНТ;* 2. *Анализ на програмното съдържание на политематичната програма БНТ 1.*

3. *Анализ на нормативната рамка за дейността на Би Би Си, като обществена телевизия;* 4. *Анализ на програмното съдържание на политематичната програма Би Би Си 1.*

Теоретичните съображения са построени в три ракурса: относно концепциите за маркетинг на медийно съдържание; относно представата за мястото и мисията на обществените медии в България и Великобритания; относно научните теории за телевизионното програмиране в обществените медии и отношението му към изпълнението на обществената им мисия. Представени са някои теоретични изследвания на наши и чуждестранни автори, както и конкретни маркетингови концепции – нон-бизнес маркетинг, Human Concept, Social Marketing, Generic Concept. На теорията

на Котлър, относно маркетинга на съдържанието, се отделя специално внимание. Обоснована е необходимостта от маркетинг на радиата и телевизиите, подробно са разгледани съотнесими групи инструменти; Втора глава обстойно илюстрира нормативната рамка на радио- и телевизионната дейност в България, както и на независимия регулатор Съвет за електронни медии (СЕМ). Обект на илюстриране са и важни моменти от нормативните изисквания към програмната, ценовата, дистрибуционната, комуникационната и пр. политики на БНТ. Изводите, до които стига дисертантката, са свързани с поредица от липси: липси на законови гаранции за съществуването на обществените медии, както и че тяхното съдържание ще обслужва обществения интерес“; на дългосрочна визия по отношение на бъдещето им, по отношение на СЕМ, включително и на България относно мисията и стратегията за развитието обществените медии. „За да маркетинга успешно своето медийно съдържание, дисертантката препоръчва „БНТ да изследва какви са навиците и очакванията на съществуващата аудитория и едва след това да дефинира типа съдържание, което трябва да предлага и на какви платформи да го предлага“ В тази препоръка прозирам инициране за възстановяване на ликвидирания преди 30 години Научно-изследователски институт за радио и телевизия. В трета глава „Маркетинг на медийното съдържание в *British Broadcasting Corporation (BBC)*“ е илюстриран правният режим на радио- и телевизионната дейност във Великобритания. Направени са и изводи по отношение на възможностите за маркетинг на медийното съдържание в разглежданите програми от гледна точка на нормативната уредба. На базата на експликациите на съществуващите документи и техните промени/непромения, се заключа, че БНТ не се справя успешно с маркетинга на медийното си съдържание в програма БНТ 1, „защото няма конкретни изисквания или ако има такива, то с лекота могат да бъдат пренебрегнати“ Тук въпросът е могат ли се пренебрегват?

Като цяло трудът е едно успешно авторово навлизане в концептуализацията на проблема в първа глава и в едно относително успешно илюстриране на повлияването на маркетингането на медийното си съдържание в съответните обществени медии чрез разкритото състоянието и развитието на нормативно-творческото документи и съответни дейности.

Трудът има стойност сам по себе си и във факта, че е събрал в себе си нормативни документи за функционирането на обществените радио и телевизия в България, включително и лицензионните им документи, както и аналогичните документи в Би Би Си, които осигуряват възможност за съпоставимост и които осигуряват една завършеност на темата.

### **Бележки и препоръки**

-Избягване на неакадемични изрази от рода на: в зората на „медийното дело“ (стр 6);

-Препоръчвам прецизиране на употребата на научните понятия теза и хипотеза. Тезата в една дисертация в най общ план е авторовото научно твърдение, което е доказано с помощта на изследователските методи в рамките на цялостния дисертационен труд, а хипотезата е предполагаемо изследователско очакване, което може да се сбъдне или не в процеса на някакво емпирично изследване. Всеки дисертационен труд защитава дадена научна теза. Освен това на стр. 12 пише че тезите са 3, а са изредени 5;

-Препоръчвам текстове от ползваната нормотворческата документация, които са буквално пренесени в дисертацията от наличните Закони и лицензии, да се изведат като приложения извън дисертацията, особено когато става въпрос за тяхното повторение в различни раздели на дисертационния труд (стр 124-126; стр. 98).

- Отправлям препоръка и за по-голяма критичност към чиновническата подмяна на понятията радио/радиa и телевизия/телевизии в Европейските документи с понятия като телевизионни или радио-оператори или

доставчици на медийни услуги. Още повече, че самата дисертантка е с подобна нагласа, отправяйки критика към европейска дефиниция за програма, споделяйки, че „тази дефиниция демонстрира непознаване на медийната природа на понятието с всички негови присъщи белези. Телевизионната програма има не просто „елементи“, тя се състои от предавания, които от своя страна притежават жанрови и тематични характеристики, които я адресират към конкретна публика (стр. 37) и по-нататък относно дейностите... „Създаването на съдържанието е една дейност, а дистрибутирането му до целевите аудитории е друга дейност – това предполага да се избере най-подходящата платформа и правилно планиране“ (стр.131). Препоръките ми не омаловажават постигнатото в дисертационния труд.

Авторефератът съответства на дисертационния труд.

Дисертантката има изискуемите три научни публикации в специализирани български научни издания и 4 участия с доклади в научни конференции в Нов български университет и ФЖМК на СУ "Св. Климент Охридски.

Всичко това ми дава основание да гласувам с *Да* и да препоръчам и на останалите членове на Научното жури към ФЖМК да гласуват с *Да* за присъждане на образователната и научна степен Доктор по професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки.

Член на Научно жури:

Проф. дн Добринка Станчева  
Пейчева

12.12.2021