

## Рецензия

от проф. д-р Руси Маринов Ванчев,  
научно направление „Обществени комуникации и информационни науки/стратегически комуникации/, член на научното жури за присъждане на образователната и научна степен „Доктор”, на Христо Бонов Бонев

### Тема на дисертацията:

"Развлекателните индустрии в епохата на дигиталните медии"

Дисертацията се състои от две глави, увод, заключение и библиография с общ обем 256 страници.

Предмет на изследване е развитието на развлекателните индустрии на глобално равнище, като дисертантът отбелязва, че по-малко внимание се обръща на българския пазар, където се наблюдават някои отклонения от глобалните тенденции като в случая съществуват и някои местни икономически и културни различия, които не са общовалидни навсякъде. Също така се посочва, че поради размерите и ниската популателна способност на българския пазар, неразвита в достатъчна степен пазарна икономика, голяма част от развлекателните индустрии все още не са навлезли широко в практиката, но все пак се наблюдават и характеристики типични за световните пазари.

Акцентът в изследванията е върху развитието на американския пазар, тъй като, от една страна е най-големият като обем и като приходи пазар за развлекателните индустрии, а от друга страна офисите на почти всички мултинационални компании, които оперират в развлекателните индустрии, са именно в САЩ. Дисертантът изтъква важен фактор относно това, да бъде обърнато специално внимание на американския опит, че там именно се създават и по-бързо навлизат новите медийни технологии, докато при останалата част от света на един по-късен етап се наблюдават тези тенденции, проявили се вече на пазара в САЩ.

Темата на дисертацията е актуална, изследванията са направени компетентно и професионално, в бъдеще развлекателната индустрия все повече ще разчита на новите

медийни платформи, за да усъвършенства моделите за популяризиране на съдържанието и осигури по-висок достъп до различни аудитории. Въпросите, разработени в дисертацията имат приложение в практиката, и ще се актуализират и променят заедно с развитието и усъвършенстване на Интернет технологиите. С настоящата дисертация докторантът се стреми още да докаже, че развлечението с появата на новите и дигитални медии от пасивно, постепенно се превръща в активно.

Целта на настоящата дисертация не е да дава готови отговори, какво трябва да се прави от тук нататък, а да се идентифицират условията за употреба на дигиталните и медийни технологии в цялостния процес по създаване, производство, разпространение, маркетинг и представяне на развлекателния продукт, както и да се очертаят най-перспективните насоки за бъдещо развитие. Докторантът, за да докаже тезата си, прави преглед на наложените и използвани до момента принципи, понятия и практики за развлечение. Разглеждат се отделните развлекателни индустрии и най-вече - медийните развлекателни индустрии, като се обръща сериозно внимание на историческото им развитие, структурата и сегментите им. След това се проследява подробно появата и развитието на новите, дигитални медийни технологии като се дефинира тяхната същност, принципи, видове нови медии и се посочват най-перспективните медийни технологии, като се прави детайлизиран обзор и анализ на влиянието им във всяка една от развлекателните индустрии, как и кога те са навлезли в дадената сфера, какво се е променило под тяхното влияние и какви са перспективите. Именно в тази част на труда се търси зависимостта между степента на развитие на дигиталните и нови медийни технологии в дадена развлекателна индустрия и превръщането и от пасивна в активна. Тъй като акцентът на настоящата дисертация пада върху медийното съдържание, приоритетно се анализират медийните развлекателни индустрии, а на немедийните се обръща внимание дотолкова, доколкото имат отношение към медийните практики. За постигането на целите и потвърждаване на тезата, се разглеждат и анализират задълбочено множество литературни източници и редица изследвания и доклади на водещи международни изследователски институти и браншови организации. Резултатите, които се извеждат накрая във всяка част са базирани на дедуктивния метод. Фактът, че се разглеждат цели девет отделни индустрии, пет от които медийни - от една страна, спомага за утвърждаване на резултатите и доказване на това, че не става дума за изолиран случай само за една от тенденциите, но това позволява от друга страна да се намерят допирни точки между отделните развлекателни практики. Може да бъде отбелязано, че съдържанието на представения дисертационен труд е в пълно съответствие на разработваната тема. Целите са дефинирани ясно и професионално.

Дисертантът си поставя следните задачи: да направи преглед на наложените и използвани до момента принципи и понятия за развлечение; да разгледа отделните развлекателни индустрии и най-вече медийните развлекателни индустрии, като на тях обърне внимание на историческото им развитие, структурата и сегментите им; да разгледа подробно появата и развитието на новите, дигитални медийни технологии и анализира влиянието им във всяка една от развлекателните индустрии, т.е. как и кога

са навлезли в дадената индустрия, какво се е променило в нея под тяхното влияние и какви са перспективите за в бъдеще; да се потърси зависимост между степента на навлизане на дигиталните медийни технологии в развлекателната индустрия и превръщането и от пасивна в активна. Дисертантът е запознат добре със същността на проблемите, имащи отношение към развлекателните индустрии и тенденциите за развитието на дигиталните медии. Използваната литература съответства на разработваната тема.

Първа глава е с название „Същност, характеристики, икономика и структура на развлекателните индустрии“. В тази част Христо Бонев разглежда детайлно развлекателните индустрии преди появата на дигиталните и нови медийни технологии. Тук се прави и подробен преглед на понятията, свързани с развлекателната индустрия в съществуващата литература и извежда основните компоненти, които я характеризират. Излагат се и анализират различните теоретични аспекти, дефинирани от водещи изследователи в тази област, за да се открият основните компоненти от семантичен, психологически, социален, комуникационен и икономически характер, изграждащи парадигмата за развлечение.

Глава втора ”Поява и развитие на дигиталните технологии и новите медии“ се занимава с въпроса, какви промени протичат в развлекателните индустрии, след навлизането на дигиталните и нови медийни технологии. Другата цел в тази част е да се проследят всички важни трансформации, които настъпват в една или друга развлекателна индустрия, да се анализира промените характерни за бизнес структурата им и да очертаят перспективи за развитието. Интерес представлява анализът на новите елементи в медийната сфера, породени от развитие на дигиталните технологии. В частност, в този раздел /2.5./ обект на проучвания са промените в медийните, развлекателни индустрии след появата и развитието на дигитални и компютърни технологии. Разглеждат се въпроси като медийната конвергенция и интелектуалната собственост в епохата на дигитализация и анализират предизвикателствата, които стоят пред медийния бизнес. След това подробно се разглежда и проследяват някои медийни браншове на развлекателните индустрии и проследява историята на поява на дигиталните технологии във всяка отделна индустрия. Анализират се както причините за появата, така и следствията в икономически и комуникационен план. Проследява се и хронологията на навлизането на дигиталните технологии както в продукцията, така в преноса на сигнала. Прави се обзор на водещите системи за дигитална телевизия и радио и съпоставят силните и слабите им страни, както и въздействието им върху индустрията. След това се прави задълбочен анализ на електронните медии, в контекста на промените настъпващи под влиянието на новите и дигитални медии, описва се структурата на развлекателния модел и очертават насоките за развитие, като се обръща специално внимание на интерактивността, както и на някои перспективни концепции и технологии като Смарт ТВ.

Дисертацията представя и анализира как, след дигитализирането на медиите и появата на нови технологии, потребителите ще общуват по-активно с медийния продукт, ще могат да манипулират аудиовизуалните произведения, ще очакват повече интерактивни услуги от електронните медии, персонализират информационните

източници, коментират информацията и съдържанието с други потребители, споделят мнението си с приятели, миксират музиката която слушат, обработват я и създават собствени видеоклипове, играят все по-виртуални и реалистични видеоигри и фентъзи спортове, създават и споделят изкуство. Анализирани са и популярни примери на успешни онлайн, медийни кампании на различни развлекателни продукти, така че да се изведат водещите им характеристики, които стоят зад успеха им. Без да претендира за изчерпателност, поради прекалено обширното поле на изследване, с което се занимава, трудът представя и анализира значими процеси, които протичат в развлекателните индустрии през последните няколко десетилетия и начертава водещи тенденции и перспективи, които се очакват да настъпят през следващите години.

Тук е необходимо да се отбележи, че през 21 век основните дейности, които оформят и контролират човешкия живот във всяка част на планетата са организирани в глобални мрежи в следните сфери: финансови пазари; транснационално производство, мениджмънт и дистрибуция на стоки и услуги; високо специализирана работна ръка; наука и технологии; образование; масмедии; интерактивни Интернет мрежи; култура; мноцелеви платформи за комуникация; изкуство; развлечение; спорт; международни институции, управляващи глобалната икономика; религия; криминална икономика; транснационални НПО и социални движения. Всички тези мрежи споделят общи правила: идеи, визии, проекти и програми. В мрежовото общество културата е интегрирана в процесите на комуникация, в частност в електронния хипертекст и в глобалните мултимедийни бизнес мрежи, а Интернет е ядрото на мрежата. Полето на социализираната комуникация се конструира около многофункционални локално-глобални мрежи, дигитална комуникация, включително медии и Интернет.

В последната част докторантът, в резултат на направените изследвания, достига до някои изводи, които могат да намерят приложения в практиката: икономическите предимства на дигиталните и нови медийни технологии спомагат за бързото цифровизиране на развлекателните индустрии и се използват във всеки етап от създаването, дистрибуцията и представянето/показа на медийни продукти, както и в маркетинга и промотирането на медийни и немедийни развлекателни продукти; компютърните технологии и специализираните софтуери играят все по-решаваща роля при създаването на сценарии, книги и журналистически материали, при композирането на музика, при скицирането, рисуването и създаването на всякакви други творчески проекти, и така авторите на софтуера, чрез който се създава даден продукт, се превръщат в не по-малко важни за крайния резултат, от авторите на самия продукт; истинската дигитална революция в дистрибуцията предстои да приключи, когато физическите носители изчезнат напълно – нещо, което започва да се наблюдава във всички индустрии, занимаващи се издаването на медийни продукти като домашно видео, печатни медии, звукозаписи и видеоигри. Причината за тази революция несъмнено е Интернет, а двигателят е високоскоростния достъп до него. Това ще доведе и до промяна на структурата на индустриите, занимаващи се с издателска дейност и трансформация на дистрибуцията и показва/представянето/продажбите на дребно в един сегмент.

Използваните теоретични източници при разработване на тема са цитирани правилно. Общ брой цитати е 346, като библиографията включва 111 библиографски източници, от които книги на български -23; на английски-26; сборници-9; периодични издания-3; електронни източници-39. Източниците на информация, като се има предвид съдържанието на дисертацията, са приемливи и проверени. Христо Бонев има 3 публикации по темата на дисертационния труд, публикувани в научни сборници, издадени от НБУ. Някои от приносите в дисертационния труд са следните: детайлно се проследява истинската революция, която се случва през последните няколко десетилетия в развлекателните индустрии и изцяло ги преобразява, преобръщайки съществуващите досега модели за развлечението като нещо по правило пасивно – в активно. Доказва се, че двигател на тази революция са дигиталните и нови медийни технологии, които бързо навлизат в медийните индустрии, поради чисто икономическите си предимства, но освен това налагат и нов универсален език, който променя изцяло комуникацията и културата; проследява се пътя, по който дигиталните и нови медийни технологии превземат всички етапи от производството на медийни продукти при аудиовизуалните произведения, звукозаписните продукти, електронните медии, видеоигрите, а също така си очертават и насоки за развитие на немедийните до скоро развлечения, като хазарта и визуалните изкуства, които под въздействие на Интернет постепенно започват да се превръщат в медийни. Тоест в немедийните развлечения, все повече се появяват дигитални медийни елементи; демонстрира се, че предлагането на медийното развлечение като продукт, се трансформира в предоставяне на медийна услуга и по този начин се променя бизнес модела на развлекателните индустрии; изведени и анализирани са причините за налагането на дигиталната дистрибуция и следствията за структурата на медийните пазари; представени и анализирани са някои от водещите дигитални и нови медийни технологии и най-перспективните такива, които се очаква да променят още повече развлеченията през идните години. Дисертационният труд показва, че докторантът притежава задълбочени теоретични знания в областта на медийните науки, демонстрирал е и способности за самостоятелни научни изследвания, свързани с новите дигитални технологии и тяхното приложение в развлекателния бизнес.

Авторефератът е разработен, съгласно университетските изисквания и съдържа 4 основни части, общо 23 страници, като в последната част са описани приносите на дисертанта и посочени публикациите в научни издания, свързани с темата на дисертацията.

Някои основни забележки, при разработване на темата са следните:

- В недостатъчно степен дисертантът е проучил професионалната и научна литература в сферата на комуникациите, като например чуждестранни автори, които активно публикуват и пишат по проблемите, свързани с комуникационните модели и теории, намиращи приложения в една или друга област на човешката практика като У.Уивър, Н.Винер, Т.Б.Лий, Ал.Тюринг, Т.Нелсън, Г.Паск, Ж.Т.Ууд/транзакционен модел на комуникация/, Е.Роджерс, Д.Берло, Б.Пиърс и Кронен, Дж.Гербнер, Рафаели и

Пиърс, е необходимо да намерят по-голямо приложение в подобен тип изследвания, за сметка на прекаленото много детайли, свързани с историята на една или друга медия/ при условие, че подобна информация може лесно да се открие в десетки справочници, онлайн енциклопедии, специализирани портали. В труда почти не се говори за комуникационни теории, които имат пряко или непряко отношение към развлекателните индустрии, особено онези които разглеждат комуникацията от културна, феноменологична, реторична и кибернетична гледна точка. Някои типични проблеми, свързани с използване в практиката на комуникационните и дигитални технологии също би трябвало да намерят по-голямо място в изследването. В дисертацията повече се набляга на маркетингов анализ и икономически такъв, отколкото да се използват медийни или комуникационни методи за изследване като анкетни проучвания, вкл. онлайн анкети, уебанализ на медии, фокусно интервю/изключително целесъобразно за подобен тип изследване/, вторичен анализ на социологически проучвания. В случая е важно е да се вземат предвид конкретни представители на новите медии и да се анализира, какво е реалното им място/ като цифри, графика, трафик/ в една или друга развлекателна индустрия и тогава да се демонстрира реалното познаване и приложение на тези технологии. Подобен резултат може да се постигне и посредством анализ на сайтовете на избрани американски медии, техните социални платформи и по какъв начин и с какви средства популяризират или отразяват един или друг сектор на развлекателната индустрия.

- В дисертацията не става достатъчно ясно, как конкретно се променят културните и комуникационни модели. Известно е, че от гледна точка на тенденциите за развитие на медиите, ориентирани към комуникация и развлечения се очертават няколко основни трансформации: архитектури от типа post-PC; открит тип масово сътрудничество; всеобхватна виртуализация; колективен интелект; радикална прозрачност; биометрична идентификация; визуализация на открит тип данни; собственост върху персонализирани, лични данни; търсещи машини, регистриращи репутация в мрежата; ИТ като бизнес единица; семантични данни. Всичко това влияе по един или друг начин на глобалния бизнес и променя основните информационни модели.

- Някои от понятията и използваната терминология в труда би трябвало да притърпят по-нататъшно развитие, от гледна точка на езика. Например не точно е дефинирано понятието публика: "публиката може да се състои от милиарди зрители или от един човек". От научните изследвания за публиката през 70-те години е ясно, че от един човек няма как да се формира публика. Твърдения като „по правило публиката има пасивна роля“ изобщо не съответстват на основните теории, принципи и дефиниции в тази област и то публикувани преди много години. В труда не се прави ясно разграничение между публика и аудитория, като важни понятия, с които се работи при анализ на ситуации. В тази насока автори като Хербърт Блумер е необходимо да се използват по-активно при предлагане на подобна професионална терминология.

▪ В текста се предлагат прекалено много детайли за преразказ на историята на електронните медии, в частност телевизията и история на печата от преди 2000 г., тоест по-скоро акцентът би трябвало да бъде върху проблемни области, характерни за тези медии в края на 20 век и началото на 21 и как влияят на развлекателния сектор. Описанието на развитието на музикалната индустрия и история на звукозаписа от 1877г. насам е повече от излишно. Известно е, че съществуват и то много отдавна електронни, компютърни енциклопедии и от тази гледна точка, проследяване развитието на компютърните системи от 1822 г. е натрупване на излишна информация. Още по-малко е необходимо, за целите на настоящия труд, описание на устройството на компютъра или какво представлява бит или байт, това се изучава в училища и колежи по цял свят. По-скоро отразяване на проблеми и предизвикателства, свързани с навлизане на интерактивни технологии в печата и електронните медии щеше да предизвика по-голям интерес за бъдещи публикации и проучвания. Въпреки посочените слабости и забележки, това по никакъв начин не омаловажава изследванията на дисертанта и качествения анализ, който той представя в труда си, относно бъдещи насоки за развитието на новите, медийни технологии и развлекателни индустрии.

Смятам, че темата която е избрана като обект на изследване е актуална, отразява съвременни комуникационни реалности и тенденции за развитие на новите дигитални технологии и тяхното въздействие върху развлекателния бизнес, разработена е компетентно и отговаря на основните академични и научни изисквания за подобен труд.

Оценката ми за дисертационния труд на Христо Бонов Бонев е положителна и предлагам на научното жури да му бъде присъдена образователната и научна степен „доктор“.

28.05.2013

/Р.Маринов/