

# РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ в научно направление 3.8 “Икономика”, научна специалност “Икономика и управление” на тема: „Икономически подходи за изследване на медийна концентрация”, разработен от Александър Боянов Тодоров, докторант в катедра „Международна икономика и политика,, на Факултет МИА при ВСУ „Ч. Храбър”, гр. Варна.

Научен ръководител: проф., д.ик. н. Димитър Канев

Рецензент: доц., д-р Младен Димитров Тонев – преподавател в катедра „Международна икономика и политика „ на Факултет МИА при ВСУ „Ч. Храбър”.

Представеният на вниманието ми дисертационен труд на тема: „Икономически подходи за изследване на медийна концентрация” е в обем от 211 страници компютърен набор. В структурно отношение дисертационният труд на Александър Боянов Тодоров включва титулна страница, съдържание, списък на фигурите, списък на таблиците, списък на приложенията, списък на съкращенията, въведение, изложение в три глави, приложения и библиография по темата. Като обем, като структура, като съдържание и като степен на разработеност на проблема, разработката удовлетворява изискванията за дисертация. Формалното оформление на дисертационния труд е безупречно и отговаря на изискванията за оформлението на една дисертация.

Избраната тематика на дисертацията е определено дисертабилна и актуална по следните причини:

1. Както в българската икономическа наука, така и в европейски и световен мащаб процесите на концентрация и централизация на медийния пазар са относително слабо изследвани;
2. По принцип процесите на концентрация и централизация на производството и капитала са едни от значимите трансформационни процеси в световното стопанство и обуславят развитието на глобалните процеси на транснационализация, регионализация и глобализация, което ги прави перманентно актуални и значими;
3. Процесите на концентрация и централизация на производството и капитала, конкретно в медийния сектор, рефлектират и върху националното стопанство, в това число и върху българското национално стопанство, като част от европейското и световното икономическо пространство. Все по-често и във все по-нарастващи мащаби наблюдаваме проникване на глобалните и регионални медийни играчи на българския медиен пазар. Логично е тези процеси да бъдат на вниманието

на изследователите и то не само на вниманието на медийните специалисти, но и на вниманието на икономическите и пазарни анализатори, доколкото тези процеси са свързани не само със собственост и придобиване, но и с влияние върху общественото мнение и върху различни аспекти на националната и регионална политика.

Като цяло моментът на изследването е подбран подходящо защото сме свидетели на това, колко чувствително е станало българското общество по отношение на собствеността и контрола върху медиите. Фактът, че обществените настроения повлияха до степен такава, че едни от крупните медийни собственици като Ирена Кръстева и Делян Пеевски продадоха значителна част от активите на притежаваната от тях медийна империя е достатъчно красноречив, че собствеността и контролът върху медиите ще продължава да бъде във фокуса на общественото внимание поради нарастващата им (на медиите) роля като „четвърта власт“.

Що се отнася до методиката на изследване в дисертацията на колежата Тодоров, тя определено е възможно най-добрата, прилагана и апробирана от редица световно-признати изследователски центрове и лаборатории, още повече, че е комбинирана и допълнена от аналитични методи и от областта на социологията, и от други близки до икономиката познавателни области – статистика, теория на комуникациите, теория на мрежите и др., което е определено приносен момент в методиката на изследване на процесите на концентрация на медийния пазар в Република България.

В съдържателен аспект въведението на дисертационния труд на Александър Тодоров изяснява целта, задачите, методиката и инструментариума на изследването. Авторът предлага освен класическите методи за анализ и оценка на пазарните структури, като методите на Хърфиндал и Джини, да се приложат и аналитични методи от областта на социологията и по-конкретно методът на мрежовия анализ. Подобен подход може да се оцени като приносен момент в изследването и анализа на пазарните трансформации.

Обект на дисертационния труд е концентрацията в пазара за медийни продукти и услуги в Република България, като акцентът е поставен върху пазарът на радио-предавателните услуги, като относително по-слабо изследвано звено в медийния сектор в България през последните години.

Предмет на дисертационния труд е приложението на икономически подходи и методи за изследване на състоянието и тенденциите на медийната концентрация в България на примера на радиото, както и последствията на пазарната концентрация за резултатите на този пазар, което създава основата за планиране на неговото развитие и регулация.

Поставената цел в дисертационния труд е да се предложат теоретични и емпирични икономически подходи за анализ на концентрацията в медийните пазари, както и тяхното практическо приложение за изследване на концентрацията в радиопазара в България.

Обектът, предметът на изследване и анализ, както и целта на дисертацията са точно и ясно дефинирани и придружени със съответните конкретизации и ограничения, очертаващи изследователската рамка, както и времевия хоризонт

на изследването, който е удачно подбран като продължителност – последните 20 години, за да се открият тенденциите и насоките на развитие на процесите на концентрация в медийния сектор, както и да се аргументират достатъчно адекватно предложените рекомендации по отношение на регулациите на медийния пазар.

В автореферата на дисертационния труд докторантът А. Тодоров скромно е дефинирал само четири приноса в теоретичен и научно-приложен аспект:

1. Въз основа на задълбочени теоретични проучвания и критичен анализ е изяснена икономическата същност на медиите, особеностите на медийните пазари и детерминантите на медийната концентрация, като е изведено влиянието на последната върху пазарния резултат;
2. Обосновани са възможностите на икономическите методи за изследване на медийната концентрация;
3. Предложени са статистически методи за анализ на медийната концентрация, както и методи за изследване на концентрацията на собствеността в медийните пазари;
4. Предложеният методически апарат е приложен, в рамките на съществуващите релевантни данни, за изследване на медийната концентрация на примера на радиопазара в България.

В качеството си на рецензент подкрепям така заявените приносни моменти в дисертацията, нещо повече мисля, че те могат да се допълнят от още някои приносни аспекти на разработката и по конкретно:

1. Откроена е спецификата на принципните процеси на пазарните трансформации в рамките на медийния пазар при разграничаване на конкретните медийни подотрасли по отношение на пазарната структура и пазарната форма, като процеси на концентрация и централизация на производството и капитала в глобален, регионален и национален план. Обикновено в повечето публикации трансформационните процеси се разглеждат в по-широк контекст, като се акцентира върху общите характеристики на процесите на концентрация на собствеността и капитала. Силната страна в разработката на докторант Тодоров е доброто открояване на спецификата на медийния пазар и акцентиране на вниманието върху факта, че медиите са едновременно и бизнес-сектор и средства за информация и модификация на общественото мнение с функции на своеобразна „четвърта власт“. Много добре са открити трите медийни пазара: пазарът на медийна продукция (с. 22) ; пазарът на информация (в това число и на рекламна информация) (с.23) и пазарът на медийно съдържание (с.23). Добре е изяснена „двустранността на медийните пазари“ като взаимодействие между медийните платформи и аудиторията от една страна и между платформите и рекламодателите от друга страна (с.27). В случая като принос е налице обогатяване на съществуващите знания за медийния пазар, както и подробна систематизация и класификация на видовете медийни пазари.

2. Друг приносен аспект на разработката е свързан с класифицирането на медийния пазар като структура и като пазарна форма или като комбинация от различни пазарни форми, които са реализирани в различните подсегменти на медийния пазар и които са резултат на тенденциите в концентрацията, централизацията и мрежовизацията, наблюдавани в този бизнес-сектор. Този анализ в разработката, е реализиран по един впечатляващо добър начин и резултатът е една много детайлна и пълна картина на процесите на пазарните трансформации в медийния сектор както в принципен план, така и като реални процеси в медийния бизнес-сектор у нас. Процесите на концентрация и централизация в медийния сектор са разгледани в дисертацията в контекста на парадигмата „Структура-поведение-резултат“ (с. 35). Много добре в разработката са представени четирите фази на концентрация, които се наблюдават в медийния подсектор: вертикална концентрация, диагонална концентрация, вертикална и диагонална и конгломератна концентрация( с. 46-47). В случая като приносен момент е реализирано приложение на СПР-подходът за целите на анализа на медийния бизнес-сектор.
3. Трета насока на реализация на приносни аспекти на дисертацията на А. Тодоров е свързана с адаптирането на различни класификации и типологизации към реалностите на медийния пазар в България, както и детайлният анализ на специфичните аспекти на концентрация на рекламните, слушателските пазари на различните радиомрежи в страната, в това число и опитът за анализ на концентрацията на собствеността и притежаваните права и лицензи, а също така и препоръките и изводите в края на всяка една от главите в разработката, които по същество са със силно изразен приносен характер. Няма да е пресилено да се каже, че това са първи, при това успешни, опити да се реализира пазарен анализ на това равнище на микроикономическата теория в българската научна литература. В случая отново е налице дообогатяване на съществуващите знания за българския медиен пазар.
4. Не по-малко значим приносен момент е апробирането на комбинации от изследователски методики и подходи, при които се комбинират иконометрични със социометрични методи и подходи за изследване и анализ на процесите на концентрация на медийните пазари. Авторът определя този тип анализ като „социално-мрежов“ (с.123) като акцентът правилно е поставен върху мрежовия анализ на медийния сектор (с. 108-121), който е определено по релевантен на характера на медиите, които, така да се каже, имат мрежов характер и структура. Типът принос в случая може да се отнесе към новостите за науката ( в частност е налице комбиниране на вече известни методи и адаптирането им за целите на изследването и анализа на процесите на трансформация в медийния сектор).

Доколкото съм свидетел на развитието на разработката на докторант А. Тодоров от момента на подаването на първичен материал за зачисляване в

докторантура на самостоятелна подготовка през периодите на полагане на кандидатските минимума до първите обсъждания на работата в катедра „Международна икономика и политика“ мога да заявя, че анализите, търсенията, типологизациите и класификациите и обработката на статистическата информация, както и получените аналитични резултати са изцяло дело на докторанта. Безспорно той е облагодетелствуван да има за научен ръководител един от най-авторитетните наши учени в лицето на проф. д. ик. н. Димитърл Канев. Проф. Канев има опит в прилагането на икономическите подходи в изследването на трудовия пазар у нас. Той безспорно е в състояние да окаже качествен помощ на колегата Тодоров що се отнася до насоките и методите на изследователска работа. Същевременно е факт, че докторант Тодоров адекватно реагира и на препоръките и бележките на колегите от катедрата в процесите на обсъждане на първоначалните варианти на дисертационния труд. Резултатът от неговите изследователски и творчески усилия и от съобразяването му с бележките и препоръките на научния ръководител и на колегите от катедрата е една действително отлична дисертационна разработка.

Обобщената оценка на работата на докторант Александър Тодоров ми дава основание да акцентирам върху следните силни страни в представеният ми за рецензиране дисертационен труд:

1. На първо място дисертацията впечатлява с един много добър научен апарат, работа с множество източници и най-вече сериозно използване на новите информационни и комуникационни технологии като Интернет за селектиране на разнообразна по характер емпирична информация.

2. Налице е добро познаване на теорията по проблема, както и адекватни обобщения и оценки на мненията и тезите на водещите автори в областта на анализа на процесите на концентрация и централизация на медийния пазар.

3. Докторантът Александър Тодоров демонстрира и умение да си служи правилно и грамотно със специализираната лексика по проблема и въобще в областта на микро и макроикономическия анализ. Това е още едно доказателство за неговите много добри познавателни и интерпретативни възможности.

4. Дисертацията се характеризира още и с ясен, стегнат и логичен стил на изложение. Много добре структурираните изследователски модели и алгоритми са явна демонстрация на уменията на колегата Тодоров да работи и използва подобен вид научни методики.

5. Особено приятно съм впечатлен от силно авторово “присъствие” в изложението, изразяващо се в опит за собствена интерпретация на някои важни моменти, относно ролята и мястото на трансформациите на медийния пазар в българската икономика и методите на тяхното изследване и анализ.

6. Дисертационния труд притежава и една изключително подробна и впечатляваща библиография по изследвания проблем. От използваните източници, включени в библиографията на дисертацията – общо 137 на брой, (от които 9 са Интернет сайтове) - 59 източника са издадени и публикувани след 2003 година, т.е. в последните 10 години – от 2004 г. до 2013 г. Това са

42,75 % от всички източници. Високият относителен дял на новите библиографски източници показва, че използваната информационна база определено е актуална и представя най-новите постижения на българската и световната наука в областта на изследването и анализа на медийния сектор у нас и в чужбина.

7. Приложенията към дисертацията са изключително добре подбрани и оформени и се характеризират с висок информационен заряд.

8. Дисертационният труд е изключително добре онагледен – 33 фигури, 20 таблици и 17 приложения, при което онагледяването е добре балансирано и адекватно подкрепя изследователските тези и аргументи и посилва анонсираните автори тези и изводи.

Всъщност най-голямото достойнство на дисертацията е, че тя осветлява, при това по-един възможно най-добър начин, проблемът за структурните промени на медийния пазар у нас, който е относително слабо изследван, както в чуждестранната, така и в българската литература. Най-близкото такова изследване, цитирано в дисертацията е това на екип от Дунавския Университет Кремс в Австрия. Там е реализиран проект на тема „*Media markets in Central and Eastern Europe - Chances of and threats against media pluralism in Europe*”. Целта на този проект е да опише медийните пазари в Централна и Източна Европа. „Почти всички подобни изследвания в областта на процесите на медийните пазари, представени в дисертацията – тези в САЩ, в Австралия и в Европа са реализирани от големи изследователски колективи с големи изследователски бюджети“. В случая имаме ситуация, при която един микроколектив – докторант и научен ръководител постигат адекватен на мащабните изследвания научен резултат при почти нулев изследователски бюджет.

Подробното представяне на българския напредък в това направление на развитие на научното икономическо знание в дисертацията дава възможност да се очертаят завоюваните „научни позиции“ в нашата икономическа наука и по този начин да се открият приносните моменти в изследването на колежата Александър Тодоров.

В качеството ми на рецензент оценявам като най-стойностна, най-силна третата глава на дисертацията, която не само има определено приносен характер, (дори като цялостно съдържание чрез представеното емпирично изследване на медийния пазар в България), но и представя и позиционира колежата Александър Тодоров като един от бъдещите експерти и консултанти в областта на трансформациите в медийния пазар в България.

Силна страна на дисертационния труд е и интердисциплинарния подход на изследването, при което се комбинират различни методики и подходи от областта на теорията на пазара, статистиката, психологията, социологията, теорията на мрежите, теорията на комуникациите и теорията на информацията.

По дисертацията са реализирани 6 (шест) публикации, от които 2 на английски език. Разпределението на публикациите е следното: три участия в конференции с доклади, които са публикувани в сборниците от конференциите (една от публикациите е под печат в издателството на ВСУ, за което е

представена и съответната бележка), две статии в годишници на ТУ-Варна и една статия в задгранично списание *Journal of Young Scientists*, 2013, 2, издавано във Вилнюс, Литовска република съответно на английски език.

Публикациите на колегата Тодоров са на високо научно ниво и на практика представляват части от дисертационния труд, които са презентирани на различни форуми. Чрез тези публикации по проблеми от дисертационния труд докторант Тодоров е имал възможност да апробира част от своите изследователски тези и резултатите от използваните аналитични методи и подходи в процеса на работа върху дисертацията.

Представеният автореферат към дисертационния труд отговаря на изискванията за оформане и структуриране на автореферат към дисертационен труд, наложили се като неписани критерии и възприети от досегашната научно-изследователска практика в Република България. Обемът от 37 страници е напълно удовлетворителен. Авторефератът представя въведението, изложението (съответно с неговите три глави) и заключението на дисертацията. В него са включени още заявените от автора научни приноси, както и кратка библиография на публикациите на докторанта по дисертацията. Онагледяването на автореферата също е на ниво и включва всички по-важни в дисертацията схеми, графики и таблици. В обобщение преценявам, че автореферата адекватно отразява всички важни авторови идеи, тези и научни резултати, получени като следствие от комбинираните и използвани методи и подходи за изследване и анализ на медийните пазари.

Що се отнася до бележки и препоръки, на практика аз на няколко етапа в хода на разработването на дисертационния труд съм ги представил и дори в няколко случая сме ги коментирали подробно както с колегата А. Тодоров, така и с неговия научен ръководител – проф. Д. Канев. Във финалния текст на разработката тези мои препоръки и бележки са взети предвид и са отразени. Единствената ми бележка е от формален характер. Тя се отнася до изписването на имената на чуждестранни учени, автори и изследователи, както и названията на някои от проектите, цитирани в дисертацията, изцяло и само на латиница. Давам си сметка, че това изписване е в някакъв аспект „модерно“ и се среща често в специализираната литература, но когато се представя научен текст като научна статия, научен доклад, монография или дисертация на кирилица, редно е имената на чуждите автори, или названията на проекти, които се цитират, и на които се позоваваме да се дават на кирилица. Доколкото има проблеми понякога при транскрипцията на имената при превода от английски на български език може в скоби след името на кирилица да се допълни и варианта на съответното име, изписан на латиница или да се направи препратка с индекс препращащ към пояснение под линия, където да се даде съответното име или название как се изписва на латиница.

Що се отнася до препоръки, то препоръката ми е една – колегата Александър Тодоров да не спира с работата по изследването на медийния пазар, а да доразвие настоящата дисертационна разработка като приложи вече апробираните изследователски подходи и към другите подсегменти на медийния пазар у нас. Друга подобна възможност е да разшири разработката си

като обхват от национално към регионално и глобално ниво и по този начин тя да прерастне в перспектива в голям докторат. Мисля, че докторант А. Тодоров има потенциала и креативността в близко бъдеще да реализира и една такава мащабна, сериозна и отговорна изследователска задача.

Тази ми формална забележка и отправената препоръка по никакъв начин не намаляват качеството и количеството на получените резултати и приноси от страна на докторат А. Тодоров.

**В заключение** – докторант Александър Боянов Тодоров е изграден учен-изследовател, с възможности, опит и самочувствие. Представената дисертация е разработена професионално, компетентно и съдържа както научно-теоретични, така и научно-приложни приноси. Личните ми впечатления от автора са много добри. Отзивите за неговата работа със студентите също са много добри. В такъв случай за рецензента е лесно да формулира предложението си към Научното жури към ВСУ „Ч. Храбър“, защото става дума за един безспорен кандидат за образователната и научна степен „доктор“. Категорично считам, че трябва да се присъди образователната и научна степен „доктор“ на автора на дисертационния труд – докторант Александър Тодоров.

Съгласно изискванията на алинея първа, член 10-ти от глава втора на Закона развитие на академичния състав на Република България в качеството си на рецензент давам **положителна оценка** на дисертационния труд на докторант Александър Боянов Тодоров. С вътрешна убеденост предлагам на почитаемите членове на Научното жури, определено от ръководството на ВСУ „Ч. Храбър“ да подкрепят избора на докторант Александър Боянов Тодоров за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ в научно направление 3.8 “Икономика”, научна специалност “Икономика и управление”, съгласно разпоредбите на глава втора от Закона развитие на академичния състав на Република България.

04.05.2014 г.  
гр. Шумен

Рецензент:  
доц., д-р Младен Тонев