

СТАНОВИЩЕ

от доц. д-р Десислава Иванова

относно дисертация за присъждане на образователна и научна степен „доктор“
в докторска програма: Журналистика; професионално направление: 3.5. Обществени
комуникации и информационни науки; област на висшето образование: 3. Социални,
стопански и правни науки

Автор: *Ася Ангелова Асенова*

Тема на дисертационния труд: *Икономическа журналистика и нови медии*

Предложеният за обсъждане дисертационен труд съдържа три глави, увод, заключение и библиография. Текстът с общ обем 207 страници притежава добре обмислена структура, като всяка една от отделните глави има своя принос за развиването и обосновката на основната теза. Библиографията включва 218 български и чуждоезикови заглавия, които показват отличната осведоменост на докторантката по основните проблеми и най-новите тенденции, свързани с икономическата журналистика и новите медии.

Темата на дисертацията е много актуална, особено в днешната социално-икономическа ситуация. Актуалността на дисертационния труд се определя и от иновациите в медийните технологии, и от променената медийна среда, и от контекста, в който днес се развива икономическата журналистика. Тези фактори предизвикват съществени трансформации в този журналистически ресор и в тази връзка изследването на икономическите теми и проблеми в новите медии е благодатна област, а и подсказва възможности за теоретизирането върху проявите на журналистиката в един непрекъснато развиващ се контекст. Избраните за наблюдение проблемни области в дисертационното изследване са достатъчни, а с решението си да проучи множество конкретни проблеми, дори и такива все още в развитие, както е в случая с COVID-19, докторантката демонстрира амбиция за работа на широк фронт и намерение за правене на сравнения и за установяване на евентуални взаимозависимости.

Уводната част на труда представя защитаваната теза, целта на дисертацията и методологията на проучването. Основната изследователска теза на докторантката е, че *„икономическата журналистика, поставена в контекста на новите медии, е от съществено значение за правилното тълкуване на икономическите процеси, които се*

случват в едно демократично общество в условия на пазарна икономика и ускорена дигитализация“ (с. 6). Разбира се, не са оставени встрани и проблемите за отклонението от професионалните журналистически стандарти, за дефицитите в качеството на медийното съдържание, които влияят негативно върху аудиториите и правото им на информиран избор.

Чрез използването на научния апарат и методологията на теорията на масовата комуникация и журналистиката, историята на журналистиката и на икономическата наука, икономическата теория, медийната социология и пр. Ася Асенова успява да реши поставените в уводната част задачи, като предлага качествен анализ на работата в икономическия журналистически ресор, на дефицитите и плюсовете в сферата на медиите и икономиката, на различните конструкти, приложими към медийните активности. Предложената работа само печели от интердисциплинарния си характер. Съчетавайки икономика и медийна теория, история и практика, докторантката успява да разгърне основната си теза и да работи компетентно. А основната цел на дисертационната разработка е да се определят и анализират онези фактори, които обуславят общественото значение на икономическата журналистика и нейното присъствие в новите медии. В изпълнение на тази цел докторантката поставя и решаването на конкретни задачи, някои от които са: да се направи опит за проследяване и анализ на взаимоотношенията в професионалния кръг икономист – журналист; да се анализира ролята на медиите при глобалната икономическа криза от 2008 г. и на медийните трансформации при коронавируса (COVID-19) кризата; да се проследят и коментират моделите на финансиране на новите медии, тяхното разпространение и потребление и др.

В обекта на изследване докторантката е включила тридесет и осем онлайн медии, по-голямата част от които (24) са политематични, а шест са специализирани икономически дигитални медии, също така шест сайта презентират различни фондации и асоциации от неправителствения сектор, а два са на информационни агенции. В мониторинга са включени както частни, така и обществени медии с национално и регионално значение. Събраният емпиричен материал осигурява стабилна основа, достатъчно широка и благодатна за анализи, коментари, посочване на връзки и формулиране на изводи.

Първата глава от дисертацията логично е названа *Икономическа журналистика*. Тук в исторически и теоретичен аспект е представено развитието на икономическата наука като базисно за зараждането на икономическата журналистика. Направен е последователен

и стегнат обзор на основните моменти в развитието на икономическата наука. Разгледани и коментирани са основните икономически школи, влиятелните икономисти в тях, които директно (като автори и разпространители) или индиректно (като субекти и вдъхновители) са свързани с журналистически публикации по икономически въпроси. Извън историческия контекст в тази глава докторантката поставя на фокус и същностните характеристики на икономическата журналистика, както и специфичните умения и компетенции, необходими в ресора. Много прецизно са проследени взаимните връзки и влияния в професионалния тандем икономист-журналист. Лично за мен важният акцент тук е върху проблема за медийната и финансовата грамотност, за следствията от тези грамотности/или неграмотности както върху аудиториите, така и върху журналистическия професионализъм. Не мога да не отбележа и наблюденията на докторантката върху двете социално-икономически кризи на нашето съвремие, а именно рецесията от 2008 г. и коронавирус кризата от началото на 2020 г. Направеният тук анализ впечатлява с компетентността при маркирането на основни въпроси, тенденции и проблемни области.

Втората глава – *Нови медии: теоретичен ракурс* – теоретизира върху промяната на медийната среда, която е обусловена и логична с появата на новите медии. Тази глава е посветена на няколко опорни топоса: еволюцията в развитието на дигиталната среда; важните специфики на онлайн медиите; характеристиките на новите модели на медийно финансиране, разпространение и потребление; социалните мрежи като източник на информация и тяхното въздействие върху аудитории и журналисти; проблемът с фалшивите новини. Направеният кратък еволюционен преглед на развитието на дигиталната среда и нейното влияние върху обществените комуникации е последователен и информативен. Поставеният акцент върху новите модели на медийно финансиране, разпространение и потребление и тяхното въздействие върху работната среда е важен от гледна точка на основната теза в дисертацията. Логично докторантката тук обръща внимание и на социалните мрежи като източник на информация и като пространство, в което се разменя взаимно влияние между аудитории и журналисти. Съвсем убедително е направен изводът, че растежът на социалните мрежи провокира журналистите да търсят нови възможности за връзка с аудиторията, за разпространение и популяризиране на съдържанието с цел генериране на уникални посещения от индивидуални IP адреси към сайта на конкретна медия.

Според мен третата глава – *Икономическа журналистика и нови медии* – е с най-видими и важни приноси. Акцентът е върху икономическата журналистика и нейното място в онлайн среда. Вниманието тук е концентрирано върху медиите, икономиката и бизнеса, бюджета и финансовата политика като важни обществени фактори. Любопитни и компетентни в тази глава са коментарите, свързани с независимостта на медиите и нейната обвързаност с редакционната им политика във връзка с отразяването на теми от голям обществен интерес. Илюстративният и доказателствен материал тук е напълно достатъчен, за да се очертаят и анализират различни проблеми и проблемни области, свързани например със случая КТБ, с масовата практика на изключване на търговски наименования от медийното съдържание, с дефицитите при отразяването на темата за държавния бюджет, с използването на различни метафорични препратки от политическия дискурс за отразяването на тази обществено значима проблематика. Много ценни и добре аргументирани тук са изводите на докторантката, като например този, че липсва разграничение между редакционната и рекламната политика на онлайн медиите. Същото се отнася и за извода, че за обществото е от особено значение и важност бизнес сюжетите в журналистическите материали да се представят обективно, достоверно и детайлно за всеки случай от обществен интерес, свързан с бизнес новина.

Намирам поставените задачи в уводната част за изпълнени. Формулираните в заключението изводи и обобщения звучат убедително.

След направения кратък преглед на дисертационния труд мога да обобщя, че изследователският избор на Ася Асенова е напълно целесъобразен и логично въплътен в последователността на главите и разделите. Към разглежданата тематика могат да се открият компетентно направени анализи и коментари, подкрепени с достатъчно ясни и убедителни илюстрации. Докторантката показва отлично познаване на този проблем в научната литература и има задълбочени познания в сферата на икономиката и на икономическата журналистика, а също и в областта на онлайн медиите. Адмиравам стила на докторантката – за читателите, за които проучваната материя не е добре позната, текстът предлага възможности с лекота да навлязат в нея и пълноценно да се ориентират в откритите проблеми. Прави добро впечатление и отличният усет на докторантката към подбор на материали за проучване, който е съпроводен с постоянно вплитане на собствени

оценки за важност на определени явления, процеси и тенденции. Външните препратки са добре дозирани и подбрани с респект към вече направеното от други изследователи.

В представения автореферат се спазени задължителните изисквания за жанра и в логичен и изчерпателен вариант са систематизирани основните тези, изводи и приносни моменти на дисертацията. Ася Асенова е представила 5 научни статии по темата на дисертацията, които са свързани с различни страни от темата на разработения труд и доразвиват или предпоставят отделни въпроси, засегнати в него. Научните публикации са достатъчни според изискванията на закона.

Представеният дисертационен труд е текст, който демонстрира задълбочените познания на докторантката по обсъжданите проблеми в сферата на икономическата журналистика и новите медии. Цялостната документация по процедурата доказва, че изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България са безусловно изпълнени.

Заклучение:

С оглед на ясно видимите научноизследователски приноси и практикоприложни перспективи на дисертационния труд убедено предлагам на Ася Асенова да бъде присъдена образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност Журналистика, професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, област на висшето образование 3. Социални, стопански и правни науки.

26.02.2021 г.

Подпис:

Доц. д-р Десислава Иванова