РЕЦЕНЗИЯ[1]

от проф. д-р Светлозар Кирилов, Софийски университет „Св. Климент Охридски“
(*научна длъжност, научна степен, име, фамилия, образователна/научна институция*)

за придобиване на образователната и научна степен „доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Медиен мениджмънт и комуникации)
с дисертационен труд на тема: **„Конкурентни стратегии на платформите за видео стрийминг и предизвикателствата на дигиталната среда”**,
представен от Цветелина Якимова, редовен докторант в катедра „История и теория на журналистиката“ на Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийски университет „Св. Климент Охридски“
с научен ръководител: доц. д-р Бисер Златанов

[1] *Забележка: Текстът в курсив предлага опорни точки за оценка на изследователските резултати. Препоръчителен обем на рецензията – около 6-7 стандартни страници*

I. **Представяне на докторанта въз основа на подадената документация.**

Цветелина Якимова е била редовен докторант към катедра „История и теория на журналистиката“ на Факултета по журналистика и масова комуникация, отчислена с право на защита през 2024 г. Докторантката има съществен практически опит в областта на връзките с обществеността, дигиталните технологии и маркетинга.

II. **Оценка на качествата на дисертационния текст**

Дисертацията е посветена на стрийминг платформите и конкуренцията между тях. Актуалността на темата е несъмнена – стрийминг платформите съществено променят начина, по който аудиторията потребява аудиовизуални медийни продукти. Част от гледането на филми от традиционното посещение на киносалони, през гледането по ефирна и кабелна телевизия, на видеокасетофон или DVD плейър достига до възможност за ползване на стрийминг платформи, които срещу абонамент предлагат избор на филми и телевизионни предавания. Дисертацията разглежда както конкуренцията между отделните платформи за поточно видео за пазарен дял, така и стратегията на стрийминг платформите, които предлагат платена услуга, да привличат потребители при наличието на безплатно предлагане на филми и сериали от платформи за свободно видео споделяне, като YouTube, и сайтове с пиратско съдържание.

Текстът има ясна структура и логично изложение. Още в увода са дефинирани основните понятия, с които се работи и са използвани в хода на работата, както и целите, обект и предмет на изследването.

Първата глава съдържа обзор на развитието на киното и телевизията от ранните години до съвременното им състояние. Разгледани са ключовите етапи в историята на аудиовизуалната продукция: развитието на големите филмови компании в Холивуд, възходът на телевизията, появата на кабелната телевизия, видеокасетофоните и касетите, DVD технологията и появата на стрийминг услугите и стрийминг платформите.

Втора глава разглежда конкурентните стратегии на световните медии за поточно видео. Докторантката обсъжда различните похвати на стрийминг платформите за привличане на абонати – качество на филмите, разнообразие на медийните продукти, производство на собствена медийна продукция, включване на игри или спортни предавания, благоприятен интерфейс, персонализация на предлаганите услуги чрез използване на изкуствен интелект и др.

Трета глава се фокусира върху стрийминг услугите в Европа и особено в България, като са представени борбите за абонати между основните стрийминг платформи в България. Дисертацията прави интригуващ обзор на европейския пазар за предлагане на поточно видео: посочва данни за страните от Европейския съюз, че лидер е Netflix с пазарен дял от 39%, следван от Amazon Prime Video (29%), Apple TV+ (9%) и Disney+ (7%) и се коментира стратегията на компаниите за предлагане на услугата, която би могла да обясни техния успех или неуспех. Интересна е тенденцията за борба за аудитория в Европа между традиционната телевизия, която все още е водеща, и стрийминг платформите, чийто брой съществено се увеличава. Обсъдени са някои от основните причини за ръста на аудиторията на поточното видео. Едно от предимствата на стрийминг платформите е, че потребителят има по-голяма свобода да избира медийните продукти в сравнение с традиционната телевизия (предимствата на нелинейните пред линейните медии). Друг фактор е КОВИД-19, който допринася за увеличаване на потреблението на поточно видео и за нарастването на броя на стрийминг платформите както в Европа, така и в България.

При разглеждането на медиите за поточно видео има известна описателност – преглед на основните раздели, видовете услуги, навигацията и пр., – но пък това създава по-плътна представа за отделните платформи. Значим елемент в дисертацията е прегледът и съпоставката на стратегиите за привличане на потребители в България и преценките на авторката кои от тях действително съдействат за завоюване и запазване на пазарен дял. Цветелина Якимова компетентно и аналитично разглежда факторите, които влияят за привличане на потребители към конкретната платформа – качество на видеото, богат каталог от филми и сериали, наличие на субтитри на български, съотношение качество/цена, интуитивност на потребителския интерфейс и др. Лидерското място на Netflix изглежда се дължи на предоставянето на достъп до най-голям брой филми и телевизионни предавания на приемлива цена, често по-ниска от тази на конкурентите.

Отделено е място на торент културата и пиратското потребление – възможността да се свалят филми от сайтове, което нарушава авторските права. Може да се каже, че торентите играят ролята на дигитален Робин Худ – крадат от медийните продукти на големите компании и ги предоставят на широката аудитория. Но авторката се позовава на доклад на Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост, че „повечето легални източници на филмово съдържание спомагат за ограничаване на пиратството“ (с. 275). Вероятно ориентацията на потребителите към по-високо качество води до готовност да платят за легални стрийминг услуги. Изглежда в българското общество съществуват по-лежерни нагласи към проблемите на авторското право и интелектуалната собственост, което личи от това, че няма толкова много съдебни дела и съдебни решения срещу сайтове, които предлагат пиратско съдържание. Обратно, в някои западни страни преследването на сайтовете, които предлагат нелегално съдържание, е по-активно и докторантката е отделила място за разглеждането на такива случаи. В контекста на българското общество Цветелина Якимова коментира дебатите относно дейността на сайта Zamunda.

Докторантката е осъществила две собствени непредставителни анкетни проучвания чрез Google Forms относно ползването на стрийминг платформите в България – с 277 респонденти през 2023 г. и с 403 респонденти през 2024 г. Двете анкетни проучвания оставят много добри впечатления и данните определено допринасят за анализа и качествата на работата. Анкетните карти са съставени грамотно – има кратък мотивиращ текст в началото с целта на проучването, формулировката на въпросите и съставените скали на отговорите са подходящи, социално-демографските въпроси са в края на картата, както би трябвало.

И в двете анкети делът на хората с висше образование е ок. 80%, което определено не отговаря на образователната структура на българското общество, но все пак резултатите са интригуващи. Интересен детайл в проучването от 2023 г. е, че 82% от респондентите не предпочитат да плащат по-малка сума за абонамент за стрийминг услуга, ако това е свързано с получаването на реклами (с. 353).

Авторефератът в общи линии отговаря на структурата на работата и адекватно представя съдържанието на дисертацията.

Ползваните източници са солидни и достатъчно на брой. Текстът е в респектиращ обем от ок. 380 страници без приложенията.

III. **Приноси на дисертационното изследване**

Определен принос на дисертацията е изследването на сравнително нов аспект на комуникацията, стрийминг платформите, и навлизането им в българското общество, както и на конкретните фактори, които влияят на потребителите да предпочетат една платформа пред друга. Може да се смята, че целта на изследването да очертае конкурентните стратегии на компаниите за поточно видео и похватите им за привличане на потребители е постигната.

Двете анкетни проучвания на авторката и резултатите от тях са определен принос, тъй като очертават някои интересни аспекти в отношението на ползващите стрийминг платформите към този тип услуги, тенденциите на българския пазар и факторите за предпочитане на една или друга медия за поточно видео.

IV. **Бележки и препоръки**

Трудът на Цветелина Якимова има редица положителни качества и препоръките тук са основно, ако тя реши да публикува работата си, и са свързани главно с представянето и изводите от анкетните проучвания.

Дисертацията на моменти има тенденция към прекомерни обобщения, че нещо е типична черта на българската народопсихология. Например: „Изконна черта в българската народопсихология е възможността за получаване на повече за по-малко или без никакво заплащане“ (с. 272). Тази особеност едва ли е уникална българска специфика и е присъща и за хора от други нации и култури.

Анкетните проучвания от 2023 и 2024 не са представителни и е препоръчително да се избягва крайна категоричност на изводите от тях, особено да се не генерализира, че данните могат да се отнесат към всички български потребители на медии. Например авторката пише на с. 354 въз основа на отговорите на респондентите през 2023 г.: „Над половината от анкетираните посочват, че не използват безплатни стрийминг сайтове, които предлагат филмово съдържание, което доказва намаления интерес към нелегалното филмово съдържание на българска територия“. Тъй като анкетираните са предимно с висше образование и вероятно със сравнително по-високи доходи, то този извод може да не е валиден за българските граждани като цяло. Също е възможно изкривяване на отговорите поради престижни съображения или заради фактора „социална желателност“ (анкетираните не отговарят каквото реално мислят, а дават отговор, който смятат, че е приемлив в обществото, в случая, че е добре да не се ползват сайтове, които предлагат пиратско съдържание).

Изследването не е панелно (т.е. не е анкетирана една и съща извадка от респонденти през двете години) и затова е по-добре да се избягва категоричност на изводите, че по-различните данни през 2024 г. с сравнение с 2023 г. показват някаква тенденция. Например анкетните данни от 2023 г. показват, че предпочитаните от респондентите стрийминг платформи са HBO Max и Netflix с приблизително равни дялове, а според анкетата от 2024 г. изследваните лица, предпочитащи HBO Max, са повече. Заради тази разлика авторката прави извод, че интересът към Netflix сред българските потребители е спаднал през 2024 г. в сравнение с данните за 2023 г. (с. 356). Това може да се дължи на различните лица, които са попълнили анкетата през 2023 г. и 2024 г. при извадка, която не е представителна, а е на метода на отзовалите се. Например жените, попълнили анкетата през 2023 г. са 56%, а през 2024 г. – 45%. Тази разлика не означава, че за една година жените в България са намалели с над 10%. Просто през 2023 г. анкетата е заинтригувала малко повече жени, отколкото през 2024 г., в което има и известен случаен фактор.

На с. 354 четем относно дали респондентите, въз основа на своя опит като потребители, имат препоръки към платформите за поточно видео: „Въпреки критиките, 47% от изследваните лица не са посочили никакви препоръки, което свидетелства за добро ниво на удовлетвореност от предлаганата стрийминг услуга“. Въпросът е открит, предполага отговор със свободен текст и немалко от анкетираните не му отговарят, за да избегнат усилието да пишат. Затова и обяснението, че липсата на посочени препоръки означава висока удовлетвореност от стрийминг платформите, е спорно. А и обикновено на откритите въпроси отговарят между 5 и 20% от изследваните лица, така че почти половината отговорили на открит въпрос в конкретното проучване всъщност е доста висок дял.

За въпрос 5 в проучването от 2024 г. (с. 418), който пита за предпочитани филмови жанрове при ползване на стрийминг услугата, отговорите не са пълна система – не са посочени някои от жанровете, като музикални филми, криминални, уестърни и военни, което им дава по-малък шанс да бъдат посочени при този полузатворен въпрос, който все пак има „друг жанр“ като спомената възможност и изписване от респондента. Добре е предложените в анкетната карта отговори за филмови жанрове да са в азбучен ред – това по-бързо би ориентирало респондентите да намерят предпочитания от тях тип филми.

За някои от полузатворените въпроси отговорите „друго“ могат да се типологизират и обобщят, което би направило данните по-прегледни.

V. **Публикации и участия в научни форуми**

Докторантката има необходимия минимален брой от три статии, публикувани през 2022, 2023 и 2024 г., и покрива минималните национални изисквания.

VI. **Заключение**

Дисертацията на Цветелина Якимова предлага интересен обзор и значим анализ на съществен аспект в промяната на потреблението и възприемането на аудиовизуалните медии от аудиторията поради появата на стрийминг платформите. Представянето и анализирането на стратегиите на медиите за поточно видео за привличане на потребители, с акцент на българския пазар, е определено силна страна на текста. Вторичният анализ на данни от чужди проучвания и от статистически източници е коректен и допринася за аргументацията. Авторката е провела и две собствени анкетни проучвания, които разкриват интригуващи страни в отношението на българските потребители към стрийминг платформите. В заключение, **дисертацията на Цветелина Якимова има съществени положителни качества, съдържа значим анализ на развитието на стрийминг услугите по света и в България, интригуващи наблюдения и коментари на конкурентните стратегии на платформите за поточно видео и собствени емпирични проучвания. Това ми дава основания да смятам, че авторката заслужава да получи степен „доктор“ в областта 3.5. Обществени комуникации и информационни науки.**

Дата: 30 май 2025 г. Рецензент: проф. д-р Светлозар Кирилов