

**РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГАТА „МЕДИЙНА ИКОНОМИКА“ НА ПЕТРАНКА  
ФИЛЕВА**

**БИСЕР ЗЛАТАНОВ**

**Book review: “Media Economics” by Petranka Fileva**

**Biser Zlatanov**

**Резюме:** Рецензия на книгата „Медийна икономика“ на проф. д-р  
Петранка Филева

**Ключови думи:** медийна икономика, медиен мениджмънт, медиен  
маркетинг, рецензия, книга

**Abstract:** “Media Economics” by Petranka Fileva, Prof., Dr. of Soc. Sc. –  
book review

**Key words:** media economics, media management, media marketing,  
review, book

В рамките на конвергиращото научно и практическо поле между медии и икономика в книгата е намерен нужният баланс, подход и систематичност. Книгата проповядва, в по-тесен научен смисъл, в полза на добиване на ново знание и предприемане на разумни промени, наложени от икономическата логика в медийния отрасъл. Това прави книгата на Петранка Филева основополагащ труд в областта на медийната икономика.

По същество книгата представлява сборник авторски статии, които са поместени в научни издания. Сборникът съдържа въведение и двадесет и три научни

статии, които са в широк спектър от научни области – медиен мениджмънт, медиен маркетинг, икономика на електронните медии, икономика на книгоиздаването, икономика и реклама.

Въвеждащата част е свързана с въпроса за нуждата от подготовка и икономическа грамотност в медийния отрасъл. Тази нужда от своя страна предизвиква потребността от систематизирано научно познание, което медийната икономика може да предостави. Авторката подчертава, че ролята на медиаикономическото образование не е просто ориентирано към създаване на образовано частно предприемачество, а към ефективно изпълнение на обществено полезни цели. Отчасти в духа на протестантската етика и на сложния утилитаризъм „Медийна икономика“ възпитава виждането за ефективния предприемач като полезен за обществото – извличайки ползи за себе си и увеличавайки благосъстоянието си, предприемачът увеличава и благосъстоянието на обществото (а не за сметка на него). Статиите в сборника демонстрират различни методи и средства за постигането на това и умело вплитат обществения интерес като водеща нишка, която стои в основата на замисъла на текста.

В книгата се наблюдават преходи от различен порядък, спрямо които читателят би могъл да раздели книгата на отделни части. Преходите могат да бъдат разгледани от позицията на тяхната науко-приложна страна или от гледна точка на процесите, които протичат в медиите. От гледна точка на науко-приложната страна преходите в книгата вървят по линията: политикономия и медии-медиен мениджмънт-медиен маркетинг и реклама-онлайн медии и социални мрежи-икономика на книгоиздаването и на електронните книги. От гледна точка на процесите преходите следват: трансформацията на традиционните медии и фрагментацията на медийни пазари-електронните медии и конкурентното сътрудничество-книгоиздаването и предизвикателствата пред него.

Преходите в сборника могат да бъдат разгледани и по посока противопоставяне на теми като „икономизиране на медиите“ спрямо тяхното „медиатизиране“ –

въвеждане на концепции от медиазнанието, науката за комуникация и икономическа социология. Всичко това показва широчината и размаха на сборника.

За улеснение като читател бих си позволил условно да разделя книгата на три части, които донякъде, макар и не изчерпателно, демонстрират градацията на авторското виждане. Първата част е насочена към „медиатизиране на икономиката и политикономията” и би обхванала статии от първа до девета. Тук се прави плавен преход между различни школи и подходи в интердисциплинарното поле на медийната икономика. Съчетани са традиционни за икономиката концепции, които се използват в управлението на медийната организация. Представени са процесите на фрагментация, които се наблюдават в медиите и които имат отношение към появата на нови школи и концепции. Въвеждат се новостите в областта на медийната икономика.

Втората част на тематичното делене би обхванала статиите от десета до осемнадесета. Тук се дискутират реакцията на медиите в условията на подривна среда и стремежът за изграждане на стойностни мрежи. Въпросът за конкурентното сътрудничество е разгледан от различни гледни точки, включително и посредством появата на модерни медийни клъстърни. Конвергенцията в електронните медии свързва появата на социалните мрежи и широкото разпространение на онлайн медиите с теми като натрупването на социален капитал – която освен социален смисъл има важно отражение върху поведението на икономическите агенти. Авторката задълбочава аналитичното пространство на книгата по посока на „медиатизиране” на икономическото знание. Въпросът за стойността и ценообразуването на медийните продукти също е разгледан.

Третата част, която условно разделям, навлиза в икономика на книгоиздаването с акцент върху използваните все по-широко електронни книги. Темата за стойностните мрежи е пространно представена с оглед на въведените иновации в книгоиздателския бизнес – продукт на подривните технологии. Има интересни

препратки към бизнес моделите в електронната търговия и по-специално продажбата на медийни продукти. Авторката обръща внимание на възможностите за развиване на приходни потоци и създаване на добавена стойност чрез новите технологии. В тази връзка бих искал да обърна внимание, че технологичните предизвикателства и промени теоретично съдържат възможности и заплахи. Важен проблем при тълкуването на промяната понастоящем е, че тя съдържа възможности за малцина и заплаха за мнозина в бизнеса. Технологичната подготвеност, достъпът до нови технологии, развиване на ноу-хау и въвеждане на иновации на пазара е във възможностите на малко компании. Още повече, че ослепителната идея за „явяване на технологичната вълна“ е зависима не само от способността на медийния бизнес да съчетае комплексни дейности, но включва и участие в икономически мрежи и консорциуми. Достъпът до тези мрежи е ограничен.

Книгата „Медийна икономика“ на Петранка Филева е издържана и плътна. Тя е полезна за специалисти, студенти и обучаващи се в областта на медиите, предоставяйки им достъп до информация и знание, което е до голяма степен дефицитно.

***Книгата „Медийна икономика“ на Петранка Филева е издадена през 2017 г. от Университетското издателство „Св. Кл. Охридски“.***