

Сп. „Реторика и комуникации“, брой 42, януари 2020 година

Медийна и интернет комуникация

Думи на водещите брой 42

Доц. д-р Стефан Серезлиев

Великотърновски университета „Св. св. Кирил и Методий“
Имейл: serezliev@uni-vt.bg

Д-р Иглика Касабова

Институт по реторика и комуникации
Имейл: iglika_kasabova@hotmail.com

В брой 42 на сп. „Реторика и комуникации“ са включени 11 текста на 13 автори. Статиите са на 9 автори от пет български университета и от катедри в тях, които са ангажирани с обучението на студентите по медии, интернет комуникация, пбблик рилейшънс, управление на комуникациите: Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Великотърновския университет „Св. св. Климент Охридски“, Университета за национално и световно стопанство, Югозападния университет „Неофит Рилски“, Военната академия „Георги Раковски“.

Проблематиката на текстовете се откроява с актуалност, авторите представят теоретични обзори и постановки, както и резултати от изследвания при използване на съвременни методи.

В първата рубрика „Медии и комуникации“ са обединени статии, в които се оповестяват резултати от изследвания, свързани с автоматизираната журналистика (Стела Ангова и Иван Вълчанов), с изследвания на българската медийна среда, като Илия Вълков поставя фокус върху явленията на политизация в медиите, а Добринка Пейчева и Диляна Керанова се концентрират върху екологичните измерения на медийните реалии в „пост-интернет“ обществото в България.

Втората рубрика е с фокус върху интернет, като Мила Серафимова търси отговори относно теоретичните дилеми, свързани с дефинирането на интернет комуникация, медийна комуникация и пбблик рилейшънс. Мария Николова анализира нормите и практиките от гледна точка на ПР етика в контекста на управлението на онлайн кризисните комуникации. В теоретичния обзор Добрян Боев извежда в хронологичен план промените в термина ‘постдигитално’ и анализира дефиниции и различни значения, започвайки от етимологията и стига до съвременните проявления.

Третата рубрика „Интернет комуникация и социални мрежи“ включва статии, в които интернет е анализиран с акцент върху социалните мрежи. Промените в механизми на влияние в социалните мрежи са анализирани от Илияна Павлова, която представя нови ракурси в изучаването им. Здравка Андонова избира като обект предизборни кампании в България и по-точно тази за кмет в столицата на България София и ги анализира в контекста на управление на комуникацията в социалните мрежи. Симеон Василев

представя интерпретации, свързани с интернет, информационната среда в него и търси отговори на въпроса дали глобалната мрежа е метапосредник.

В рубриката „Представяне на книги“ Десислава Антова извежда постиженията в книгата „Картографиране на дигитално медийно съдържание“. Тодор Симеонов представя две книги, в които има информация за интернет комуникацията, публичния мениджмънт, като има оповестени теоретични постановки и резултати от анализи в книгите „Мениджмънт на кризи. Теоретични и практически основи“ и „Ефективни комуникации в публичния мениджмънт“.

Регулярната рубрика „Представяне на авторите“ фигурира и в този брой.

Следвайки политиката, философията и правилата на издаване на сп. „Реторика и комуникации“, в 42 брой е публикуван актуализиран списък с рецензентите с представители на български и чуждестранни университети и Института по реторика и комуникации.

**сп. „Реторика и комуникации“, бр. 42, януари 2020 г.
Rhetoric and Communications, Issue 42, January 2020.**

Брой 42 на сп. „Реторика и комуникации“, януари 2020 г. се издава с финансовата помощ на Фонд научни изследвания, договор № КП-06-НП1/39 от 18 декември 2019 г.