

Представяне на книга  
Book Review

**„Новите комуникационни професии. Журналистика. Връзки с обществеността. Реклама. Пътеводител в създаването на дигитално съдържание“ –  
Десислава Антова**

**Десислава Антова**

Институт по реторика и комуникации  
Имейл: antova.desy@gmail.com



В книгата „Новите комуникационни професии. Журналистика. Връзки с обществеността. Реклама. Пътеводител в създаването на дигитално съдържание“ се проследява развитието на трите професии (журналист и медиен експерт, специалист по пбблик рилейшънс и рекламист / работещ в областта на рекламата) и конвергенцията между тях в процеса на създаване на мултимедийно съдържание.

След колективната монография „Картографиране на дигиталното медийно съдържание“ (2019) може да се каже, че настоящият пътеводител е поредният успешен проект на колектива от автори от Университета за национално и световно стопанство (УНСС), катедра „Медии и обществени комуникации“:

Стела Ангова, Мария Николова и Иван Вълчанов да представят промените, които настъпват с конвергенцията на медиите в епохата на интернет. Доцент д-р Стела Ангова е ръководител втори мандат на катедра „Медии и обществени комуникации“, а д-р Мария Николова и д-р Иван Вълчанов са главни асистенти и преподаватели по съвременни дисциплини на студенти бакалаври и магистри и са участници в научни проекти и събития.

Този път фокусът на изследователския екип и преподавателския състав е насочен към „новата професионална рамка“ на „три социално важни

групи комуникатори – журналисти, ПР експерти и рекламисти“. Книгата е издадена през 2021 г. с решение на катедрения съвет от издателството на УНСС.

Структурата на книгата е разгърната в три части.

Първата проследява развитието на журналистиката като профил от компетенции и практически дейности при създаването на съдържание. Във втората част на фокус са ПР специалистите, а в третата – рекламистите. Това кратко изброяване е доказателство за логичната структура на книгата. В нея е направен анализ на обяви за работа, чрез който е осъществен преглед на 1000 обяви за работа, които са публикувани от глобални медийни марки и платформи, ползващи се с доверие и авторитет. От тези обяви е селектиран корпус от 197 обяви за работа, от които са изведени специфичните нови изисквания, които представят утвърдените длъжностни характеристики при подбора на работещите в сектора.

В трите части в сравнителен план са представени разбираните като традиционни компетенции и поставените като нови изисквания при производството на мултимедия. Интерес представляват изводите, че въпросните изисквания могат да бъдат отнесени към всеки един бизнес, който е представен в интернет.

Теоретизират се изискванията за изпълнението на новите професионални роли, свързани с разпространението на мултимедията като съдържание и производството ѝ като вид индустрия. Променените компетенции се свързват с ролите на мултимедиен журналист, мојо (мобилен) журналист, дигитален продуцент.

Във втора част екипната изследователска работа е насочена към идентифициране на актуалните професионални роли в ПР. В тази част са разгледани технологичните и функционални трансформации в професията. Новост в областта представляват специалистите за връзки с инфлуенсъри, за връзки с блогъри, ПР специалисти в социални медии. По този начин се установяват явления и процеси и се извеждат функциите, особеностите и ангажиментите при реализиране на комплексна комуникация.

Третата част е посветена на новостите в професията на рекламиста. Проследени са световните тенденции и опит. Актуалните професионални роли, които се извеждат, са: дигитален копирайтер, копирайтер за потребителско съдържание, експерт по дигитален маркетинг и реклама.

В книгата се предоставя актуална информация в систематизиран вид, като практико-приложният елемент също е налице.

Всяка от трите части завършва с инфографика и практически мултимедийни задачи. Те могат да са в полза, както на студентите, така и на всеки, който е обвързан с производството на дигитално съдържание, независимо от естеството на своя бизнес.

Книгата, освен интересно четиво, е полезна и за всеки, който би искал да научи повече за професии като копирайтър, SEO редактори и др.

Ръкописът е изпратен на 12.06.2021 г.

Приемане за публикуване: 17.06.2021.

Manuscript was submitted: 12.06.2021.

Accepted: 17.06.2021.

Брой 48 на сп. „Реторика и комуникации“, юли 2021 г. се издава с финансовата помощ на Фонд научни изследвания, договор № КП-06-НП2/41 от 07 декември 2020 г.

Issue 48 of the Rhetoric and Communications Journal (July 2021) is published with the financial support of the Scientific Research Fund, Contract No. KP-06-NP2/41 of December 07, 2020.